



- > [Go-International](#)
- > [Erfolgsgeschichten](#)
- > [Europa](#)
- > erdbeerwoche verdreifacht Umsatz in Deutschland

erdbeerwoche verdreifacht Umsatz in Deutschland

Die Gründerinnen stellen sich einem Tabuthema mit Mut und Humor und erregen die Aufmerksamkeit eines deutschen TV-Senders: WDR dreht in Indien eine Reportage über Damenhygiene.



Annemarie Harant und Bettina Steinbrugger

© Erdbeerwoche GmbH

go-international hat Sie nach Deutschland und in die Schweiz begleitet. Gibt es bereits erste Ergebnisse?

In beiden Zielmärkten konnten wir unseren Exportanteil sukzessive erhöhen. Mittlerweile stammt fast die Hälfte unserer Kundinnen aus Deutschland. 2017 werden wir noch stärker mit lokalen Partnern kooperieren, um unsere Bekanntheit weiter zu stärken.

go-international gab uns einen wesentlichen „Boost“, um im Ausland Fuß zu fassen und insbesondere unsere Marketingaktivitäten in den Zielmärkten auszuweiten. Dank der go-international-Förderung hat sich unser Umsatz in Deutschland rasch verdreifacht.

Hatten Sie auch Kontakt mit den AußenwirtschaftsCenter?

Ja, denn dort erhält man erste Informationen über den Markt, Kontakte für potenzielle Kooperationspartnerschaften sowie auch Beratung über spezielle rechtliche Voraussetzungen.

Gab es Highlights beim Markteintritt in Deutschland?

Aufgrund unserer verstärkten Präsenz am deutschen Markt wurde der größte öffentlich-rechtliche Fernsehsender Deutschlands – der WDR – auf uns aufmerksam. Gemeinsam mit einem 5-köpfigen Filmteam durften wir anschließend für zwei Wochen nach Indien reisen, um eine Dokumentation über Menstruation und Monatshygiene in Indien zu drehen. Die Gründerinnen der erdbeerwoche waren dabei die Protagonistinnen. Einige Monate später wurde die [Reportage](#) im deutschen Fernsehen ausgestrahlt und brachte unseren Deutschland-Exporten einen zusätzlichen Umsatzbooster.



© Erdbeerwoche GmbH

Welchen Tipp würden Sie Newcomern im E-Commerce-Business geben?

Die wichtigste Maßnahme für uns als E-Commerce-Business war es, unsere Präsenz am digitalen deutschen Markt zu stärken. Dies bedeutete eine umfassende SEO-Analyse für deutsche Suchmaschinen durchzuführen sowie Kooperationen mit relevanten deutschen Bloggerinnen bzw. Bloggern und Internetplattformen einzufädeln, um unsere Bekanntheit am Zielmarkt zu stärken. Ein guter Content sowie eine einzigartige Story hinter dem eigenen Unternehmen sowie den Produkten sind das A & O, um auf einem neuen (digitalen) Markt, insbesondere im B2C-Bereich, erfolgreich zu sein.

erdbeerwoche GmbH im Word-Rap

- **Unser Erfolgsgeheimnis ...** „ist eine ungewöhnliche Geschäftsidee gepaart mit Mut und Humor.“
- **Rot-Weiß-Rot ...** „sind für uns nicht nur die Farben Österreichs, sondern auch die zentralen Farben der Erdbeerwoche und unseres Cls.“
- **Innovation bedeutet ...** „bestehende Denkmuster und Geschäftsmodelle zu hinterfragen und sich in neue Gebiete zu wagen.“

Datum der Aktualisierung: Oktober 2019

erdbeerwoche GmbH

erdbeerwoche®

© Erdbeerwoche GmbH

Bundesland: Wien

Geschäftstätigkeit: Damenhygieneartikel

Kontaktperson: Bettina Steinbrugger

W www.erdbeerwoche.com

Links

- › Aktuelle Informationen zu Veranstaltungen in Deutschland
- › Ihr persönlicher Kontakt in Berlin
- › Hier geht's zum Startgeld für Mutige: Internationalisierungsscheck

Eine Initiative von

 **Bundesministerium**
Digitalisierung und
Wirtschaftsstandort



Über uns

English Summary

Offenlegung

Datenschutzerklärung

Barrierefreiheit

Cookie-Einstellungen

© 2021 WKO | BMDW