

Unternehmen der Region müssen den Wandel aktiv gestalten

Vortragsveranstaltung: Sparkasse Tauberfranken gab Firmenvertretern exklusive Einblicke und praxisbezogene Ansätze für ein erfolgreiches Auslandsgeschäft.

Tauber-Odenwald. Globale Machtverschiebungen, regionale Konflikte und wirtschaftspolitische Spannungen verändern die Wirtschaft in einem bislang unbekannten Tempo. Auch für heimische Unternehmen bedeutet das: Wer in Zukunft noch erfolgreich sein will, muss flexibel handeln, neue Märkte erschließen und Geschäftsstrategien kontinuierlich weiterentwickeln. Unter dem Leitgedanken „Die Welt in Bewegung – Geschäftsstrategien für neue Märkte“ hatten die Sparkassen Tauberfranken und Neckartal-Odenwald zusammen mit der S-International Südwest ihre international agierenden Firmenkunden in die „Alte Füllerei“ nach Distelhausen eingeladen. Im Rahmen einer Vortragsveranstaltung gewährten erfahrene Experten exklusive Einblicke und vermittelten praxisbezogene Ansätze, wie regionale Unternehmen ihr Auslandsgeschäft erfolgreich gestalten können.

Mit Mut und Leidenschaft neue Pfade beschreiten

„Es gab schon immer bewegte Zeiten“, rief der Hausherr und Chef der Distelhäuser Brauerei, Moritz Bauer, den rund 100 Firmenvertreterinnen und -vertretern zum Auftakt zu. Mit Blick auf die eigene, 150-jährige Unternehmensgeschichte bestärkte er sie, mit Mut und Leidenschaft neue Pfade zu gehen, die noch nicht belaufen sind. Wie es gelingen kann, Märkte neu zu denken und Strategien entsprechend auszurichten, sollten die interessierten Besucherinnen und Besucher im Laufe des Abends noch praxisnah erfahren.

„Wir wollen Ihnen aufzeigen, wie Sie die Chancen in diesen neuen Märkten nutzen und gleichzeitig die Risiken begrenzen können“, betonte der stellvertretende Vorstandsvorsitzende der Sparkasse Tauberfranken, Wolfgang Reiner, der die Kooperationsveranstaltung zusammen mit seinem Vorstandskollegen Martin Graser von der Sparkasse Neckartal-Odenwald und Heike Rudolph, Geschäftsführerin der S-International Südwest, eröffnete. Um ihren Firmenkunden die nötige Sicherheit bei Auslandsgeschäften zu gewährleisten, haben 25 Sparkassen seit zehn Jahren ihre Kompetenz in der S-International Südwest gebündelt. „Wir bieten Unternehmen passende Lösungen und Konzepte für das kommerzielle Auslandsgeschäft sowie das Zins-, Währungs- und Rohstoffmanagement“, berichtete Heike Rudolph. Im vergangenen Jahr be-



Präsentierten Geschäftsstrategien für neue Märkte (von links): Wolfgang Reiner, Ralf Schuster, Stefan Schmidt, Heike Rudolph, Martin Haaf, Thomas Mühleck, Silas Bohlender und Martin Graser.

BILD: SPARKASSE TAUBERFRANKEN

wegte sich das Auslandszahlungsvermögen der S-International Südwest auf 8,5 Milliarden Euro.

Chancen der neuen Märkte nutzen

Wie die weltwirtschaftliche Landkarte aktuell zwischen den Großmächten neu verhandelt wird, stellte Ralf Schuster von der Helaba Landesbank Hessen-Thüringen, anschaulich dar. Von dem ausgewiesenen geopolitischen Experten erfuhren die Teilnehmerinnen und Teilnehmer, dass sich der Technologiekrieg um die Vorherrschaft zwischen China und den USA weiter verschärfen werde. Für Europa biete sich daher die große Chance, ohne Bürokratie und Regulierungen, neue Märkte und Kontinente zu erschließen. „Wir müssen in der Lage sein, den 25 Ländern im globalen Süden, die jetzt nach vorne kommen, unsere umweltfreundlichen Technologien bereitzustellen.“ Ralf Schuster rief die Firmenvertreterinnen und -vertreter dazu auf, die vielfältigen Chancen der neuen Märkte zu nutzen und von ihnen zu profitieren.

Die richtigen Strategien zur finanziellen Risikosteuerung im Aus-

landsgeschäft verriet Stefan Schmidt von der Euler Hermes AG. Das Hamburger Unternehmen ist vom Bund mit der Durchführung der Exportkreditgarantien beauftragt. Das umfangreiche Maßnahmenpaket der Außenwirtschaftsförderung soll die Wettbewerbsfähigkeit deutscher Exporteure stärken, qualifizierte Industriearbeitsplätze sichern und die Finanzierung von Exportgeschäften erleichtern.

Stefan Schmidt erklärte, wie die Absicherung der Zahlungsrisiken, besonders auch für kleine und mittlere Unternehmen, funktioniert. Er machte deutlich, dass der Bund 95 Prozent der Risiken absichere. So habe die Euler Hermes AG im Auftrag der Bundesregierung im vergangenen Jahr deutsche Exporteure mit Garantien in Höhe von 13,3 Milliarden Euro, insbesondere für die Märkte in der Türkei, Polen, Brasilien, Ukraine und China, abgesichert. Stefan Schmidt verriet aber auch, dass der Bund dabei für Schäden in Höhe 534 Millionen Euro aufgekommen sei.

Bei der von Heike Rudolph moderierten Podiumsdiskussion skizzierten die Manager von drei Unter-

nehmen aus dem Main-Tauber-Kreis ihre Strategie, wie sie erfolgreich auf internationalen Märkten agieren.

Podiumsdiskussion mit Unternehmern

„Wir wachsen weiter, insbesondere in Südostasien“, erläuterte Thomas Mühleck, CEO von Kurtz Ersä in Kreuzwertheim. „Das funktioniert allerdings nicht mehr mit den Methoden von früher“, so der Geschäftsführer des globalen Technologiekonzerns. „Wir haben uns zum Vollsortimenter entwickelt und wollen künftig auch in Indien produzieren.“ Thomas Mühleck motivierte die Anwesenden, neue Strategien mit überschaubarem Risiko mutig umzusetzen.

Silas Bohlender, Prokurist bei der Bohlender GmbH in Grünsfeld, berichtete, dass sich sein kleines Familienunternehmen mit einer Tochtergesellschaft auf den großen Markt USA wage. „Da ist Mut und Unternehmerteil gefragt“, bestätigt der Jungunternehmer. „Doch wir haben einen langfristigen Horizont gewählt und gehen die Expansion mit Bedacht an.“

Lösungsansätze für ein erfolgrei-

ches internationales Geschäft hatte auch Martin Haaf parat. Der Gründer und CEO der i.safe Mobile GmbH, dem Weltmarktführer für explosionsgeschützte Kommunikationsgeräte in Lauda-Königshofen, bezeichnete die Öl- und Gasindustrie im Mittleren Osten als seinen größten Markt.

Doch auch im Bereich der kritischen Infrastruktur und auf dem Blaulichtsektor in Europa seien die Produkte „Made in Germany“ gefragt. „Gegen den Strom zu schwimmen, hat uns immer große Erfolge gebracht“, bekräftigte Haaf. „Wir wollen ganz nah an unseren Kunden sein und entwickeln mit ihnen gemeinsam die Produkte. Dabei bauen wir auf Technologiepartnerschaften.“

„Eines wurde heute wieder deutlich“, so Sparkassen-Vorstandsmitglied Wolfgang Reiner in seinem Fazit. „Die Märkte der Zukunft entstehen nicht von selbst. Sie werden von Unternehmen gestaltet, die offen für Veränderungen sind, strategisch denken, Innovationen konsequent vorantreiben und so mit Unterstützung eines kompetenten Finanzpartners langfristig wettbewerbsfähig bleiben.“