



# Mit High-Tech das Ausland erobern

Seit dem Jahr 2000 hat der Handel mit anderen Ländern stark zulegt. Auch wenn die Exportquote in Sachsen-Anhalt mit etwa 30 Prozent noch deutlich unter dem Bundesdurchschnitt von knapp 50 Prozent liegt, sorgte im Jahr 2015 ein Gesamtauslandsumsatz von mehr als 15,3 Milliarden Euro dafür, dass tausende Familien ruhiger schlafen können. »Wer sein Produkt in Deutschland verkauft, der kann das überall in der Welt«, sagt Andreas Müller, Geschäftsführer des Bereiches International, der IHK Magdeburg.

von DIRK ANDRES

Seit vielen Jahren hilft Andreas Müller gemeinsam mit seinem Team Firmen aus dem Kammerbezirk dabei, Fuß auf ausländischen Märkten zu fassen. Dabei ist es ihm wichtig, die Unternehmen dort abzuholen, wo sie stehen und ihnen Mittel an die Hand zu geben, die ihnen bei ihren Exportplänen auch helfen. Wie das Stendaler Unternehmen JS Lasertechnik diese Aufgabe bisher bewältigt hat, davon überzeugte sich der Außenhandelsexperte bei einem Besuch im Unternehmen.

Für die Altmärker ist der Handel mit anderen Ländern – außer der Schweiz – noch Neuland. So montieren sie seit einigen Jahren für einen Unternehmer spezielle Filter. Das Innenleben kommt vom Hersteller, den Metallrahmen aus Edelstahl stellen die Altmärker her. Auch in der Ofensparte des Unternehmens mit der Eigenmarke »Bjoern« gab es schon die eine oder andere Lieferung ins Ausland, doch von einem regelmäßigen Handel im Bereich von Dienstleistungen im Bereich Metall- und Laserverarbeitung oder in der Konstruktion und der Umsetzung von Baugruppen konnte bisher nicht gesprochen werden.

Mit dem zunehmenden Wachstum des im Jahr 2007 gegründeten Unternehmens, steigender Produktivität und mittlerweile über 60 Mitarbeitern an zwei Standorten (Stendal und Gommern) wäre der Schritt ins Ausland der nächste logische Schritt. Davon ist Firmengründer und Inhaber Jens Schumacher schon seit längerem überzeugt. So besucht er seit

zwei Jahren zunehmend internationale Messen in ganz Deutschland und traf dabei auch auf Dienstleister aus Frankreich und anderen europäischen Ländern. »Das aber können wir auch«, sagte sich der Stendaler Firmenchef.

Nach dem Vertriebsstart im Inland im vergangenen Jahr mit einem eigenen Mitarbeiter suchte sich das Unternehmen auch neues Personal für den Bereich Marketing und fand in dem BWL-Studenten Mats-Milan Müller den geeigneten Mann.

Schon während des Praktikums vor einem Jahr hatte er sich die Erarbeitung einer Internationalisierungsstrategie auf die Fahnen geschrieben. »Man möchte nicht blauäugig auf einen Markt laufen, den man nicht kennt«, sagt Firmenchef Schumacher. Hilfe fanden er und sein Team bei der IHK Magdeburg, bei der Investitions- und Marketinggesellschaft und beim Enterprise Europe Network (EEN). Sie besuchten erste Kurse und Workshops. Themen wie Exportgenehmigung, Ausfuhrkontrolle, Ursprungszeugnisse oder auch interkulturelles Management standen auf dem Stundenplan der Verantwortlichen.

Seitens der IHK gibt es das Erfolgsprogramm »Fit für den Export«, das wichtige Grundlagen für den Außenhandel vermitteln kann. Doch auch spezielle Ländertage vertiefen dieses Wissen und bieten auch einen konkreten Überblick über die unterschiedlichen Märkte. »Da haben Sie alles richtig gemacht. Man kann natürlich auch das Prinzip trial & error →

Mats-Milan Müller und Firmenchef Jens Schumacher stehen vor der Ausstellungsvitrine im Eingangsbereich des Unternehmens. Mit dem Laser und modernen Fertigungstechniken lassen sich auch kleinste Projekte realisieren.



Foto: Dirk Anders

anwenden, doch damit werden wichtige Ressourcen gefressen. Funktioniert etwas nicht, kann dann auch schnell die Motivation für einen zweiten Versuch fehlen«, sagte Müller und lobte die Aktivitäten von JS Lasertechnik. Nach den ersten Kursen nutzte das altmärkische Unternehmen im Herbst 2015 auch eine erste Messe in Schweden, um sich vor Ort ein besseres Bild des nordeuropäischen Landes zu machen. Doch nicht nur der Kontakt zu skandinavischen Ausstellern und Besuchern war dabei entscheidend. Eine Informationsquelle für die Erschließung ausländischer Märkte können auch deutsche Unternehmen sein, sofern sie ihre Erfahrungen auch teilen wollen.

Den ersten wichtigen Schritt zur weiteren Markterschließung machte das Unternehmen mit seinem Engagement in Österreich. In Zusammenarbeit mit der Auslandshandelskammer Österreich wird das Marktpotenzial ausgelotet und der Kontakt zu potenziellen Partnern und Kunden hergestellt. Diese Dienstleistung gibt es zwar nicht zum Nulltarif, doch ein aktuelles Förderprojekt im deutschsprachigen Nachbarland reduziert die Investitionskosten für die Altmärkte. »Für Österreich spricht nicht nur die relative Nähe, sondern auch der ähnliche Kulturkreis«, sagt Marketingbeauftragter

Mats-Milan Müller. Zudem existieren auch kaum Sprachbarrieren. Ein anderer Kulturkreis und damit auch andere Gepflogenheiten in der Geschäftswelt haben nach der Erfahrung von

**»Man möchte nicht blauäugig auf einen Markt laufen, den man nicht kennt.«**

Jens Schumacher, Firmengründer und Inhaber der JS Lasertechnik Gruppe.

Andreas Müller schon so manches Projekt zu Fall gebracht. Zudem rät er, die Expertise der in vielen Ländern der Welt bestehenden Auslandshandelskammern zu nutzen.

Um auch die Mitarbeiter bei der Internationalisierung mitzunehmen, hat sich auch in der Innen- und Außenkommunikation des Unternehmens einiges getan. So wurde die eigene Webseite mit einer englischen Version ausgestattet. Zudem gibt es seit einigen Monaten einmal pro Woche Englischunterricht in der Firma. »Zu Anfang war es für die Mitarbeiter ungewohnt, aber aus der anfänglichen Skepsis ist zunehmendes Interesse für unsere weiteren Pläne geworden«, sagt Schumacher. Zudem werde so auch die Angst genommen,



## Codixx AG – Weltmarktführer für Polfilter

Mit über 5.000 Produkten, 1.000 Kunden und 35 Mitarbeitern kann das Unternehmen Codixx aus Barleben mittlerweile aufwarten. Seit 1998 entwickeln die Barlebener Polarisationsfilter unter der Marke »colorpol« für Industrie, Wissenschaft und Technik. Die kleinsten Filter haben einen Durchmesser von 0,5 Millimeter, die größten sind vielleicht zehn Zentimeter groß. Die hochtechnisierten Produkte finden ihre Anwendung beispielsweise in der optischen Kommunikationstechnik. »An jeder Schnittstelle, an jeder Lichtquelle und an jedem Netzwerk werden unsere Filter eingesetzt. Damit verhindern wir Störquellen im modernen Glasfaserzeitalter«, sagt Vertriebschef Ralf Werner. Doch auch in der Messtechnik, bei Laseranlagen oder auch Lichtschranken und sogar in der Satellitentechnik werden die speziellen Glasfilter gebraucht.

Dass es beim Vertrieb in Deutschland nicht bleiben würde, hat sich schnell herauskristallisiert. »Der Markt in Deutschland bot nicht genug Potenzial. Oftmals zwingen uns unsere Kunden sogar ins Ausland«, sagt Werner. China ist derzeit der größte Markt für die Barlebener, Indien entwickelt sich ebenfalls, und auch für die USA laufen Vorbereitungen.

Um den Unternehmenskunden besser zu erreichen und teilweise überhaupt Außenhandel betreiben zu können, hat Codixx Vertriebsbüros für die USA & Kanada, Frankreich, Großbritannien und Irland, Japan, Singapur und Malaysia, aber auch China eröffnet. Auch wenn ihre Produkte einmalig auf der Welt sind, auf Patente verzichtet das Unternehmen gänzlich. Das Verfahren zur Erzeugung von länglichen Silber-Nanopartikeln und Partikeln im Nanobereich zur Filterung von Licht in definierten Wellenbereichen sei ohnehin hochkomplex. Zudem müsse das Verfahren ohne eine Patentanmeldung auch nicht preisgegeben werden, und es gibt keine zeitliche Begrenzung.

Um für ihre Produkte zu werben, besuchen Ralf Werner und seine Marketingkollegin Julia Strauß mittlerweile neun internationale Messen in Deutschland, Teilen Europas, aber auch in den USA, Japan und China. Das Unternehmen liefert ab Werk und hat so recht wenig mit Einfuhrzöllen zu tun. Darum kümmert sich oftmals der Industriekunde. Was sonst noch im Zollbereich anfällt, darum kümmert sich Codixx selbst. Der Vorteil von Codixx ist, dass mit dem einheitlichen Grundmaterial Natrium-Silikatglas nur eine Zoll- beziehungsweise Warentarifnummer vergeben wird. →

wenn sich jemand in englischer Sprache meldet. Ende April war das Team auf der weltgrößten Industriemesse in Hannover und sorgte dabei vor allem mit einem Statement für die Heimat für Aufsehen. So hat JS Lasertechnik eine stählerne Nachbildung des Stendaler Rolands gefertigt. Mit 20 noch existierenden Rolanden gibt es in Deutschland die größte Konzentration der Symbolfiguren. Darüber hinaus existieren weitere Statuen in Mitteleuropa, Kroatien und Lettland sowie Nachbildungen in Brasilien und den Vereinigten Staaten von Amerika. Somit ist die Metallnachbildung des Stendaler Unternehmens auch ein weltweiter Botschafter. Für den Rest des Jahres gibt es ebenfalls schon konkrete Pläne. So will das

Vertriebsteam eine Messe in Tschechien, eine Kooperationsbörse in Österreich und die Zulieferbörse in Wolfsburg besuchen. Zudem hat JS Lasertechnik einen Austauschstudenten der German-Jordanien-University. Der junge Mann studiert internationale Buchhaltung und ist für die nächsten fünf Monate im Unternehmen. »Nicht nur ausländischen Hochschulen, sondern auch die eigene vor der Haustür bieten uns Unternehmen viele Chancen. Diese sollten wir einfach häufiger nutzen«, sagt Jens Schumacher. Mit seinem neuen Marketingbeauftragten und aufmerksamen Gast aus Jordanien hat er gleich zwei Beispiele, wie Internationalisierung mit Köpfchen, Mut für neue Wege und Einsatz vorangetrieben werden kann. ■