

Bildungs-Thema „Export Strategie 1.0“

Möglichkeiten und Chancen für Dienstleister, EPU und KMU

Kapitel 3

Es ist soweit – die Reise beginnt!

Dr. Bernd Liebmann

Unternehmensberater (UBIT) und akkreditierter Export-Berater (incite)

INHALT

INHALT	2
VORWORT	3
STARTEN WIR EINE NEUE EXPORT-STRATEGIE	4
INTERNATIONALE AKTIVITÄTEN DER MOBIL BUS GMBH	5
EXTERNE MARKT-ANALYSEN	6
MARKT-DATEN / LÄNDER-INFOS	7
UNGARN	8
SLOWENIEN	9
KONTAKT ZUM AC	10
FÖRDER-PAKETE FÜR SLOWENIEN / UNGARN	12
EXPORT-SCHECK	15
ABKÜRZUNGS-VERZEICHNIS	17
ABBILDUNGEN UND TABELLEN	18
LITERATUR	19
ZUM AUTOR	21

VORWORT

Über EUR 20 Mrd an Export-Volumen kommt jährlich aus der Steiermark. Diese Erfolge sind vor allem KMUs zu verdanken, die ihre Marktnischen international gefunden haben, oder jungen Start up-Unternehmen im technologischen oder IT-Umfeld.

Steirischen Einzelunternehmen (EPU) sowie Dienstleistern, die höchst professionell arbeiten, stehen viele Möglichkeiten offen, sich über Auslands-Strategien zu informieren bzw. ihren Export von know how und Services planen und umzusetzen zu können.

Mit „Export-Strategie 1.0“ soll diesen (vor allem kleinen) Unternehmen und Beratern, die Angst vor enormen Kosten, sowie vor Risiko und Versagen auf internationalen Märkten genommen werden.

In Kapitel 1 und 2 haben wir grundlegende Fragen beantwortet, Strukturen geschaffen und die wichtigsten Förderungs-Instrumente vorgestellt. Nun beginnen wir in Kapitel 3 Schritt für Schritt mit der Umsetzung einer neuen Export-Strategie mit einem virtuellen Unternehmen – es könnte auch Ihres sein.



Foto: BLM

STARTEN WIR EINE NEUE EXPORT-STRATEGIE

Ein Grazer IT-Berater mit Büro im Süden der Stadt hat eine webbasierte Applikation entwickelt, die es ermöglicht, auch außerhalb von den großen Städten einen Bus-Shuttle-Service zu buchen und sich zu sehr attraktiven Konditionen bei bestimmten Stationen abholen zu lassen.

In unserem virtuellen Fallbeispiel nennen wir das Grazer Unternehmen „Mobil Bus GmbH“.

Der Vorteil spricht in erster Linie für die Bevölkerung am Land, die weder einen eigenen PKW nutzen wollen oder können, und für Regionen, die an den öffentlichen Verkehr nicht optimal (räumlich bzw. zeitlich) angebunden sind.

Die angebotene Lösung kann für den regelmäßigen Weg zu Arbeitsplatz oder Behörden, aber auch für individuelle Fahrten zu Konzerten, Veranstaltungen oder Besuchen interessant sein.

Während der bereits international sehr bekannte und erfolgreiche UBER-Dienst eine interessante Alternative zum klassischen Taxi bietet, aber nur in großen Städten – unterstützt durch private PKW-Fahrer - möglich ist, fährt das Grazer Unternehmen mit eigenen (Klein-)Bussen und Vans die eher abgelegenen Gegenden in der Steiermark an.

Buchungen erfolgen (noch) nicht online, sondern per Telefon-Hotline, aber die Entwicklung einer eigenen App, die auf jedem mobilen Smartphone oder Tablet genutzt werden kann, ist in Arbeit. Der Echtbetrieb und die Vermarktung werden noch im Sommer / Herbst dieses Jahres starten.

INTERNATIONALE AKTIVITÄTEN DER MOBIL BUS GMBH

Mobil Bus GmbH hat Partner-Unternehmen in Deutschland, die aber noch keine webbasierte Lösung im Echtbetrieb haben, sondern erst in der Planungs- und Test-Phase von Verkehrsnetzen, Betreibern und Bus-Unternehmen stehen.

Der Eigentümer der Mobil Bus in Graz-Liebenau ist Unternehmensberater und IT-Berater (UBIT) und hat sein Gewerbe als EPU begonnen. Nach vier Jahren selbständiger Tätigkeit hat er bereits vier fix-angestellte MitarbeiterInnen in seinem Unternehmen beschäftigt. Auch zwei externe Fahrer, die er nach Bedarf anmietet, stehen der Mobil Bus zur Verfügung.

Heute denkt der Unternehmer nicht nur über andere Bundesländer wie Kärnten, NÖ und OÖ, sondern bereits aktiv an eine erste Ausweitung seiner Lösung im CEE-Raum (Slowenien und Ungarn) nach.

Eine Marktbearbeitung von beiden Ländern parallel – oder in ähnlicher Dimension – scheint nicht schwierig, da die vorhandenen Markt-Potenziale überschaubar scheinen, Sprachbarrieren kaum vorhanden sind (in beiden Ländern spricht man sehr gut Englisch und vielfach auch Deutsch), und auch unterschiedliche Zugänge zu den benachbarten Zielmärkten möglich sind:

- Für Slowenien spricht die räumliche Nähe und eine ähnliche Situation wie in der Steiermark. Nicht alle Regionen außerhalb von Marburg, Laibach und Celje sind immer mit den öffentlichen Verkehrsmitteln optimal erreichbar.
- In Ungarn will man vorhandene Kontakte nutzen bzw. haben auch die deutschen Partner-Unternehmen der Mobil Bus GmbH bereits seit vielen Jahren gemeinsame Bus-Linien aufgebaut und in Betrieb.

Hier ging man also bisher auch nach den Schritten vor, die ich in Kapitel 1 (interne Analyse, ab Seite 13) immer wieder empfohlen habe: nutzen Sie bestehende Kontakte und Geschäftsbeziehungen oder analysieren Sie aktiv die Geschäftsfelder, die Ihre vorhandenen Kunden im Ausland bereits abdecken.

So kann zu Beginn nicht viel schiefgehen.

EXTERNE MARKT-ANALYSEN

Die grundsätzlichen Fragen der Externen Analyse (siehe Kapitel 1, Seite 15) nach den ersten möglichen Export-Ländern sind bereits beantwortet. Die Entscheidung für Ungarn und Slowenien ist bereits gefallen. Mit deutschen Unternehmen wird bereits seit zwei Jahren verhandelt und eine gemeinsame Software-Lösung entwickelt. Gehen wir also gleich einen Schritt weiter.

Vorab wollen wir die beiden Zielmärkte noch etwas genauer anschauen (vgl. dazu den Export-Guide in Kapitel 1, Seite 19-20 bzw. das Export-Navi in Kapitel 2, Seite 16), um sich flexibel auf diverse unterschiedliche Rahmenbedingungen oder Anforderungen einstellen zu können.

Bleiben wir bitte realistisch! Beginnen Sie am besten dort, wo für Sie die kulturellen, sprachlichen und räumlichen Unterschiede am geringsten sind. Da es meist am Beginn des Exportgeschäfts sehr oft zu Missverständnissen und Problemen kommt, ist oft die räumliche Nähe ein großer Vorteil. Das war auch für den Geschäftsführer der Mobil Bus sehr wichtig (vgl. dazu Export-Navi, Seiten 7 ff)

Wir nutzen für die ersten Markt-Analysen die umfangreichen Portale der AWO / WKO.

Zusätzliche allgemeine Infos bieten, wie zum Teil in Kapitel 2 bereits vorgestellt, neben der AWO auch:

- Amtliche Statistiken und Dokumente
- Publikationen von Handelskammern und Wirtschaftsverbänden
- Tages- und Fachpresse, Finanz- und Wirtschaftspresse
- Geschäftsberichte von Banken und Industriefirmen z.B. Jahresberichte, Wirtschaftsanalysen, Bilanzen
- Studien von Marktforschungsinstituten, Universitäten, Analysten
- Publikationen internationaler Organisationen (Weltbank, OECD, IWF, EU-Kommission usw.)
- Adressbücher z.B. „Kompass“ mit Adressen von Industrie- und Handelsfirmen
- Datenbanken (EEN, POD)

Siehe dazu auch die Checkliste „Markt-Studien“ der WKO unter:
http://www.go-international.at/Checkliste_Marktstudie.pdf

MARKT-DATEN / LÄNDER-INFOS

Ein Klick auf das Portal der AWO eröffnet uns die Möglichkeit, erste Länder-Infos kostenlos downloaden zu können:

<https://www.wko.at/Content.Node/service/aussenwirtschaft/Aussenwirtschaft---Channelstartseite.html>

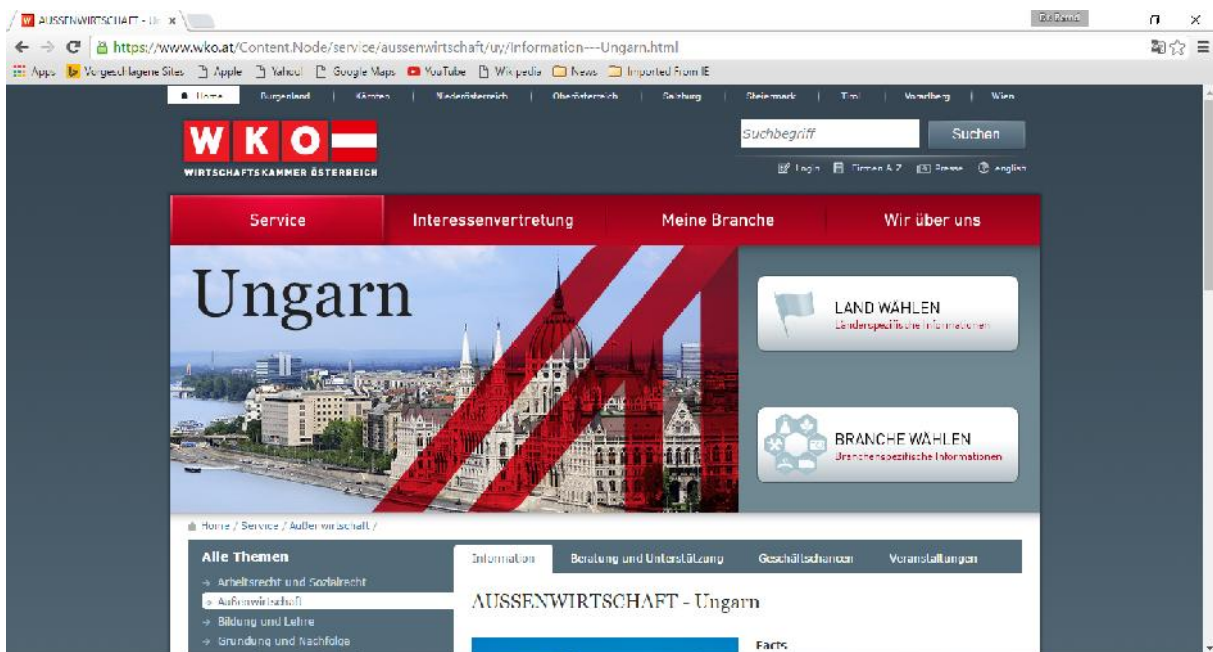


Abbildung 1: Startseite Ungarn, Quelle: WKO / AWO

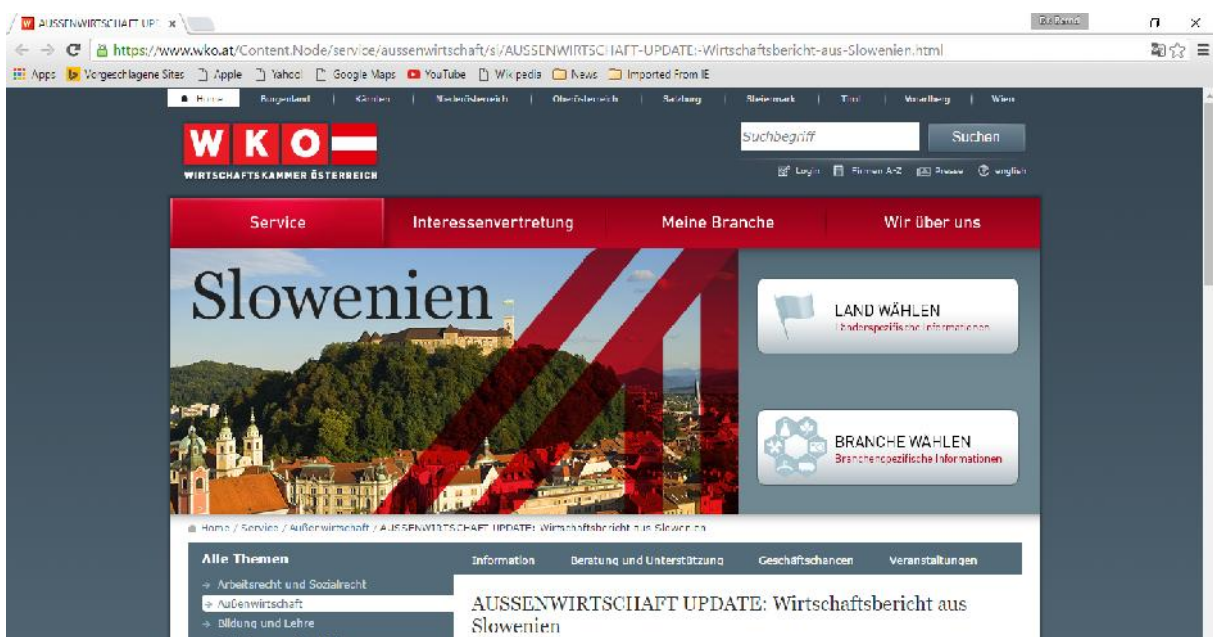


Abbildung 2: Startseite Slowenien, Quelle: WKO / AWO

UNGARN AUF DEM PORTAL DER WKO

Als kostenlosen Download haben wir zwei erste Länderblätter der beiden Zielmärkte erhalten:



Abbildung 3: Länder-Info, Update Ungarn, Quelle: AWO

Siehe dazu auch den Link

https://www.wko.at/Content.Node/service/aussenwirtschaft/uy/Ungarn_Update_08062016_2.pdf

SLOWENIEN AUF DEM PORTAL DER WKO

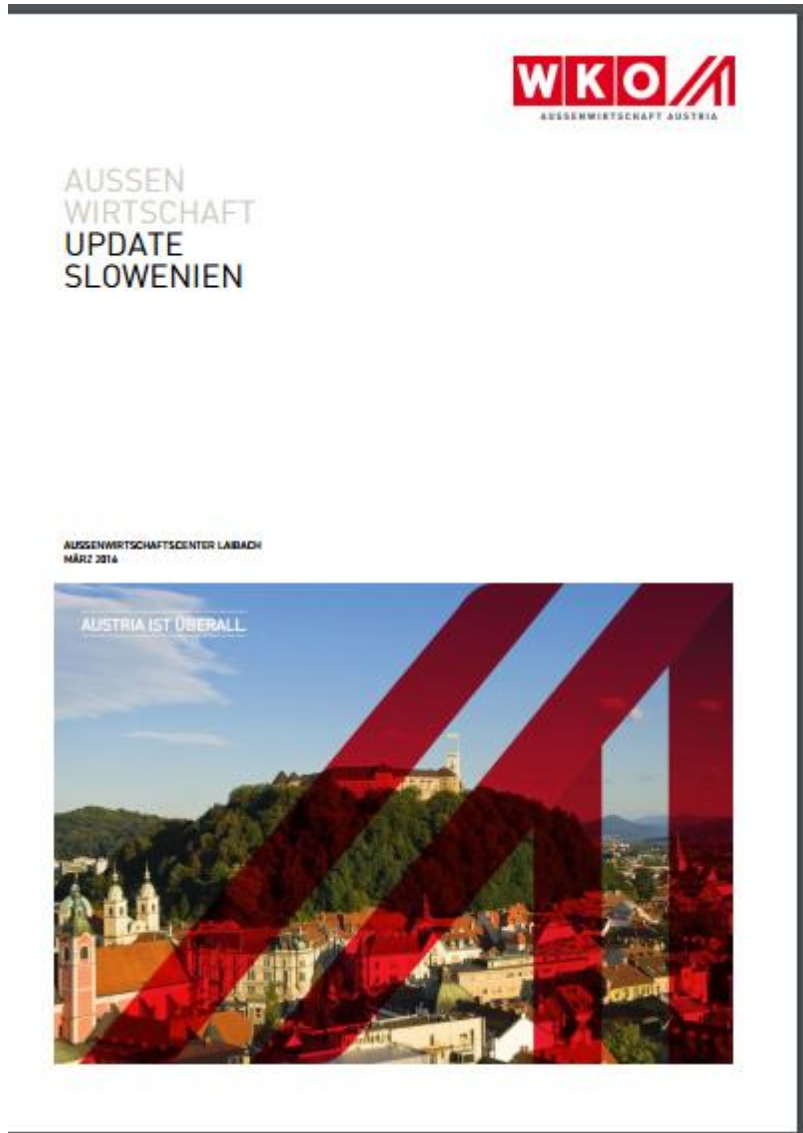


Abbildung 4: Länder-Info, Update Slowenien, Quelle: AWO

Siehe dazu auch den Link

https://www.wko.at/Content.Node/service/aussenwirtschaft/si/Slowenien_Update_31032016.pdf

Eine Reihe von Veranstaltungen und Messen in Slowenien können für Neu-Experteure auch hilfreich sein:

<https://www.wko.at/Content.Node/service/aussenwirtschaft/si/Veranstaltungen---Slowenien--Republik.html>

<https://www.wko.at/Content.Node/Veranstaltungsdetailseite.html?vaid=8ff79ee9-5390-43d5-92db-fd1310c1cb89>

KONTAKT ZUM AC

Da es in Ungarn bereits bestehende Kontakte gibt, in Slowenien hingegen noch nicht, wird für beide Zielländer als erster Schritt die Frage nach potenziellen (bzw. zusätzlichen) Geschäftspartnern, aber auch Mitbewerbern im Ausland, zu klären sein (Detail-Analysen zum „Fine Tuning“):

- Bus-Unternehmen und Verkehrs-Unternehmen (Partner und Mitbewerber)
- Betreiber und Eigentümer von Klein-Bussen (Partner und Mitbewerber)
- Lokale IT-Berater und IT-Entwickler (Lokalisierung, Implementierung der Web-Systeme)
- Übersetzungs-Büros / Universitäten (Lokalisierung von Angebot und Web-Auftritt)
- Lokale Rechtsanwälte (Klärung von gewerberechtlichen und infrastrukturtechnischen Fragen)

Ein Kontakt zu den Außenwirtschafts Centren (AC) in Laibach (Ljubljana) und Budapest kann bereits erfolgen, da, wie bereits in Kapitel 2 erwähnt, können pro Land und pro Jahr bis zu acht (8) Stunden kostenlose Beratungsleistung oder Markt-Analysen in Auftrag gegeben werden.

Gerade die oben erwähnten möglichen Geschäftspartner kann man ohne die Unterstützung der weltweiten ACs nur sehr schwer finden. Die langjährige Tätigkeit der dortigen Teams und deren umfangreiche lokale Marktkenntnis sind hier sehr wertvolle Benefits für den Export.

Mögliche Inhalte können Listen und Kontaktdaten zu Ziel-Partnern und Ziel-Kunden sein, mögliche Vertriebspartner, spezifische Marktdaten, sowie teilweise sogar Hilfe bei Terminvereinbarungen im Ausland.

Über den Export-Guide der AWO (siehe Link in Kapitel 1, Seite 22) bekommen wir die Kontaktdaten der AC in Ungarn und Slowenien. Für eine erste Kontaktaufnahme reicht normalerweise ein E-Mail mit konkreter Anfrage, gewünschten Inhalten, sowie Angabe der eigenen Kontaktdaten mit Telefon, E-Mail und Mitglieds-Nummer der WKO. Auch wenn wir als Export-Berater im Namen unserer Kunden Abfragen bei einem AC tätigen, müssen wir immer auf den Namen des Kunden verweisen.

➔ Schreiben Sie an Laibach@wko.at bzw. Budapest@wko.at – das haben wir im Namen der Mobil Bus GmbH bereits getan.

Wir empfehlen auf jeden Fall zusätzlich eine telefonische Kontakt-Aufnahme. Vor allem beim ersten Kontakt macht das Sinn, und es kann immer Zeiten geben (wie z.B. während internationaler Messen oder Kongresse), wo die Teams im AC stark engagiert sind, da kann eine Antwort manchmal nicht sofort am nächsten Tag erfolgen. Planen Sie dafür etwas Vorlauf-Zeit ein.

Ideal ist natürlich auch ein erster persönlicher Termin vor Ort. Die Fahrt von Graz nach Budapest und / oder Laibach ist keine lange. Und das eine oder andere Detail wird dadurch auch leichter oder gleich erledigt.

TIPP:

Planen Sie auch schon für Ihre erste noch so kleine Reise, Ihren Förder-Antrag vorher beim ICS einzureichen – auch Reisekosten werden im Rahmen der IO zu 50% direkt gefördert – mehr dazu im nächsten Abschnitt ab Seite 12.

TIPP:

Setzen Sie Prioritäten bei Ihren Ziel-Gruppen:

Auch wenn Sie mit Bus-Unternehmern, IT-Beratern, Übersetzungsbüros und Rechtsanwälten nur vier Zielgruppen selektieren lassen, die ersten acht Stunden sind rasch verbraucht, da auch das lokale AC meist für jede Anfrage aktuell recherchiert. Listen für Anwälte sind natürlich stets vorhanden. Bitte erkundigen Sie sich nach den Stundensätzen des AC, die nach Verbrauch der kostenlosen Stunden anfallen.

Nach Erhalt der Kontaktdaten von Zielgruppen und potenziellen Geschäftspartnern, kann mit der Detail-Planung von Sales und Business Development gestartet werden.

Zuvor müssen wir uns aber noch um die Anträge der Förderprogramme kümmern!

FÖRDER-PAKETE FÜR SLOWENIEN / UNGARN

Nun empfehlen wir der Mobil Bus GmbH auch, so bald wie möglich, einen Termin bei der Steirischen ICS (Internationalisierung Center Steiermark), zu vereinbaren.

Als Abteilung für Außenwirtschaft der WKO ist die erste Adresse in Bezug auf Förderprogramme. Und der Antrag sollte so schnell wie möglich erfolgen!

ACHTUNG!

Gefördert können natürlich nur Maßnahmen, die nach Antrag bzw. Bestätigung des Förderantrages beginnen. Das wird leider in der Praxis immer noch sehr oft vergessen.

Und Kosten fallen auch in unserem Falle recht schnell an.

Nochmals zur Erinnerung:

Gefördert werden neben den ersten Markt-Analysen über den kostenlosen Zugang zum Portal der AWO (wie bereits erfolgt) und den Zugang zu internationalen Datenbanken, auch internationale PR / Öffentlichkeitsarbeit, gemeinsame Messen und Marktsondierungsreisen. Da kann immer wieder auch etwas für EU-Länder dabei sein (siehe Programme „GET GOING“ bzw. „KEEP GOING“ des ICS). Das sollte man nicht übersehen.

TIPP:

Melden Sie sich zum Newsletter der AWO und ICS an. Dann bleiben Sie immer am aktuellen Stand.

In weiterer Folge wird aber eine direkte Finanzierung von Aufwänden im Zielland übernommen. Dazu zählen z.B. (siehe Kapitel 2, Seiten 9 bzw. ab Seite 14) Reisen ins Zielland, Marketing-, Beratungs- und Rechtsanwaltskosten.

TIPP:

Kontaktieren Sie uns als Ihren Exportberater oder die Spezialisten beim ICS bzw. SFG

GO-INTERNATIONAL (indirekt)

Von den vielen Möglichkeiten einer - indirekten - Unterstützung (vgl. ICS) empfehlen wir für die Mobil Bus GmbH vor allem die folgenden, von denen wir einige beispielhaft genauer vorstellen:

GET GOING

Exportberatung ist in direktem Kontakt mit dem ICS oder Ihrem Exportberater am Anfang sehr zu empfehlen. Die WKO organisiert auch laufend Export-Kompetenz-Werkstätten. Dies sind besonders vergünstigte Events, die bestimmte Export-Themen abdecken, dazu zählen Fragen rund um Vertragsrecht, Umsatzsteuer-Recht oder auch Zoll- und andere administrative Themen, bis hin zur Finanzierung.

<https://www.wko.at/Content.Node/service/aussenwirtschaft/export-kompetenz-werkstaetten.html>

Peer Networks entstehen durch Kontakte mit bereits im Zielmarkt tätigen, heimischen Unternehmen und sind für Neu-Exporthändler und Neu-Investoren besonders sinnvoll.

Zusätzlich bringen die lokalen AC (AußenwirtschaftsCenter) führende Manager bereits etablierter österreichischer Unternehmen im Rahmen von Austrian Business Circles (ABC), Austria Connect- und Sonderveranstaltungen im Gastland mit potenziellen Investoren und Neuexporthändlern zum Informationsaustausch und Netzwerken zusammen (vgl. ICS, Go-International). Vor allem die Austria Connect, die auch im CEE- und SEE-Raum bereits etabliert ist, kann auch für die Mobil Bus hilfreich sein:

<https://www.wko.at/Content.Node/service/aussenwirtschaft/peer-networks.html>

KEEP GOING

Messen, Gruppenausstellungen, und gemeinsame Aktivitäten und Leit-Messen mit anderen Exporthändlern werden durch die WKO und die lokalen AC unterstützt und betreut. Für Messeauftritte österreichischer Unternehmen auf Fachmessen in Europa stellt die WKO schlüsselfertige, repräsentative Gruppenstände bereit. So eine sehr kostengünstige Teilnahme erleichtert den Markteintritt und den Aufbau von geschäftlichen Kontakten im Ausland:

<https://www.wko.at/Content.Node/service/aussenwirtschaft/marktplatz-messen.html>

GO-INTERNATIONAL (Direkt)

Für die - direkte - Finanzierung von Aufwänden (vgl. ICS) kommen für die Export-Strategie der Mobil Bus GmbH vor allem folgende Programme in Frage:

GOING SPECIAL / GO GET IT

Primär für den Dienstleistungsexport und Technologie-orientierte Unternehmen bietet die AWO mit dem bekannten Export-Scheck für z.B. EU / Europa große Vorteile und auch finanzielle Unterstützung:

Das Programm go-international entlastet damit dynamische Unternehmen aus Österreich, die ihre technologischen Innovationen international positionieren oder nachhaltig vermarkten möchten, von einem Teil der Markteintrittskosten. Heimische Technologieanbieter, die noch keine Exporterfahrung haben, werden durch diese Direktförderung zu ersten Schritten in Auslandsmärkten motiviert, da bis zu 50% der Kosten direkt übernommen werden (vgl. ICS, Go-International):

- Kofinanzierung von 50% der direkten Markteintrittskosten
- Pro Antrag maximal 3 Länder und maximal EUR 12.000; bis 31.12.2018 maximal drei Anträge möglich (Aktivitäten müssen bis 31.03.2019 abgeschlossen sein)
- Produkt muss „new to market“ sein: Das bedeutet, dass ein Unternehmen neu in einen Markt eintritt bzw. mit einem neuen Produkt, das den Aufbau eines getrennten Vertriebsnetzes erfordert, in einem bestehenden Markt auftritt. Das Unternehmen hat in den letzten drei Jahren vor Antragstellung keine regelmäßigen Lieferungen getätigt und kein Projekt im Zielmarkt abgeschlossen
- Gefördert werden Beratungs-, Reise-, Veranstaltungs- und Marketingkosten sowie Kosten für ein Inkubator-Büro
- Kostenlose einjährige Firmenpräsentation auf www.advantageaustria.org für jedes gewählte Land

Dafür vereinbart die Mobil Bus GmbH einen ersten Termin beim ICS und reicht den Antrag auf Förderung bei der zuständigen Stelle in Graz ein.

Antrags-Formulare, Details, Richtlinien und Fact Sheets dazu finden Sie direkt zum Download unter:

<http://www.go-international.at/foerderungen/export-scheck-technologieunternehmen.html>

EXPORT SCHECK

Fact Sheet und Ablauf des Förderantrages für den Export-Scheck



GO INTERNATIONAL
FACTSHEET
MARKTEINTRITTSFÖRDERUNGEN

1.4 Europa-Schecks für KMU | 2.3 Joint Activities | 2.5 Export-Schecks für Technologieunternehmen |
3.5 Export-Schecks für Dienstleister | 4.2 Export-Schecks für Fernmärkte

FÖRDERINHALT

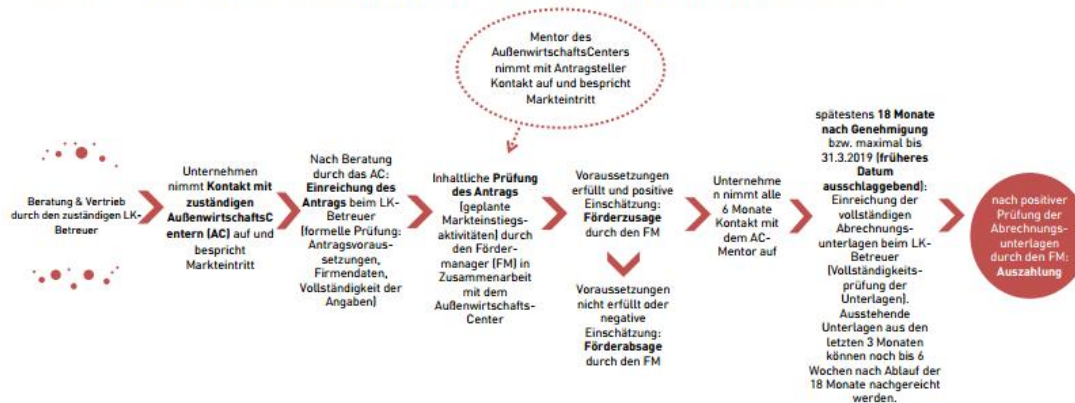
- Förderung von **50 % der nachgewiesenen Nettokosten** ab Antragstellung (**Abrechnung spätestens 18 Monate nach Genehmigung**)
- Folgende **Kostenarten** werden **kofinanziert**:
 - o **Kosten für Markteintrittsberatungen** durch einen im Zielmarkt ansässigen Berater: max. EUR 6.000 im Fernmarkt und EUR 3.000 in Europa
 - o **Reisekosten**: max. EUR 2.000 im Fernmarkt und EUR 1.000 in Europa
 - o **Kosten für Rechts- und Steuerberatung, Operative Studies, Marketing, Inkubatorbüros und Veranstaltungen**: keine Deckelung
- In der gesamten Förderperiode **maximal drei Anträge** (pro Antrag max. EUR 12.000 im Fernmarkt und EUR 6.000 in Europa für bis zu drei Länder bzw. bei 2.3 Joint Activities pro Antrag max. EUR 36.000 je Exportkooperation im Fernmarkt und max. EUR 6.000 pro Unternehmen)
- Inkludiert **kostenlose Firmenpräsentation** auf www.advantageaustria.org

VORAUSSETZUNGEN

- **Antragsberechtigt** sind alle Unternehmen, die entweder aktive Mitglieder der Wirtschaftskammern Österreichs oder der Kammern der Freien Berufe (mit Ausnahme der Heilberufe) sind und deren Produkte/Dienstleistungen **österreichische Wertschöpfung** haben (Richtwert: max. 75% Importanteil).
- Das Kriterium **„new to market“** (keine regelmäßigen Lieferungen und kein Projekt im Zielmarkt abgeschlossen) ist bei allen Förderungen erforderlich. Das Kriterium **„new to export“** (Details siehe Richtlinie) ist für die Förderung **1.4 Europa-Schecks für KMU** erforderlich.
- Die **De-Minimis Regelung** ist zu beachten (max. EUR 200.000 in den letzten drei Steuerjahren). Das **Verbot der Mehrfachförderung** (siehe Richtlinie und Antragsformular) ist zu beachten.
- Eine **erneute Antragstellung** ist erst nach Auszahlung des zuvor genehmigten Antrags oder nach Ablehnung/Zurückziehung des Antrags möglich (keine Parallelbeantragung von Markteintrittsförderungen).
- Wurde seit 01.04.2011 bereits eine Markteintrittsförderung im Rahmen von go-international in Anspruch genommen, ist eine **zweite Markteintrittsförderung im selben Land nicht mehr möglich**.

PROZESS

Eine detaillierte und vollständige Beschreibung der geplanten Aktivitäten im Zielmarkt trägt zu einer kürzeren Bearbeitungsdauer des Antrags bei.
ACHTUNG: Der Leistungs- und der Rechnungszeitraum beginnt mit dem Eingang des Antrags beim Landeskammer-Betreuer (LK-Betreuer).



WEITERE DETAILS ZU DEN FÖRDERUNGEN FINDEN SIE IN DEN JEWEILIGEN RICHTLINIEN AUF WWW.GO-INTERNATIONAL.AT

Abbildung 5 und 5a: Fact Sheet für Export-Scheck, Quelle: WKO, AWO, ICS

Für den Antrag ist es wichtig, geplante Kosten für die Auslands-Aktivitäten schon direkt aus dem Business Plan zu entnehmen, da diese einen wichtigen Bestandteil des Antrags darstellen:

ZIELMARKT 1

Aufschlüsselung der geplanten Kosten nach Kostenart in EUR [siehe [Kostenartenliste](#)]:

KOSTENART	KOSTEN IN EUR (gegebenenfalls Angabe Kontaktdaten Berater)
BERATUNGSKOSTEN ZUM MARKEINTRITT*	<input type="checkbox"/> noch kein konkretes Beratungsunternehmen ausgewählt
OPERATIVE STUDIES*	<input type="checkbox"/> noch kein konkretes Beratungsunternehmen ausgewählt
RECHTS- UND STEUERBERATUNGSKOSTEN*	<input type="checkbox"/> noch kein konkretes Beratungsunternehmen ausgewählt
REISEKOSTEN	
VERANSTALTUNGSKOSTEN	
MARKETINGKOSTEN	
INKUBATORBÜROKOSTEN	

* Da alle Beratungsunternehmen vom zuständigen AußenwirtschaftsCenter genehmigt werden müssen, bitten wir Sie, uns alle relevanten Kontaktdaten (Name Firma, Name Ansprechperson, Adresse, Telefon- bzw. Mobilnummer, E-Mail und, wenn vorhanden, Website) in der Tabelle bekannt zu geben.
 Eine Approbation ist nur möglich, wenn das gewählte Beratungsunternehmen über langjährige Erfahrung und erfolgreiche Referenzen im Zielmarkt verfügt. Bitte legen Sie dem Antrag entsprechende Unterlagen bei.

www.go-international.at | 2.5 Export-Scheck für Technologieunternehmen
 Stand: 29.06.2016 | Seite 3/11

Abbildung 6: Auszug aus dem Antrag für Export-Scheck, Quelle: AWO, ICS

Das gesamte Antrags-Formular finden Sie unter <http://www.go-international.at/foerderungen/antrag-export-scheck-technologieunternehmen.pdf>

TIPP:

Erst nach dem Einreichen des Antrags (und nach Empfangs-Bestätigung durch das ICS) sollten die ersten Reisen und Ausgaben geplant und getätigt werden! Machen Sie Ihre Termine vor Ort erst aus, wenn Sie Ihre Förderzusage erhalten haben.

ABKÜRZUNGS-VERZEICHNIS

AC	AußenwirtschaftsCenter
AWO	Außenwirtschaft Österreich (Abteilung der WKO)
AWS	Austria Wirtschafts Service
BLM	Dr. Bernd Liebmann Marketing
BMWFW	Bundesministerium für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft
CEE	Central and Eastern Europe
EEN	Enterprise Europe Network
EPU	Einzel-Personen-Unternehmen
EUR	Euro
FG	Fach-Gruppe
FIW	FORSCHUNGSSCHWERPUNKT INTERNATIONALE WIRTSCHAFT
IC	Information & Consulting
ICC	International Chamber of Commerce
ICS	Internationalisierungs Center Steiermark
IHK	Internationale Handels Kammer
IO	Internationalisierungs Offensive
IT	Informations-Technologie
IWF	Internationaler Währungs Fonds
KMU	Klein- und Mittelständische Unternehmen
OECD	Organization for Economic Cooperation and Development
OeKB	Österreichische Kontroll Bank
OeNB	Österreichische National-Bank
POD	Partnering Opportunity Database
SFG	Steirische Wirtschafts-Förderungs-Gesellschaft
UBIT	(Fachgruppe für) Unternehmensberater und Informations-Technologie
Vgl.	vergleiche
WKO	Wirtschaftskammer Österreich
WTO	World Trade Organisation
z.B.	zum Beispiel

ABBILDUNGEN UND TABELLEN

Abbildung 1: Startseite Ungarn, Quelle: WKO / AWO	7
Abbildung 2: Startseite Slowenien, Quelle: WKO / AWO	7
Abbildung 3: Länder-Info, Update Ungarn, Quelle: AWO	8
Abbildung 4: Länder-Info, Update Slowenien, Quelle: AWO	9
Abbildung 5 und 5a: Fact Sheet für Export-Scheck, Quelle: WKO, AWO, ICS	15
Abbildung 6: Auszug aus dem Antrag für Export-Scheck, Quelle: AWO, ICS	16

LITERATUR

Bartlett, C.A. / Ghoshal, S; Managing across borders, Boston 1989

Bartlett, Christopher A. / Ghoshal, Sumantra; Global strategies for MNCs, in: BusinessMate, <http://www.businessmate.org/Article.php?ArtikelId=13>

Becker, Jochen; Marketing-Konzeption, Grundlagen des strategischen Marketing-Managements, aktuelle Auflage, München

Bodingbauer, Dietmar / Dolleschall, Hubert; Fehler vermeiden auf dem Weg nach Osteuropa, in: die Wirtschaft, 4/2007, S. 38 –40

Bruns, Jürgen; Internationales Marketing, Ludwigshafen 2007

Bundesministerium für Unterricht und Kultur (BMUK), Survey of the Austrian Economy, Wien 2014

Enterprise Europe Network: <http://een.ec.europa.eu/>

FORSCHUNGSSCHWERPUNKT INTERNATIONALE WIRTSCHAFT (FIW); <http://www.fiw.ac.at/index.php?id=1>

Gabler Verlag (Hrsg.), Gabler Wirtschaftslexikon, Wiesbaden 2010

Hennig, Alexander; Lexikon Kennzahlen für Marketing und Vertrieb: Das Marketing-Cockpit von A - Z (German Edition) Frankfurt, 2008)

Internationalisierungs Center Steiermark (ICS); go International, Graz 2016

Internationalisierungs Center Steiermark (ICS), <http://www.ic-steiermark.at/das-ics/kontakt/>

Jungwirth, Georg; Österreichs mittelständische Weltmarktführer aus der Sicht des Marketing, Arbeitspapier, Graz 2009

Linder, Susanne: Exportcheckliste, herausgegeben von der IHK (Industrie- und Handelskammer) Bayern, in: Sales Business, 9. Jahrgang, Nr. 41 vom 28. September 2011: <http://www.auwi-bayern.de/awp/inhalte/Anhaenge/Export-Checkliste.pdf>

Liebmann, Bernd; Market Entry in... Lecture, FH Campus02, Graz 2012

Liebmann, Bernd; Market Entry Concepts as a part of Internationalization Background for an empirical study, Graz 2011

Liebmann, Bernd; Faster, higher, CHINA! In: Key Player, Vienna 2012

Liebmann, Bernd; Intercultural Communication between Hongkong, China and Austria, Lecture, FH Joanneum, Graz 2014-2016

Meffert, Heribert / Bolz, Joachim; Internationales Marketing Management, 3. Auflage, Stuttgart 1998

Meier, Harald / Roehr, Sigmar; Einführung in das Internationale Management, Berlin 2004

Perner, Lars; The Global Market Place, eBook, in: Marshall School of Business, University of Southern California, Link vom 9.1.2012:

http://www.consumerpsychologist.com/international_marketing.html

Partnering Opportunity Database (POD): <http://een.ec.europa.eu/>

Schnitt, Peter/ Himmelfreundpointner, Rainer; Interkulturelles Marketing in aller Welt, 2008

SFG, Steirische Wirtschafts-Förderungs-Gesellschaft, www.sfg.at

SFG, Welt!Markt, <https://www.sfg.at/cms/4132/Welt%21Markt/>

Statistik Austria, www.statistik.at

Völkel, Rainer; Das Exportgeschäft von A-Z, Berlin 2001

Wirtschaftsmuseum; Österreichs Wirtschaft im Überblick 2015-2016, Wien 2015

WKO; European Experts in Trade: www.foreign-trade.at

WKO; Export-Navi: http://www.go-international.at/Export_Navi.pdf

WKO; Förderungs-Service, Wien 2015: www.foerderungsservice.at

WKO; go international! Förderprogramme, Wien 2016

<http://www.go-international.at/index.html>

WKO (Hrsg.); Österreichische Exportwirtschaft 2016, Wien 2016

WKO (Hrsg.); Statistisches Jahrbuch 2015, Wien 2015

https://www.wko.at/Content.Node/Interessenvertretung/ZahlenDatenFakten/Statistisches_Jahrbuch_der_WKO.html

WKO; Weltmarkt, Förderprogramme, Wien 2015

http://www.foerderungsservice.at/db/dok/st1_13_WeltMarkt2014.doc.pdf

WKO / AWO (Hrsg.); Außenwirtschaft Magazine, Wien April 2016

WKO / AWO (Hrsg.); Außenwirtschaft Guide, Wien April 2015

<http://wko.at/aussenwirtschaft/publikation/Guide/GUIDE-2015-16.pdf>

WKO / AWO (Hrsg.); Österreichische Exportwirtschaft, Wien 2016

<https://www.wko.at/Content.Node/service/aussenwirtschaft/Oesterreichische-Exportwirtschaft-2016.pdf>

ZUM AUTOR

Ihr Experte, Dr. Bernd Liebmann, war als Marketing Manager multinational tätiger Unternehmen viele Jahre im Ausland (EU, CEE, SEE, Mittlerer Osten, Russland, Asien) unterwegs und für bis zu 40 Länder verantwortlich.

Auch als Unternehmensberater (UBIT) und akkreditierter Exportberater (incite), wo er unter anderem Österreichische Kunden bei der Planung und Durchführung von Export-Projekten sowohl in der Heimat als auch in den Zielmärkten unterstützt, ist er zwischen Europa und Asien (v.a. Hongkong, China) im Einsatz.

Die Fragen, die ihm seine Kunden stellen, sind meist die gleichen:

- Wo ist ein neuer Markt für uns?
- Wie komme ich zu Projekten oder Kunden?
- Wie finde ich Vertriebspartner?
- Aber auch um rechtliche, zolltechnische oder kulturelle Aufgaben kümmert er sich vor Ort.

Aus fünfundzwanzig Jahren internationaler Berufserfahrung stellt er Ihnen im Bildungs-Portal zahlreiche Tipps und Werkzeuge für Ihren Export-Erfolg zur Verfügung.

Kontakt:

Mobil: +43 664 166 97 60
Mobil: +43.699 1050 4011
Tel.: +43 (0)7525 81414-21
Skype: BLMPeter
We Chat: PeterBLM

E-Mail: Office@BLMarketing.info
Internet: www.BLMarketing.biz

**Weitere Links:**

www.xing.com/profile/Bernd_Liebmann?sc_o=mx_b_p/
www.linkedin.com/profile/view?id=150302928
<https://mobile.twitter.com/DrBerndLiebmann>
<http://www.advantageaustria.org/cn/company/blm-dr-bernd-liebmann-marketing.profile.en.html>
<https://www.facebook.com/bernd.liebmann.5>
www.internations.org/users/profile/493445
<https://www.youtube.com/user/BLMDr/videos>