



- > Go-International
- > Export Know-How
- > Fit für den Export

Fit für den Export

Ziele definieren, Förderungen in Anspruch nehmen und Kundenbeziehungen gestalten



Luftaufnahme der Stadt Bangkok

© chain45154 / Gettyimages

Die Exportförderung der Wirtschaftskammern steht Ihnen von den ersten Schritten bis zur erfolgreichen Geschäftsabwicklung hilfreich zur Seite. Bevor Sie in den Export einsteigen, sollten Sie zunächst damit beginnen, Ihre Ziele zu formulieren. Weil das nicht immer ganz einfach ist, können Sie sich dabei an den „7 W des Exports“ orientieren.

Die 7 W des Exports

- **WAS:** Welche Produkte/welche Dienstleistungen sollen abgesetzt werden?
- **WOHIN:** Auf welchen Auslandsmärkten sollen Ihre Produkte abgesetzt werden?
- **WEM:** An welche Kunden soll verkauft werden und wie finde ich sie?
- **WOMIT:** Mit welchen Ressourcen (Finanzmittel, Mitarbeiter) soll der Export getätigt werden?
- **WIE:** Welcher Vertriebsweg soll gewählt werden?
- **WANN:** Innerhalb welcher Zeit soll das Exportziel erreicht werden?
- **WIEVIEL:** Welches Volumen soll abgesetzt werden?

Vor Aufnahme der Exportaktivitäten sollten Sie jedes der 7 W im Hinblick auf die Prozesse in Ihrem Unternehmen durchdenken. Betrachten Sie die Abläufe (von der Angebotslegung über die Vertragsverhandlungen bis zum Auftragseingang, dem Versand, der Zahlungsabwicklung und der Nachbetreuung) im Detail und unter Berücksichtigung der zur Verfügung stehenden Ressourcen (wie Finanzmittel, fremdsprachige Mitarbeiter und freie Kapazitäten) in Ihrer Firma.

- Haben Sie gewisse Finanzreserven, um das erste „Durchtauchen“ zu überstehen? Denn Kosten fallen sofort an, mit unmittelbaren Rückflüssen ist aber nicht zu rechnen. Oft kann die anfängliche „Durststrecke“ sogar ziemlich lang sein. Doch vergessen Sie nicht: Es ist eine Investition in die Zukunft und sie wird Früchte tragen.

Neue Kunden – Beziehung gestalten

Der Erstkontakt zu neuen Kunden ist Ihre Visitenkarte! Überlegen Sie, wen Ihre Kunden in Ihrem Unternehmen als erste kennenlernen sollten. Überlegen Sie auch, wer in der Folge für den Kontakt zum Außenhandelspartner zuständig sein wird, der Firmenchef wird dafür nicht immer verfügbar sein. Die Ansprechpartner sollten in die Planung des Exportgeschäfts von Anfang an eingebunden sein, danach in Werbeunterlagen und im Internet-Auftritt der Firma vorgestellt werden.

- Haben Sie eine professionelle und mobil-taugliche Website auf Deutsch und Englisch?
- Denken Sie darüber nach, ob die Telefonzentrale und das Sekretariat mit Anfragen oder gar Besuchen aus dem Ausland angemessen umgehen können. Sind die notwendigen Sprachkompetenzen an den richtigen Stellen vorhanden?
- Ihr Unternehmen muss von Beginn on- und offline richtig präsentiert werden, Anfragen nach

Firmeninformationen oder Prospekten (LINK 01) sollten rasch bearbeitet werden können. Wichtig ist auch, dass sämtliche der gewonnenen Kontakte richtig und nachhaltig erfasst werden.


Förderungen für Mitarbeiterschulungen

Erwägen Sie für Ihre Mitarbeiter Fortbildungsmaßnahmen zum Thema Export. In den go-international-Workshops der WKÖ erhalten Sie einen Überblick über die Anforderungen und Gebräuche des internationalen Geschäftsverkehrs. Im Rahmen der Internationalisierungsoffensive go-international bekommen Sie als Klein- oder Mittelbetrieb eine Förderung für die Kurskosten.

Links

› [Export Erstberatung](#)

Eine Initiative von

 **Bundesministerium**
Digitalisierung und
Wirtschaftsstandort



[Über uns](#)

[English Summary](#)

[Offenlegung](#)

[Datenschutzerklärung](#)

[Barrierefreiheit](#)

[Cookie-Einstellungen](#)

© 2022 WKÖ | BMDW