

# Strategien auf Auslandsmärkten

Exportforum am Rudolf-Rempel-Berufskolleg

■ **Brackwede.** Mehr als 100 Gäste verfolgten das dritte Exportforum am Rudolf-Rempel-Berufskolleg zum Thema: „Strategien auf Auslandsmärkten unter Berücksichtigung von Wettbewerbsaktivitäten“. Das CoE (Center of Excellence) für Marketing und Export am Kolleg hatte mit Professor Knut A. Wiesner (Hochschule für angewandte Wissenschaften Würzburg-Schweinfurt), und mit Gerhard Poppenborg (Ehemaliger Leiter „Vertrieb International“ bei Miele & Cie. KG, Gütersloh) zwei hochrangige Experten im Management von Auslandsgeschäften gewinnen können.

In der Veranstaltung am RRB arbeitete Wiesner anschaulich die strategischen und operativen Strategien auf Auslandsmärkten heraus und zeigte auf, mit welchen Strategiebündeln auf Auslandsmärkten agiert werden kann, um Wettbewerbsaktivitäten erfolgreich zu parieren. Gerhard Poppenborg, der 47 Jahre für das Unternehmen Miele tätig war und zuletzt als Leiter „Vertrieb International“ für alle wichtigen Exportaktivitäten des Hauses zuständig war, stellte zunächst den weltweit führenden Anbieter von Premium-Hausgeräten vor.

Das Unternehmen Miele, so Poppenborg, unterhält acht Produktionsstandorte in Deutsch-



**Vertriebsexperte:** *Gerhard Poppenborg.*

land sowie je ein Werk in Österreich, Tschechien, China und Rumänien. Der Umsatz betrug im Geschäftsjahr 2010/11 fast 3 Milliarden Euro, wovon etwa 70 Prozent auf das Ausland entfallen. In fast 100 Ländern ist Miele mit eigenen Vertriebsgesellschaften oder über Importeure vertreten. Weltweit beschäftigt das in vierter Generation familiengeführte Unternehmen gut 16.500 Menschen, zwei Drittel davon in Deutschland.

Gerhard Poppenborg stellte die Strategiebündel des Premiumanbieters Miele auf Auslandsmärkten vor und machte an vielen Beispielen deutlich, wie bedeutsam Erfolgsfaktoren wie gegenseitiges Vertrauen, der Auf-



**Wissenschaftler:** *Prof. Knut A. Wiesner.*

bau persönlicher Bindungen, Zuverlässigkeit, Ehrlichkeit, hohe Leistungsbereitschaft und häufig ein langer Atem beim Vertrieb von Premiumprodukten im Auslandsgeschäft sind und damit erfolgreiche Nischen sichern. Dass Miele auch im Ausland so erfolgreich sei, so Poppenborg, liege auch an diesem Vertrauen.

Christiane Rosenthal vom RRB, die dieses Forum kompetent moderierte hob abschließend hervor, dass Bildungsinstitutionen wie das RRB mit Veranstaltungen dieser Qualität für kleinere und mittlere Unternehmen unterstützend wirken können, in dem sie Wissenschaft und Praxis zusammenführen.