

5 Fragen an ...

... Rita Glück, seit 2008 im Management der GF.C GLASFOTO.COM GmbH

1. Seit wann sind Sie im Auslandsgeschäft und in welchen Ländern sind Sie aktiv?

In den ersten Jahren ab dem Firmenstart in 2006 waren wir insbesondere im EU-Ausland aktiv, wie Österreich, Frankreich, Belgien, Italien, Spanien und Polen. Nach einigen Jahren erhielten wir immer mehr Empfehlungen durch bestehende Kunden und eigene Aktivitäten, wodurch wir ebenso in Großbritannien, der Schweiz, in den USA und den VAE Kunden gewinnen konnten.

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

Durch unseren Webshop und die entsprechenden Werbemaßnahmen haben wir erste internationale Kunden gewonnen. Gezielt recherchierten wir nach Fachhandelspartnern auch außerhalb von Deutschland. Hierzu erarbeiteten wir eine individuelle Produktstrategie. Für den Zugang zum internationalen Markt bieten die digitalen Medien die perfekten Voraussetzungen. Weiterbildende Maßnahmen bauen wir regelmäßig ein – vielfältig zu erhalten über entsprechende Verbände und Organisationen, wie der IHK, dem Handelsverband, dem VdU und Stadt, Land und Bund, oftmals zusschussfinanziert möglich.

3. Worauf führen Sie Ihren Erfolg zurück?

Das größte Potenzial für unseren Erfolg sind unsere Mitarbeitenden und hier der Zusammenhalt, um das beste Ergebnis für unsere Kunden zu erreichen. Viele sind seit Jahren im Unternehmen und bewerkstelligen ihre Projekte selbstständig und selbstverantwortlich im Team. Ebenso wichtig für unseren Erfolg ist die Diversifikation, um Marktrisiken abfangen zu können. Neben unserem Kerngeschäft mit Gewerbekunden, haben wir bereits vor Jahren einen Umsatz



Foto: Folker Fuchs

Rita Glück

mit Privatkunden aufgebaut. Zunächst über die klassischen Kanäle im Marketing, Webshop und Social Media. Den Durchbruch schafften wir durch Hinzunahme der Online-Marktplätze. Hierbei lernten wir in unserer Produktion, die Logistik total umzukrempeln, um der zeitweisen Flut von Einzelbestellungen Herr zu werden. Jedoch – wer sich diesem Geschäft beugen möchte, darf sehr hohe Kosten erwarten und sollte mit einer professionellen Agentur arbeiten.

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

Entsprechend unserer Qualitätsansprüche war es immer wieder eine Herausforderung, auf Dauer zuverlässige Lieferanten zu finden. Die größte aktuelle Herausforderung „Pandemie“ haben wir überwinden können durch das rasche Umsetzen einer Vielzahl von Maßnahmen. Zunächst ist der Erhalt der Gesundheit der Mitarbeitenden durch alles Notwendige, Notfallplan, Abzugseinrichtung und jederzeit die kostenfreie Bereitstellung aller Hygienemittel, Masken und Tests zu nennen. Die zweite Herausforderung war und ist es, Umsatzeinbrüche der Gewerbekunden aufzufangen. In dieser existenzgefährdenden Situation hat uns die Diversifikation, wie bereits ausgeführt, gerettet.

5. Was empfehlen Sie Export-Einsteigern?

Von großer Bedeutung ist, dass die eigene Website in den wichtigsten Welt-sprachen gelesen werden kann. Diese Aufgabe haben wir immer noch vor uns. Der zeitliche und sachliche Aufwand hierfür ist immens. Von wirklich großem Vorteil ist es, die Sprache des Geschäftspartners zu sprechen. Selbst geringe Kenntnisse schaffen ein persönliches Verhältnis und zeigen Respekt, der Anerkennung findet. Dies ist ein Vorteil, mit dem man punkten kann, wengleich alle wichtigen Korrespondenzen selbstverständlich professionell erfolgen müssen. Mein Tipp hierzu ist, das Online-Tool „deepl“ zu verwenden. Eine weitere Selbstverständlichkeit zum Einstieg in den Export ist der geübte Umgang mit den bekannten Tools für Videokonferenzen.



GF.C GLASFOTO.COM GmbH
Firmensitz: Dresden
Gründungsjahr: 2006
www.glasfoto.com