

GRENZENLOS gute Geschäfte

Zu klein, keine Zeit, lohnt sich nicht: Viele Chefs winken beim Thema Export erst einmal ab. handwerk magazin zeigt, dass es auch jenseits der Grenzen große Chancen für Kleinbetriebe gibt.

Autorin **Kerstin Meier** Fotograf **Tim Wegner**

M

Mit wenig Aufwand die ganz großen Töne hervorbringen – die von Kunath Instrumentenbau in Fulda gefertigten Blockflöten im Vierkantformat sind von Musikern auf der ganzen Welt heiß begehrt. 2.500 bis 3.000 Euro kosten die bis zu 3,60 Meter langen Riesenflöten im Durchschnitt, die Kunden sind vor allem Profimusiker, aber auch ambitionierte Hobbyspieler. „Seit der Übernahme der auf große und tiefe Bassflöten spezialisierten Pätzold Werkstätten in Tübingen ist das Exportgeschäft rasant gewachsen“, erklärt Firmenchef Joachim Kunath.

Verantwortlich für den Nachfrageboom und den für einen Kleinbetrieb außergewöhnlich hohen Exportanteil von 70 Prozent ist vor allem die Tatsache, dass der leidenschaftliche Instrumentenbauer der klassisch runden Blockflöte eine neue, eckige Form verpasst hat, um Größe und Klangqualität in eine bisher nicht erreichte Dimension zu heben. Statt klassischem Massivholz verwendet

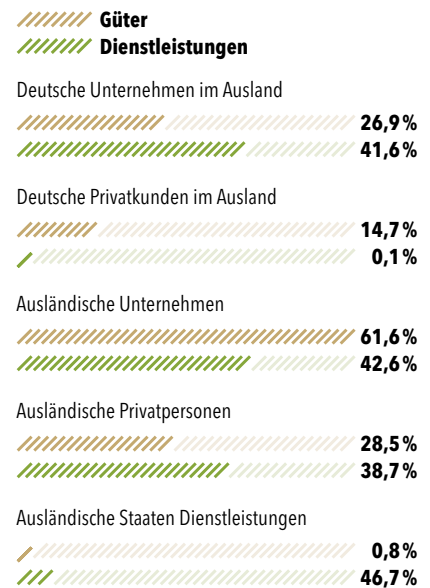
er Sperrholz, das wesentlich maßstabiler und leichter zu verarbeiten ist. Trotz der unhandlich anmutenden Größe lassen sich die Flöten dank des ausgeklügelten ergonomischen Designs auch von Kindern und kleineren Personen spielen, viele Profimusiker haben exakt auf ihre Bedürfnisse zugeschnittene Instrumente.

DAS GESPÜR FÜR DEN MARKT HABEN

„Unser wichtigster Markt ist China, da haben wir tolle Händler, die zum Instrument gleich den Unterricht verkaufen“, freut sich der Chef von 19 Mitarbeitern. Neben Asien gehören Europa, Australien, Amerika und Japan zu den Absatzmärkten. Wo es keine Kontakte zu Händlern gibt, liefert Kunath über seinen Online-Shop direkt an die Kunden, allerdings nur gegen Vorkasse: So werden bei der Bestellung 70 Prozent des Betrags fällig, nach Fertigstellung überweist der Kunde die restlichen 30 Prozent, erst dann wird das Instrument an ihn verschickt.

Bekannte Musiker lädt der innovative Unternehmer auch gerne zu sich nach Fulda ein, wichtige Kunden und Händler besucht er vor Ort. Nicht nur wegen der persönlichen Kontaktpflege, sondern auch, um ein Gespür für die oft sehr speziellen Rahmenbedingungen zu erhalten.

Für **welche Kunden** das Handwerk im Ausland arbeitet



Mehrfachnennungen möglich;
Quelle: ZDH-Umfrage „Exportaktivitäten des Handwerks“, 2016

„Um zu erfahren, was hohe Luftfeuchtigkeit wirklich bedeutet, muss man das Klima in Nord-Taiwan einmal selbst gespürt haben“, ist Kunath überzeugt. Erst dann können er und sein Team im fernen Ful-



»Unsere Vierkantflöten sind ein echter Exportschlager, nach China liefern wir ganze Paletten.«

Joachim Kunath, Chef von Kunath Instrumentenbau (19 Mitarbeiter) in Fulda, liefert seine bis zu 3,60 Meter großen Blockflöten in viele Länder, der Exportanteil am Umsatz liegt zwischen 70 und 80 Prozent.

da aus bis zu 300 Einzelteilen eine Flöte konstruieren, die vor Ort tadellos funktioniert. Denn durch die hohe Luftfeuchte quillt das Instrument auf, was schon bei der Konstruktion und Fertigung berücksichtigt werden muss. „Hier in Deutschland klappert die Flöte manchmal noch ein wenig, in Taiwan passt es dann.“

Für Michael Olma, Außenwirtschaftsexperte beim Zentralverband des Deutschen Handwerks (ZDH) in Berlin, sind Erfolgsgeschichten von Kleinbetrie-

ben kein Einzelfall: „Die Musikinstrumentenbauer haben traditionell einen hohen Exportanteil, doch inzwischen ziehen andere Branchen nach.“

LUKRATIVE AUFTRÄGE AM BAU

Die ZDH-Statistik belegt, was der Experte meint: So hat sich der Exportanteil im Handwerk seit 1994 von 3,1 auf 7,1 Prozent mehr als verdoppelt. Dabei exportieren 44 Prozent der Handwerker vor allem Güter, 49 Prozent des Auslandsengage-

ments entfallen auf Dienstleistungen. Vorrangiges Zielgebiet sind mit einem Anteil von 75 Prozent die deutschen Nachbarstaaten (siehe Info Seite 40).

Ganz vorne in der Branchenstatistik: das Bau- und Ausbaugewerbe, auf dessen Betriebe mehr als 70 Prozent der von den Außenwirtschaftsexperten der Handwerksorganisation durchgeführten Beratungen entfallen. Doch warum zieht es die Unternehmen ins Ausland, wenn die Baukonjunktur auch im heimischen Markt boomt? „Die Qualität des deutschen Bauhandwerks“, so Experte Olma, „wird eben auch jenseits der deutschen Grenzen sehr geschätzt – und entsprechend nachgefragt.“

Unangefochtener Spitzenreiter in der Hiltliste der beliebtesten Exportländer ist derzeit die Schweiz, ein Viertel der von der Handwerksorganisation durchgeführten Beratungen hat den mit 8,3 Millionen Einwohnern vergleichsweise kleinen Markt zum Thema. >

Die wichtigsten Exportländer für das Handwerk

Das Beraterteam von **Handwerk International Baden-Württemberg** hat die Chancen und Risiken für die Leser von **handwerk magazin** zusammengestellt.

Chancen (+) / Risiken (-)



Schweiz 
Einwohner: 8,3 Millionen
Währung: Schweizer Franken

- + trotz aktueller wirtschaftlicher Abschwächung nach wie vor großes Marktpotenzial im hochwertigen Baubereich
- + Bereitschaft, für gute Qualität auch einen angemessenen Preis zu bezahlen
- + Kundentreue, da persönliche Kontakte und Empfehlungen eine große Rolle spielen
- Bürokratische Hürden (z.B. Kautionszahlung vor Auftragsabwicklung und komplexe Mindestlohnberechnung), die aber bei entsprechender Vorbereitung und offener Kommunikation mit den Schweizer Behörden bewältigt werden können

Frankreich 
Einwohner: 66,5 Millionen
Währung: Euro

- + steigende Nachfrage im Bereich nachhaltiges Bauen, das auch steuerlich gefördert wird
- + Interesse an deutscher Qualität
- + Markteintritt oft auch über deutsche Hausbesitzer im grenznahen Bereich möglich
- Bürokratische Hürden (frz. Bauhaftpflichtversicherung, verschärfte Formalitäten bei der grenzüberschreitenden Dienstleistungserbringung) sowie eigene Zertifizierungssysteme (RGE-Zertifikat) erschweren den Markteintritt
- weiterhin gedämpfte Konjunkturaussichten

Luxemburg 
Einwohner: 0,6 Millionen
Währung: Euro

- + kleiner und überschaubarer Markt, der aber insgesamt von hoher Kaufkraft geprägt ist, Luxemburg hat die höchste Wirtschaftsleistung pro Kopf in der EU
- + deutsche Qualität ist angesehen und wird nachgefragt
- + in vielen Bereichen wenig Konkurrenz durch einheimische Anbieter
- hoher bürokratischer Aufwand und eine ausgeprägte Kontrollintensität erschweren den Einstieg durch umfangreiche Melde- und Registrierungspflichten; Mehrwertsteuer-Registrierung ist auch bei Bauleistungen für gewerbliche Kunden erforderlich

Janine Kempf, Außenwirtschaftsberaterin bei Handwerk International Baden-Württemberg in Stuttgart, hat schon viele Betriebe zur Schweiz beraten: „Der Markt bietet viel Potenzial, es gibt zahlreiche private und öffentliche Auftraggeber, die etwa Bedarf beim hochwertigen Innenausbau haben.“ Im Unterschied zu Deutschland, wo in der Bau- und Ausbaubranche oft ein extremer Preiskampf herrscht, sind die Eidgenossen nicht zuletzt wegen des starken Schweizer Franken bereit, die gewünschte Qualität auch ordentlich zu honorieren.

DIE REGELN VOR ORT BEACHTEN

Was zunächst nach einem reinen Paradies klingt, hat jedoch seine Tücken. Denn bis der Schweizer Franken so richtig ins Rollen kommen kann, muss der deutsche Unternehmer einige bürokratische Hürden meistern. Die sind nach Aussage von Expertin Kempf zwar keineswegs unüberwindbar, doch bei Fehlverhalten drohen drastische Strafen: „Jeder Unternehmer, der in der Schweiz arbeiten will, muss seine Tätigkeit mindestens acht Tage vorher anmelden und sich auch dazu verpflichten, seinen vor Ort tätigen Mitarbeitern die im jeweiligen Kanton geltenden Mindestlöhne zu zahlen.“

Klaus Sickinger, Inhaber von KLS-Fenster im schwäbischen Urbach, hat mit seinen vier Mitarbeitern schon einige Aufträge für eidgenössische Privatkunden abgewickelt. „Ich habe mich zuerst bei der Kammer nach den Vorschriften



»Das Arbeiten im Ausland ist immer sehr spannend, da wir nie genau wissen, was uns erwartet.«

Klaus Sickinger, Chef von KLS-Fenster im schwäbischen Urbach (4 Mitarbeiter).

Die Hürden im Auslandsgeschäft

Bürokratie	41,2%
Sprachschwierigkeiten	16,9%
fehlende Kapazitäten/Fachkräfte	14,5%
Handelshemmnisse	13,7%
unzureichende Marktkenntnisse	12,5%
Finanzierung problematisch	7,6%

Angaben in Prozent der Handwerksbetriebe mit Auslandsgeschäft, Mehrfachnennungen möglich; Quelle: ZDH-Umfrage „Exportaktivitäten des Handwerks“, 2016

Österreich

Einwohner: 8,5 Millionen

Währung: Euro

- + deutschsprachiger Markt
- + gutes Image deutscher Produkte und Handwerksleistungen
- + strategisch wichtige Brückenfunktion zu den Nachbarstaaten in Mittel- und Osteuropa
- die räumliche, sprachliche und kulturelle Nähe verleitet dazu, die dennoch sehr unterschiedlichen Rahmenbedingungen zu unterschätzen
- verschärfte bürokratische Regelungen (Registrierungs- und Meldepflichten) und zunehmende Vor-Ort-Kontrollen bringen häufig unerwartet hohen bürokratischen Aufwand
- hohe Exportabhängigkeit

Dänemark

Einwohner: 5,7 Millionen

Währung: Dänische Krone

- + hohe Nachfrage im Bereich nachhaltiges Bauen sowie Energieeffizienz
- + große Aufgeschlossenheit gegenüber technischen Neuerungen und Innovationen
- + in den nächsten Jahren stehen viele Großprojekte wie die Fehmarnbeltquerung, der Ausbau von Bahnlinien sowie der Neubau von Krankenhäusern an
- hohe Regelungsintensität, auch im Bereich der Arbeitssicherheit
- ausländische Unternehmen, die im Land arbeiten, bekommen oft viel Druck von den dänischen Gewerkschaften

Polen

Einwohner: 38 Millionen

Währung: Zloty

- + größter Markt in Mittel- und Osteuropa mit 38 Millionen Konsumenten
- + starke Industrie schafft Chancen für Zulieferer
- + wachsendes Marktpotenzial im hochwertigen Baubereich
- + abnehmende Lohnkostenvorteile der polnischen Konkurrenz
- unklarer wirtschaftspolitischer Kurs der amtierenden Regierung
- die im Vergleich zu den Nachbarstaaten starke Binnenorientierung der Polen erfordert eine intensive Marktbearbeitung sowie eine verstärkte Anpassung an polnische Rahmenbedingungen

Tschechien

Einwohner: 10,5 Millionen

Währung: Tschechische Krone

- + trotz leichter Abschwächung 2016 zählt das Land zu den wachstumsstärksten Regionen Europas
- + Erholung im Baubereich nach längerer Stagnationsphase schafft neue Marktpotenziale
- + gutes Potenzial an qualitätsorientierten Zulieferbetrieben mit hoher Flexibilität
- insgesamt sehr hohe Exportabhängigkeit der Wirtschaft
- teilweise hohe bürokratische Anforderungen wie etwa eine spezielle Meldepflicht bei regulierten Berufsgruppen
- die niedrigste Arbeitslosenquote in der EU sorgt für steigende Lohnkosten

erkundigt und den Mehraufwand dann entsprechend einkalkuliert.“ Obwohl die geforderten Löhne fast doppelt so hoch sind wie in Deutschland und das vierköpfige Team für die Brotzeit jeweils knapp 100 Euro investieren musste, haben sich die Aufträge für den auf die Montage von Fenstern und Türen spezialisierten Betrieb sehr gut gerechnet. Der erfahrene Unternehmer ist durch die Kooperation mit einem Webshop, für den er Montagearbeiten übernimmt, schon viel in der Welt herumgekommen. „Jeder Auftrag ist ein kleines Abenteuer, weil man nie genau weiß, was einen erwartet.“

DEN AUFWAND SAUBER KALKULIEREN

Entscheidend für den Erfolg ist nach Sickingers Erfahrung eine gute Vorbereitung. Als er etwa im Präsidentenpalast von Aserbaidschan die Fenster montieren sollte, hat er zunächst vor Ort ein Aufmaß erstellt und das Angebot sorgfältig kalkuliert. Flugkosten, Spesen, Montagematerial, Werkzeug und Maschinen, der Aufwand für Verpackung und Zoll, alles wurde einbezogen. „Da dürfen wir nichts vergessen, denn dort gibt es keinen Baumarkt, wo man schnell Ersatz beschaffen kann.“ Nach der bei solchen Aufträgen eher formalen Zusage schickte der Fensterbauer erst Werkzeug und Maschinen auf die Reise, bevor er und sein Team per Flugzeug anreisten, um die vom Webshop angelieferten Fenster zu montieren.

Zwei Wochen arbeitete das Team jeden Tag, unterstützt von einheimischen



»70 Prozent aller Beratungen entfallen aktuell auf die Schweiz.«

Janine Kempf, Beraterin bei Handwerk International Baden-Württemberg in Stuttgart.

Hilfsarbeitern und einem deutsch sprechenden Dolmetscher. „Die Montage“, so Sickinger, „ist dann ein echter Knochenjob, da wir sowohl unsere deutschen Standards als auch unseren Zeitplan einhalten wollen.“ Obwohl bei den Aufträgen definitiv kein Urlaubs-Feeling aufkommt, möchte der 57-Jährige das Auslandsgeschäft, das inzwischen 40 Prozent seines Umsatzes ausmacht, nicht mehr missen. Schließlich beinhalte jeder

Auftrag neue Erfahrungen, die einen persönlich und als Unternehmer voranbringen. Hinzu kommt laut Sickinger die lukrative Bezahlung: „In zwei Wochen Aserbaidschan haben wir das Geld für den ganzen Monat verdient.“

Das Beispiel zeigt: Eine geringe Betriebsgröße ist kein Hindernis für Exporterfolge. Die vom ZDH befragten Betriebe sind da jedoch anderer Meinung. Drei von vier Unternehmern gaben an, zu klein für Auslandsgeschäfte zu sein. ZDH-Experte Michael Olma bedauert die Zurückhaltung, schließlich hat er bei den vom Wirtschaftsministerium geförderten Unternehmerreisen und Messen schon viele exportstarke Kleinbetriebe kennengelernt. Letztendlich hätte auch nicht jeder Unternehmer Spaß daran, sich neuen Ländern und Kulturen zu öffnen.

Für Blockflötenspezialist Joachim Kuhnert ist es ein echtes Privileg, nach Australien zu reisen und dort einen Vertrag mit einem Händler zu unterschreiben. „Sich die Kultur anzueignen, davon zu lernen, aber auch stolz die alten Werte zu leben, das ist eine schöne Mischung.“ **hm**
kerstin.meier@handwerk-magazin.de



Themenseite Auslandsgeschäft

Tausende Betriebe haben das Potenzial, grenzüberschreitend tätig zu werden, darauf müssen Sie achten:

www.handwerk-magazin.de/export

