

MODUS	BESCHREIBUNG	VOR- UND NACHTEILE
Tochtergesellschaft	Eigenständige/s juristische Person/Unternehmen am Zielmarkt, das wirtschaftlich zur Muttergesellschaft gehört. Eine Tochtergesellschaft ist die größte mögliche Investition und kann ugs. auch eine Produktions-, Vertriebs- oder Servicegesellschaft sein.	<ul style="list-style-type: none"> ⊕ größtmögliche Steuerung der Geschäftsprozesse, Nähe zu Markt & Kunden, uU. hohe Gewinnabschöpfung ⊖ hohe Investitionen & Risiko (uU. Eigenkapital für Gründung, Buchhaltung, Personalkosten)
Selbstständige Niederlassung	Zweigniederlassungen sind vom Hauptsitz des Unternehmens räumlich getrennte Einheiten, die aber selbstständig am Geschäftsverkehr teilnehmen. Sie stellen jedoch keine eigene juristische Person dar und werden ugs. teilweise als Produktionsbetriebe bezeichnet.	<ul style="list-style-type: none"> ⊕ geringeres Risiko und weniger zeit- u. kostenintensiv als Aufbau einer Tochtergesellschaft ⊖ eingeschränkter Handlungsspielraum durch Abhängigkeit von Hauptniederlassung
Unselbstständige Niederlassung	Je nach Rechtslage meist unselbstständige Einheiten wie zB Repräsentanzen, Filialen bzw. Zweigstellen und Vertriebsbüros sind vollständig von der Hauptniederlassung abhängig und werden meist zum Zweck der Geschäftsanbahnung, Kundenakquise und Promotionzwecken gegründet.	<ul style="list-style-type: none"> ⊕ meist nicht steuerpflichtig, geschäftsfähig, kostengünstig, rasche Markt- und Kundennähe ⊖ meist keine eigene Rechtspersönlichkeit, eingeschränkte Geschäftstätigkeit zB. beim Fakturieren oder Vorsteuerabzug
Joint Venture	Bei dieser Kooperationsform gründet ein österreichisches Unternehmen mit einem ausländischen Partner ein neues, eigenständiges Unternehmen (am Zielmarkt). Achtung! : Bitte überprüfen Sie Ihre Partner genau!	<ul style="list-style-type: none"> ⊕ ((finanzielles) Risiko wird zwischen den Partnern aufgeteilt, Mehrwert für beide Seiten durch Know How Austausch ⊖ ev. unterschiedliche Interessen der Partner, Partner als möglicher, künftiger Konkurrent, aufwendige Vertragsgestaltung
Franchising	Ein Franchisegeber (Franchisor) überträgt einem Franchisenehmer (Franchisee) gegen Bezahlung das Recht das jeweilige Unternehmenskonzept zu nutzen. Dies ist meist mit konkreten Vorgaben zB hinsichtlich Design, geographisches Gebiet etc., verbunden.	<ul style="list-style-type: none"> ⊕ globales Image - positive Wiedererkennungseffekte ⊖ Abhängigkeit von Qualität jedes Franchisees, ev. unterschiedliche Interessen von Franchisor und Franchisee
Lizenzvergabe	Ein Lizenzgeber überträgt immaterielle Nutzungsrechte (Know How) gegen eine Lizenzgebühr an einen Lizenznehmer im Zielmarkt. Dieser erhält das Recht zur Produktion und Vertrieb in diesem oder mehreren Zielmärkten. Achtung auf: Lizenzumfang, Lizenzgebiet, Lizenzgebühren, Rechte und Pflichten der Parteien (iHa Schutzrechte) etc. - Bitte lassen Sie in jedem Fall von einem (Fach-) Rechtsanwalt beraten!	<ul style="list-style-type: none"> ⊕ geringe Ressourcenbindung (finanziell, personell), keine Transportkosten ⊖ rechtliche Rahmenbedingungen am Zielmarkt als potentielles Risiko, Lizenznehmer wird ev. zum Konkurrenten, oftmals lange Vertragslaufzeiten
Dienstleistungsexport	Beachten Sie bei der Erbringung von Dienstleistungen im Ausland neben Visaformalitäten auch Themen wie Aufenthalt, Arbeitsgenehmigungen, Haftungen, Mindestlohn, lokale Berufsvertretungen (und ev. nötiger Beitritt), Betriebsstättenproblematik, Umsatzsteuer und Co. Tipp: Lesen Sie HIER mehr.	
direkter Export	Sie verkaufen Ihre Produkte direkt an Ihre Endkunden, Großhändler/ Einzelhändler bzw. stehen in direktem Kontakt mit Distributoren, Importeuren und Handelsvertretern. Achtung! : Der Ausgleichsanspruch, nach Beendigung des Vertragsverhältnisses, ist oft nicht gültig „wegverhandelbar“. Lesen Sie HIER mehr.	<ul style="list-style-type: none"> ⊕ geringe Kosten & Risiko, Marktanalyse- u. Bearbeitung kaum nötig, Diversifizierung der Abnehmer ⊖ kaum Kontrolle der Marktbearbeitung, mangelnde Möglichkeit der Positionierung und Aufbau eines Unternehmensimages (CI)
(indirekter) Export	Als Produzent sind Sie selbst nicht aktiv im Ausland tätig. Sie liefern Ihren heimischen Partnern zu, die Ihre Produkte „mit ins Ausland nehmen“.	Dogmatisch bezeichnet man als „indirekten Export“ auch ständige Lieferungen an denselben oder wenige (zB. deutsche) Auftraggeber und deren Niederlassungen rund um den Erdball.