

Jürg Wegelin

Schweizer Exportunternehmen sind Einzelkämpfer. Zwar lässt sich heute fast alles outsourcen, angefangen bei der Produktion bis zur Rechnungsführung. Die Auslandsmärkte bearbeitet aber jedes Unternehmen auf eigene Faust. Vielen KMU fehlen aber die personellen Ressourcen, um ihr Management dauernd rund um den Erdball jeten lassen zu können, oder sie wagen sich ganz einfach nicht, ihren Fuss in ein kulturell völlig fremdes Umfeld zu setzen.

Deshalb kamen Heinz Zürcher und Daniel Isler, die sich in Olten an der HWV-Jungunternehmensschule kennengelernt hatten, 1996 auf die Idee, mit einem japanischen Partner die Tozai Group AG zu gründen. Die Firma hilft Schweizer KMU beim Eintritt in den japanischen Markt die dort vorhandenen Barrieren zu überspringen.

Einzigartiges Dienstleistungspaket

Das im Land der aufgehenden Sonne erprobte Konzept des «Brückenbaus für Dritte» wurde dann vor zwei Jahren gewissermassen globalisiert und mit der Gründung der Fargate AG auf alle Kontinente ausgedehnt. Fargate dürfte in der Schweiz das einzige Unternehmen mit einem solchen Dienstleistungspaket sein.

Die Firma versteht sich nicht einfach als Exportberater, sondern als Umsetzer von Projekten. «Wir sind nicht nur die Architekten, sondern auch die Bauführer Ihres Erfolges», heisst einer der zehn im Faltprospekt aufgeführten «guten Gründe für Fargate».

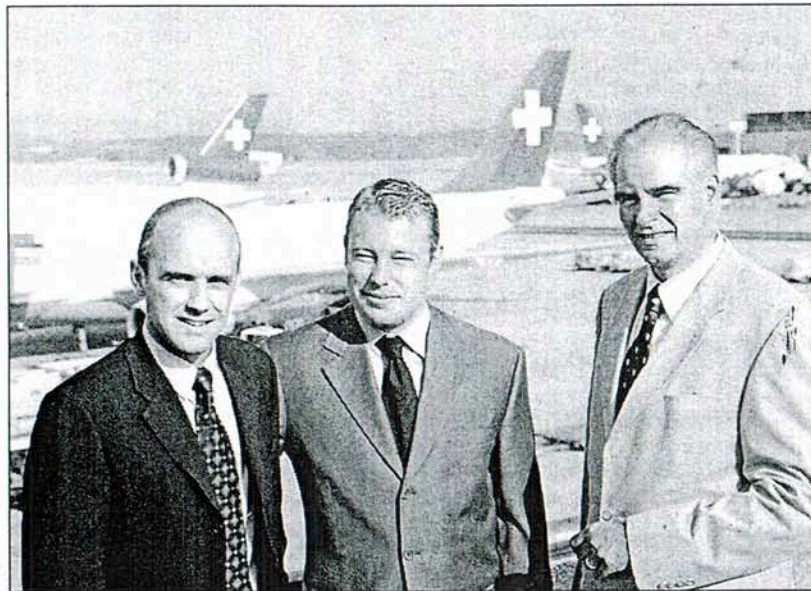
Eine kräftige Kapitalspritze

Zwar ist das Geschäftsvolumen des jungen Unternehmens

Ausgelagerte Exportabteilung

FARGATE/Das junge Zuger Unternehmen baut Schweizer KMU eine Brücke zu fernen Märkten. Fargate versteht sich dabei nicht einfach als Exportberater, sondern als Umsetzer von Projekten.

Die Helfer, wenn es um die Erschliessung von Exportmärkten geht: Das Fargate-Team mit Daniel Isler, Heinz Zürcher und Tony Bächle (von links).



FRANÇOIS GRIBBI

noch relativ bescheiden. Das vielversprechende Potenzial hat das Management jedoch ermutigt, vor wenigen Tagen die zweite Finanzierungsrunde unter Dach zu bringen. Zu den vier bisherigen

Hauptaktionären, zu denen neben Verwaltungsratspräsident Daniel Isler und Heinz Zürcher als Delegierter auch Christoph Ringier gehört, konnte noch ein weiterer Teilhaber gewonnen

werden. Das Aktienkapital wird nächstens von 100 000 Fr. auf 5 Mio Fr. erhöht. Diese Finanzspritze wird in Personal sowie in den weiteren Ausbau der Internet-Plattform investiert werden.

In Evaluation stehen dabei Produkte, wie etwa jenes der Day Interactive.

50 «Satelliten» mit Schwergewicht in Asien

«Wir nehmen den Kunden in der Schweiz an der Hand und führen ihn auf seinen Wunschmarkt», umschreibt Managing-Partner Heinz Zürcher den Firmenzweck. Über 50 «Satelliten», das heisst grösstenteils lokale Agenten, stehen dem Fargate-Kunden bei der Markterschliessung zur Verfügung; rund die Hälfte davon ist in Asien stationiert. Sobald in einem Land mit dem betreffenden Produkt genügend grosse Umsätze erzielt werden, kann dessen Einführung – mit entsprechend zunehmend tieferen Grenzkosten – auf weitere Märkte ausgedehnt werden.

Sie haben es probiert

Die im Bereich der Recycling-Uhren tätige ReWatch in Zürich hat zum Beispiel die Dienste von Fargate in Vietnam, Singapur, Taiwan und Malaysia getestet. «Das Experiment war sehr erfolgreich, sodass wir nun mit diesem Partner grössere Märkte in Angriff nehmen wollen», so Managing Director Hans-Ueli Hasler. ReWatch hat von der Produktion (bei Mondaine Watch) bis zur Buchhaltung alles ausgelagert und konzentriert sich selber voll auf das Marketing.

Die Distillerie Studer & Co. AG im luzernischen Escholzmatt hätte nach Angaben ihres Geschäftsführers Ivano Friedli-Studer den Schritt nach Japan und Singapur ohne Unterstützung durch Dritte nicht wagen können. Schweizer Spirituosen sind in Asien nicht nur wegen den unterschiedlichen Trinkgewohnheiten, sondern auch aus Gründen der Lebensmittelgesetzge-

KMU-PROFIL



| | |
|-------------------|--|
| Gründung: | 1998 |
| Aktionariat: | Management und private Investoren je 50% (Struktur nach AK-Erhöhung) |
| Management: | Tony Bächle (56), Daniel Isler (37), Heinz Zürcher (31) |
| Honorareinnahmen: | etwa 0,5 Mio Fr. |
| Mitarbeiter: | 10 Beschäftigte in der Schweiz, über 50 permanente, weltweit stationierte «Satelliten» |
| Produkt: | «Auslagerung der Exportabteilung» |
| Kunden: | etwa 15 |
| Firma: | Fargate AG, Residence Park 16, Zug |
| Web-Site: | www.fargate.com |

bung ein sehr schwieriges Produkt. Das kleine Unternehmen, das einen Umsatz von knapp 3 Mio Fr. erzielt, kann aber inzwischen auch in Österreich dank Fargate Erfolge verbuchen.

Immer mehr gehören aber auch grössere Unternehmen zu den Kunden des im Export-Support tätigen Unternehmens, wie zum Beispiel die Hasena AG, die grösste Bettenproduzentin in der Schweiz.

Das Risiko, sich mit Fargate einzulassen, ist kontrollierbar, ist doch die Honorierung erfolgsabhängig. Sie besteht aus einer fixen Monatsentschädigung und einer Umsatzbeteiligung. Oder wie es Isler formuliert: «Wir verdienen erst dann, wenn auch der Kunde verdient.»