

Anlässlich des 50-jährigen Jubiläums stand Mag. Markus Brunthaler, Geschäftsführer des Kunststoffverarbeiters Miraplast der NEW BUSINESS-Redaktion Rede und Antwort.

Den Menschen das Leben leichter machen.

Wie lauten die 3 Erfolgsgeheimnisse Ihres Unternehmens? Was haben Sie die 50 Jahre an Unternehmenshistorie gelehrt?

Ing. Mag. Markus Brunthaler, Geschäftsführer Miraplast



Dass sich Kundenorientierung, Flexibilität und Wissensdurst auszahlen. Wir verfolgen diese Prinzipien konsequent, um unsere Vision, „das Leben einfacher machen“, erfüllen zu können. Durch Innovationen im Technologiebereich, der Adaption von Maschinen, oder dem Einsatz neuer Materialien können wir neue Produkte kreieren. Hier ist für uns über die Jahre die Zusammenarbeit mit externen Partnern, etwa im Universitätsbereich oder mit dem Kunststoffcluster immer wichtiger geworden. Kundenorientierung geht aber immer mit Flexibilität einher. Wenn ein Kunde ein Logistikproblem hat oder einen bestimmten, ungewöhnlichen Produktwunsch erfüllt haben möchte, dann handeln wir rasch. Mit Wissensdurst wiederum meine ich das Streben im Unternehmen, uns über Dinge, die wir aktuell noch nicht realisieren können, schlau zu machen und dann Lösungen anzubieten.

Ist Unternehmenstradition für strategisches Denken Fluch oder Segen?

Ich würde die Hürde dafür nicht so sehr an der Unternehmenstradition per se festmachen. Ein solcher Fluch entsteht vielmehr im Kopf, wenn man sich im Vorwärtsdenken von vorhandenen Strukturen nicht trennen kann und möchte. Um das zu vermeiden und um echte geistige Freiheit zuzulassen, braucht es Offenheit, Ehrlichkeit und Transparenz. In unseren Workshops bei Miraplast lautet mein Einleitungsstatement daher immer: „Vergesst alles was, sich derzeit innerhalb des Unternehmens befindet! Nur unsere Werks-



halle mit den Mauern drumherum brauchen bestehen bleiben!“ Tradition bedeutet nicht das vor sich hertragen der Asche des Vergangenen, sondern das Weitergeben des Feuers, dass die Vorfahren entzündet haben. Wir wollen daher die Flammen immer kräftig am Lodern halten.

Was ist der Vorteil, ein österreichisches KMU? Und warum ist Internationalisierung für Ihr Unternehmen wichtig?

Die Flexibilität, Dinge schnell umzusetzen. Das schaffen Große aufgrund ihrer Komplexität und Langsamkeit nicht. Sehr viele Innovationen kommen daher aus dem KMU-Bereich. Allerdings wird die Luft dünner, solche Innovationen umzusetzen, denn der Preisdruck der Kunden nimmt zu. Vielen „Davids“ fehlt daher zunehmend das Potential, innovativ zu sein. Der österreichische Markt ist überschaubar und vom Potential her enden wollend. Miraplast hat daher in beiden Geschäftsfeldern - MiraHome und MiraTech - das klare strategische Ziel, 50 Prozent des Umsatzes im Export zu erzielen.

Wie setzen Sie Ihre Schwerpunkte im Export? Hilft die Österreich-Herkunft?

Wir müssen als österreichisches KMU dorthin exportieren, wo die Preissensibilität nicht so ausgeprägt ist. Wir können einen Preiskampf gegen Asien nicht gewinnen. „Made in Austria“ hilft. Unsere arabischen Kunden etwa

Fotos: Miraplast

stehen auf „Austrian Quality“. Unser Geschäftspartner in Dubai nützt diesen USP und distribuiert unsere Produkte inzwischen bis nach Ägypten und Indien. Auch russische Kunden bestellen unsere Werkzeuge, weil sie die Qualität und Produktionssicherheit schätzen. Darüber hinaus gehen wir step-by-step vor. Schon vor vielen Jahren konnten wir in Slowenien Fuß fassen, danach war der nächste logische Schritt ins benachbarte Kroatien nicht weit.



Was ist für Sie eine echte Innovation?

Es gibt viele Dimensionen, was eine Innovation sein kann. Das kann ein Produkt sein, wie zum Beispiel unsere neue Bellonda-Produktserie mit dem 5-in-1 Multi-Partyset, bei dem wir einzelne Produkte zu einem extrem platzsparenden Set zusammensetzen können. Es zählen dazu ebenso neue Materialien oder neue Produktverwendungen, die aus einer verbesserten Herstellertechnologie resultieren. Grundsätzlich steht bei uns am Anfang meist eine Prozess- oder Materialinnovation, auf der basierend dann innovative Produkte ange-dacht werden können. **BO**

www.miraplast.at

STECKBRIEF

Mag. Markus Brunthaler,

Jahrgang 1974, studierte Kunststofftechnik am TGM und Betriebswirtschaft an der WU und der SDSU und ist Ernst Schmitz Preisträger 2012.

