

5 Fragen an ...

... **Mario Taenzler, Geschäftsführer der Taenzler Maschinen- & Anlagenbau GmbH, seit 1997 selbstständig und ab 2004 geschäftsführender Gesellschafter**

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

Wir sind seit ca. 2005 international tätig, mittlerweile weltweit. Die Kunden erstrecken sich z. B. von der Schweiz über Österreich, Frankreich, China, Malaysia, Botswana, Rumänien, Serbien, Tunesien, Mexiko, USA, Saudi Arabien ...

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

Unser Einstieg in das internationale Geschäft lief sehr unkonventionell ab. Ein mittlerweile A-Kunde, welcher international agiert, hat mit uns gute Erfahrungen gesammelt. Dadurch ist unser System zum internen Standard dieses Kunden geworden. Aufgrund dessen sind wir bei fast allen Projekten dieser Firmengruppe weltweit als Lieferant gesetzt.

3. Worauf führen Sie Ihren Erfolg zurück?

Dem Kunden ein System zu liefern, welches internationalen Standards genügt. Durch die Erschließung neuer Märkte in „Entwicklungsländern“ ist auch ein System gefordert, welches robust, einfach und schnell erlernbar ist. Unser Produkt entspricht diesen Erwartungen. Natürlich ist auch der Support extrem wichtig. Sehr

kurze Reaktionszeiten können wir durch unsere hausinternen Spezialisten und unserer hohen Fertigungstiefe gewährleisten. Das ist der Schlüssel zum Erfolg.

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

Die länderspezifischen Einfuhrbestimmungen und die jeweilige Frachtweise (See-, Luftfracht) sind zu Beginn eine Herausforderung gewesen. Da wir in unserem Unternehmen keine spezielle Abteilung für den länderspezifischen Versand haben, bedarf es verlässlicher Partner. Aktuell sehe ich als Herausforderung für das Auslandsgeschäft zum Beispiel die politische Lage zwischen USA und Mexiko sowie den Fachkräftemangel im Land, da das Auslandsgeschäft auch eine stabile und hoch qualifizierte Belegschaft im Stammwerk erfordert.

5. Was empfehlen Sie Export-Einsteigern?

Meine Empfehlungen:

- Man sollte unbedingt im Vorfeld den After-Sale-Service berücksichtigen. Die Kunden müssen über viele Jahre betreut werden können. Schafft es das Stammpersonal? Sollte man an eine Niederlassung in den Kernmärkten denken? Wie kann man die vom Kunden erwartete Reaktionszeit gewährleisten?
- Hat das hauseigene Personal die notwendigen Kommunikationsmöglichkeiten? (länderspezifische Umgangsformen, Fremdsprachenkenntnisse usw.)



Mario Taenzler,
Geschäftsführender Gesellschafter

- Absicherung der kaufmännischen Abwicklung (Zahlungssicherheiten)
- Die Kosten der länderspezifischen Einfuhrbestimmungen berücksichtigen (z. B. das SASO-Zertifikat für Saudi Arabien)

