

MITTELSTAND IM BLICKPUNKT

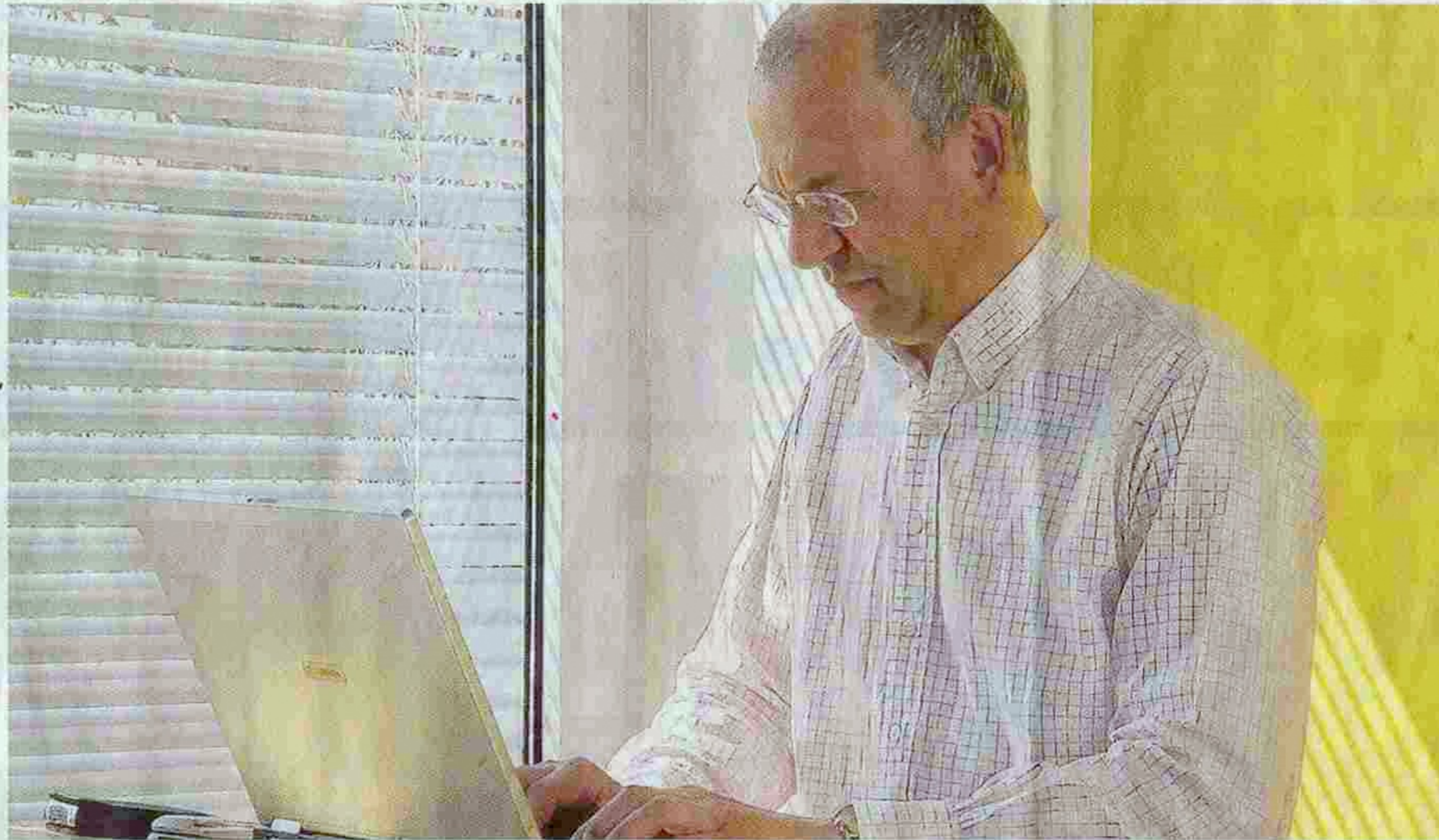
Made in Bavaria – grenzenlos erfolgreich

Es sind nicht nur die ganz großen Namen, die den Weltmarkt erobern. Immer mehr Kleinere wagen den Schritt über die Landesgrenzen hinaus und haben Erfolg. Der Mittelstand profitiert vom Exportboom.

VON STEFANIE BACKS

München/Freising – Die Rechnung liest sich gut: Deutschland war im vergangenen Jahr wieder Exportweltmeister und würde man Bayern als eigenen Staat betrachten, läge er weltweit unter den Top 20 der Exportländer, gleich hinter Spanien (Platz 17) und Saudi-Arabien (Platz 18). Mit rund 140 Milliarden Euro haben die bayerischen Exporte 2006 ein Rekordhoch erreicht – „und dies zum dreizehnten Mal in Folge“, wie Rainer Beeck, Vorsitzender des IHK-Gremiums Erding-Freising der Industrie- und Handelskammer (IHK), betont. „Made in Bavaria“ sei im Ausland gefragt wie noch nie.

Nach Hochrechnungen der IHK gibt es in Oberbayern etwa 30 000 Betriebe, die über die Landesgrenzen hinweg arbeiten. Darunter die Münchner Software-Firma Singhammer IT Consulting AG. Die ersten Schritte auf



Josef Böck hat mit seiner Software-Firma große Ziele. Jedes Jahr will er in drei neuen Ländern Fuß fassen.

den internationalen Markt wagte Vorstand Josef Böck vor knapp sieben Jahren.

Seine Firma stellt als Microsoft-Partner Software her, die sie an IT- und Hightech-Unternehmen verkauft und dabei nach speziellen Wünschen und Anforderungen optimiert. „Damals haben wir uns für den indirekten Weg über mittelständische Partner entschieden“, erzählt der

47-Jährige. Und das sei im Nachhinein gesehen die richtige Lösung gewesen.

Ganz systematisch habe man sich so ein Netzwerk aufgebaut – mittlerweile über acht Länder hinweg, darunter Norwegen, Italien, Belgien und Tschechien. Auch mit Ungarn und den USA würden bereits Gespräche laufen. „Wir haben uns als Ziel gesetzt jedes Jahr drei Länder

mehr zu gewinnen“, sagt Böck, der inzwischen 26 Mitarbeiter beschäftigt und einen Umsatz von rund 3,1 Millionen Euro macht.

Anfangs stellen sich für expansionsfreudige Unternehmer immer die gleichen Fragen, weiß Manfred Größl, Außenwirtschaftsexperte der IHK. Wie finde ich einen geeigneten Partner? Kann ich den Angaben auf der Visiten-

Karte trauen? Passt mein Produkt überhaupt zum dortigen Markt? – das seien laut Größl grundlegende Probleme, weswegen die IHK zusammen mit der Handwerkskammer eine groß angelegte Informationskampagne startet (siehe *Kasten*).

Stolperfallen kennt auch Josef Böck, Vorstand der Singhammer IT Consulting, zur Genüge. Ein grundlegen-

der Fehler sei es zu glauben, dass das, was der andere sagt, genau das ist, was er auch meint. „Wir denken alle, wir würden in Europa alle ähnlich ticken“, sagt Böck, doch es gebe riesige Unterschiede zwischen den einzelnen Ländern. Bei der Sprache könne man sich noch auf ein „Business-Esperanto“ inklusive Körpersprache einigen, aber die kulturellen Unterschiede bleiben.

Böcks Parade-Beispiel ist Österreich, da sei er lange nicht vorangekommen, bis ihm jemand erklärt hat, wie man sich Geschäfts-Partnern in der Alpenrepublik gegenüber verhalten muss. „Die erste Frage heißt immer: ‚Wer schickt Sie?‘“, so Böck. Referenzen seien daher immens wichtig. Auch als typisch deutscher Besserwisser dürfe man auf keinen Fall auftreten. „Ich habe das alles in der Praxis gelernt“, sagt Böck, Neueinsteigern würde er dringend raten, Trainings-Programme zu nutzen und sich vorzubereiten.

Neue Serie

Der Mittelstand ist das Rückgrat unserer Wirtschaft. Deshalb hat unsere Zeitung eine neue Serie unter dem Titel „Mittelstand im Blickpunkt“ gestartet.

Die Serie im Internet:
www.merkur-online.de/mittelstand