

KMU-BERATER NEWS

Internationalisierung von KMU



Neues aus dem Verband:
Frühjahrstagung 2018 –
Internationalisierung von KMU
www.tagung.kmu-berater.de

Internationalisierung in der KMU-Beratung



Die Internationalisierung tritt mittelständischen Unternehmen und deren Beratern in den unterschiedlichsten Facetten gegenüber. Laut Schätzung des Instituts für Mittelstandsforschung sind etwa 37 Prozent der KMU international aktiv. Allein in Österreich sind rund 6.000 deutsche Firmen vertreten. Viele der Unternehmen suchen Unterstützung. Diese finden sie in Form staatlicher Förderprogramme oder auch von internationalen Netzwerken. Solche bieten ihnen beispielsweise Berater, wie Sie im Beitrag von Matthias Brems erfahren. Letztere offerieren auch Hilfe bei Kommunikations- und Verständnisproblemen sowie der Überwindung kultureller Barrieren.

Neben den Aktivitäten im Ausland gibt es die Facette der Geflüchteten, die einen Neustart in Deutschland suchen. Häufig stehen sie den Unternehmen als hochmotivierte Mitarbeiter zur Verfügung und sorgen für Offenheit und Toleranz. Den Geflüchteten stehen Hilfsorganisationen zur Seite, aber auch Berater können ihren Teil dazu beitragen.

Menschen aus dem Ausland kommen nicht nur als Geflüchtete nach Deutschland, sondern auch als Touristen. Bei ihnen können die Unternehmen aus Tourismus und Hotellerie nur punkten, wenn sie die kulturellen Unterschiede verstehen. Dies wird umso schwieriger, je weiter die Kulturen auseinander liegen, wie Sie im Beitrag von Hartmut Meyer über chinesische Touristen nachlesen können.

Einen fundierten Eindruck in die zahlreichen Facetten der Internationalisierung werden wir Ihnen auf unserer Frühjahrstagung geben. In dieser KMU-Berater News erhalten Sie schon einmal einen Vorgeschmack. Neue Anregungen für Ihre Aktivitäten zum Thema „Internationalisierung“ durch die Beiträge in dieser Ausgabe wünscht Ihnen

Dr. Angelika Kolb-Telieps,
Vorstandsmitglied

Recht und Steuern first, Strategie und Kultur second?

Die erfolgreiche Erschließung neuer Märkte zählt gerade für KMU zu den größten Herausforderungen in einer globalisierten Welt. Die Zusammenarbeit mit erfahrenen Beratern wird daher regelmäßig zum kritischen Erfolgsfaktor in Internationalisierungsprojekten, wie eine Studie in Kooperation mit dem MandantenMonitor zeigt.

Deutsche KMU wagen in der Regel zunächst den Gang in west- und osteuropäische Märkte oder nach Nordamerika. Nach Asien expandieren primär bereits international erfahrene Unternehmen. Rund zwei Drittel der internationalisierenden Unternehmen messen vor einem Markteintritt vor allem der Rechts- und Steuerberatung große Bedeutung bei. Strategieberatung hingegen wird nur von einem Viertel der Unternehmen als wichtig angesehen. Das hängt zum einen damit zusammen, dass der Eintritt in einen bestimmten Ländermarkt oft über den risikoarmen Weg des Exports führt. Andererseits zeigen sich rechtliche und steuerliche Unterschiede und Handlungsbedarfe unmittelbarer als etwa kulturelle Eigenarten des betreffenden Marktes und deren strategische Implikationen.

Dies führt häufig dazu, dass Rechts- und Steuerberatung „eingekauft“ wird, im Projektverlauf aber Sprachbarrieren, Kulturunterschiede und strategische Fragestellungen in den Vordergrund treten. Berater im Internationalisierungsprozess sollten daher über eine entsprechende Expertise zum Gesamtprozess der Internationalisierung und ein tragfähiges Netzwerk an weiteren Fachexperten sowohl zu harten, aber insbesondere auch zu den sogenannten weichen Themen verfügen. Entsprechend können sie eine Differenzierung im Markt vor allem durch die Darstellung dieser kombinierten Fach-, Prozess- und kulturellen Expertise gegenüber den Klienten erreichen.

Alexander Tirpitz – www.eo-institut.de

Anzeige

Schnelle & flexible Unternehmenskredite für Ihre Kunden



Erweitern Sie Ihre Beratungsmöglichkeiten

- Bis zu 100.000 € mit flexibler Laufzeit bis zu 12 Monaten
- Antragsstellung in 10 Minuten
- Kreditentscheidungen in 24 Stunden
- Attraktive Vergütung für Sie

Besuchen Sie uns auf dem
Marktplatz bei der diesjährigen
Frühjahrstagung!

iwoca



3 Fragen an:

Margaret Heckel,
Autorin, Journalistin
und Moderatorin

1. Welche Erfolgsgeschichte fällt Ihnen zu unserem Thema „Internationalisierung von KMU“ ein?

Für die Macher von „deinetorte.de“ aus Köln war schnell klar, dass sie nach Europa expandieren wollen. Im August 2009 gingen die Tortenbäcker online, rund anderthalb Jahre später öffnete die französische Webseite. Ein großer deutscher Paketdienstleister hatte den Gründern zugesagt, die Torten auch innerhalb Europas zuverlässig zuzustellen und ihnen beim Design des Verpackungsmaterials zu helfen. Inzwischen können Kunden auch über Nacht beliefert werden.

2. Ist der Mut dieser Macher die Regel oder die Ausnahme?

Nur rund 37 Prozent der 1,3 Millionen KMU sind international aktiv, wie das Institut für Mittelstandsforschung (IfM) in Bonn schätzt. Ganz vorwiegend sind sie im verarbeitenden Gewerbe und im Handel zu finden. Dienstleister trauen sich noch seltener, die Landesgrenzen zu ver-

lassen. Dabei lohnt sich die Expansion ins Ausland für viele, wenn sie gut vorbereitet ist: Gerade wachstumsstarke KMU sind oft hochspezialisierte Nischenanbieter, für die der deutsche Markt schnell zu klein wird. Gleichzeitig aber glauben viele KMU, weder die personellen noch die finanziellen Ressourcen für eine derartige Expansion zu haben.

3. Wo bekommen die KMU Unterstützung?

Es gibt viele Helfer für all diejenigen, die die Welt zu ihrem Markt machen wollen. Jedes Bundesland hat Förderprogramme, die bei der Übersetzung der Webseite und/oder Messeauftritten im Ausland unterstützen. Persönliche Kontakte lassen sich über Kooperationsbörsen herstellen. Spezialisierte Dienstleister sichten die Potentiale der geplanten Exportländer. Wie sich KMU erfolgreich internationalisieren, wird Thema des Auftaktvortrages der Frühjahrstagung 2018 am 16. März sein.

Margaret Heckel
www.margaretheckel.de

Internationale Beratung – Das funktioniert nur im Netzwerk

Der Eintritt in einen ausländischen Markt stellt Unternehmen vor große Herausforderungen: Die Attraktivität des neuen Marktes ist erkannt. Seine Eroberung verlangt aber detailliertes Wissen der Verhältnisse vor Ort. Dieses Wissen und länderspezifische Erfahrungen können nur durch ein starkes Netzwerk im Zielland eingebracht werden.

Ein gerade von uns abgeschlossenes Projekt hatte beispielsweise folgende Konstellation:

- Aufgabe: Den Markteintritt in der Ukraine vorbereiten, Vertriebspartner sondieren und selektieren, aktuelle Projektausschreibungen auswerten, den Kunden bei den Gesprächen mit potenziellen Vertriebspartnern und weiteren Absatzförderern in der Ukraine begleiten.

- Netzwerkpartner: Der Kunde aus Österreich, der Vertragspartner als Netzwerkknote (= wir) in Deutschland, eine Netzwerkkollegin in der Schweiz als Osteuropaexpertin und der mit der Projektdurchführung betraute Kollege in der Ukraine.

Eine solche Konstruktion mit mehreren Partnern ist nicht die Regel. Das Beispiel soll aber verdeutlichen, dass internationale Beratungspartner ein wesentlicher Erfolgsfaktor sind. Denn diese zeichnen sich aus durch:

- sehr gute Kenntnisse und langjährige Erfahrungen darin, wie die wichtigsten Märkte und Branchen des Landes funktionieren,
- qualifiziertes Vertriebsfachwissen, hohe Ver-

- kauforientierung und Abschlussicherheit,
- Erfahrungen, wie im jeweiligen Land Geschäfte gemacht werden und
- alles, was im Umgang mit den Menschen im jeweiligen Land wichtig ist.

Ein internationales Netzwerk funktioniert, wenn man sich kennt, schätzt und vertraut. Es bedarf einer straffen Projektsteuerung und einer regelmäßigen Kommunikation. Wir sind das Auge des Kunden im Zielland, egal ob in Frankreich, China oder den USA. Und das Allerbeste ist: Die Arbeit in einem (gut eingespielten) Netzwerk macht allen Beteiligten auch noch Freude und führt den Kunden zum Erfolg.

Matthias Brems, KMU-Berater
www.exportberatung.de

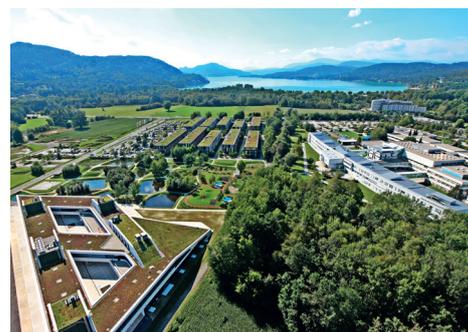
Chancen und Möglichkeiten der Internationalisierung von KMU in Österreich

Österreich zählt zu den wohlhabendsten und innovativsten Ländern Europas und punktet mit moderner Infrastruktur, hochwertigen Technologien, gut ausgebildeten und hochmotivierten Fachkräften. Besonders für deutsche Unternehmen bietet Österreich ein attraktives Investitionsumfeld, so sind knapp 6.000 deutsche Firmen in Österreich vertreten. Darunter auch das forschungsstärkste Unternehmen Österreichs: Infineon Technologies Austria mit Sitz in Villach, Kärnten. Der Münchner

Konzern investiert massiv in den Ausbau von Entwicklung und Fertigung seiner Österreich-Tochter. 350 neue Jobs sollen entstehen.

Michael Zwantschko
BABEG Kärntner Betriebsansiedlungs- und Beteiligungsgesellschaft m.b.H.
www.babeg.at

 **Lesen Sie weiter auf:**
www.oesterreich.kmu-berater.de



Integration als doppelte Chance



Aus dem Wunsch, Geflüchteten bei ihrem Neustart in Deutschland zu helfen, kann für Unternehmen eine Win-win-Situation entstehen. Das erfahren die Mitglieder unseres Netzwerks „Wir zusammen“ tagtäglich. Die neuen Kollegen bringen nicht nur ihre Fähigkeiten in das Arbeitsumfeld ein – Die Zusammenarbeit von Menschen verschiedener Kulturen bereichert auch das Betriebsklima.

Unternehmen, die Geflüchteten zum beruflichen Einstieg verhelfen, können davon selbst auf vielfältige Weise profitieren. Dies gilt auch für kleine und mittelständische Unternehmen, die durch die Internationalisierung der Belegschaft viele Vorteile haben. So etwa bei der Kommunikation mit ausländischen Kunden in deren Muttersprache. Darüber hinaus gewinnen sie mit den Zuwanderern häufig hochmotivierte Mitarbeiter und das multikulturelle Miteinander schafft zudem eine Atmosphäre, die von Offenheit, Hilfsbereitschaft und Toleranz geprägt ist.

Diese Erfahrungen machen die Mitglieder des „Wir zusammen“ Netzwerks jeden Tag. Vor zwei Jahren gegründet, gehören heute rund 215 Unternehmen zu unserem Verbund. Sie bieten Flüchtlingen von der Einstiegsqualifizierung bis hin zur Festanstellung zahlreiche Möglichkeiten für den beruflichen Eintritt. Einen großen Anteil daran haben die Mitarbeiter, die ihren neuen Kollegen häufig auch über den Arbeitsalltag hinaus zur Seite stehen.

Ein guter Anfang für die langfristige Integration ist damit gemacht, aber die deutsche Wirtschaft hat noch mehr Potenzial, Geflüchtete in den Arbeitsmarkt zu integrieren. Daher ist es nach wie vor unser Ziel, weitere Unternehmen – unabhängig von Größe und Branche – zu motivieren, eigene Engagements ins Leben zu rufen.

Marlies Peine
www.wir-zusammen.de



„Ich bin Mitglied, weil Gründer und Unternehmer mit Migrationshintergrund bei den KMU-Beratern gut gehoben sind. Außerdem finde ich bei Spezialfragen schnell mandantengerechte, nette Kooperationspartner.“

KMU-Berater Ramazan Tastekin

Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit im Tourismus durch interkulturelle Kompetenzen

Der Markt in China für Outbound-Tourismus wächst seit den letzten Jahren um 7 Prozent pro Jahr. In den kommenden Jahren wird dieses Land mit 21,8 Prozent den größten Anteil an den weltweiten Tourismusausgaben haben (UNWTO 2017). Dabei ist Europa eines der Ziele für die Chinesen, und Deutschland steht nach Frankreich und Österreich an dritter Stelle. Der Grund für diese Entwicklung ist der stark prosperierende Mittelstand und ein steigender Freizeitanteil der Chinesen.

Jedoch ist der Umgang mit chinesischen Reisenden für die deutschen Hotels und Tourismusorganisationen eine Herausforderung. Obwohl das Interesse an der deutschen Kultur und den technischen Produkten sehr groß ist, gelten Chinesen während ihres Aufenthalts in Deutschland als wenig offen. Sie fordern häufig eine asiatische Küche und zeichnen sich durch geringe internationale Sprachkenntnisse aus. Weiterhin gelten sie als sehr preisbewusst und eher überheblich gegenüber dem Servicepersonal. Der deutsche Tourismus wird dennoch nicht auf den chinesischen Outbound-Tourismus verzichten können, da der eigene Markt bereits eine hohe Tourismusintensität hat. Wachstum in diesem Bereich kann nur durch neue Gästegruppen erreicht werden. Somit werden interkulturelle Kompetenzen im Umgang mit internationalen Gästegruppen zu Wettbewerbsfaktoren.

Dr. Hartmut Meyer
KMU-Berater

 **Lesen Sie weiter auf:**
www.china-touristen.kmu-berater.de

Anzeige

Denken Sie mit uns Ihr Wachstum neu.

A.B.S. Global Factoring AG // Ihr Wachstumsfinanzierer



Als größter unabhängiger Factoring Dienstleister Deutschlands setzen wir uns dafür ein, Ihr Wachstum mit individuellen Lösungen optimal zu finanzieren.

Unser Versprechen:

- Nachhaltige **Partnerschaft auf Augenhöhe**
- Unternehmerische **Flexibilität** und **professionelles Handling** in der Abwicklung
- Persönliches Engagement für **schnelle Entscheidungen**
- **Breit aufgestelltes Partnernetzwerk**

A.B.S. Global Factoring AG
Mainzer Straße 97, 65189 Wiesbaden
T +49 (611) 9 77 10-0, Beratung@abs-ag.com
www.abs-global-factoring.de

 **A.B.S.**
GLOBAL FACTORING

Aus dem Leben des Verbandes



Frühjahrstagung 2018: Internationalisierung von KMU

Globalisierung und Internationalisierung beschäftigt auch immer mehr kleine und mittlere Unternehmen (KMU). Sei es, dass Chancen im Ausland genutzt werden sollen oder dass ausländische Unternehmen in die eigenen Märkte drängen.

Damit ist Internationalisierung auch für alle KMU-Beraterinnen und -Berater ein Thema. Natürlich sind nicht alle Internationalisierungs-Spezialisten. Aber in ihren Unternehmenskontakten sollten alle das Thema auf dem Berater-Radar haben, Hinweise und Fragen der Unternehmen aufgreifen können und an spezialisierte Kolleginnen und Kollegen weiterleiten – ganz im Sinne der Beratungsgrundsätze unseres Verbandes.

Dafür gibt unsere Frühjahrstagung am 16. und 17. März 2018 in Frankfurt am Main Impulse in Vorträgen, Workshops und im Fishbowl-Format. Alle Informationen und Online-Anmeldung unter www.tagung.kmu-berater.de.



Zum fünften Mal: KMU-Banken-Barometer – Bankgebühren im Fokus

Das Schwerpunktthema des „KMU-Banken-Barometer“ beschäftigt sich in diesem Jahr mit der Gebührenpolitik der Banken und Sparkassen im Firmenkundengeschäft: Welche neuen Gebühren und welche Gebührenerhöhungen erleben die Unternehmen?

„Wie schätze ich aktuell meine Finanzierungs- und Banken-Situation ein?“ Diese strategisch wichtige Frage können Unternehmerinnen und Unternehmer wieder mit den zehn Standardaussagen selbstkritisch bewerten.

Die nächste Frage lautet: „Welche Schlussfolgerungen ziehe ich daraus?“ Darauf gibt das „KMU-Banken-Barometer“ direkt eine Antwort mit einer Einschätzung der Situation und einem ersten Handlungsimpuls aus der Beraterperspektive der Mitglieder unserer Fachgruppe Finanzierung und Rating.

Alle Eingaben der Unternehmen fließen anonym in eine Umfrage ein. Das KMU-Banken-Barometer läuft online vom 01. März bis 30. April 2018 unter www.banken-barometer.kmu-berater.de.

Unternehmen, die ihre Mail-Adresse angeben, nehmen an einer Verlosung des Buches „Mit Kreditgebern auf Augenhöhe verhandeln“ teil – jeder 20. Teilnehmer gewinnt. Außerdem erhalten diese Unternehmen im Juni per Mail eine Auswertung über die Umfrageergebnisse und können so die eigene Situation noch besser einschätzen.

KMU-Banken-Barometer 2018
Schätzungen und Gefühle zu Ihren Erfahrungen im Geschäft mit Banken und Sparkassen

Bitte nehmen Sie sich 5 Minuten Zeit für die Teilnahme am KMU-Banken-Barometer. Bitte beachten Sie, dass die Angaben anonymisiert sind. Sie können Ihre Angaben zu jeder Zeit ändern. Ihre Angaben werden für die Analyse der Ergebnisse verwendet. Vielen Dank!

Rückgabefrist bis zum 30. April 2018

Bitte bewerten Sie	Sehr gut	Gut	Mittel	Schlecht	Sehr schlecht
Schwerpunktthema 2018: Gebührenpolitik der Banken					
1. Für welche Leistungen zahlen Ihre Banken in den letzten zwölf Monaten Gebühren?					
2. Welche Gebühren sind für Sie am wichtigsten?					
3. Wie hoch sind die Gebühren für Sie?					
4. Wie hoch sind die Gebühren für Ihre Kunden?					
5. Wie hoch sind die Gebühren für Ihre Mitarbeiter?					
6. Wie hoch sind die Gebühren für Ihre Lieferanten?					
7. Wie hoch sind die Gebühren für Ihre Geschäftspartner?					
8. Wie hoch sind die Gebühren für Ihre Kunden, die keine Bankkunden sind?					
9. Wie hoch sind die Gebühren für Ihre Kunden, die keine Sparkassenkunden sind?					
10. Wie hoch sind die Gebühren für Ihre Kunden, die keine Geschäftspartner sind?					

Deutsch für Schweizer

Durch die Globalisierung rückt die Welt enger zusammen. Das Thema Internationalisierung spielt für Unternehmen eine immer größere Rolle. Die Entscheidung, wohin man expandiert, hängt von vielen Faktoren ab. Bei der Sprache, der Mentalität und Arbeitseinstellung liegen Deutschland und die Schweiz gar nicht so weit auseinander, die eine oder andere Feinheit unterscheidet die beiden Länder allerdings doch.

Bekannte Vorurteile spiegeln die kulturellen, sprachlichen und gesellschaftlichen Unterschiede der Nachbarländer wider wie „Schweizer sind langsam!“ oder „Deutsche haben keinen Humor!“. Vor allem die Kommu-

nikation zwischen den zwei Nationen, die vermeintlich dieselbe Sprache sprechen, birgt so manche von vielen unerwartete Fallstricke.

Multikulturelle Missverständnisse und Klischees müssen aus dem Weg geräumt werden, damit Teams aus beiden Ländern sich besser verstehen und erfolgreich zusammenarbeiten können. Auf einen Schweizer wirkt die deutsche Sprache mit ihrer rhetorischen Geschliffenheit hochprofessionell und beeindruckend. Deutsche können sich zum Beispiel aus sechs verschiedenen Zeitformen bedienen, während sich das Pensum der Schweizer auf „isch“ (ist) und „gsi“ (gewesen) beschränkt.

Kommunikationsprobleme entstehen durch mangelndes Hintergrundwissen und Fehldeutungen. Damit Beziehungen funktionieren, ob privat oder geschäftlich, müssen beide Seiten dieselbe Sprache sprechen. Zumindest sollten Nationen aber dazu bereit sein, voneinander zu lernen. Das setzt aber voraus, sich bereits vor dem Kontakt mit Geschäftspartnern aus dem jeweils anderen Land über diese Unterschiede zu informieren, sich darauf einzustellen und vorzubereiten.

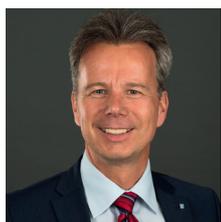
Stefan Häseli
www.stefan-haese.li.com



Autoren dieser Ausgabe



Alexander Tirpitz



Matthias Brems



Michael Zwantschko



Marlies Peine



Dr. Hartmut Meyer



Stefan Häseli



Termine

Fachgruppen

06.03.2018	Fachgruppe Finanzierung/Rating, Kaarst
08.03.2018	Fachgruppe Bauwirtschaft, Oldenburg
26.04.2018	Fachgruppe Sanierung, Fulda
13.06.2018	Fachgruppe Bauwirtschaft
18.06.2018	Fachgruppe Hotellerie & Gastronomie via Skype

Regionalgruppen

11.04.2018	Regionalgruppe West, Hagen
04.05.2018	Regionalgruppe Ost, Luckenwalde

Verbandstermine

16.03.2018	Mitgliederversammlung, Frankfurt am Main
16. + 17.03.2018	Frühjahrstagung „Internationalisierung von KMU“, Frankfurt am Main



Neue Mitglieder

Als neue Mitglieder begrüßen wir herzlich im Bundesverband Die KMU-Berater und freuen uns auf intensiven und kreativen Austausch:

Frank Triebel, 29699 Bomlitz	Dr. Frank Wendlandt, 87757 Kirchheim
Mario Weber, 04600 Altenburg	Volker Lengenfelder, 28816 Stuhr
Peter Gericke, 80992 München	Ralf Finken, 41379 Brüggen
Martina Rau, 41066 Mönchengladbach	Bastian Lengenfelder, 28816 Stuhr
Ulrich Schmelzer, 35794 Mengerskirchen	Marcus Rübbe, 33602 Bielefeld

Alle unsere Mitglieder finden Sie auf www.kmu-beraterboerse.de



Berater-Ausbildung Offensive Mittelstand:

26.03.2018, Berlin und 25.04.2018, München

www.offensive-mittelstand.kmu-berater.de



Der Berufsverband
für Trainer, Berater
und Coaches

BDVT-Camp 2018

Mensch.Maschine.Zukunft:
10. und 11. Mai Zeche Zollverein Essen

www.bdvt.de



DIE KMU-BERATER
Bundesverband freier Berater e.V.

Die KMU-Berater – Bundesverband freier Berater e.V.
Elisenstraße 12-14
D-50667 Köln

Redaktion:
Carl-Dietrich Sander

**Geschäftsstelle
Ansprechpartnerin:**
Petra Franke
Telefon: 0221-27 106 106
Telefax: 0221-27 106 107
info@kmu-berater.de
www.kmu-berater.de



Layout/Satz: CGW GmbH, Krefeld
Fotos: © Die KMU-Berater

Thema der nächsten Ausgabe: Strategie in der Beratung –
Erscheinungstermin: 16.06.2018