

## 5 Fragen an ...

... **Thomas Sparborth, seit 2016 Geschäftsführer in der Samed GmbH Dresden.**

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

Die Samed GmbH Dresden ist neben einer applikativen Dienstleistung im medizinischen Bereich, die hauptsächlich in Deutschland Anwendung findet, auch weltweit bekannt für die Entwicklung und den Vertrieb von endoskopisch-chirurgischen Trainern für die ärztliche Aus- und Weiterbildung. Diese Trainingssysteme bieten wir erfolgreich seit über zehn Jahren weltweit an und decken somit einen Markt von Amerika über Europa bis Asien ab. Diese Märkte waren für uns sehr interessant, da die ärztliche Ausbildung in anderen Ländern zunächst anders priorisiert wurde, als in Deutschland.

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

Der internationale Einstieg kam auf einem ganz außergewöhnlichen Weg. Ein

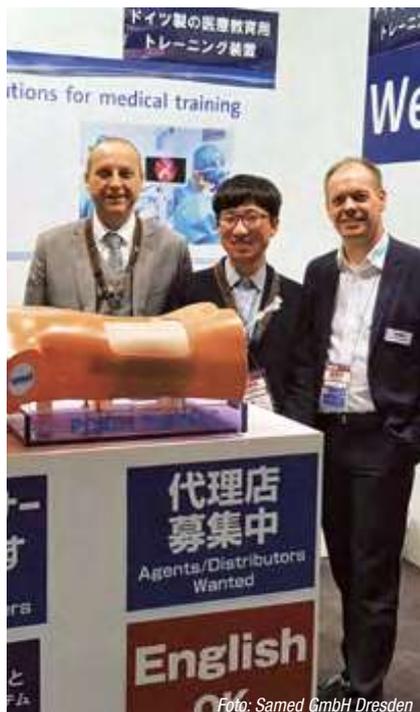


Foto: Samed GmbH Dresden

namhafter global agierender Hersteller von Medizingeräten und Endoskopen erkannte das Potenzial unserer Produkte und nutzte diese für seine globalen Workshops und Hands-on-Trainings. So stieg die Nachfrage aus den unterschiedlichsten Ländern von Jahr zu Jahr. Zusätzlich trug die Präsenz auf internationalen Messen und bei Unternehmerreisen zum Bekanntheitsgrad von Samed und unserer Produkte bei. Dennoch waren dazwischen auch schwierige Jahre, in denen man den Markt und dessen Entwicklung beobachten und auch neu analysieren musste.

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

Unsere Produkte sind in ihrem Aufbau, der Anwendung und Handhabung einfach gehalten und dennoch für die Ausbildung im ärztlichen Umfeld sehr realistisch und effektiv. Die Notwendigkeit ärztlichen Trainings ließ oftmals sehr schnell den Funken überspringen. Dabei trugen aber auch eine gute Vorbereitung und Strategie zum Erfolg bei, was nicht zuletzt auch der Verdienst unserer Kooperationspartner in den jeweiligen Ländern ist, die in engem Kontakt mit den Interessenten und Kunden stehen.

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

Das Auslandsgeschäft sollte nicht unterschätzt werden. Durch eine Person allein ist die globale Aktivität nicht zu bewältigen und illusorisch. Kommunikation, Mentalität, Erreichbarkeiten sind von Land zu Land unterschiedlich. Einen verlässlichen Vertriebspartner zu finden, ist oftmals eine langwierige Herausforderung. Zeit und Geld sind auch hier wichtige Faktoren und man muss sich frühzeitig mit dem umworbenen Land auseinandersetzen, um die entsprechende Strategie aufzubauen. Gerade in der aktuellen Situation mit Reisebeschränkungen haben wir uns digital komplett umstellen müssen, um unsere



Foto: Samed GmbH Dresden

Dipl.-Ing. (FH) Thomas Sparborth, Geschäftsführer

Kunden und Partner dennoch jederzeit mit den Neuerungen bekannt zu machen und auf dem Laufenden zu halten.

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

Ich empfehle jedem Experteinsteiger, vorhandene Informationsquellen im regionalen Umfeld zu nutzen, um die richtige Strategie für den Markteintritt zu entwickeln. Wir konnten unser Wissen zu Exportrichtlinien, Zollabwicklung und Landesspezifika über Informationsveranstaltungen der Industrie- und Handelskammer sehr gut aufbauen. Auch die Kontakte zu den Außenhandelskammern in den verschiedensten Ländern erwiesen sich als sehr hilfreich und zielführend, um vertrauenswürdige Partner zu gewinnen. Für die Ausführungen im Land sind vor allem lokale Partner, die mit der Region vertraut sind, die Landessprache sprechen und im entsprechenden Produktbereich etabliert sind, sehr nützlich. Jedoch kann es da auch schon mal mehrere Anläufe dauern, bis der richtige Partner gefunden ist!

