



- > [Go-International](#)
- > [Erfolgsgeschichten](#)
- > [Europa](#)
- > [SUNNYBAG setzt auf digitale Präsenz in Italien, Frankreich und Spanien](#)

SUNNYBAG setzt auf digitale Präsenz in Italien, Frankreich und Spanien

Homeoffice am Strand? Für volle Akkus sorgt ein Rucksack mit integriertem Solar-Panel, der für seine Funktionalität und Nachhaltigkeit zahlreiche Preise gewonnen hat.



SUNNYBAG Rucksack am Strand. Im Hintergrund spielen Menschen Volleyball.

© Liu/SUNNYBAG

SUNNYBAG am Strand

Wie ist es gelungen, trotz schwerwiegender Einbrüche den Expansionskurs fortzusetzen?

Aufgrund der COVID-Krise sind uns zahlreiche b2b Aufträge weggebrochen. Daher mussten wir uns strategisch verstärkt auf den Onlinehandel in den neuen Zielmärkten in Italien, Frankreich und Spanien ausrichten. Hierbei haben wir den Webshop und andere Online-Marketplaces wie Amazon angepasst, in die jeweilige Landessprache von einem Native übersetzen lassen um im letzten Schritt den Traffic (also potentielle Kunden) durch Werbemaßnahmen auf unser Produkt aufmerksam zu machen.

Welche Rolle spielte dabei die go-international Förderung?

Das Aufsetzen und die Übersetzung sind nur ein kleinerer Teil, der meist auch mit geringeren finanziellen Ressourcen erreicht werden kann. Schwieriger ist es dann auch potentielle Kunden auf die Site zu bekommen, die am Ende das Produkt auch bestellen. Hier hat uns besonders die Unterstützung des go-international Digitalisierungsschecks geholfen, da wir auch Werbekosten zum Teil gefördert bekommen haben. Gerade zu Beginn sind die sogenannten Advertising Costs per Sale (also die Werbekosten pro Verkauf) noch sehr hoch, daher hätten wir diesen ersten „Gipfel“ sicherlich nicht ohne die Förderung geschafft. Insofern war es für uns wichtig, dass von Seiten des Förderprogramms auf die COVID-Krise mit einer Erhöhung der Förderung für Online-Marketing reagiert wurde.

Was ist beim Online-Marketing besonders zu beachten?

Wichtig ist aus unserer Sicht eine Marke aufzubauen und dahinter die Innovationen mit Patenten zu schützen. Oftmals kann durch Marketing-Kampagnen kurzfristig ein schöner Erfolg erzielt werden - aber sobald das Produkt oder der Service kopiert wird, schwindet der Gewinn und man muss zum nächsten Produkt/Service springen und wieder von vorne anfangen. Ich empfehle daher jedem, sein Unternehmen langfristig aufzubauen und hier entsprechend in Markenaufbau und andere IPs zu investieren.

Warm angezogene Frau mit Rucksack und Wanderstock in winterlicher Berglandschaft

© Platzer/SUNNYBAG

Bergauf mit vollem Akku

SUNNYBAG ist auch auf Übersee-Märkten erfolgreich und dort kooperieren Sie mit dem Netzwerk der AußenwirtschaftsCenter. In welchen Situationen bewährt sich diese Zusammenarbeit besonders?

Ich empfehle jedem, der in einem neuen Land den Vertrieb oder die Zusammenarbeit mit einem ausländischen Unternehmen startet, diesen Schritt vorher mit dem jeweiligen AußenwirtschaftsCenter abzustimmen. Zum Beispiel starteten wir vor zwei Jahren mit ersten b2b-Partnern in Australien. Hier habe ich bei meinem Aufenthalt

in Sydney das AußenwirtschaftsCenter Sydney besucht und vorab eine perfekt aufbereitete Auflistung aller für uns relevanten Partner erhalten. Zudem wurden auch Termine koordiniert, damit mein kurzer Aufenthalt in Sydney und Melbourne effizient genutzt werden kann. Ein anderes Mal hat ein chinesischer Partner nach unserer Überweisung keine Ware geliefert und sich nicht mehr gemeldet. Durch die Hilfe des Aussenwirtschaftscenters Shanghai wurde die Überweisung binnen zwei Wochen wieder an uns zurücküberwiesen. Es gäbe noch zahlreiche andere dieser Geschichten, wir sind sehr froh, dass es die AußenwirtschaftsCenter mit ihrer wirklich herausragenden Qualität gibt.

SUNNYBAG GmbH Gründer Stefan Ponsold sitzt mit seinem Rucksack auf einer sonnigen Wiese.

© Liu/SUNNYBAG

Ing. Stefan Ponsold, CEO

SUNNYBAG GmbH im Word-Rap

- **Ich bewundere...** „wie Elon Musk ganze Industrien zurzeit verändert.“
- **Unser Erfolgsgeheimnis:** „Stetige Verbesserung und einfach nicht aufgeben.“
- **Die Zukunft gehört...** „den Mutigen.“
- **Österreichische Unternehmen sind...** „oft Hidden Champions.“
- **Dieses Klischee über SUNNYBAG ist absolut war:** „Es sind die weltweit besten Solar-Rucksäcke.“

Sie können SUNNYBAG auch auf [YouTube](#) folgen.

(Datum der Veröffentlichung: Dezember 2020)

SUNNYBAG GmbH

SUNNYBAG Logo

© Liu/SUNNYBAG

Bundesland: Steiermark

Geschäftstätigkeit: Solartechnik + Design


Kontaktperson: Ing. Stefan Ponsold

W www.sunnybag.at

Links

› [Hier geht's zum Startgeld für Mutige: Digital-Marketing Scheck](#)

Eine Initiative von

 **Bundesministerium**
Arbeit und Wirtschaft

**WKO**
AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA

[Über uns](#)

[English Summary](#)

[Offenlegung](#)

[Datenschutzerklärung](#)

[Barrierefreiheit](#)

