

## 5 Fragen an ...

... **Dipl.-Ing. Holger Stichel, Geschäftsführender Gesellschafter der KOBRA Formen GmbH, seit 2001 im Unternehmen**

### 1. Seit wann sind Sie im Auslandsgeschäft und in welchen Ländern sind Sie aktiv?

Wir haben bereits kurz nach Unternehmensgründung (1991) mit Partnern im europäischen Ausland zusammengearbeitet und ab Mitte der 1990er Jahre unsere Tochtergesellschaften in Dänemark, den Niederlanden, der Tschechischen Republik und Polen gegründet. Ein paar Jahre später folgten Unternehmen in den USA und Russland. Weiterhin verfügt KOBRA über ein starkes Vertriebsteam am Standort Lengenfeld.

### 2. Haben Sie den internationalen Einstieg geplant und wie sind Sie vorgegangen?

KOBRA hat sich zunächst in Europa einen Namen als Qualitätshersteller von Betonsteinformen erarbeitet. Eine Expansion erfolgte schrittweise über mehrere Jahre.

Unser Produkt zeichnet sich durch geschraubte Konstruktionen aus, die ein weltweites Alleinstellungsmerkmal darstellen. Die Kombination aus positiver Reputation in Europa sowie innovativer Ideen hat uns den Einstieg in weitere Märkte erleichtert.

Nach einer Marktanalyse erfolgte die erste Kontaktaufnahme zu Betonsteinwerken. Heute haben wir zu vielen Kunden eher eine partnerschaftliche, als eine Verkäufer-Kunden-Beziehung. Oftmals werden Weiterentwicklungen am Produkt gemeinsam durchgeführt.

### 3. Worauf führen Sie Ihren Erfolg zurück?

KOBRA hat eine beachtliche Ent-

wicklung vom Außenseiter zum Weltmarktführer durchlebt. Unsere Strukturen gehen heute über den typischen Mittelstand hinaus. Wir legen viel Wert auf eine enge Zusammenarbeit zwischen allen Unternehmenseinheiten. Einer der wichtigsten Erfolgsfaktoren sind Mitarbeiter, die sich mit dem Unternehmen identifizieren. Weitere Schlüsselfaktoren sind eine kontinuierliche F&E-Tätigkeit und der ständige Ausbau unserer Vertriebsgebiete. Die Kombination dieser drei Aspekte bildet die Basis für unseren wirtschaftlichen Erfolg.

Allerdings darf man auch niemals den Faktor Zufall vergessen. Das Glück, zur richtigen Zeit am richtigen Ort zu sein, hat uns bereits diverse Türen geöffnet. Jeder Unternehmer kennt Situationen, in denen eine unverhoffte Chance offeriert wird. Dann ist es entscheidend, dass die drei erstgenannten Faktoren etabliert sind und im richtigen Moment funktionieren.

### 4. Welche Herausforderungen haben Sie bewältigt und welche sehen Sie aktuell im Auslandsgeschäft?

Jedes Exportland stellt individuelle Herausforderungen an unser Team.

Neben interkulturellen Aspekten gibt es rechtliche und juristische Hürden zu nehmen. Die Kenntnis

der aktuellen Situation und der Zusammenschluss mit starken Partnern sind wichtige Eckpunkte, um dauerhaft in einem Markt aktiv sein zu können.

### 5. Was empfehlen Sie Export-Einsteigern?

Bevor über den Aufbau von Exportstrukturen nachgedacht wird, sollten alle Mechanismen „vor der eigenen Haustür“ funktionieren. Der Einstieg in neue Vertriebsgebiete ist mit einem hohen Zeit- und Kosten-



Foto: KOBRA Formen GmbH

Holger Stichel,  
Geschäftsführender Gesellschafter

aufwand verbunden, der im Vorfeld abgeschätzt werden sollte. Welche Vertriebsstrukturen machen für den Markteinstieg Sinn, welche Institutionen können behilflich sein, wie sieht die Wettbewerbssituation vor Ort aus etc.?

Ein grundlegender Tipp ist, sich ausreichend Zeit mit dem Vertriebsaufbau zu lassen.

