



Interreg 

SLOVENIJA - AVSTRIJA
SLOWENIEN - ÖSTERREICH

Evropska unija | Evropski sklad za regionalni razvoj
Europäische Union | Europäischer Fonds für regionale Entwicklung

goMED
IZVOZNE PRILOŽNOSTI
NA MEDITERANU

goMED
EXPORTPOTENZIAL
MITTELMEERRAUM



Vstop podjetja na mediteranski trg *Eintritt des Unternehmens in den Mittelmeermarkt*

Predstavitev dveh praktičnih primerov
Vorstellung zweier praktischer Beispiele

Draga podjetnica, dragi podjetnik,

države v sredozemskem prostoru ponujajo številne tržne priložnosti ravno za mala in srednje velika podjetja. S projektom goMED, subvencioniranim v programu INTERREG V-A Slovenija-Avstrija, smo podprli podjetja iz Slovenije in Avstrije pri internacionalizaciji v sredozemski prostor. Dve podjetji, ki sta tudi partnerja projekta, pa sta sodelovali pri pripravi spremljanja procesa vstopa na nov trg. To sta podjetji Lotrič Meroslovje d.o.o. iz Slovenije in Ortner Lüftungs- und Klimaanlage GmbH iz Avstrije. Za vas smo tekom projekta v obeh podjetjih spremljali in dokumentirali vse ključne faze za uspešen vstop na tuji trg z namenom, da ju predstavimo v tej pričujoči publikaciji.

Spoštovani podjetniki, naj vam bosta prikazana primera v spodbudo in usmeritev pri vaših odločitvah in pripravi za vstop na tuji trg. Dokumenta sta v elektronski obliki na voljo na naših spletnih straneh:

GZS: https://www.gzs.si/skupne_naloge/mednarodno_poslovanje/vsebina/Aktualno/Projekt-Go-MED

WKK: https://www.wko.at/service/k/aussenwirtschaft/go_med.html

ICS: <https://www.ic-steiermark.at/service/go-med-internationalisierung-in-den-mittelmeerraum>

Liebe Unternehmerin, lieber Unternehmer,

Die Länder des Mittelmeerraums bieten viele Marktchancen für kleine und mittlere Unternehmen. Mit dem Projekt goMED, das im Rahmen des Programms INTERREG V-A Slowenien-Österreich gefördert wird, haben wir Unternehmen aus Slowenien und Österreich bei der Internationalisierung im Mittelmeerraum unterstützt. Zwei Unternehmen, die auch Partner in dem Projekt sind, waren an der Begleitung des Prozesses der Erschließung eines neuen Marktes beteiligt: Lotrič Meroslovje d.o.o. aus Slowenien und Ortner Lüftungs- und Klimaanlage GmbH aus Österreich. Im Rahmen des Projekts haben wir in beiden Unternehmen alle wichtigen Phasen für einen erfolgreichen Eintritt in einen ausländischen Markt verfolgt und dokumentiert, um sie in dieser Publikation darzustellen.

Liebe Unternehmerinnen und Unternehmer, lassen Sie sich von diesen beiden Anwendungsfälle, die in elektronischer Form auf unserer Website zur Verfügung stehen, bei Ihren Entscheidungen und Vorbereitungen für den Markteintritt im Ausland ermutigen und anleiten:

GZS: https://www.gzs.si/skupne_naloge/mednarodno_poslovanje/vsebina/Aktualno/Projekt-Go-MED

WKK: https://www.wko.at/service/k/aussenwirtschaft/go_med.html

ICS: <https://www.ic-steiermark.at/service/go-med-internationalisierung-in-den-mittelmeerraum>

Za vsa vprašanja v zvezi s tem programom so vam na voljo strokovnjakinje naših projektних partnerjev:
Für alle Fragen rund um dieses Programm stehen Ihnen die ExpertInnen unserer Projektpartner zur Verfügung:

- **Petra Arzenšek** – Gospodarska zbornica Slovenije:
petra.arzensek@gzs.si | +386 1 589 81 56
- **Neža Einspieler** – Wirtschaftskammer Kärnten:
neza.einspieler@wkk.or.at | +43 5 90 90 4 676
- **Karin Hölbling** – ICS Steiermark:
karin.hoelbling@ic – steiermark.at | +43 316 601 776

Predstavitev podjetja

Ortner Lüftungs- und Klimaanlage GmbH

Podjetje Ortner Lüftungs- und Klimaanlage GmbH razvija in proizvaja inovativne stroje, sisteme in okolju prijazne tehnologije za proizvodnjo mikrobiološke čistoče in čistoče delcev. Na trgu je podjetje prisotno že več kot 30 let in nudi široko paleto kemičnih in fizikalnih postopkov dekontaminacije in sterilizacije. Na podlagi dolgoletnega strokovnega znanja ima Ortner širok portfelj rešitev za farmacevtsko in biotehnično industrijo, zdravstvo, laboratorijska področja, industrijo polprevodnikov in živilsko industrijo.

Ortner kot sistemski dobavitelj zračnih zapornic, izolacijskih sistemov, sistemov čistega zraka in postopkov dekontaminacije, vključuje svoje sisteme in tehnologije v proizvodne procese strank. S tem jim omogoča čiste in visokokakovostne proizvodne procese za varne končne izdelke.

V proces priprave so aktivno vključena naslednja področja: vodstvo, trženje, prodaja, storitve in logistika.

Unternehmenspräsentation

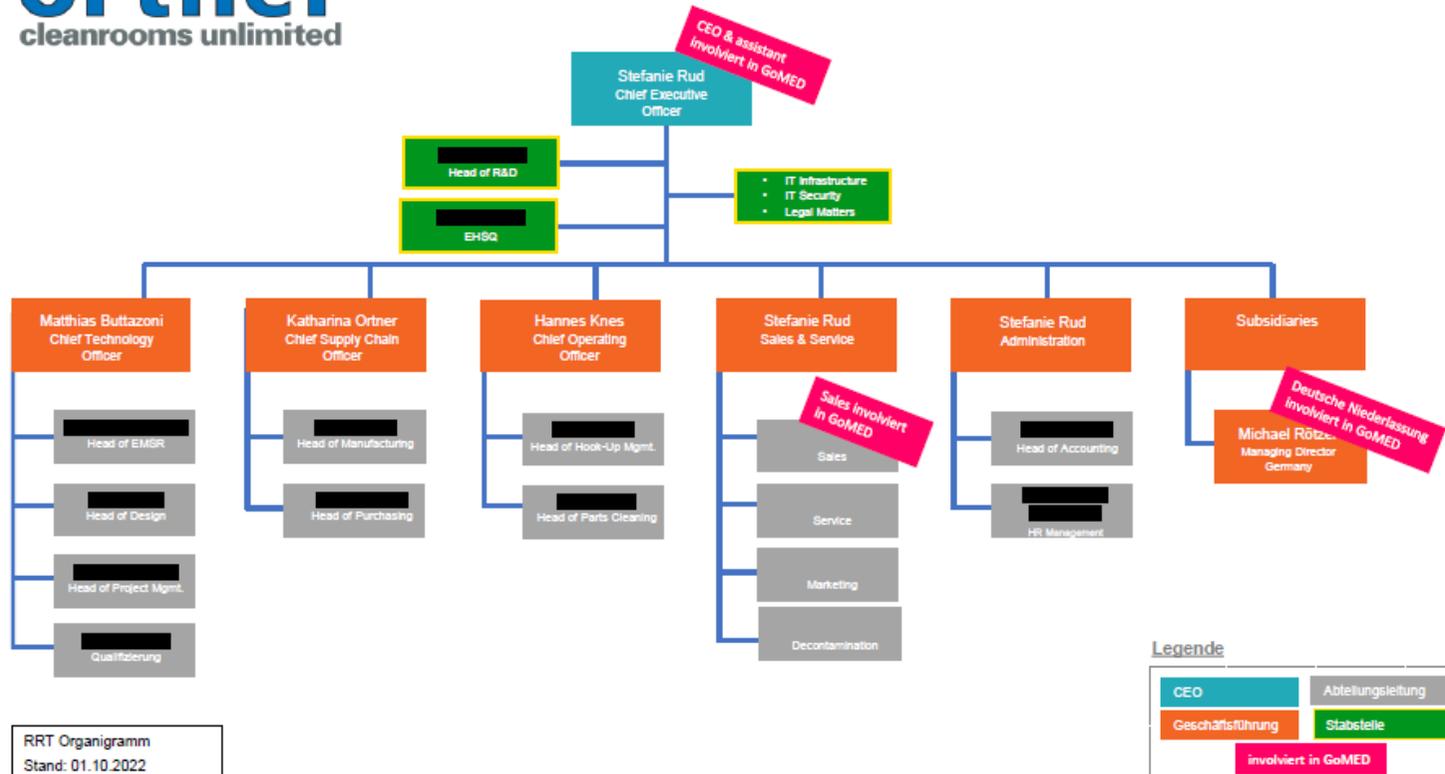
Ortner Lüftungs- und Klimaanlage GmbH

Die Reinraumtechnik von Ortner macht die Welt sicherer und umweltfreundlicher. Der Fokus des Unternehmens liegt auf der Entwicklung und Fertigung von innovativen Maschinen, Systemen und umweltschonenden Technologien zur Herstellung von mikrobiologischer und partikulärer Reinheit. Seit über 30 Jahren am Markt vertreten, hält Ortner ein umfangreiches Spektrum an chemischen und physikalischen Dekontaminations- und Sterilisationsverfahren bereit. Basierend auf langjähriger Expertise hält Ortner ein umfangreiches Portfolio an Lösungen für Pharma- und Biotechnologie, Life-Science, Gesundheitswesen, Laborbereichen, der Halbleiter- und Lebensmittelindustrie.

Als Systemlieferant für Schleusen-, Isolator-Systeme, Reinluftanlagen und Dekontaminationsprozesse integriert Ortner seine Anlagen und Technologien in die Fertigungsprozesse der Auftragsgeber. Dadurch werden reine und hochwertige Produktionsprozesse für sichere Endprodukte geschafft.

Folgende Bereiche sind aktiv am Vorbereitungsprozess beteiligt: Geschäftsleitung, Marketing, Vertrieb, Service, Logistik

Organigram



V proces priprave so aktivno vključena naslednja področja: vodstvo, trženje, prodaja, storitve in logistika.

Folgende Bereiche sind aktiv am Vorbereitungsprozess beteiligt: Geschäftsleitung, Marketing, Vertrieb, Service, Logistik

Motiv za vstop na francoski trg

Za podjetje Ortner so merila za odločanje o vstopu na nov tuji trg trajnostna rast, dostopnost (iz Avstrije), majhna razlika v časovnem pasu za zagotavljanje najboljše možne podpore strankam, vrednote v državi, kultura in jezik. Poleg specifičnih informacij o panogi v določeni državi so pomembne tudi politične in splošne informacije, ki neposredno in posredno vplivajo na njegovo poslovanje v izbrani državi. Prvi korak je analiza, ki upošteva naslednje dejavnike: uveljavljene in nastajajoče panoge, kot sta farmacevtska in živilska, ki so pomembne za rešitve in portfelj izdelkov podjetja Ortner, potencial za prihodnjo rast, lokacija uveljavljenih ključnih strank ter izhodišče za nadaljnji vstop v francosko govoreče države/tržišča (npr. severna Afrika). Podjetje Ortner v osnovi predvideva, da za prve uspehe nov trg potrebuje približno 2 leti. Ovrednoti se višina finančnih sredstev in se odmeri po pregledu trga in ustreznem proračunskem načrtu. Izvozni načrt je izdelan kot del proračunskega načrta za ta trg.

Francija je država z visokokakovostnimi živilskimi proizvodi, Francozi pa pripisujejo velik pomen trajnostno pridelanemu dobremu mesu in siru. Zato je Francija za podjetje Ortner primeren trg za vstop. Seveda je pomembna tudi bližina. Hrana je za Francoze osrednja dobrina in če proizvajalec prisega na kakovost, je njegov izdelek pravi. S posebnim prezračevalnim sistemom podjetja Ortner lahko proizvajalec podaljša rok uporabnosti izdelkov.

Pregled uspešnosti vstopa na trg

V okviru projekta goMED so bile na voljo različne podporne storitve, vključno z modulom Vstop v Francijo. Izvajalec je podjetje Ortner prepričal s strokovnim predavanjem in znanjem, nakar se je podjetje odločilo za nadaljnje svetovanje. Ortnerju je bilo na podlagi svetovanja posredovanih nekaj obetavnih stikov in pomembnih nasvetov za francoski trg.

Motiv für den Eintritt in den französischen Markt

Die Entscheidungskriterien für den Eintritt in einen neuen Auslandsmarkt sind für Ortner unter anderem Nachhaltiges Wachstum, Erreichbarkeit (aus Österreich), geringer Zeitzone-Unterschied zur bestmöglichen Unterstützung des Kunden, Wertevorstellung im entsprechenden Land, die Kultur und Sprache. Neben den spezifischen Industrieinformationen im gegebenen Land sind auch politische und generische Informationen von Wert, welche sich direkt und indirekt auf unser Geschäft im Land auswirken. Erste Schritt ist eine Analyse die folgenden Faktoren einflusst: Etablierte und aufstrebende Industriezweige, so wie Pharma und Lebensmittel, mit Relevanz zum ORRT Lösungs- und Produktportfolio, Zukünftiges Wachstumspotential, Standort von etablierten Schlüsselkunden, Ausgangspunkt für den weiteren Eintritt in französischsprachige Länder/Märkte (e.g. Nord Afrika). Ortner geht grundsätzlich davon aus, dass ein neuer Markt etwa 2 Jahre braucht, um erste Erfolge zu bringen. Die Höhe der finanziellen Ressourcen wird nach einer Marktanalyse und einem entsprechenden Budgetplan bewertet und zugewiesen. Der Exportplan wird als Teil des Budgetplans für diesen Markt erstellt.

Frankreich ist ein Land mit hochwertigen Lebensmittelprodukten und die Franzosen legen viel Wert auf nachhaltig gutes Fleisch und guten Käse. Deshalb bietet sich der Markt gut für einen Markteintritt. Lebensmittel sind ein zentrales Gut der Franzosen. Wenn ein Produzent auf Qualität setzt, dann ist das Produkt das Richtige. Mit diesem Lüftungsgerät wird die Haltbarkeit der Produkte verlängert, dabei geht es um keine Massenproduktion.

Überblick des erfolgreichen Markteintritts

Über das Projekt goMED wurden verschiedene Unterstützungsleistungen angeboten, unter anderem das Modul Markteintritt Frankreich. Der dortige Modulverantwortliche hat Ortner mit seinem Fachwissen überzeugt und wurde ausgewählt, weitere Beratungsdienstleistungen zu erbringen. Durch die Zusammenarbeit mit ihm wurden Ortner einige vielversprechende Kontakte weitergegeben, sowie wichtige Hinweise für den französischen Markt.

Tekom projekta smo uspeli vzpostaviti stik z več lokalnimi podjetji. S podjetjem Boehringer Ingelheim s sedežem v Lyonu nam je uspelo ta stik spremeniti v poslovni odnos in že dobaviti prve sisteme v Francijo. To dokazuje, da so takšni mednarodni podporni projekti za podjetje pomembni. Brez skupnih prizadevanj tega dosežka ne bi bilo.

Podporne storitve goMED – kaj je bilo uporabnega, kaj je bilo dobro in kaj ne

Iz ponujenega programa so bili izbrani naslednji moduli: analiza trga, vstop na francoski trg, prodaja in medkulturno usposabljanje. Moduli o francoskem trgu in prodaji so bili še posebej koristni. Poleg obetavnih stikov je bil vodja modula izbran za nadaljnje svetovalne storitve za podjetje Ortner. Kot avstrijsko podjetje ne poznajo lokalnih zahtev in posebnosti francoskega trga, vendar so se na delavnicah v strokovni interakciji o tem veliko naučili.

Predstavitev strategije vstopa na trg – SWOT analiza



Im Zuge des Projektes ist es ihnen gelungen Kontakt mit mehreren lokalen Unternehmen zu knüpfen. Mit Boehringer Ingelheim, mit Sitz in Lyon konnten sie diesen Kontakt in eine Geschäftsbeziehung ummünzen und bereits erste Anlagen nach Frankreich liefern. Hierbei zeigt sich, dass solche internationalen Förderprojekte für das Unternehmen wichtig sind. Ohne die gemeinsamen Anstrengungen wäre diese Beziehung nicht zustande gekommen.

Unterstützungsleistungen goMED – was wurde in Anspruch genommen, was war ok, was war nicht ok

Aus dem angebotenen Programm wurden die folgenden Module gewählt: Marktanalyse, Markteintritt Frankreich, Vertrieb, und Interkulturelles Training. Vor allem die Module zum Markt in Frankreich und den Vertrieb haben sehr weitergeholfen. Neben vielversprechenden Kontakten wurde der Modulleiter ausgewählt um weitere Beratungsdienstleistungen für Ortner zu erbringen. Als österreichisches Unternehmen sind sie mit den lokalen Vorgaben und Eigenheiten des französischen Marktes nicht bekannt. Doch durch die professionelle Interaktion während den Workshops haben sie hierzu viel dazugelernt.

Vorstellung des Markteintritts Strategie - SWOT Analyse



Povratne informacije avstrijskih predavateljev in udeležencev

Povratne informacije predavateljev:

Mag. Sabine Friesser, Izvozna Akademija: Uporaba digitalnega marketinga v mednarodnem poslovanju

Udeleženci so bili izredno zainteresirani in željni prispevati ter praktično izvajati strateške poglede na digitalni marketing zase in za svoja podjetja. Posebej pozitivno me je presenetilo, da so številna in dobro premišljena vprašanja pokazala globoko razumevanje vsebine, ki je bila za mnoge udeležence nova. Tako na enodnevni delavnici kot na naslednjih enournih posvetovanjih, so udeleženci vidno uživali in v celoti prepoznali dodano vrednost Izvozne akademije. Držim pesti, da bodo številna podjetja dosegla velike uspehe!

Mag. Milan Breznik, Izvozna Akademija: Iskanje prodajnih partnerjev v Italiji in Analiza trga Italija

Udeleženci te delavnice, ki je potekala v živo preko spletne platforme, so bili zelo pozorni in zainteresirani. Večina prisotnih podjetnikov je že imela konkretne izkušnje na italijanskem trgu, zato je bilo zanimanje za nove pristope in konkretne primere praktične izvedbe pri iskanju prodajnih partnerjev ali novih kupcev v Italiji, relativno veliko. Živahna in zanimiva razprava na seminarju je tudi pomenila, da so udeleženci lahko spoznali različne postopke pri vstopu na italijanski trg in se tako učili drug od drugega.

Z mojega vidika so dobro uspeli tudi individualni coachingi, ki so bili izvedeni v nadaljevanju in z vidika svetovalnih podjetij upam, da so bile nekatere informacije in spoznanja, ki so bila pridobljena, vsekakor koristna in dragocena za podjetja. Dejstvo, da sta se dve podjetji po seminarjih in coachingu odločili, da bosta koristili moje nadaljnje obsežnejše izvozno svetovanje in podporo, prav tako dokazuje veliko zaupanje vame in konkretno zanimanje za nadaljevanje aktivnosti začetih v okviru projekta goMED.

Feedback von österreichischen Vortragenden und Unternehmen

Feedback Vortragende:

MMag. Sabine Friesser, Export Academy: Nutzung des digitalen Marketings für das internationale Geschäft

Die TeilnehmerInnen waren unglaublich interessiert und bemüht, strategische Sichtweisen im digitalen Marketing für sich und ihre Unternehmen einzubringen und praktisch umzusetzen. Dabei ist mir besonders positiv aufgefallen, dass sehr viele und durchdachte Rückfragen auf ein tiefes Verständnis der für viele TeilnehmerInnen neuen Inhalte schließen lässt. Sowohl im Tagesworkshop als auch in den anschließenden 1-stündigen Beratungssessions hatten die TeilnehmerInnen sichtbar Spaß an der Sache und haben den Mehrwert der Export Academy absolut für sich erkannt. Meine Daumen sind gedrückt, dass viele der Unternehmen Großes erreichen!

Mag. Miran Breznik, Export Academies: Vertriebspartnersuche Italien und Marktanalyse Italien und Coachingtools

Die Teilnehmer der Export Academy, welche im WIFI vor Ort live durchgeführt worden ist, waren sehr aufmerksam und interessiert. Die meisten der anwesenden UnternehmerInnen verfügten bereits über konkrete Erfahrungen auf dem ital. Markt und dementsprechend war das Interesse an neuen Herangehensweisen und konkreten Beispielen bezüglich der praktischen Umsetzung bei der Suche und dem Finden von Vertriebspartnern bzw. neuen Kunden in Italien relativ groß. Die lebhaft und interessante Diskussion im Rahmen des Seminars hatte ausserdem zur Folge, dass die Teilnehmer unterschiedliche Vorgangsweisen beim Markteintritt in Italien kennenlernen konnten und somit auch voneinander lernen konnten.

Auch die im Anschluss durchgeführten Coachingtools verliefen aus meiner Sicht, aber ich denke auch aus Sicht der beratenden Unternehmen positiv und ich hoffe, dass einige Informationen und Erkenntnisse, die dabei gewonnen werden konnten, für die Firmen durchaus nützlich und wertvoll gewesen waren. Die Tatsache, dass sich zwei Unternehmen nach den Seminaren und dem Coaching entschlossen

Za nekatera sodelujoča podjetja je sodelovanje v tem projektu pomenilo začetek ali preizkus nadaljnjih ukrepov na tem trgu.

Povratne informacije podjetij:

Jardine Wall GmbH, Dkfm. Manfred Muchar

Kar zadeva razvoj italijanskega trga za podjetje JardinWall GesmbH, smo zelo zadovoljni z napredkom. V tem času smo z italijanskima podjetjema Paessaggio-Italiano iz Poviglia (blizu Parme) in s Ticino/CH sklenili sodelovanje za celotno Italijo in stekle so že prve aktivnosti. Produkt zagonskega podjetja "JardinWall - vertikalna ozelenitev" ni enostavno prodati. V tem smislu je projekt goMED pomembno prispeval k temu uspehu. Tudi Izvozna akademija s trenerskimi orodji je bila odlično organizirana, informativna in izjemno praktična.

PU1TEC GmbH, Mag. Paul Habernig

Izvozna akademija goMED je bila zame velika osebna obogatitev. Zelo mi je bilo všeč. Moram priznati, da sem bil malo žalosten, ko se je končala. Zaradi raznolikosti podjetij so udeleženci v razpravo vnesli številne zanimive vidike in poglede. Velikokrat sem bil prav presenečen nad odličnimi in inovativnimi idejami v skupini. Prav tako je bilo zelo zabavno delati in razpravljati v skupini. Absolutni »vrhunec« je bila nedvomno delegacija goMED v Milano.

Sprejem v zunanjetrgovinskem centru v Milanu in ostale točke programa so bile zelo lepa izkušnja. Poslovanje v Italiji je kljub težkim splošnim razmeram dobro. Na pogovorih B2B v Milanu sem pridobil stranke in sem še vedno v stiku z zainteresiranimi stranmi. Trg v Italiji je za nas zelo pomemben! Še naprej si prizadevam pridobiti stranke v Italiji. Najlepša hvala celotni ekipi goMED!

haben eine weiterführende und umfassendere Exportberatung und Begleitung durch mich im Rahmen eines Go International Internationalisierungsschecks in Anspruch zu nehmen, beweist außerdem das große Vertrauen, welches mir entgegengebracht wurde und auch das konkrete Interesse an einer Fortsetzung der im Rahmen des goMED Projekts begonnen Aktivitäten. Die Teilnahme an diesem EU Projekt war für einige der teilnehmenden Unternehmen somit der Start bzw. Testlauf für weiterführende Maßnahmen auf diesem Markt.

Feedback Unternehmen

Jardine Wall GmbH, Dkfm. Manfred Muchar

Was die Bearbeitung des italienischen Marktes für die JardinWall GmbH anbelangt, ist der Verlauf sehr zufriedenstellend. In der Zwischenzeit wurde eine Kooperation für ganz Italien und dem Tessin/CH mit der Firma Paessaggio-Italiano, Poviglio (nahe Parma) vereinbart und es konnten bereits die ersten Aktivitäten gesetzt werden. Wie Sie wissen, ist das Start-up Produkt „JardinWall – vertikale Begrünung“ nicht unbedingt leicht umzusetzen. Das goMED Projekt hat so gesehen wesentlich zu diesem Erfolg beigetragen. Auch die Export Academy mit Coachingtools waren ausgezeichnet organisiert, informativ und äußerst praxisnah.

PU1TEC GmbH, Mag. Paul Habernig

Die Export Academy goMED war für mich eine sehr große persönliche Bereicherung. Es hat mir wirklich sehr gut gefallen. Ich muss feststellen, dass ich ein bisschen traurig war, als es vorbei war. Die Teilnehmer haben durch die Mischung der Unternehmen sehr viele, interessante Aspekte und Blickwinkel in die Diskussion eingebracht. Oft war ich ziemlich überrascht von den exzellenten, tollen und innovativen Ideen in der Gruppe. Es hat auch sehr viel Spaß gemacht, in der Gruppe die Tools zu bearbeiten und zu diskutieren. Das absolute „Highlight“ der war zweifelsohne die goMED Delegationsreise nach Mailand.

Der Empfang im Aussenwirtschaftscenter Mailand und die anderen Programm-



punkte waren ein sehr schönes Erlebnis. Die Geschäfte in Italien sind trotz der schwierigen Rahmenbedingungen gut. Ich habe bei den B2B Gesprächen in Mailand Kunden gewonnen und bin mit Interessenten weiter in Kontakt. Der Markt in Italien ist für uns sehr wichtig! Ich arbeite weiter daran, Kunden in Italien zu gewinnen. Dem ganzen Team von goMED ein ganz herzliches Dankeschön! Ich möchte Euch für alles danken!

Predstavitev podjetja

Lotrič Meroslovje d.o.o.

Glavno dejavnost podjetja Lotrič Meroslovje d.o.o. predstavljajo meroslovne storitve, kot so kalibriranje, preizkušanje, ugotavljanje skladnosti. Podjetje je vodilno na področju meroslovnih rešitev, saj lahko pokrije 95% meroslovnih potreb kupcev. Akreditiranih imajo 198 metod in pridobljeni dve akreditacijski listini LK-008 in LK-018. V preteklih letih so razvili tudi dva lastna produkta, EXCATUM in TRAMES. Produkt EXCATUM se uporablja za spremljanje temperature, vlage, tlaka, osvetljenosti in koncentracije CO₂. Produkt TRAMES pa se uporablja za merjenje dimenzij izdelkov. V podjetju LOTRIČ Meroslovje d.o.o. zastopajo tudi 29 domačih in tujih proizvajalcev merilne, farmacevtske in laboratorijske meroslovne tehnike.

Organiziranost podjetja

Podjetje vodi generalni direktor Marko Lotrič skupaj z ženo Mojco, organizacijsko pa so razdeljeni v 4 ekipe:

Team modri: ukvarja se s prodajo in marketingom.

Team zeleni: pokriva finančno – računovodsko službo, projektne pisarne, kadrovske službe in pa službo, ki skrbi za dobro počutje zaposlenih (npr. čisto okolje, zdravje na delovnem mestu, ...).

Team precizni: v njem so vodje posameznih laboratorijev in laboranti, ki izvajajo določene meritve na preciznih aparatih (npr. tehtnice, pipete, ...).

Unternehmenspräsentation

Lotrič Meroslovje d.o.o.

Die Haupttätigkeit von Lotrič Meroslovje d. o. o. sind metrologische Dienstleistungen wie Kalibrierung, Prüfung und Konformitätsbewertung. Sie sind das führende Produkt im Bereich der Metrologielösungen und können 95 % des Metrologiebedarfs der Kunden abdecken. Sie haben 198 akkreditierte Methoden und zwei Akkreditierungsurkunden LK-008 und LK-018. In den letzten Jahren haben sie auch zwei eigene Produkte entwickelt, EXCATUM und TRAMES. Das Produkt EXCATUM wird zur Überwachung von Temperatur, Luftfeuchtigkeit, Druck, Beleuchtungsstärke und CO₂-Konzentration verwendet, und das Produkt TRAMES dient zur Messung der Produktabmessungen. LOTRIČ Meroslovje d. o. o. vertritt außerdem 29 in- und ausländische Hersteller von Mess-, Pharma- und Labormessgeräten.

Unternehmensorganisation

Das Unternehmen wird von Geschäftsführer Marko Lotrič und seiner Frau Mojca geleitet und ist in 4 Teams organisiert:

Team Blau: beschäftigt sich mit Vertrieb und Marketing.

Team Grün: umfasst die Finanz- und Buchhaltungsabteilung, die Projektbüros, die Personalabteilung und die Abteilung für das Wohlergehen der Mitarbeiter (z. B. saubere Umwelt, Gesundheit am Arbeitsplatz usw.).

Team Präzise: Dazu gehören die Leiter der einzelnen Laboratorien und die Labortechniker, die spezifische Messungen an Präzisionsinstrumenten (z. B. Waagen, Pipetten usw.) durchführen.

Team prijetni: ukvarja se z meritvami tistih parametrov v okolju (temperatura, vlaga), ki omogočajo dobro počutje. Skrbi tudi za oddelek razvoja.

V proces priprave za vstop na tuji trg so vključeni skoraj vsi teami oziroma njihovi vodje ter generalni direktor. Skupaj se strateško odločajo, kateri trgi bodo izbrani za analizo o možnosti odprtja podjetja. Ta proces se imenuje QSL, v okviru katerega pripravijo strategijo vstopa. Na tak način pridejo do odločitve, nadaljnje korake pa izvajajo skrbniki, ki poskrbijo, da informacije pridejo do njihovih partnerjev v smislu strategije skupnega vstopa na trg.

Predstavitev države in motivi za vstop na grški trg

Gospodarstvo Grčije sloni predvsem na storitvenem sektorju kot so: trgovina, promet, gostinske in nastanitvene aktivnosti. Leta 2021 je 77 % bruto domačega proizvoda predstavljal storitveni sektor, zaposloval pa skoraj 80 % delovne sile. Država je med desetletno gospodarsko krizo izvedla številne reforme za izboljšanje investicijske klime, katerih cilj je bil, da država z zmanjšanjem birokracije in pospešitvijo postopkov izdaje dovoljenj postane bolj privlačna za investitorje. Da je bila Grčija s temi reformami uspešna, dokazujejo milijardne investicije mednarodnih koncernov, kot sta na primer farmacevtska giganta Pfizer in Boehringer Ingelheim ter globalni akterji Coca-Cola, Microsoft in koncern Volkswagen.

Motiv podjetja Lotrič Meroslovje d.o.o. za vstop na grški trg/ Motiv von Lotrič Meroslovje d.o.o. für den Eintritt in den griechischen Markt

Podjetje je že v preteklosti navezalo kontakt s sorodnim grškim podjetjem. Preko njega so dobili informacije iz prve roke kako se obnaša grški trg, zato je bila to prednost pri nadaljnjem iskanju potencialnih partnerjev na grškem trgu. Ker je podjetje Lotrič Meroslovje d.o.o. že aktivno na trgih bivše Jugoslavije, je bil to logičen korak naprej, saj je Grčija ena od sosedskih držav.

Team Angenehm: befasst sich mit der Messung derjenigen Parameter in der Umgebung (Temperatur, Luftfeuchtigkeit), die Wohlbefinden ermöglichen. Es ist auch für die Entwicklungsabteilung zuständig.

Fast alle Teams bzw. deren Leiter und der Geschäftsführer sind an der Vorbereitung des Eintritts in den ausländischen Markt beteiligt. Gemeinsam entscheiden sie strategisch, welche Märkte für die Analyse der Möglichkeiten einer Geschäftseröffnung ausgewählt werden sollen. Der Prozess, bei dem sie eine Einstiegsstrategie ausarbeiten, wird als QSL bezeichnet. Auf diese Weise kommen sie zu einer Entscheidung, und die nächsten Schritte werden von den Mitarbeitern durchgeführt, die dafür sorgen, dass die Informationen ihre Partner im Hinblick auf eine gemeinsame Markteintrittsstrategie erreichen.

Vorstellung des Landes und Gründe für den Beitritt in den griechischen Markt

Die Wirtschaft Griechenlands stützt sich hauptsächlich auf den Dienstleistungssektor, wie Handel, Transport, Gastronomie und Beherbergungsbetriebe. Im Jahr 2021 erwirtschaftete der Dienstleistungssektor 77 % des Bruttoinlandsprodukts und beschäftigte fast 80 % der Arbeitskräfte. Das Land führte während der zehnjährigen Wirtschaftskrise zahlreiche Reformen zur Verbesserung des Investitionsklimas durch. Ziel war es, durch den Abbau von Bürokratie und die Beschleunigung von Genehmigungsverfahren attraktiver für Investoren zu werden. Dass Griechenland mit diesen Reformen erfolgreich war, belegen milliardenschwere Investitionen internationaler Konzerne wie jene der Pharmariesen Pfizer, Boehringer Ingelheim und globaler Player wie Coca-Cola, Microsoft und des Volkswagenkonzerns.

Das Unternehmen hat bereits früher Kontakte zu einem verwandten griechischen Unternehmen unterhalten. Durch sie erhielten sie Informationen aus erster Hand, wie sich der griechische Markt verhält, was bei der Suche nach potenziellen Partnern auf dem griechischen Markt von Vorteil war. Da Lotrič Meroslovje d. o. o. bereits auf den Märkten des ehemaligen Jugoslawiens tätig ist, war dies ein logischer Schritt nach vorn, da Griechenland einer unserer Nachbarn ist.

Predstavitev strategije vstopa na trg – SWOT analiza

PREDNOSTI

- Dobro poslovanje in prepoznavnost na domačem trgu.
- Izobražen kader.
- Prepoznavnost blagovne znamke na Balkanu.
- Široka mreža strank z različnih področij, panog in držav.
- Široka ponudba akreditiranih postopkov.
- Visoko tehnološko razviti laboratoriji.
- "Lokalna pisarna" v tujini – na lokacijah so zaposleni sodelavci, ki poznajo lokalno gospodarstvo.

PRILOŽNOSTI

- Povezovanje z lokalnim okoljem (sodelovanje s šolami, lokalno skupnostjo).
- Velikost trga.
- Trenda avtomatizacije in digitalizacije industrije se krepita.
- Podnebne spremembe vplivajo na razvoj novih tehnologij in regulative.
- Vstop na trg brez predpostavke, da gre za izključno storitveno dejavnost.

SLABOSTI

- Sedež podjetja je na lokaciji s slabimi cestnimi povezavami (a v mirnem okolju za laboratorijsko delo).
- Težko obvladljiva hitra rast – procesi, strukture, politike.
 - Odvisnost od večjih strank.
- Koordinacija aktivnosti in prenos informacij med oddelki ni optimalna (ni operativnih ukrepov na podlagi analiz, podvajanje dela, nejasno definirana smiselnost nalog).
- Oddaljenost merilnih laboratorijev/strokovnjakov od lokacije strank.
 - Nimamo tradicije na trgih, na katere vstopamo.

NEVARNOSTI

- Nepoznavanje grške zakonodaje.
 - Močna konkurenca.
- Opaziti je trend padanja zaupanja.
- Preveč je škodoželnosti in neprijaznosti med podjetji na lokalni ravni.
 - Slaba (cestna) infrastruktura.
- Nevarnost, da se investicija ne porrne v predvidenem obdobju 2 let.

Vorstellung des Markteintritts Strategie SWOT Analyse

VORTEILE

- Gute Geschäfte und Sichtbarkeit auf dem heimischen Markt.
- Ausgebildetes Personal.
- Markenbewusstsein in den Balkanländern.
- Ein breites Netzwerk von Kunden aus verschiedenen Bereichen, Branchen und Ländern.
- Ein breites Spektrum an akkreditierten Verfahren.
- Technologisch hochentwickelte Labors.
- ein »lokales Büro« im Ausland - die Standorte sind mit Mitarbeitern besetzt, die die lokale Wirtschaft kennen.

GELEGENHEITEN

- Verbindung mit der lokalen Umgebung (Kooperation mit Schulen, lokaler Gemeinschaft).
- Marktgröße.
- Die Trends zur Automatisierung und Digitalisierung der Industrie beschleunigen sich.
- Der Klimawandel beeinflusst die Entwicklung neuer Technologien und Vorschriften.
- Markteintritt ohne die Vermutung, dass es sich um eine reine Dienstleistungstätigkeit handelt.

NACHTEILE

- Das Unternehmen befindet sich an einem Standort mit schlechter Straßenanbindung (aber in einer ruhigen Umgebung für Laborarbeiten).
- Schnelles Wachstum ist schwer zu bewältigen - Prozesse, Strukturen, Politik.
- Abhängigkeit von Großkunden.
- Die Koordinierung der Aktivitäten und des Informationstransfers zwischen den Abteilungen sind nicht optimal (keine operativen Maßnahmen auf der Grundlage von Analysen, Doppelarbeit, unklar definierte Bedeutung der Aufgaben).
- Entfernung der Messlabors/Experten von den Kundenstandorten.
- Keine Tradition auf den Märkten, auf denen wir tätig sind.

GEFAHREN

- Unkenntnis des griechischen Rechts.
 - Starke Konkurrenz.
- Das Vertrauen ist tendenziell rückläufig.
 - Es gibt zu viel Bosheit und Unfreundlichkeit unter den Unternehmen auf lokaler Ebene.
- Schlechte (Straßen-)Infrastruktur.
 - Risiko, dass sich die Investition nicht innerhalb des vorgesehenen Zeitraums von 2 Jahren amortisiert.

Pregled uspešnosti vstopa na trg

Ambicija podjetja Lotrič Meroslovje ni kampanjsko vstopanje na čim več novih trgov, temveč dobro premišljen vstop po korakih na izbran trg. Predvsem storitveni del ponudbe je stvar zaupanja, saj je to dolgotrajen proces in traja od 2 do 5 let. V dveh letih lahko šele oceni ali je na lokalnem tržišču mogoče uveljaviti njegov poslovni model, katerega z izbranim partnerjem ponovno preveri čez dve leti. To obdobje podjetje smatra kot začetno obdobje, ko oba partnerja investirata svoj čas, »know-how« in tudi finančni vložek za obratovanje pisarne. Po dveh letih mora partnersko podjetje vzdrževati samo sebe, prihodki morajo biti večji od dohodkov, kar je bistvo vsakega poslovanja. Če ima partner na lokalnem trgu že uveljavljen posel je vsekakor to zanj prednost, saj tako dopolni njegov portfelj storitev ali pa storitve postavijo na višji nivo. V okviru projekta smo od GZS prejeli in navezali stike z drugimi potencialnimi partnerji v Grčiji s katerimi smo trenutno v fazi predstavitvenih pogovorov.

Podporne storitve goMED

Podjetje je bilo zelo zadovoljno z izvedenimi delavnicami v okviru projekta GoMED, sploh s tistimi v živo. Pohvalno je predvsem to, ker so se na delavnici dotaknili prav njihovega primera.

Povratne informacije udeležencev v Sloveniji

Jernej Vuqa Štendler, vodja prodaje, Stubelj d.o.o.

Delavnice so mi bile zelo všeč, ker so bile interaktivne, ekipa je bila zelo komunikativna, ravno dovolj velika za brainstorming, izmenjavo dobrih praks, obenem pa je omogočala tudi dovolj prostora za individualno obravnavo. Za nekatere prodajne pristope sem dobil potrditev, novosti pa sem skušal implementirati v moje delo. Pohvalil bi mentorje, ki so mi dali zelo dober feedback predvsem za uporabo v praksi, namesto teoretiziranja. Delo celotne projektne ekipe ocenjujem zelo pozitivno.

Überblick zum Erfolg des Markteintritts

Die Ambition der Firma Lotrič Meroslovje ist kein Kampagneneintritt in möglichst viele neue Märkte, sondern ein durchdachter Schritt-für-Schritt-Eintritt in den ausgewählten Markt. Vor allem der Serviceteil des Angebots ist Vertrauenssache, da es sich um einen langfristigen Prozess handelt, der 2 bis 5 Jahre dauert. Erst in zwei Jahren kann man beurteilen, ob sich das Geschäftsmodell auf dem lokalen Markt etablieren kann, was in zwei Jahren mit dem ausgewählten Partner nochmals geprüft wird. Diese Zeit betrachtet das Unternehmen als Initialphase, in der beide Partner ihre Zeit, ihr „Know-how“ und ihren finanziellen Einsatz für den Betrieb des Büros investieren. Nach zwei Jahren muss das Partnerschaftsunternehmen selbsttragend sein, die Einnahmen müssen größer sein als die Ausgaben, was die Essenz eines jeden Unternehmens ist. Wenn der Partner bereits über ein etabliertes Geschäft auf dem lokalen Markt verfügt, ist dies für ihn definitiv von Vorteil, da es sein Leistungsportfolio ergänzt oder die Dienstleistungen auf ein höheres Niveau hebt. Im Rahmen des Projekts haben wir von der Handelskammer Kontakte erhalten und Kontakte zu weiteren potentiellen Partnern in Griechenland geknüpft, mit denen wir uns derzeit in der Phase der Vorstellungsgespräche befinden.

Unterstützungsleistungen goMED

Das Unternehmen war sehr zufrieden mit den im Rahmen des GoMED-Projekts durchgeführten Workshops, insbesondere mit den Live-Workshops. Besonders lobenswert ist, dass ihr Fall im Workshop angesprochen wurde

Feedback von Slowenischen Unternehmen

Jernej Vuqa Štendler, Verkaufsleiter, Stubelj d.o.o.

Die Workshops haben mir sehr gut gefallen, weil sie interaktiv waren, das Team sehr kommunikativ, gerade groß genug für ein Brainstorming, den Austausch bewährter Verfahren, es gab aber auch genügend Raum für individuelle Diskussionen. Ich habe für einige Verkaufsansätze Zustimmung bekommen und versucht,

Iris Kočevar, direktorica prodaje in marketinga, Kočevar d.o.o.

Zame so bile delavnice zelo poučne in bi jih toplo priporočala ne le začetnikom v izvozu, temveč tudi podjetnikom na začetku poslovne poti. Dodana vrednost so bila tudi individualna svetovanja in priložnost za obravnavo izvoznih izzivov našega podjetja. Sama sem že imela nekaj znanja iz podobnega programa za izvoznike, zdaj sem to še nadgradila. Vsekakor so bila srečanja v živo boljša, saj je interakcija lažja, pa tudi med odmori je čas za povezovanje in izmenjavo izkušenj in informacij.



die Neuerungen in meiner Arbeit umzusetzen. Ein Lob möchte ich den Mentoren aussprechen, die mir ein sehr gutes Feedback gegeben haben, insbesondere für den Einsatz in der Praxis, anstatt zu theoretisieren. Die Arbeit des gesamten Projektteams bewerte ich sehr positiv.

Iris Kočevar, Leiter Vertrieb und Marketing, Kočevar d.o.o.,

Ich fand die Workshops sehr informativ und würde sie nicht nur Anfängern im Exportgeschäft, sondern auch Unternehmern, die am Anfang ihrer unternehmerischen Laufbahn stehen, sehr empfehlen. Einen Mehrwert stellte auch die individuelle Beratung dar sowie die Möglichkeit, die Exportprobleme unseres Unternehmens anzugehen. Ich hatte bereits einige Kenntnisse aus einem ähnlichen Programm für Exporteure, auf die ich jetzt aufgebaut habe. Die persönlichen Treffen waren auf jeden Fall besser, da die Interaktion einfacher ist und in den Pausen auch Zeit für Networking und den Austausch von Erfahrungen und Informationen bleibt.



Projekt goMED je sofinanciran v okviru programa sodelovanja Interreg V-A Slovenija Avstrija iz sredstev Evropskega sklada za regionalni razvoj.
Das Projekt goMED wird im Rahmen des Kooperationsprogramms Interreg V-A Slowenien Österreich aus Mitteln des Europäischen Fonds für regionale Entwicklung kofinanziert.