

Internationalisierung

Digitalisierung

Finanzen

Nachfolge

Interview mit Dr. Jürgen Friedrich (GTAI)

„Ein Blick ins Ausland kann sich für viele KMU lohnen“

Interviewserie: Zuhause in der Region – erfolgreich im Ausland

27. März 2019

„Ein Blick ins Ausland kann sich für viele KMU lohnen“

Interviewserie: Zuhause in der Region – erfolgreich im Ausland

Hintergrund: Obwohl immer mehr kleine und mittlere Unternehmen Umsätze im Ausland erwirtschaften, existiert noch viel ungenutztes Potential. Aber in welchen Branchen ist eine Internationalisierung eigentlich sinnvoll? Und wer unterstützt KMU bei den ersten Planungsschritten für ein Auslandsgeschäft? Der oberste Wirtschaftsförderer der Bundesrepublik, Dr. Jürgen Friedrich, erläutert im Gespräch mit dem DMB, worauf KMU bei der Internationalisierung achten sollten.

DMB: Sehr geehrter Herr Dr. Friedrich, in welchen Branchen der deutschen Wirtschaft sehen Sie in den kommenden Jahren das größte Potential für die erfolgreiche Internationalisierung von KMU?

Dr. Friedrich: Laut Zahlen der Vereinten Nationen lebt bereits heute mehr als die Hälfte der Bevölkerung in Städten – Tendenz steigend. Die Urbanisierung bringt erhebliche Herausforderungen mit sich, aber auch große Chancen für deutsche Firmen, wie z. B. in den Bereichen Mobilität, Energie, einer energieeffizienten und nachhaltigen Bauwirtschaft oder Abwasser- und Müllentsorgung. Eine weitere aussichtsreiche Branche für deutsche KMU ist die Gesundheitswirtschaft: Die globalen Gesundheitsausgaben sollen 2020 rund 8,7 Billionen US-Dollar erreichen.

Etwa jeder fünfte deutsche Mittelständler erzielt inzwischen Umsätze im Ausland. Wie kann der Internationalisierungsgrad von KMU effektiv weiter ausgebaut werden?

In Zeiten von Protektionismus und Abschottung ist es mehr denn je erforderlich, sich nach neuen, alternativen Absatzmärkten umzuschauen. Ein Blick ins Ausland kann sich für viele KMU lohnen. Und das gilt nicht nur für das produzierende Gewerbe, sondern auch für Dienstleistungsunternehmen und das Handwerk. In Deutschland können Unternehmen bereits auf eine Vielzahl von Unterstützungsmaßnahmen und Informationen für das Auslandsgeschäft zurückgreifen. Und wer in schwierige und risikoreiche Märkte liefert, kann sich zudem über eine Exportkreditversicherung absichern.

Gibt es ein idealtypisches Vorgehen, wenn Unternehmen noch ganz am Anfang ihrer Internationalisierungsstrategie stehen?

¹ Dr. Jürgen Friedrich ist Geschäftsführer von [Germany Trade & Invest](#) (GTAI), der Wirtschaftsförderungsgesellschaft der Bundesrepublik Deutschland. Die GTAI informiert deutsche Unternehmen über Auslandsmärkte, wirbt für den Wirtschafts- und Technologiestandort Deutschland und begleitet ausländische Unternehmen bei der Ansiedlung in Deutschland.

Den Königsweg gibt es sicher nicht, aber wir hatten kürzlich in unserem Kundenmagazin „Markets International“ ein Spezial mit dem Titel „Fit für den Weltmarkt“. Für den Aufbau eines Auslandsgeschäfts gibt es sechs Phasen: In den Phasen 1 und 2 werden Informationen gesammelt und der Markt vor Ort wird mit einer ersten Reise erkundet – auf eigene Faust, durch den Besuch von Messen oder mit der Unterstützung einer Auslandshandelskammer (AHK) vor Ort. In den Phasen 3 und 4 kommt es zu ersten Geschäftsanbahnungen sowie infolgedessen im besten Fall zum Export erster Produkte. Die Phasen 5 und 6 sind dann optional: Falls der Markt viel Potential bietet, lohnt sich eventuell die Eröffnung eines Vertriebsbüros und im finalen Schritt sogar eine Fabrikeröffnung im Land.

Was sind die wichtigsten Voraussetzungen für deutsche KMU, um international erfolgreich zu sein?

Ich würde ohne Zweifel sagen: Nur wer gut vorbereitet ist, kann im Ausland auch erfolgreich sein. Stets auf dem Laufenden bleiben und ein reger Austausch mit anderen Unternehmen, die möglicherweise schon wertvolle Erfahrungen sammeln konnten, sind das A und O. Vor Ort gilt es, sich an die landestypischen Gegebenheiten so gut es geht anzupassen und wenn möglich ebenfalls ein Kontaktnetzwerk aufzubauen oder von bestehenden Netzwerken (z. B. AHKs oder Botschaft im Land) zu profitieren.

Was sind gute Informations- und Beratungsangebote, die KMU bei der Planung einer Internationalisierungsstrategie unbedingt nutzen sollten?

Ob allgemeine Wirtschaftsdaten, Branchenanalysen, Informationen zu Zoll und Recht oder internationale Ausschreibungen: KMU können sich in unserer Datenbank (www.gtai.de/weltkarte) mit wenigen Klicks kostenfrei über die Wirtschaft von mehr als 125 Ländern informieren. Ferner sind unsere Partner, allen voran das Kammernetzwerk, bestehend aus den IHKs, AHKs und den Handwerkskammern, ebenfalls sehr fachkundige und empfehlenswerte Ansprechpartner. Und wie bereits erwähnt: Der Besuch einer Messe vor Ort kann zu wertvollen Erkenntnissen führen und bei der Entscheidung über ein mögliches Engagement im Ausland helfen.

Herr Dr. Friedrich, wir bedanken uns für das Gespräch.