

Auf ein Wort: **EXPORT**

INTERVIEW-REIHE



In der Interviewreihe über erfolgreiche Internationalisierungen berichtet jeden Monat ein Unternehmen über seine Erfahrungen bei den ersten Schritten ins Exportgeschäft.

In dieser Ausgabe:

Stefan Wittek

Geschäftsführer der
B.T. innovation GmbH

Foto: alesmunt - stock.adobe.com

Auf welche Produkte und Märkte hat sich Ihr Unternehmen spezialisiert?

Die B.T. innovation GmbH wurde 1991 von Felix von Limburg als regionales Handelsunternehmen für Bau-Spezialartikel gegründet. Im Laufe der Jahre haben wir uns zu einem international anerkannten Unternehmen entwickelt, das die Betonfertigteilindustrie mit innovativen Lösungen versorgt. Dabei waren insbesondere selbstentwickelte, patentierte Produkte im Bereich von Magnet & Schalung sowie der Verbindungstechnologie entscheidend.

Was war bei der Internationalisierung Ihres Unternehmens besonders hilfreich?

Ein Verständnis für lokale Märkte zu entwickeln, um dort mit dem richtigen Partner und marktgerechten Produkten einzutreten. Aufgrund unseres breiten Produktportfolios ließen sich mit Hilfe der IHK auch auf Auslandsmärkten gute Absatzchancen identifizieren. Für den Warenversand außerhalb der EU ist es enorm wichtig, Fehler bei der Zollabwicklung bzw. in der Erstellung der Begleitdokumente zu vermeiden. Ein regelmäßiges Update des notwendigen Fachwissens durch Schulungen der IHK ist auf jeden Fall empfehlenswert.

Welche Anforderungen werden an die internationale Verkaufsstrategie des Unternehmens gestellt?

Neben der Übersetzung von Produktdatenblättern in international gängige Sprachen und der Prüfung, ob eine europäische Produktzulassung für das »Inverkehrbringen« auf dem jeweiligen Markt ausreichend ist, müssen gerade bei erklärungsbedürftigen technischen Produkten die lokalen Partner geschult werden und ein entsprechender Know-how-Transfer gewährleistet sein. Zusätzlich muss man sich Gedanken über eine Absicherung von Währungsrisiken sowie von Ausfallrisiken bei größeren Lieferungen machen.

Wie beeinflusst das internationale Arbeiten den Firmenalltag?

Fremdsprachenkenntnisse sind das A und O für das internationale Geschäft, und natürlich benötigt man engagierte Mitarbeiter, die auch bereit sind, für Kundenbesuche oder Messebeteiligungen längere Auslandsreisen auf sich zu nehmen. Hinzu kommt eine flexible Arbeitszeit, damit Kunden in den unterschiedlichen Zeitzonen direkt betreut werden können. Wir beschäftigen Mitarbeiter unterschiedlicher Nationalitäten und haben hier in Magdeburg schon Besucher aus der ganzen Welt empfangen. Auf diese Weise leisten wir einen kleinen Beitrag zum besseren Verständnis der Kulturen untereinander.

Im internationalen Geschäft muss man ...

... mit marktgerechten Produkten, die anschaulich präsentiert werden, überzeugen und sich immer wieder vor Augen führen, dass niemand »auf uns gewartet hat«. Das heißt, man sollte sich mit dem gleichen Engagement um seine internationalen Kunden bemühen, wie um die Einheimischen und gleichzeitig die notwendige Geduld mitbringen, um neben der geschäftlichen, auch eine interkulturelle Beziehung aufzubauen.



Foto: B.T. innovation GmbH

»Fremdsprachenkenntnisse sind das A und O für das internationale Geschäft, und natürlich benötigt man engagierte Mitarbeiter, die bereit sind, längere Auslandsreisen auf sich zu nehmen.«

Stefan Wittek
Geschäftsführer
der B.T. innovation GmbH

