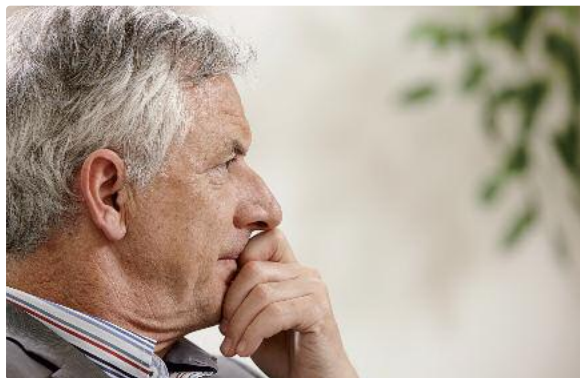


# Der Markt ist groß Am Runden Tisch zum Thema »Internationalisierung von Dienstleistungen« mit

Klaus-Michael Koch,  
Technikon Forschungs- und Planungsgesellschaft mbH,  
Jürgen Petutschnig, EB&P Umweltbüro GmbH  
und Erhard Juritsch, Vorstand KWF.

»Ohne Internationalisierung  
können wir den Wohlstand nicht halten.«  
Erhard Juritsch



**Die EB&P Umweltbüro GmbH**  
arbeitet im Umweltconsulting mit Kern-  
kompetenzen im Naturraummanagement,  
in der Gewässerökologie, Umweltplanung,  
Landwirtschaft und im Naturgefahren-  
management. 15 % der Dienstleistungen  
werden im Ausland erbracht.

**Die Technikon Forschungs- und  
Planungsgesellschaft mbH**  
bietet F&E-Dienstleistungen im IT-Sicherheits-  
bereich an, und sie koordiniert technologie-  
orientierte Großforschungsprojekte. 80 % der  
Aufträge kommen aus dem Ausland.





#### Wie hat alles begonnen?

¶ KOCH: Wir haben uns schon relativ bald nach der Unternehmensgründung international ausgerichtet, mit Schweiß und Glück. Oder anders ausgedrückt, wir waren zur richtigen Zeit am richtigen Ort. Eine Start-up-Förderung hat uns damals auf die Sprünge geholfen.

¶ PETUTSCHNIG: Wir haben in Salzburg ein Büro gegründet, welches hauptsächlich in der Region einschließlich Süddeutschland tätig ist. Als Kärntner Büro ist es nicht sehr einfach, in Tirol oder Salzburg als nicht ortsansässige Firma Planungsaufträge zu bekommen. Wenn man den Weg durch die Tauern geschafft hat, ist das fast schon wie international tätig zu sein. Insgesamt sehe ich die Internationalisierung für mein Unternehmen leicht kritisch.

¶ JURITSCH: Ich habe mich schon während des Studiums mit dem Thema Internationalisierung befasst. Gerade bei Dienstleistungen stelle ich sehr differenzierte, individualistische Zugänge fest. Die Herausforderung, über die Grenze zu gehen, ist auch eine Kulturfrage.

¶ KOCH: Unser erster Auslandsmarkt war Deutschland. Nach zwei Jahren am Markt kannten wir alle potenziellen Auftraggeber in Österreich, also haben wir uns dem großen, internationalen Markt zugewandt, und der ist riesig, vor allem in dem Bereich, in dem wir unterwegs sind. Nach den ersten großen Erfolgen stieg unser Selbstbewusstsein, auch über die Sprachbarrieren hinweg.

¶ PETUTSCHNIG: Wie bereits erwähnt wickeln wir Aufträge in Deutschland ab, allerdings liegt dort das Preisniveau im Bereich der Naturraumplanung deutlich unter unserem. Überhaupt spielt das Lohngefälle im Umweltconsulting eine bedeutende Rolle. Für ein großes Projekt in Tansania haben wir unser Wissen und Know-how in Form von Consulting eingebracht, mit lokaler Unterstützung vor Ort. Ähnlich lief es mit Aufträgen in Mazedonien und Chile. Mitarbeiterinnen oder Mitarbeiter für Grundlagenerhebungen in diese Länder zu schicken, rechnet sich nicht.



#### Was sind Ihre Erfahrungen?

¶ PETUTSCHNIG: Wenn man international erfolgreich sein möchte, muss man entweder eine Firma vor Ort gründen, einen starken Partner finden oder kooperieren. Wir haben mit den drei größten Planungsbüros in Österreich eine Kooperation begonnen, es ist uns aber nicht gelungen, in größeren Dimensionen Projekte zu akquirieren. Dazu muss man wissen, dass internationale Calls nach eigenen Gesetzen ablaufen.

¶ Die großen Büros sind extrem gut vernetzt und arbeiten als Generalunternehmen, die sich ihre Bearbeitungsteams je nach Projekt zusammenstellen. Wir haben viel Zeit und Geld in die Internationalisierung investiert, konzentrieren uns jetzt aber bevorzugt auf den heimischen, österreichischen Markt.

¶ KOCH: Zum Glück haben wir gute Erfahrungen gemacht. In all den Jahren hatten wir erst einen Zahlungsausfall, und der ist vernachlässigbar. In unserer Nische konnten wir uns mit zahlreichen Projekten einen guten Ruf erarbeiten. Weil wir in Kooperation mit großen Konzernen arbeiten, sind wir in den offiziellen Netzwerken präsent, was definitiv hilft. Derzeit liegen unsere Schwerpunkte in Deutschland, Raum Dresden, in Belgien und in Frankreich.

¶ JURITSCH: Fakt ist, dass wir ohne Internationalisierung unseren Wohlstand nicht halten können, aber es ist nicht immer leicht. Viele junge Exportbeziehungen scheitern bereits nach ein bis zwei Jahren.

»National ist unsere Geburtsstätte.  
International ist unsere Arbeitsstätte.«  
Klaus-Michael Koch

## Apropos Risiko – wie geht es Ihnen damit?

¶ JURITSCH: Grundsätzlich sind wir der Meinung, dass auch gescheiterte Exportbemühungen im Sinne des Lernens stärker beachtet werden sollten. Die österreichischen Förderstellen wie die aws oder die OeKB und nicht zuletzt der EIF Europäische Investitionsfonds sorgen mit etlichen Instrumenten dafür, dass die Risiken von Internationalisierungsprojekten überschaubar bleiben und vor allem, dass das Unternehmen vor Ort nicht gefährdet wird.

¶ PETUTSCHNIG: Die Risiken für Projekte im naturschutzfachlichen Bereich halten sich in Grenzen. Im internationalen Umfeld sieht das anders aus. Wenn ein Prüftechniker vor Ort, aus welchen Gründen auch immer, bei der Abnahme kein grünes Licht gibt, kann man als Planungsbüro ganz schön auf der Strecke bleiben.

¶ KOCH: Wenn ein Auftrag zu groß ist, lehnen wir ihn ab, denn es gibt in unserem Bereich noch keine adäquate Versicherung zur »Cyber Security«. Aber es geht nicht nur um das finanzielle Risiko, sondern auch um das Risiko der Rufschädigung.

¶ PETUTSCHNIG: Ja, wir lassen im Planungsbereich auch Vorsicht walten und bieten nicht für jedes Projekt an. Wir setzen bei unseren Auftraggebern auf Qualität, Kontinuität und Vertrauen.



»Wenn der Radius von Kärnten aus über die Tauern reicht, ist man fast schon international.«

Jürgen Petutschnig



## Wie sieht es mit Ihren Teams aus?

¶ KOCH: Im Schnitt beschäftigen wir 20 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, im Sommer kommen Studentinnen und Studenten dazu. Technikerinnen und Techniker suchen wir auch international, denn gut qualifizierte Leute zu finden, ist nicht leicht – um die reißen sich auch andere Unternehmen. In der Forschungsdienstleistung werden Damen, vor allem als Projektleiterinnen, sehr gut angenommen. Dementsprechend haben wir ein gut ausbalanciertes Team. Es kommt schon vor, dass unsere Kunden Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter abwerben, das muss man sportlich sehen.

¶ PETUTSCHNIG: Bei uns ist es ähnlich. Wir beschäftigen 22 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, davon sind die Hälfte Frauen. Im Sommer arbeiten wir auch mit Praktikantinnen und Praktikanten. Meiner Erfahrung nach ist nur ein Viertel der Mannschaft bereit, ins Ausland zu gehen. Das Lohnniveau in Kärnten ist übrigens ziemlich gut.

¶ KOCH: Diese Erfahrung teile ich. Unsere Leute fliegen gerne hie und da in Europa herum, aber als ständigen Arbeitsplatz bevorzugen die meisten die Homepage. Der Vorteil ist, unsere Dienstleistung kann man von überall machen. Eine Entwicklung, die ich in letzter Zeit beobachte, ist das Bedürfnis nach Selbstbestimmtheit. Ich kann das zwar nachvollziehen, aber als Arbeitgeber habe ich auch die Verantwortung für das Ganze.

¶ PETUTSCHNIG: Bei uns sind die Motivationsfaktoren das Gehalt, die Projekte, die Möglichkeit, sich zu entwickeln und sich selbst zu verwirklichen.

¶ JURITSCH: Wird bei Ihnen auch wissenschaftlich gearbeitet, beziehungsweise wie praxisfähig ist die Wissenschaft?



¶ PETUTSCHNIG: Bei uns haben vier Leute auf Basis von Projekten eine Dissertation gemacht, zu 50 % musste allerdings auch die Freizeit herhalten. Eigene Forschungsprojekte bedeuten hohe zusätzliche Kosten und viel Engagement.

¶ KOCH: Bei uns ist es leichter, weil wir ja im Forschungsbereich arbeiten und Zugang zu Forschungsniveaus haben, die weit über die Uni hinausreichen. Damit sind wir für Dissertanten und Professoren interessant.

¶ JURITSCH: Im Zusammenhang von Internationalisierung und Bildung gibt es jetzt beim KWF eine neue Ausschreibung – »Internationalisierungsassistent«. Dabei wird eine zweijährige Ausbildung finanziert.

¶ KOCH: Das finde ich gut. Internationalisierung basiert auf Technologie und Innovation.

## Hat Ihnen die »Marke Österreich« im Ausland geholfen? Und was war Ihr Glück im bisherigen Business?

¶ PETUTSCHNIG: Aus Österreich zu kommen, hat uns sicher unterstützt. Wir gelten als korrekt und verlässlich. Mein Glück war, dass ein Auftraggeber so an uns geglaubt hat, dass wir dadurch ein neues, nachhaltiges Geschäftsfeld starten und letztendlich im Büro etablieren konnten.

¶ KOCH: Ich saß eines Freitagabends noch um 19.00 Uhr im Büro, als ein potenzieller Kunde anrief. Nach dem Telefonat hatten wir unseren ersten internationalen Auftrag. Das war ein Riesenglück. Und ja, die »Marke Österreich« steht für Qualität, verbunden mit einer gewissen Leichtigkeit.

¶ DANKE FÜR DAS GESPRÄCH.