Tribünen für den Karneval

SÜDAMERIKA-MARKT ERSCHLOSSEN

Fasttrib heißt das von Metallbau Heidenbauer & Blaha entwickelte mobile, flexible Tribünensystem für Open Airs und die Kapazitätserweiterung von Stadien. Südamerika wurde wegen zahlreicher Outdoor-Events – von Karneval bis Public Viewing zur Fußball-WM 2014 in Brasilien – als attraktiver Exportmarkt identifiziert. Crossglobo-Exportberater Heinz Koderhold (Bild l.; ganz rechts mit Handelsdelegiertem I. Lochschmidt und Ehepaar Blaha bei der Messe Expo-Estadio in Brasilien) machte den Erstexporteur intern fit und sondierte den Markt. So fand der Metallbauer bereits einen brasilianischen Kooperationspartner für die Endfertigung vor Ort.

Beratung zum Export-Erfolg

Starke Zuwächse bei den Exporten sind wichtiger Träger des Konjunkturaufschwungs. FORMAT zeigt anhand von Fallbeispielen, wie Exportberater heimische Unternehmen bei der Markterschließung im Ausland unterstützen.

Wenn Holzfäller in den Wäldern von Oregon anstelle einer Baggerschaufel blitzschnell ein spezielles Gerät zum Greifen von Baumstämmen montieren, wenn sich im brasilianischen Karneval Tausende von Zuschauern dicht auf den temporär errichteten Stahlrohrtribünen drängen, um Blicke auf barbusige Sambatänzerinnen zu erhaschen oder wenn frierende Russen im Moskauer Winter kleine Mengen hochprozentigen Alkohols in ihren heißen Tee gießen – dann ist es gut möglich, dass österreichische Unternehmen ihre Finger mit im Spiel haben.

Österreichs Unternehmen exportierten im Vorjahr Waren im Wert von fast 110 Milliarden Euro ins Ausland und schafften damit nach Rückgängen in den Krisenjahren eine eindrucksvolle Wende. Heuer erwartet WKO-Präsident Christoph Leitl weitere Zuwächse, möglicherweise sogar über den 2008 erzielten Rekord von 117 Milliarden Euro hinaus. Zu diesen Erfolgen tragen unter anderem bei: ein vom Vorarlberger Erzeuger Josef Martin entwickeltes Schnellverschlusssystem zum Tausch von Baggerschaufeln, das in den USA großen Anklang findet, ein flexibles Stahlrohrtribünensystem, mit dem das Metallbauunternehmen Heidenbauer & Blaha aus Wiener Neudorf den Markt in Südamerika beliefert, und der Verkauf der heimischen Spirituosen-Spezialität Stroh an sonst eher wodkaaffine Konsumenten hochprozentiger Getränke in Russland.

Neben ihrem positiven Beitrag zur Außenhandelsstatistik haben diese drei Exporteure und die übrigen hier präsentierten

Baggern im Wilden Westen

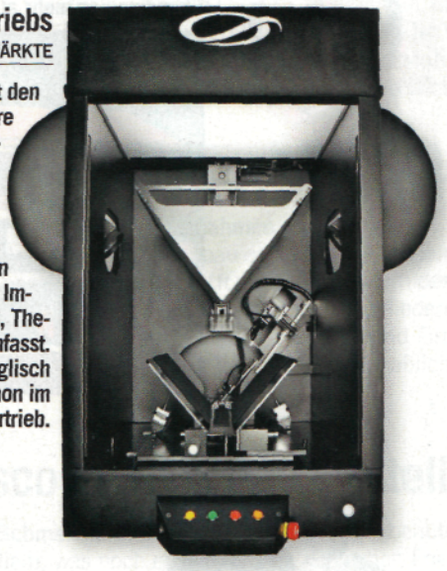
SYSTEM FÜR SCHNELLEN TAUSCH VON BAGGERSCHAUFELN IN DIE USA EXPORTIERT

Ein von der Firma Josef Martin in Braz entwickelter Schnellwechselverschluss ermöglicht, den Zeitaufwand für den Tausch von Baggerschaufeln von einer Stunde auf 30 Sekunden zu reduzieren. Um mit dem in Europa etablierten System auch in den USA Fuß zu fassen, wurde Unternehmensberater Christian Putzer (l.), CPM Consulting, mit der Marktforschung und der Suche nach Vertriebspartnern an der Ost- und Westküste beauftragt. Der „externe Vertriebler" erfüllte nicht nur diese Aufgaben, er gab auch den Anstoß zur Entwicklung von Zusatzprodukten für den US-Markt, etwa ein „Daumen" zum Erfassen sperriger Gegenstände wie Baumstämme. Mit den „Martin-Attachments" machen die Vertriebspartner heute Umsätze im siebenstelligen Bereich. Die in der US-Krise rückläufige Auftragslage hat sich mittlerweile auch wieder gebessert.

Neuaufbau des Europa-Vertriebs

MIT UMBLÄTTERHILFE AUF AUSLANDSMÄRKTE

Dass eine clevere Produktidee noch nicht den Markterfolg garantiert, musste die Firma Qicare mit ihrem Umblättergerät für Oberkörperbehinderte (r.) feststellen. Ein Exklusivpartner für den Europa-Vertrieb agierte viel zu lasch. So entwickelte die Geschäftsführung mit Beraterin Elisabeth Pohl (u.) ein neues Vertriebskonzept: erfahrene Vertriebspartner in jedem einzelnen Land und der Aufbau eines CRM-Systems, das Importeure, Ärzte, Medizingroß- und -einzelhandel, Therapeuten, Krankenhäuser sowie Reha-Center umfasst. Diese werden durch einen Newsletter auf Englisch und Deutsch informiert. Zwischenergebnis: schon im ersten Jahr bessere Zahlen als mit Exklusivvertrieb.



Kabelverbindung in die USA

US-VERTRIEBSPARTNER FÜR TRIDONIC GEFUNDEN

Die Innsbrucker Tridonic connection technology produziert und vertreibt Verbindungstechnologien für den Beleuchtungs-, Hausgeräte- und Installationstechnikbereich. Die Suche nach einem US-Vertriebspartner erwies sich wegen einer dort üblichen anderen Kabelverbindungstechnologie als schwierig. Der Vorarlberger Exportberater Hans Jürgen Gmeiner (oben l.) wurde mit der Vor-Ort-Recherche betraut. Er erkannte als zielführend, zuerst mit der Association of Home Appliance Manufacturers Gespräche zu führen und sich von diesem Verband Partner empfehlen zu lassen. So öffneten sich Türen zu jenem Partner, mit dem Geschäftsführer Walter Mittermüller (r.) bis heute erfolgreich arbeitet.

Fallbeispiele (siehe Kästen) eine weitere Gemeinsamkeit: Sie haben den Schritt auf die Auslandsmärkte nicht auf eigene Faust gewagt, sondern sich professionelle Unterstützung bei Exportberatern geholt.

Externe Export-Expertise. Gerade kleinere und mittelgroße Unternehmen, die zwar über clevere, marktfähige Produkte, jedoch nicht über die Ressourcen zum Aufbau eines Auslandsvertriebs verfügen, profitieren von der Expertise der externen Export-Experten. „Der Pool der akkreditierten Exportberater zählt bereits über 100 Mitglieder", so Alfons Helmel, Geschäftsführer der incite-Akademie, die im Auftrag der WKO-Außenwirtschaftsorganisation die Lehrgänge und Akkreditierungen durchführt. Der Großteil dieser Exportberater sind Unternehmensberater, die mit dem zusätzlichen Spezialwissen über Auslandsmärkte und ihre Bearbei- >>

„Berater erleichtern KMUs die schwierigen ersten Schritte auf ausländischen Märkten."

Alfred Harl
Fachverband UBIT

„Exportberaterlehrgang ist eine ideale Weiterbildung für Berater und Führungskräfte."

Alfons Helmel
GF incite

>> tung ihr Klientenspektrum erweitern. „Unsere Unternehmens- und IT-Berater erzielen selbst schon 20 Prozent ihrer Umsätze im Ausland. Sie sind daher ideale Partner für KMUs, die den Schritt ins Ausland noch vor sich haben", ist Alfred Harl, Obmann des Fachverbands Unternehmens- und IT-Berater (UBIT), überzeugt.

„Ich hatte zwar Erfahrung mit Export, aber systematisch einen ausländischen Markt aufgebaut hatten wir dahin nicht", berichtet Friedrich Schöls, Geschäftsführer von Geoplast, über sein Motiv, beim Auslandsvertrieb eines innovativen Pellets-Lagersystems auf professionelle Beratung zu setzen. Berater Martin Taucher durchleuchtete die Geschäftsprozesse, um die Möglichkeiten realistisch einzuschätzen. „Der Berater hat eine maximale betriebsverträgliche Absatzobergrenze empfohlen. Seine Meinung war, man soll nicht mehr verkaufen, als man im Fall des Falles auch servicieren kann. Lieber auf schnelles Geld verzichten und dafür seriös langfristig Kunden gewinnen", erinnert sich Schöls. Er folgte der Empfehlung – und verkauft sein Lagersystem heute erfolgreich von Spanien bis Skandinavien.

– MICHAEL SCHMID

Stroh im Land des Wodkas

HEIMISCHE SPIRITUOSE FÜR TRINKFESTE RUSSEN

Ausgerechnet die Hochburg des Wodkas wählte Harold Burstein (r.), Markeneigentümer der Spirituosen-Spezialität Stroh, als Expansionsziel: Russland. Mit Helmut Durinkowitz' Beratungsunternehmen Idee Consulting zog er einen Consulter bei, der bereits eine Reihe von Unternehmen nach Osten begleitet hat. Dessen Methodik: Entscheidungsträger identifizieren und persönliche Termine inklusive Verkostung vereinbaren. Stroh kam dabei gut an, vor der ersten Lieferung war aber noch die Hürde der Zertifizierung zu nehmen. Sechs Monate nach dem Erstkontakt fand sich die erste Tranche Stroh im „Gastronom", Moskaus Gourmet-Pendant zum „Meinl am Graben" in Wien.

Pellets am richtigen Platz

DER WEG VON GEOPLAST ZUM MARKTFÜHRER BEI PELLETS-LAGERUNG

Die Firma Geoplast aus Theresienfeld entwickelte ein innovatives Lagersystem für Pellets. Doch erst eine strukturierte, systematische Analyse der Geschäftsprozesse und Anforderungen durch Exportberater Martin Taucher (l. unten) schuf die Voraussetzungen, um damit zum Markt- und Technologieführer in Europa aufzusteigen. Um die Servicequalität zu gewährleisten, beschränkte sich Geoplast zunächst auf einen Radius von 500 Kilometern, dann wurden stufenweise entferntere Länder erschlossen. Heute erwirtschaften Geschäftsführer Friedrich Schöls (l. oben) und seine 40 Mitarbeiter von Spanien bis Skandinavien mehr als vier Millionen Euro Jahresumsatz.

Kornspitz für die Welt

EU-MITTEL FÜR TSCHECHIEN-PROJEKT

Als Erfinder des Kornspitzes, von dem täglich 4,5 Millionen Stück in 65 Ländern gegessen werden, und in über 80 Ländern tätiger Backgrundstoffhersteller, verfügt Backaldrin über internationale Erfahrung. Bei der Errichtung eines Backdienstleistungszentrums im tschechischen Kladno, das nach dem Vorbild des „Hauses des Brotes" am Firmensitz in Asten Vertriebs-, Kompetenz- und Schulungszentrum sein sollte, bediente sich Eigentümer Peter Augendoppler (l.) dennoch der Hilfe des Beraters Manfred Stallinger (o.) von ecc Ecocare. Ihm gelang es, den EU-Strukturfonds und staatliche tschechische Mittel anzuzapfen, die nicht weniger als 46 Prozent finanzierten.