

1. Trin

4. Trin

Danske Virksomheder på det tyske marked

2. Trin

5. Trin

3. Trin

6. Trin

7 Step Stones Iværksætter Tyskland...

7. Trin

Kort om mig

det handler om dig...



Stephan Sax

Life & Businesscoach,
PLD Super Visor, Mentor
Personlighedsudvikling

*Stifter af Stephan Sax Coaching ApS &
Iværksætter Tyskland*

Om mig:

Født og opvokset i Berlin fra 1971-1996. Har familie i Berlin.

Erfaringer:

- Uddannet elektriker (Tyskland)
- EI – Installatør (Danmark)
- Afdelingsleder sikring
- Underviser og rådgiver
sikringskoncepter
- Business - og Life coach
- PLD Supervisor og Mentor

Udvikling:

- Næste step er master i PLD
- Wingwave uddannelse (1år)

Alle trin på en gang

Kun i 7 Step Stones *Iværksætter Tyskland* bliver din virksomhed etableret på det tyske marked

1. Trin

- Størrelse og købekraft
- Markedsundersøgelse
- Juridiske og skattemæssige forhold

2. Trin

- Geografisk nærhed
- Tilpasning til kultur
- Opbygning af netværk

3. Trin

- Innovationskraft
- Lokal tilstedeværelse
- Mangel på ressourcer

4. Trin

- Eksportmuligheder
- Tilpasning af produkter og tjenester
- Manglende kendskab til det tyske marked

5. Trin

- EU-medlemskab
- Eksportmuligheder
- Overvurdering af kompleksiteten

6. Trin

- Diversificering af risiko
- Forståelse af forretningsmiljøet
- Fokus på eksisterende markeder
- Risikoforsigtighed

7. Trin

- Digital tilstedeværelse
- Mangel på differentiering eller relevans



Implementeringen *Iværksætter Tyskland*

Hvorfor skal danske virksomheder på det tyske marked?

Der er flere grunde til, at danske virksomheder kan have motivationen til at udvide deres aktiviteter til det tyske marked:

Størrelse og købekraft:

Tyskland er Europas største økonomi og har en betydelig købekraft. Den store befolkning og det robuste marked gør det attraktivt for virksomheder at udvide deres kundebase og øge salget.

Geografisk nærhed:

Danmark og Tyskland deler en geografisk nærhed, hvilket gør det relativt lettere for danske virksomheder at etablere og opretholde forretningsforbindelser i Tyskland. Denne nærhed kan reducere omkostningerne ved logistik og transport.



Implementeringen *Iværksætter Tyskland*

Hvorfor skal danske virksomheder på det tyske marked?

Innovationskraft:

Tyskland er kendt for sin stærke fokus på teknologisk innovation og kvalitet. Dette gør det til et attraktivt marked for danske virksomheder, især inden for brancher, hvor Danmark har kompetencer som for eksempel grøn energi, medicinalindustri og design.

Eksportmuligheder:

Tyskland er en betydelig eksportdestination for mange lande, herunder Danmark. Ved at etablere tilstedeværelse på det tyske marked kan danske virksomheder drage fordel af de eksportmuligheder, der er tilgængelige.



Implementeringen *Iværksætter Tyskland*

Hvorfor skal danske virksomheder på det tyske marked?

EU-medlemskab:

Både Danmark og Tyskland er medlemmer af Den Europæiske Union, hvilket skaber en ramme af fælles regler og standarder, der gør det lettere for virksomheder at handle og drive forretning på tværs af grænserne.

Diversificering af risiko:

Ved at udvide til det tyske marked kan danske virksomheder diversificere deres risiko og mindske afhængigheden af et enkelt marked. Dette kan være særlig vigtigt i perioder med økonomisk usikkerhed.

Det er vigtigt, at danske virksomheder undersøger det tyske marked grundigt, tager højde for kulturelle forskelle, og udvikler en strategi, der passer til de specifikke forhold og krav på det tyske marked. Et godt kendskab til lokal lovgivning, forbrugeradfærd og konkurrencesituation er afgørende for succes.



Implementeringen *Iværksætter Tyskland*

Hvad skal danske virksomheder på det tyske marked?

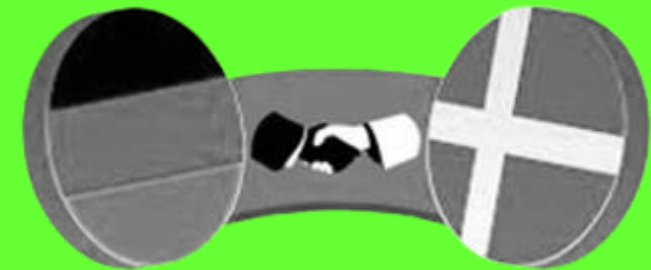
Når danske virksomheder ønsker at etablere sig på det tyske marked, er der flere faktorer og strategier, de bør overveje:

Markedsundersøgelser:

Før virksomheden går ind på det tyske marked, er det afgørende at gennemføre omfattende markedsundersøgelser. Dette indebærer at analysere konkurrence, målgrupper, lovgivning og kulturelle forskelle.

Tilpasning til kultur:

Tyskland og Danmark har forskellige kulturelle normer og forretningspraksis. Det er vigtigt at tilpasse markedsføringen, produkttilbud og forretningsmetoder for at imødekomme de kulturelle præferencer i det tyske marked.



*Et godt
samarbejde*

Implementeringen *Iværksætter Tyskland*

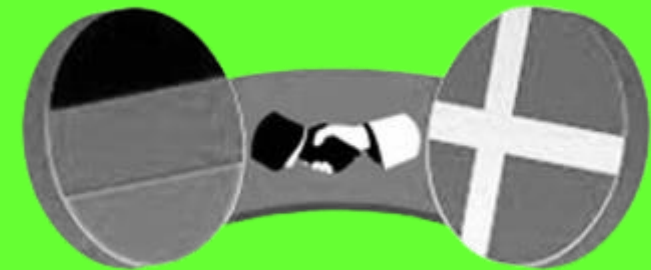
Hvad skal danske virksomheder på det tyske marked?

Lokal tilstedeværelse:

At have en fysisk tilstedeværelse i Tyskland, enten gennem etablering af kontorer eller partnerskaber med lokale virksomheder, kan styrke troværdigheden og hjælpe med at opbygge relationer med kunder og samarbejdspartnere.

Tilpasning af produkter og tjenester:

Virksomheder bør overveje at tilpasse deres produkter eller tjenester for at imødekomme specifikke behov og præferencer på det tyske marked. Dette kan omfatte sproglig tilpasning, produkttilpasning eller tilpasning til lokale standarder og regler.



*Et godt
samarbejde*

Implementeringen *Iværksætter Tyskland*

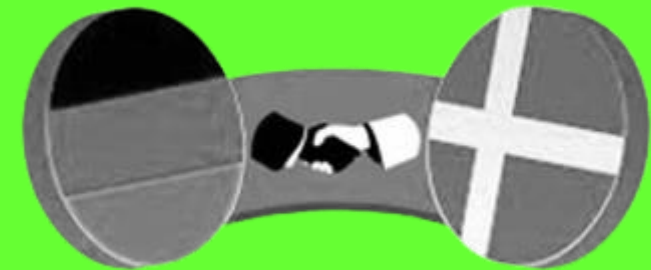
Hvad skal danske virksomheder på det tyske marked?

Forståelse af forretningsmiljøet:

Det tyske forretningsmiljø kan variere afhængigt af sektor og region. For at lykkes bør danske virksomheder forstå de specifikke udfordringer og muligheder inden for deres branche på det tyske marked.

Digital tilstedeværelse:

I en stadig mere digital verden er en stærk online tilstedeværelse afgørende. Dette omfatter en velfungerende hjemmeside, effektiv brug af sociale medier og digitale markedsføringsstrategier for at nå målgruppen i Tyskland.



*Et godt
samarbejde*

Implementeringen *Iværksætter Tyskland*

Hvad skal danske virksomheder på det tyske marked?

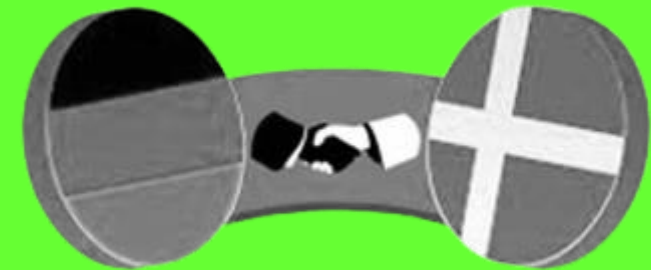
Juridiske og skattemæssige forhold:

Det er vigtigt at have en klar forståelse af de juridiske og skattemæssige krav for virksomheder i Tyskland. Dette kan omfatte skatteforpligtelser, arbejdsretlige regler og andre forretningsmæssige bestemmelser.

Opbygning af netværk:

At etablere relationer og opbygge et netværk i det tyske forretningsmiljø er afgørende. Dette kan gøres gennem deltagelse i brancheevents, samarbejde med lokale virksomheder og deltage i handelskamre og organisationer.

Samlet set kræver succes på det tyske marked en kombination af omfattende forberedelse, tilpasning og lokal indsigt. En grundig og strategisk tilgang vil øge sandsynligheden for, at danske virksomheder kan trives på det tyske marked.



*Et godt
samarbejde*

Implementeringen *Iværksætter Tyskland*

Hvorfor seer danske virksomheder ikke muligheder på det tyske marked?

Selvom mange danske virksomheder kan trække fordel af det tyske marked, er der forskellige grunde til, at nogle måske ikke ser eller forfølger disse muligheder:

Mangel på ressourcer:

Nogle virksomheder kan mangler de nødvendige ressourcer, både økonomisk og personalemæssigt, til at udforske og udvide til det tyske marked. At gå ind på et nyt marked kræver ofte investeringer i markedsundersøgelser, markedsføring, og i nogle tilfælde, fysisk tilstedeværelse.

Manglende kendskab til det tyske marked:

Nogle virksomheder kan mangle tilstrækkelig viden om det tyske marked, herunder forståelse af kulturelle forskelle, lovgivning, og forretningspraksis. Dette kan være en barriere for at se og udnytte de muligheder, der er tilgængelige.



Implementeringen *Iværksætter Tyskland*

Hvorfor seer danske virksomheder ikke muligheder på det tyske marked?

Overvurdering af kompleksiteten:

Udfordringer som sprogbARRIERER, forskellige forretningskulturer og juridiske krav kan virke overvældende for nogle virksomheder. Dette kan føre til en undervurdering af, hvor gennemførligt det er at operere på det tyske marked.

Fokus på eksisterende markeder:

Nogle virksomheder kan være tilfredse med deres præstationer på eksisterende markeder og har muligvis ikke ressourcer eller motivation til at tage skridtet ind på nye markeder, inklusive det tyske.



Implementeringen *Iværksætter Tyskland*

Hvorfor seer danske virksomheder ikke muligheder på det tyske marked?

Mangel på differentiering eller relevans:

Virksomheder kan mangle en klart defineret differentieringsstrategi eller finde det udfordrende at tilpasse deres produkter eller tjenester til det tyske marked. Hvis der ikke er en tydelig forståelse af, hvordan virksomheden kan tilbyde værdi i Tyskland, kan det begrænse motivationen for at udforske markedet.



Implementeringen *Iværksætter Tyskland*

Hvorfor seer danske virksomheder ikke muligheder på det tyske marked?

Risikoforsigtighed:

Nogle virksomheder kan være forsigtige med at tage risici, især når det drejer sig om at udvide til nye markeder. Usikkerhed og potentielle risici, såsom ændringer i lovgivningen eller politiske forhold, kan være afskrækkende faktorer.

For at overvinde disse udfordringer bør virksomheder nøje evaluere deres ressourcer, udføre omfattende markedsanalyser, og udvikle en velovervejet strategi. Det kan også være gavnligt at søge rådgivning fra eksperter inden for international handel og at etablere partnerskaber med lokale aktører for at mindske barriererne for indtræden på det tyske marked.



KORT & PRÆCIS

Din Iværksætter Tyskland Forløb

Opnåelse af din egen personlige **TOPFORM** kræver,

- at du har gennemført de seks påkrævede moduler inden for 7 Step Stones Iværksætter Tyskland
- at du kan reflektere over dine egne coachingforløb igennem vores Whats app Tool
- at du har deltaget aktivt i de planlagte online coachsessioner over Zoom
- at du deltager aktiv i de planlagte opgaver som du får tilsendt

Du får **meget mere...**

- KLARHED om DIG SELV og hvad du kan og vil på det tyske marked
- BEVIDSTHED om DIG SELV – hvad er muligheder
- SELVTILLID & GENEMSLÅKRAFT overfor tyske virksomheder eller kunder
- FLOW – TILSTAND på det tyske marked**
- ARBEJDSGLÆDE
- ENERGI, som giver dig overskud og automatisk tiltrækker andre mennesker på det tyske marked.



Motivation *Iværksætter Tyskland* *Den Værdifokuserede Forretningsfilosofi*

Hvad er tillid?

Professor Gert Tinggaard Svendsen forsker i social kapital og tillid. Er der fx en sammenhæng mellem danskernes gensidige tillid og vores status som et af de rigeste lande?



Kilde: Gert Tinggaard Svendsen, Aarhus Universitet



Tillid



80% Sverige
Norge



77% Danmark



40% Tyskland



35% USA



Mistillid

Tak for din opmærksomhed

det handler om dig...



Kontakt:

Stephan Sax

Life & Businesscoach,
PLD Super Visor

Personlighedsudvikling

Mail:

svs@stephan-sax.com

Mobil:

+45 93 84 0127

Homepage:

www.stephan-sax.com

Stephan Sax Coaching ApS

CVR:43237772 / Stephan Sax; Christian 4 Vej 30; DK - 6000 Kolding