

Hilfe bei der Expansion

Export. Vor allem deutsche Mittelständler haben rund um den Globus einen guten Ruf.

Der Heimatmarkt ist gut versorgt, nur neue Märkte im Ausland versprechen steigende Umsätze? Erste Anlaufstellen für Mittelständler, die expandieren wollen, sind die 120 Auslandstöchter des Deutschen Industrie- und Handelskammertages. In Istanbul, Schanghai und Singapur beispielsweise sitzen Fachleute, die den lokalen Markt aus dem Effeff kennen und Kontakte vermitteln können.

Wichtig ist auch eine professionelle Finanzierung von Auslandsprojekten. Viele Banken haben sich darauf spezialisiert. „Alle Unternehmen kämpfen mit ähnlichen Problemen. Es kommt nur darauf an, wie man damit umgeht“, sagt Moritz Weissman, Geschäftsführer des auf Familienunternehmen spezialisierten Beratungsunternehmens Weissman und Cie. in Nürnberg. Er nennt drei Klippen, die jeder Mittelständler bei der Internationalisierung umschiffen muss: Die Auslandsstrategie sollte definiert, die fehlende Erfahrung auf dem neuen Markt ausgeglichen und eine klare Steuerung des Expansionsprozesses festgelegt werden.

Die Ausrichtung sollte immer langfristige und ganzheitlich sein. Weissman warnt vor Schnellschüssen und empfiehlt, den Weg ins Ausland in Etappen zu gehen. Erfolgreiche Unternehmen hätten einen Aktionsplan, den sie regelmäßig checken. Experten vor Ort seien wichtig, denn „außerhalb seines gewohnten Umfeldes neigt man zu extremen Einschätzungen, sowohl einer Über- als auch Unterschätzung von Potenzialen und Risiken“.

Michael Daub berät bei Fragen zu Finanzen. Als Erstes gelte es zu entscheiden, ob man die Hausbank oder ein Geldinsti-

tut vor Ort für die Finanzierung nutzt. Entscheidet man sich für die Bank im fremden Land, müsse man sich genau über die spezifischen Spielregeln wie unterschiedliche Rechnungslegungsvorschriften informieren: „Auch die in mittelständischen Unternehmen oftmals zentralisierten IT-Systeme müssen auf die lokalen Anforderungen angepasst werden.“ Daub rät, schnell Kontakt zu „vertrauenswürdigen Steuerberatern und Wirtschaftsprüfern“ aufzubauen. Weitere Helfer für Engagements in der Ferne sind Coaches, Spediteure und Übersetzungsagenturen.

VERTRAUEN IST WICHTIG

Jens Völkel und John Waack zum Beispiel unterstützen deutsche Betriebe bei ihren Auslandsgeschäften mit Übersetzungen. Die Geschäftsführer der Online-Übersetzungsagentur Tolinga kümmern sich mit rund 50 Mitarbeitern um Handbücher und Betriebsanleitungen, Kataloge und Websites. Dafür nutzen sie rund 6000 freiberufliche Übersetzer weltweit. „Es geht nicht nur darum, einen Text von Profis ins Spanische, Türkische oder Französische zu übersetzen“, erläutert Völkel. „Wir liefern individuelle Unternehmenslösungen für unsere Auftraggeber.“

Auch Besuche von Messen und Konferenzen können helfen. So trafen sich gestern auf dem Forum „Wirtschaftsbrücken für den Mittelstand“ in Hamburg 200 norddeutsche Mittelständler mit Entscheidungsträgern aus Nowruz-Staaten wie Afghanistan, Armenien, Aserbaidschan, Tadschikistan oder dem Iran. Veranstalter Kourosh Pourkian, Honorarkonsul der Republik Tadschikistan, will so die Beziehungen zwischen Orient und Okzident neu definieren und beleben. Das Treffen sei der Startschuss „für viele neue Geschäftsbeziehungen“. *Anja Steinbuch*