

DACH-Region als Hoffungsmarkt

Softwarehaus BMD intensiviert seine Bemühungen in Deutschland

Von Oliver Koch

Bei dem Softwareunternehmen BMD mit Sitz in Steyr stehen die Zeichen auf Wachstum. Dieses soll unter anderem mit einer höheren Exportquote erreicht werden. Lukas Haidinger, der das internationale Geschäft bei BMD leitet, erklärt dies so gegenüber dem VOLKSBLATT. „Generell liegt unser Fokus verstärkt auf dem DACH-Raum – das heißt außerhalb von Österreich auf Deutschland und der Schweiz – in beiden Ländern finden wir neben der gleichen Sprache auch eine hohe Kaufkraft vor. Deutschland ist von der Entwicklung unser stärkster Wachstumstreiber im Export. Und das sehen wir auch zukünftig so, da hier bereits die Marktgröße entsprechende Möglichkeiten bietet.“

Umstellungskonzept

So wurde etwa im Sommer 2023 eine Vereinbarung mit dem Softwareanbieter HSP unterzeichnet, welche eine Übernahme dessen Accounting-Kunden ermöglicht. In den vergangenen Monaten wurden die konkreten Unternehmen kontaktiert und ein entsprechendes Umstellungskonzept erarbeitet. In den nächsten 24 Monaten gelte es nun die Kunden auf die Software umzustellen.



Derzeit erwirtschaftet BMD aktuell knapp vier Millionen Euro auf Exportmärkten. Haidinger: „Aus dem organischen Wachstum raus schaffen wir jährlich zumindest zehn Prozent Wachstum. Um noch stärker zu wachsen, was unser erklärtes Ziel ist, streben wir in Deutschland und der Schweiz auch strategische Zukäufe an.“ Das Zielwachstum liegt laut Haidinger somit bei mehr als 20 Prozent, was in fünf Jahren einen Umsatz von mehr als neun Millionen Euro bedeuten würde.

Ein Vertriebsthema

Wie stellt sich aber in dem Fall die Suche nach Mitarbeitern in den jeweiligen Märkten dar? Dies sei sehr wohl ein frappierendes Thema, wie

Haidinger zugibt, speziell bezüglich des Vertriebs der Produkte. Haidinger: „Für Tschechien, die Slowakei und Ungarn suchen wir einerseits nach Mitarbeitenden für die Niederlassungen in den jeweiligen Ländern aber auch bewusst nach Personen in Österreich, welche die entsprechenden Sprachkompetenzen haben, um auch von den Niederlassungen in Österreich aus die fremdsprachigen Länder und Kunden zu unterstützen.“

Generell habe BMD sich infolge seiner Wachstumsstrategie darauf fokussiert die bestehenden Märkte, im Speziellen Deutschland und die Schweiz, noch weiter zu intensivieren. „Die Expansion in weitere Länder ist in den nächsten Jahren nicht geplant“, so Haidinger.