**Strategische Expansion von UF PRO: Einblicke vom Geschäftsführer Jože Kastelic zu den Wachstumsplänen des Unternehmens auf dem US-Markt**

**KOMENDA, SLOWENIEN (05.12.2024)**

Jože Kastelic, Geschäftsführer von UF PRO, gab kürzlich wertvolle Einblicke in die Vision und die Ziele von UF PRO bei der Expansion in den US-Markt und ging dabei auf die Herausforderungen und Chancen ein, die diesen Markt so einzigartig machen.

Im Rahmen der langfristigen Strategie von UF PRO baut das Unternehmen basierend auf dem Erfolg in Europa nun auch eine starke Präsenz in den USA auf. Ziel der Expansion in die USA ist, die hochwertige taktische Bekleidung der US Army, Einsatzkräften sowie Spezialeinheiten anzubieten. Das Unternehmen setzt sich somit weiter dafür ein, leistungsstarke, innovative Lösungen für Fachleute in Extremsituationen zu entwickeln.

**F: Was hat UF PRO dazu bewogen, in den US-Markt zu expandieren?**

A: Der US-Markt ist der weltweit größte Markt für taktische Bekleidung und bietet ein immenses Wachstumspotenzial. UF PRO konnte in Europa im Laufe der Jahre eine solide Basis aufbauen und seinem Ruf als Anbieter hochwertiger, innovativer, taktischer Bekleidung gerecht werden. Eine Expansion in die USA ist der logische nächste Schritt. Unterstützt wird dieser durch ein robustes Logistiksystem, eine steigende Nachfrage nach Artikeln von UF PRO sowie die Erfolgsgeschichte des Unternehmens auf dem hart umkämpften europäischen Markt.

UF PRO konnte in den USA bereits bedeutende Partnerschaften schließen, die weit über die SWAT-Einheiten hinausgehen und Polizeibehörden, DEA-Teams, NASA-Labors und eine wachsende Anzahl von Privatkundinnen und -kunden umfassen. Mit UF PRO USA Inc. und den Niederlassungen in Charlotte, North Carolina, gibt das Unternehmen ein klares Bekenntnis zum US-Markt ab. Unterstützt wird der Wandel von einem engagierten Team vor Ort. Dieses Team kümmert sich um unsere US-Kundinnen und -Kunden, was es UF PRO ermöglicht, spezifische Bedürfnisse besser verstehen und darauf reagieren zu können. Bei dieser Expansion geht es aber nicht nur um einen Markteintritt. Sie dient als wichtiger strategischer Schritt, um UF PRO langfristig auf dem US-Markt für taktische Bekleidung zu etablieren.

**F: Welche konkreten Ziele verfolgt UF PRO im US-Markt?**

A: Die Hauptziele von UF PRO in den USA sind die Steigerung des Gesamtumsatzes und des Marktanteils sowie die Etablierung bei Einsatzkräften als vertrauenswürdig und wiedererkennbar.

**F: Wie plant UF PRO, die hohen Standards bei der Expansion in die USA aufrechtzuerhalten?**

A: Skalierbarkeit bedeutet nicht, Abstriche in Sachen Qualität oder Kundenservice machen zu müssen – zwei Säulen, auf denen UF PRO aufbaut. Durch strenge Qualitätskontrollen und die Nutzung des bestehenden Know-hows können wir unsere Standards gleich hoch halten.

Ein Team vor Ort in den USA ermöglicht es UF PRO, die Kundenbedürfnisse direkt anzusprechen. So können schnelle Reaktionszeiten und eine kulturell angepasste Kommunikation gewährleistet werden. Das Team wird auch einen besseren After-Sales-Support und eine engere Zusammenarbeit mit den Kundinnen und Kunden ermöglichen, wodurch ein Feedbackprozess ins Leben gerufen wird, der zur Verbesserung von Service- und Produktinnovation beitragen soll.

Zusätzlich bietet das bestehende Logistiksystem von UF PRO eine solide Basis für diese Expansion. Dadurch können Risiken minimiert und die betriebliche Effizienz aufrechterhalten werden.

**F: Welche Herausforderungen werden auf dem US-Markt erwartet und wie werden diese angegangen?**

A: UF PRO ist zwar nicht komplett neu auf dem US-Markt, der direkte Einstieg stellt aber einzigartige Herausforderungen dar. Der Markt ist hart umkämpft, geprägt von starken einheimischen Marken und komplexen regionalen Anforderungen. Zudem verlangen die unterschiedlichen Kundenerwartungen und -vorlieben zwischen dem US-amerikanischen und dem europäischen Markt maßgeschneiderte Ansätze.

Um diesen Herausforderungen gerecht zu werden, konzentriert sich UF PRO auf den Ausbau der Markenbekanntheit, bestehende Partnerschaften und die bewährte Qualität und Innovationskraft seiner Produkte. Durch den Aufbau eines lokalen Teams kann eine engere Abstimmung mit den kulturellen und betrieblichen Gegebenheiten gewährleistet werden. So kann das Unternehmen eine persönliche Kundenberatung bieten und seine hohen Standards in Sachen Kundenzufriedenheit aufrechterhalten.

**F: Wie unterscheidet sich UF PRO von Mitbewerbern in den USA?**

A: Die Stärke von UF PRO ist der Fokus auf das Lösen von Kundenproblemen durch hochwertige Produktdesigns mit hoher Funktionalität. Das Unternehmen hört seinen Kundinnen und Kunden genau zu, versteht ihre Bedürfnisse und passt seine Lösungen entsprechend an. Besonders wertvoll ist dieser Ansatz für kleinere Einheiten und Spezialeinheiten, die oft spezifische Anforderungen haben.

Darüber hinaus hebt sich UF PRO im Markt durch einen After-Sales-Support ab, der über die Industriestandards hinausgeht. Von schnellen Reaktionszeiten (oft innerhalb von zwei Stunden) bis hin zum Feedbackprozess bei der Produktentwicklung – UF PRO ist eine starke Kundenbindung sehr wichtig. Die Marke zeichnet sich genau durch diese kundenorientierte Philosophie in Kombination mit Produkten mit einem außergewöhnlichen Preis-Leistungs-Verhältnis aus.

**F: Welche Auswirkungen wird eine US-Expansion auf UF PRO in anderen Ländern haben?**

A: Die bereits etablierte Präsenz von UF PRO auf dem US-Markt wird genutzt, um die Bekanntheit und den Ruf der Marke im In- und Ausland weiter zu stärken.

Eine direkte Interaktion mit US-amerikanischen Kundinnen und Kunden wird wertvolle Insights liefern. Diese werden zu Produktinnovationen und -verbesserungen führen, von denen Fachleute weltweit profitieren werden. Durch die Kombination dieser engeren Kundenbeziehung mit einem verstärkten Vertriebsnetz ist UF PRO gut positioniert, um den Kundenanforderungen in allen Regionen besser gerecht zu werden. Dieser strategische Schritt unterstreicht das Ziel des Unternehmens, seine führende Position im Bereich taktischer Bekleidung weltweit auszubauen.

**F: Wie ergänzt der direkte Markteintritt das bestehende Vertriebsnetz von UF PRO?**

A: Der direkte Markteintritt von UF PRO in den USA soll die Arbeit der bestehenden Vertriebspartner ergänzen und fördern.

Ein Team vor Ort in den USA wird zusätzliche Ressourcen bereitstellen, um das Markenbewusstsein zu steigern, Vertriebspartner besser zu unterstützen und mehr mit Kundinnen und Kunden zu interagieren.

Diese Strategie soll eine stärkere Community schaffen, anhand derer Vertriebspartner von einem verbesserten Markenbewusstsein und einem direkten Feedbackprozess mit US-amerikanischen Kundinnen und Kunden profitieren. Durch die Zusammenlegung des bestehenden Netzwerks und des Betriebs vor Ort kann UF PRO sicherstellen, dass alle Bemühungen zum gegenseitigen Wachstum beitragen, ohne bestehende Partnerschaften zu gefährden.

**F: Welche Veränderungen im Marktansatz sind vom US-Team von UF PRO zu erwarten?**

A: Das neue Team von UF PRO wird die direkte Kundenbindung der bereits bestehenden Präsenz in den USA weiter stärken. Als lokaler Ansprechpartner wird das Team für eine schnellere und persönlichere Kommunikation und einen verbesserten Support sorgen.

Die Kernprinzipien und operative Vorgehensweise des Unternehmens bleiben gleich. Das Team in den USA kann zusätzlich vertiefte Einblicke in die marktspezifischen Bedürfnisse und Herausforderungen vor Ort liefern. Diese lokale Präsenz wird es UF PRO ermöglichen, sich besser an die Anforderungen des amerikanischen Marktes anzupassen und gleichzeitig die weltweit bekannten hohen Standards beizubehalten.

**F: Auf welchen Veranstaltungen und Messen wird UF PRO in den USA präsent sein?**

A: UF PRO plant, an einer Mischung aus großen Messen wie der SHOT Show und kleineren Events wie SWAT-Wettbewerben und Sheriff’s Department Showcases teilzunehmen. An solchen Veranstaltungen kann UF PRO direkt mit wichtigen Entscheidungsträgerinnen und -trägern sowie Kundinnen und Kunden in Kontakt treten, um Beziehungen aufzubauen und die Markenbekanntheit zu erhöhen.

**F: Inwiefern stärkt die Teilnahme an Messen die Marktpräsenz von UF PRO in den USA und welche Ziele verfolgt das Unternehmen damit?**

A: Die Teilnahme an Veranstaltungen ist für UF PRO von entscheidender Bedeutung. Es geht darum, ein Netzwerk aufzubauen, Feedback einzuholen und Produkte vorzustellen. An solchen Events kann das Unternehmen seine Angebote weiterentwickeln und gleichzeitig Vertrauen bei den wichtigsten Stakeholdern aufbauen. UF PRO hat dadurch die Möglichkeit, potenziellen Kundinnen und Kunden seine einzigartige taktische Bekleidung vorzustellen, langfristige Beziehungen zu pflegen und sich als aktiver Akteur in der Branche zu positionieren. Messen bieten auch eine Plattform, um Innovationen zu präsentieren und den Ruf als Anbieter hochwertiger Produkte zu festigen.

**F: Wie sieht UF PRO seine Positionierung auf dem globalen Markt?**

A: UF PRO zielt darauf ab, seine Position als erste Wahl für taktische Bekleidung bei Einsatzkräften und professionellen Anwenderinnen und Anwendern weltweit zu festigen. Das Unternehmen ist bestrebt, auf allen drei Kanälen – B2G, B2B und B2C – zu überzeugen und sicherzustellen, dass seine Produkte die unterschiedlichen Anforderungen von Behörden, Unternehmen sowie Fachleuten gleichermaßen erfüllen.

Um dies zu erreichen, konzentriert sich UF PRO auf den Ausbau seiner globalen Marktpräsenz durch gezieltes Marketing, strategische Partnerschaften und einen Direct-to-Consumer-Ansatz, der das Engagement und die Zufriedenheit der Nutzerinnen und Nutzer betont. Durch kontinuierliche Innovationen und maßgeschneiderte Lösungen für Spezialeinheiten, Organisationen und Privatkundinnen und -kunden untermauert UF PRO sein Engagement für Performance, Zuverlässigkeit und Vielseitigkeit in taktischer Bekleidung.

Durch diese Multi-Channel-Strategie bleibt UF PRO anpassungsfähig und kann viele verschiedene Kundinnen sowie Kunden bedienen und gleichzeitig die hohen Standards, für die seine Produkte bekannt sind, beibehalten.

***Über UF PRO***

*UF PRO entwirft und fertigt hochwertige taktische Bekleidungssysteme für professionelle Einsatzkräfte mit höchsten Anforderungen.*

*Durch jahrzehntelanges Know-how in der Herstellung von Premium-Bekleidung, rigorose Forschungs- und Testinitiativen und wichtige Zusammenarbeit mit Einsatzkräften entsteht taktische Bekleidung, die sich durch Qualität und Funktionalität auszeichnet. Jedes Detail ist darauf ausgelegt, Einsatzkräfte bei Spitzenleistungen zu unterstützen.*

*Militär- und Polizeieinheiten weltweit vertrauen auf UF PRO. Wir streben bei jedem Produkt nach Perfektion, sodass unsere taktische Bekleidung konsequent den Standards dieser Einheiten entspricht.*

*UF PRO ist ein integraler Bestandteil der Mehler Systems Gruppe und profitiert von dem Image und dem Know-how der Marke. Durch die enge Abstimmung mit Mehler Systems sorgt UF PRO für eine nahtlose Integration von modernster Schutztechnik und hochwertiger taktischer Ausrüstung. Sie bietet Einsatzkräften die Vorteile, die sie benötigen, um in schwierigen Situationen und Umgebungen präziser und sicherer agieren zu können.*

*Für weitere Informationen über UF PRO besuchen Sie:* [*ufpro.com*](http://ufpro.com/)

***Über Jože Kastelic:***

*Jože Kastelic ist seit September 2022 Geschäftsführer von UF PRO. Er verfügt über langjährige Erfahrung in den Bereichen internationale Geschäftsentwicklung, strategisches Management und Restrukturierung. Während seinen 25 Jahren Berufserfahrung in unterschiedlichen Branchen hatte Jože bedeutende Führungspositionen inne, unter anderem bei Livar, Trimo Polska und Alveus. Sein strategisches und technisches Know-how haben maßgeblich zur kontinuierlichen Expansion und zum Wachstum von UF PRO beigetragen.*

**Media Contact:**

Marina Brankovič

Content Manager

[marina.brankovic@ufpro.si](mailto:marina.brankovic@ufpro.si)