

5 Fragen an ...

... **Simon Baumheier, seit 2010 Vorstandsvorsitzender und Gründer der markenzoo eG.**

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

Als Marketing-Dienstleister unterstützen wir unsere regionalen Kunden bei ihren Tätigkeiten im Ausland. Zu unseren Kunden gehören viele spezialisierte Unternehmen, die weltweit mit ihren Leistungen bzw. Produkten Nischen bedienen und damit einzigartig sind. Auf dem Weltmarkt gehören sie damit zu den Top-Anbietern. Diesen Kunden helfen wir sich auf dem europäischen, amerikanischen und asiatischen Markt zu positionieren und ihre Außenwirtschaftskraft zu stärken.

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

Als Agentur sind wir nicht nur auf Unterstützung im Marketing spezialisiert, sondern auch auf Beratungsleistungen. Daher stehen wir unseren Kunden auch bei ihrem internationalen Einstieg und ihren Aktivitäten beratend zur Seite. Der Einstieg in einem anderen Land ist stets Markt- und Produktabhängig. Es gilt immer zu schauen: Wer ist meine Zielgruppe? Wer sind meine Wettbewerber? Wo ist der Bedarf und welche kulturellen Gegebenheiten sind zu beachten? Wie

„tickt“ die Branche vor Ort? – daran sollten Kundenansprache und Maßnahmen gezielt ausgerichtet werden.

3. Worauf führen Sie Ihren Erfolg zurück?

Unseren Erfolg führen wir auf unsere Spezialisierung auf die ingenieurtechnischen Branchen mit ihren komplexen technischen Sachverhalten zurück. Wir kombinieren langjährige Erfahrung aus dem Ingenieurwesen mit der Kreativbranche und verfügen über notwendige Kenntnisse und technisches Fachwissen. Wir kennen den Bedarf am Markt und durch unser fachspezifisches Hintergrundwissen verbinden wir beide Seiten: Ingenieure und Kunden.

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

Vor allem in den letzten Jahren wurden wir sowohl intern als auch bei unseren Kunden als Alternative zur Präsenzmesse mit der digitalen Leadgenerierung konfrontiert. Als 24/7-Akquisemittel sollte die Unternehmens-Webseite inhaltlich ausgebaut werden. Nur so kann gewährleistet werden, dass der potenzielle Kunde zu jeder Zeit so viele Fragen wie möglich beantwortet bekommt. Neben der passiven ist auch die aktive Akquise ein wichtiger Bestandteil der Leadgenerierung – vor allem der digitalen. Durch Redaktionspläne,



Foto: © Thomas Schlorke – markenzoo eG

Simon Baumheier

mehrstufige E-Mail-Anschreiben und LinkedIn-Strategien mit anschließendem Call-Center wird die persönliche Note ins Digitale übertragen. Und das erfolgreich.

5. Was empfehlen Sie Export-Einsteigern?

Wir empfehlen vor allem die Feinheiten des entsprechenden Marktes zu analysieren. Mentalität und kulturelle Eigenheiten müssen vorher sondiert werden, damit der erste Aufschlag sitzt. Ganz wichtig ist auch immer die Zielgruppendefinition und -analyse, die Wettbewerbsanalyse und die ganzheitliche Betrachtung von regionalen Strukturen und der Zielbranche. Sinnvoll ist auch, sich vor Ort mit Partnern oder Distributoren zu verbinden. Diese kennen den Bedarf vor Ort und man spart sich den Aufwand des Strukturaufbaus. Womöglich ist durch die Infrastruktur vor Ort der Service wichtiger als das reine Produkt? Ein Tipp: sich immer bei den hiesigen öffentlichen Institutionen zu informieren, diese haben viele Angebote für den Exporteinstieg.



Foto: © Thomas Schlorke – markenzoo eG

MARKENZOO

markenzoo eG

Firmensitz: Dresden

Gründungsjahr: 2010

www.markenzoo.de