

Fit für den Export

Die 7 W des Exports

- WAS: Welche Produkte/welche Dienstleistungen sollen abgesetzt werden?
- WOHIN: Auf welchen Auslandsmärkten sollen Ihre Produkte abgesetzt werden?
- WEM: An welche Kunden soll verkauft werden und wie finde ich sie?
- WOMIT: Mit welchen Ressourcen (Finanzmittel, Mitarbeiter) soll der Export getätigt werden?
- WIE: Welcher Vertriebsweg soll gewählt werden?
- WANN: Innerhalb welcher Zeit soll das Exportziel erreicht werden?
- WIEVIEL: Welches Volumen soll abgesetzt werden?

Auslandsgeschäft - Inlandsgeschäft

Das Auslandsgeschäft ist zweifellos schwieriger und riskanter als das Inlandsgeschäft. Für die Bearbeitung eines oder mehrerer Auslandsmärkte sind daher sorgfältige Planung und strategische Vorgangsweise unumgänglich. Dies ist zwar auch im Inlandsgeschäft grundsätzlich nötig, doch genügen hier oft die Intuition und das Gespür des Unternehmers. Im Ausland aber geht das nicht, denn bei der größeren Anzahl unbekannter Parameter und der Komplexität fremder Märkte findet man mit unternehmerischer Intuition nicht mehr das Auslangen: Richtiges Exportmarketing erfordert professionelles Vorgehen!

Doch bedenken Sie: Im Inland müssen Sie sich allein durchkämpfen, für das Auslands-geschäft aber haben Sie eine ganze Reihe von Helfern und Beratern zur Ihrer Verfügung. Die Exportförderung in Österreich durch die Wirtschaftskammern ist hoch effizient und breit gefächert: Sie steht Ihnen von den ersten Schritten bis zur erfolgreichen Geschäftsabwicklung hilfreich zur Seite!

Ab und zu die Perspektiven wechseln

Vor Aufnahme der Exportaktivitäten sollten Sie jedes der 7 W im Hinblick auf die Prozesse in Ihrem Unternehmen durchdenken. Betrachten Sie die Abläufe – von der Angebotslegung über die Vertragsverhandlungen bis zum Auftragseingang, dem Versand, der Zahlungsabwicklung und der Nachbetreuung – im Detail und unter Berücksichtigung der zur Verfügung stehenden Ressourcen in Ihrer Firma.

Mit „Ressourcen“ sind Finanzmittel, Mitarbeiter und freie Kapazitäten

gemeint. Sie sind neben dem Tagesgeschäft für die Exporttätigkeit einzusetzen. Haben Sie fremdsprachenkundige Mitarbeiter mit Kenntnissen der Exportabwicklung? Könnten Sie einen Auftrag aus dem Ausland mit den vorhandenen Kapazitäten bewältigen?

Vor allem aber: Haben Sie gewisse Finanzreserven, um das erste „Durchtauchen“ zu überstehen? Denn Kosten fallen sofort an, mit unmittelbaren Rückflüssen ist aber nicht zu rechnen! Oft kann die anfängliche „Durststrecke“ sogar ziemlich lang sein! Doch vergessen Sie nicht: Es ist eine Investition in die Zukunft und sie wird Früchte tragen!

Der erste Eindruck zählt

Der Erstkontakt zu neuen Kunden ist Ihre Visitenkarte! Überlegen Sie, wen Ihre Kunden in Ihrem Unternehmen als erste kennen lernen sollten. Überlegen Sie auch, wer in der Folge für den Kontakt zum Außenhandelspartner zuständig sein wird, der Firmenchef wird dafür nicht immer verfügbar sein. Die Ansprechpartner sollten in die Planung des Exportgeschäfts von allem Anfang an eingebunden sein, danach in Werbeunterlagen und im Internet-Auftritt der Firma vorgestellt werden.

Denken Sie darüber nach, ob die Telefonzentrale und das Sekretariat mit Anfragen oder gar Besuchen aus dem Ausland angemessen umgehen können. Sind die notwendigen Sprachkompetenzen an den richtigen Stellen vorhanden?

Ihr Unternehmen muss von Beginn an richtig präsentiert werden, Anfragen nach Firmeninformationen oder Prospekten sollten rasch bearbeitet werden können. Wichtig ist auch, dass sämtliche der gewonnenen Kontakte richtig und nachhaltig erfasst werden.

Erweitern Sie Ihr Wissen

Erwägen Sie für Ihre Mitarbeiter Fortbildungsmaßnahmen zum Thema Export. In den go international workshops der WKÖ erhalten Sie einen Überblick über die Anforderungen und Gebräuche des internationalen Geschäftsverkehrs. Im Rahmen der Internationalisierungsoffensive „go international“ bekommen Sie als Klein- oder Mittelbetrieb eine Förderung für die Kurskosten!

Links der WKÖ

- [Export Erstberatung](#)