

## 5 Fragen an ...

... Jens Kieselstein, seit 2004 Geschäftsführer der KIESELSTEIN International GmbH.

### 1. Seit wann sind Sie im Auslands-geschäft und in welchen Ländern sind Sie aktiv?

Die KIESELSTEIN International GmbH ist seit Anfang ihrer Geschäftstätigkeit im Ausland aktiv. Als Nachfolger verschiedener Unternehmen, die über viele Jahre Drahtziehmaschinen ins In- und Ausland verkauft haben, kamen die ersten Kontakte durch Ersatzteilgeschäfte für diese Anlagen zustande. Recht schnell sind wir jedoch dazu übergegangen, den Kunden auch neue Drahtziehtechnik anzubieten. Heute beliefern wir mehr als 600 aktive Kunden in 50 Ländern der Erde.

### 2. Haben Sie den internationalen Einstieg geplant und wie sind Sie vorgegangen?

Wir sind Entwickler und Hersteller von Drahtzieh- und -ziehschälanlagen. Jede Anlage ist eine technische Speziallösung, entwickelt für den vom Kunden gewünschten Einsatzzweck. Der Einstieg in verschiedene Märkte gelang über das bereits erwähnte Ersatzteilgeschäft. Unsere Bekanntheit innerhalb der Branche konnten wir vor allem durch die Teilnahme an verschiedenen Fachmessen für die Drahtindustrie steigern. Diese finden im zweijährigen Turnus in Moskau, Bangkok, Sao Paulo, Shanghai, Atlanta und seit Kurzem auch in Teheran statt. Besonders wichtig ist im Auslandsgeschäft eine enge Zusammenarbeit mit unseren lokalen Vertretungen. Sie kennen den Markt und die Anforderungen der Kunden, sind mit den lokalen Gepflogenheiten vertraut und können schnell beim Kunden vor Ort sein, wenn dieser das wünscht.

### 3. Worauf führen Sie Ihren Erfolg zurück?

Als Hersteller von Spezialanlagen innerhalb der Drahtindustrie ist es besonders wichtig, unseren Technologievorsprung zu halten. Durch umfangreiche Forschungs-



Dipl.-Ing. Jens Kieselstein

und Entwicklungsaktivitäten sind wir führend in der Technologie des Ziehschälens von Draht und stellen die schnellsten Anlagen zur Fertigung von Fahrleiterdraht für die Hochgeschwindigkeitseisenbahn her. Ausgangspunkt unserer Aktivitäten sind dabei immer die Anforderungen der Kunden und der Bedarf des Marktes. Es ist wichtig, den Kunden und seine Wünsche nie aus dem Fokus zu verlieren. Durch den Aufbau eines eigenen Testzentrums „k.lab“ gelingt es uns, den Kunden vor einer Bestellung von unserer Technologie und dem Know-how zu überzeugen. Nur mit Lösungen, die auf die Anforderungen des Kunden reagieren, ist es möglich, im harten internationalen Wettbewerb zu bestehen. Einem reinen Preiskampf können wir als deutscher Hersteller nicht standhalten. Wir streben Technologieführerschaft an. Um diese zu erreichen und zu festigen, stellen seit Kurzem auch digitale Werkzeuge eine ideale Ergänzung für uns dar.

### 4. Welche Herausforderungen haben Sie bewältigt und welche sehen Sie aktuell im Auslandsgeschäft?

In jedem Land begegnet man unterschiedlichen Mentalitäten und Gepflogenheiten. Mithilfe der lokalen Vertretungen haben wir uns die „Dos“ und „Don'ts“ angeeignet und gelernt, worauf es im Umgang mit den jeweiligen Geschäftspartnern ankommt. Die aktuellen Herausforderungen im Auslandsgeschäft liegen in international wieder stärker angewandten Sanktionen, Embargos und Strafzöllen. Diese erschweren den Absatz unserer Anlagen

auf ausländischen Märkten. Ziel der Politik muss es sein, solche Handelsschranken abzubauen und die Unternehmen bei der Abwicklung von Auslandsgeschäften zu unterstützen. Auch ist der Erfolg durch persönliche Präsenz und den persönlichen Kontakt wesentlich geprägt. Daraus ergibt sich ein erheblicher Aufwand in Form von Zeit und Reisetätigkeiten.

### 5. Was empfehlen Sie Export-Einsteigern?

Wir haben sehr gute Erfahrungen in der Zusammenarbeit mit lokalen Partnern gemacht. Sie können viel direkter auf die Kunden zugehen, als man es selbst vom Vertriebsbüro oder auf gelegentlichen Reisen erreichen kann. Trotzdem sollte man sich mit der Mentalität der Geschäftspartner beschäftigen, um ein vielversprechendes Projekt nicht durch einen Fauxpas im Umgang mit dem Kunden kaputt zu machen. Um Kunden zu finden, empfiehlt sich der Besuch oder die Teilnahme an internationalen Messen. Diese gibt es mittlerweile in fast jeder Branche und geben Gelegenheit, innerhalb kürzester Zeit viele Kontakte zu knüpfen. Neben Messen stellen auch Unternehmerreisen, organisiert von IHK/AHK, eine gute Möglichkeit dar, einen Markt kennenzulernen und erste Erkundungen vorzunehmen. Dabei sei darauf hingewiesen, dass man von Anfang an selbst versuchen sollte, direkt Kontakte im Land zu suchen. Die AHKs verfügen in vielen Fällen nicht über die Kapazitäten, sich detaillierte Branchenkenntnisse zu erarbeiten und die richtigen Partner zu finden.



KIESELSTEIN International GmbH  
**Firmensitz:** Chemnitz  
**Gründungsjahr:** 2004  
**www.kieselstein.com**