

**Peter Schumacher**, Geschäftsführer der Romotion GmbH in Oyten, nutzte die Dienste des Sparkassen-EuropaService.



## „Effektiv, um an Partner zu kommen“

**AUSSEN WIRTSCHAFT:** Seit rund drei Jahren haben Sie Geschäftskontakte zu einem schwedischen Unternehmen. Wie ist es dazu gekommen?

**Schumacher:** Die Kreissparkasse Osterholz hat uns den Partner aus ihrem Unternehmensnetzwerk empfohlen. Das Profil hatte sie über den EuropaService der Sparkassen-Finanzgruppe erhalten. Daraufhin bauten wir Kontakt zu dem schwedischen Unternehmen auf und konnten in dem skandinavischen Land das Team und die Produktpalette kennenlernen. Inzwischen sind wir feste Vertriebspartner für deren Lasermesssensor für Schweißanwendungen auf dem deutschen Markt für Kuka-Roboter.

**AW:** Welchen Vorteil haben Sie von der Kooperation mit Ihrem skandinavischen Partner?

**Schumacher:** Das Verfahren, das die Schweden entwickelt hatten, fehlte bisher in unserem Leistungsangebot. Wir erreichen auf diese Weise jetzt neue Kundenkreise und können Roboterschweißanlagen bedarfsgerechter ausstatten. Zudem ergaben sich über gemeinsame Messeauftritte mit unserem Partner Synergien und weitere internationale Kontakte.

**AW:** Ihr Unternehmen besteht aus einem 25-köpfigen Team. Warum wollten Sie sich über deutsche Grenzen hinaus entwickeln?

**Schumacher:** Unsere Konzentration gilt dem deutschen Markt. Und genau hier können neue Produkte und Partnerschaften aus dem Ausland einen erheblichen Wettbewerbsvorteil bieten.

**AW:** Würden Sie anderen kleinen Unternehmen empfehlen, Profile ausländischer Unternehmen auszuwerten, die Partner in Deutschland suchen?

**Schumacher:** Definitiv. Bereits mit dem vergleichsweise kleinen, risikolosen Schritt einer Vertragspartnerschaft haben sich für uns Vorteile geboten, die in weiteren Unternehmensprozessen produktives Vorankommen beinhalten. Die entstandenen Synergien, die gegenseitige Beratung zu Produktlayout, Preisgestaltung und Produktspektrum und die Sicht aus einer anderen Perspektive helfen sehr, die eigenen Prozesse zu optimieren.

**AW:** Können Sie sich vorstellen, Ihr eigenes Profil in die EU-Datenbank stellen zu lassen, um Geschäftspartner zu suchen?

**Schumacher:** Neue Geschäftspartner zu generieren, ist für Unternehmen ein essenzieller Schritt. Geht es um die Erweiterung des Produktportfolios und der Geschäftstätigkeiten, ist ein Profil in der Datenbank für uns ein unkompliziertes und effektives Mittel, um weitere erfolgreiche Kontaktnetzwerke außerhalb Deutschlands zu erschließen.