

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

### Den Menschen das Leben leichter machen.

**W**

*ie lauten die drei Erfolgsgeheimnisse Ihres Unternehmens? Was haben Sie die 50 Jahre Unternehmenshistorie gelehrt?*

**Markus Brunnthaler:** Dass sich Kundenorientierung, Flexibilität und Wissensdurst auszahlen. Wir verfolgen diese Prinzipien konsequent, um unsere Vision – „das Leben einfach leichter machen – erfüllen zu können. Durch Innovationen im Technologiebereich, die Adaption von Maschinen und den 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?*

**M. B.:** 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 soll bestehen bleiben!“ Tradition bedeutet nicht das Vor-sich-Hertragen der Asche des Vergangenen, sondern das Weitergeben des Feuers, das die Vorfahren entzündet haben. Wir wollen daher die Flammen immer kräftig am Lodern halten.

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

**M. B.:** Als KMU hat man 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 Potenzial, innovativ zu sein. Der österreichische Markt ist überschaubar und vom Potenzial 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?*

**M. B.:** 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

Ing. Mag. Markus  
Brunnthaler,  
Geschäftsführer  
Miraplast



Fotos: Miraplast

Kunden etwa stehen auf „Austrian Quality“. Unser Geschäftspartner in Dubai nutzt 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?

**M. B.:** Es gibt viele Dimensionen, was eine Innovation sein kann. Das kann ein Produkt sein, wie zum Beispiel unsere neue Bellonda-Produktserie mit dem Fünf-in-einem-Multi-Partysset, 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 Herstelltechnologie resultieren. Grundsätzlich steht bei uns am Anfang meist eine Prozess- oder Materialinnovation, auf der basierend dann innovative Produkte angedacht werden können. **BO**

[www.miraplast.at](http://www.miraplast.at)

#### STECKBRIEF

**Mag. Markus Brunnthaler,**

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



MIT DEM BFI NÖ  
BILDEN SICH NEUE  
KOMPETENZEN



BILDUNG. FREUDE INKLUSIVE.



## SERVICE FÜR UNTERNEHMEN

Mit dem Service für Unternehmen bietet das BFI NÖ die Möglichkeit, individuelle und zielgerichtete Bildungsangebote zu **fairen Preisen** durchzuführen.

**Vom Erstgespräch bis zur Umsetzung:** Wir planen für Sie abgestimmte Einzelcoachings, Kleingruppenschulungen für Führungskräfte sowie Schulungen für gezielte Aus- und Weiterbildung für MitarbeiterInnen an Ihrem Unternehmensstandort. Erfolgreiche Personalentwicklung durch bedarfsorientierte Aus- und Weiterbildung!

### KOMPETENZFELDER DES BFI NÖ

- Betriebswirtschaft und Marketing, z.B. Verkaufstraining, EBC\*L
- Sprachen
- EDV
- Persönlichkeitsbildung, z.B. MitarbeiterInnenführung, Rhetorik, Mediation
- Gesundheit und Soziales
- Technik, Arbeitssicherheit und ArbeitnehmerInnenschutz

**Ihr Vorteil:** Die Seminare werden speziell für Sie konzipiert, das heißt TrainerInnen, Inhalte, Umfang, Dauer und Ausbildungszeiten sowie der Schulungsort werden auf Ihre Bedürfnisse abgestimmt! Die BildungsberaterInnen des BFI NÖ informieren Sie gerne in einem persönlichen Beratungsgespräch!

**Auf Erfolgskurs - Weiterbildung mit den Besten!**

### INFORMATIONEN & ANMELDUNG:

0800 / 212 222 | [bfinoe@bfinoe.at](mailto:bfinoe@bfinoe.at) | [www.bfinoe.at](http://www.bfinoe.at)

**BILDUNG. FREUDE INKLUSIVE.**