

Ein Artikel im «Cash» vom 8. November 1996 bringt den Schaumstoff-Spezialisten FoamPartner und den privaten Exportförderer Fargate zusammen. Nach Erfolgen in Japan und Taiwan werden weitere Zielmärkte bearbeitet. Schlüssel zum Exporterfolg: Die Projektumsetzung.

# Fallstudie: Export

## WIE FOAMPARTNER IN JAPAN FUSS FASSTE

«Die Jungfirma Tozai öffnet für Klein- und Mittelunternehmen den asiatischen Markt», schreibt die Wirtschaftszeitung «Cash» am 8. November 1996. Der Marketingleiter der Fritz Nauer AG, Wolfhausen, ist beeindruckt. Er greift zum Telefon und erläutert der Tozai Group AG sein unternehmerisches Vorhaben: «Als weltweit tätiges Schweizer Spitzenunternehmen der Schaumstoff-Technik wollen wir für unsere neue Produktlinie ‚Integra‘ über Europa hinaus Absatzmärkte erschliessen.» Unter den Marken INTEGRAswiss® und INTEGRAMED® werden für den medizinischen und den privaten Gebrauch therapieunterstützende Liege- und Schlafsysteme vertrieben.

### LANGFRISTIGE ZUSAMMENARBEIT

Das von «Cash» initiierte Telefongespräch war der Startschuss zu einer langfristigen Zusammenarbeit im Exportbereich. Wobei heute beide Partner mit anderen Namen auftreten: Die Tozai Group AG ist als japanischer Vor-Ort-Stützpunkt in das Satellitennetz der 1998 gegründeten Fargate AG integriert worden. Und die Fritz Nauer AG operiert seit 2000 im weltweiten Unternehmens-Netzwerk mit der Dachmarke FoamPartner. «Namentlich zwei Gründe sind ausschlaggebend für eine Zusammenarbeit mit Fargate», sagt Rita Kollbrunner, Projektleiterin für ‚Integra‘ bei FoamPartner: «Erstens das Netzwerk der lokalen Satelliten und zweitens das erfolgsabhängige Honorar.» Tatsächlich sind die Kosten für die Marktabklärungen und für

den Marktaufbau, die Investitionskosten in den Export, tief. Und Fargate ist sozusagen aus systematischen Gründen von Anfang an bestrebt, langfristige Kundenbeziehungen aufzubauen: Honorare fliessen erst dann so richtig, wenn der vom Exporteur erstrebte Umsatz im Zielmarkt eintrifft.

### SATELLIT VOR ORT

Auf die Frage, weshalb sie nicht mit der Osec, der staatlichen Exportförderung, arbeite, unterstreicht Rita Kollbrunner: «Die Osec ist vorwiegend als Exportberater tätig. FoamPartner braucht aber neben der Beratung für den Export insbesondere die Umsetzung des Projekts. Die junge Produktlinie ‚Integra‘ verfügt nicht über die personellen und finanziellen Ressourcen, um mit eigenen Mitarbeitenden neue asiatische Märkte zu erschliessen. Auch sind Markteintritte in Asien nicht allein mit einem qualifizierten Partner und guten Produkten zu erreichen. Vielmehr spielen das Verständnis der Mentalität und Kultur sowie die lokale Sprache im täglichen Geschäftskontakt eine tragende Rolle. Der von Fargate eingesetzte Satellit vor Ort ist ein wichtiger Dolmetscher und ‚Lehrer‘ der fremden Kultur.»

### DAS VORGEHEN

Als Grundlage der Zusammenarbeit wird am Anfang ein Rahmenvertrag zwischen FoamPartner und Fargate unterzeichnet. Dann wird der Fargate-Projektleiter über FoamPartner und die Produktlinie ‚Integra‘ umfassend informiert. Darauf wird eine Aus-

Heinrich Imesch  
Wirtschaftsjournalist

#### Kontakt:

Fargate AG  
Daniel Isler, Heinz Zürcher  
Technoparkstrasse 1, 8005 Zürich  
Tel. 01 277 72 22  
Fax 01 277 72 29  
info@fargate.com  
www.fargate.com



gangsanalyse erarbeitet und ein Detailkonzept erstellt. Ein Fragebogen für eine gründliche Analyse und ein Einführungspaket («Intropack» oder Introduction Package) werden bei der Projektvorstellung dem Zielmarkt-Satelliten vorgelegt. Das Einführungspaket umfasst Informationen über das Unternehmen und das Produkt sowie Produktmuster. Die Daten über den Zielmarkt, die Informationen zum lokalen Satelliten und ein Marktpartnerprofil ermöglichen FoamPartner, eine Vorentscheidung zu treffen. Das anschließende Treffen mit den potenziellen Geschäftspartnern im Zielmarkt bietet die Gelegenheit für die definitive Entscheidung und die Vertragsunterschrift.

## ZEITBEDARF BIS ZUM ERFOLG

Rita Kollbrunner berichtet von unterschiedlichen Erfolgserlebnissen: «In Japan betrug die Zeit vom Projektstart bis zur umsatzbringenden Geschäftsbeziehung rund ein Jahr. In Taiwan hingegen war der Erfolg bereits nach zwei Monaten eingetreten.» Das ist das Ergebnis der gründlichen Aufbauarbeit, die es schliesslich ermöglicht, den richtigen Partner herauszufiltern. Die notwendige Zeit, das passende Unternehmen zu finden, kann mit ein wenig Glück verkürzt werden. Rita

Kollbrunner: «Aber unser Beispiel von Taiwan kann sicher nicht als normaler zeitlicher Massstab genommen werden. Andere laufende Projekte zeigen, dass in unserer Branche ein Zeithorizont von sechs bis zwölf Monaten realistisch ist, um eine funktionierende Geschäftsbeziehung aufzubauen.»

## BETREUUNG

Der Schweizer Projektleiter ist und bleibt der Ansprechpartner des exportwilligen Unternehmens. Und zwar vor allem dann mit einem weit offenen Ohr, wenn die Betreuung durch den Satelliten mal nicht den Erwartungen entsprechen sollte. Diese Offenheit, die Erfahrung und die geeigneten Massnahmen im richtigen Zeitpunkt sind das Gerüst der erfolgreichen Betreuung. «Aufgrund der guten Erfahrungen geht die Zusammenarbeit zwischen FoamPartner und Fargate mit vollem Dampf weiter. Zur Zeit sind fünf weitere Projekte in Bearbeitung, die uns weitere Geschäftsbeziehungen in neuen Zielmärkten ermöglichen werden», verrät Rita Kollbrunner und fährt fort: «Jedes Unternehmen, das Exportgeschäfte in neuen Zielmärkten aufbauen will, sollte den Einsatz der eigenen Mittel äusserst kritisch prüfen. Das beste Wissen über einen Zielmarkt bringt noch keinen Erfolg. Es ist vielmehr die Umsetzung eines Exportprojekts, die am meisten Mittel



Andreas Straub (Leiter Geschäftsfeld Komfort und Pflege), Rita Kollbrunner (Area Sales Manager & PM INTEGRAMED), Judah Chen, Steven Kuo.



verschlingt. Deshalb sollte genau hier das Hauptaugenmerk liegen.» Dass sich das lohnt, belegen die Zahlen: FoamPartner erzielte im Jahr 2000 in Japan mit den dort eingeführten Produkten einen Umsatz von rund drei Millionen Franken. ♦

FoamPartner  
Fritz Nauer AG  
Rita Kollbrunner  
Oberwolfhauserstrasse, 8633 Wolfhausen  
Tel. 055 253 63 63  
Fax 055 253 63 73  
rita.kollbrunner@foampartner.com  
www.foampartner.com

Fotos: Martin Schwarz

Daniel Isler (Managing Partner **Fargate**), Judah Chen (President from Martin Qanta), Steven Kuo (Vice President), Martin Schwarz (Satellite Taiwan)

**D**ie 1998 gegründete **Fargate AG**, Technopark/Zürich, erschliesst für mittlere und grössere Unternehmen weltweit neue Märkte. Sie vermittelt umsatzwirksame Geschäftsbeziehungen mit Marktpartnern in über 35 Ländern. Der internationale Brückenschlag erfolgt über eigene Satelliten, die in den Zielmärkten dauernd vor Ort tätig sind. Das Angebot richtet sich an Schweizer Unternehmen, mit deren Produkten sich innert nützlicher Frist ein jährlicher Umsatz von mindestens einer Million Franken pro Zielmarkt erzielen lässt.

Die beiden Gründer Daniel Isler und Heinz Zürcher sind mit ihrem eigenen Kapital und Risiko immer noch voll dabei und leiten das Geschäft. Das ursprüngliche Investorenduo Dr. Urs Mühlebach und Christoph Ringier wurde auf fünf Personen erweitert. Damit konnte das Aktienkapital Ende 2000 von 100 000 Franken auf fünf Millionen Franken erhöht werden.

Es besteht ein Netz von über 100 eingespielten Vertragspartnern in den wichtigsten Exportzielmärkten. Diese so genannten Satelliten haben in ihrem Markt ein persönliches Beziehungsnetz und sind mit den lokalen Gepflogenheiten vertraut. Sie sind in der Lage, für die Kunden vor Ort Geschäftsbeziehungen aufzubauen. Wobei die Geschäfte im persönlichen Kontakt zwischen den beteiligten Partnern entwickelt werden.

Die Marke **Fargate** sowie die zugehörigen Internetadressen (COM und CH) sind im Hinblick auf einen weltweiten Lizenzverbund systematisch geschützt worden.

Die Abwicklung und Abrechnung der Projekte ist weitgehend standardisiert und bei Mitarbeitern und Satelliten eingespielt. Für die notwendige globale Kommunikation werden Internet-gestützte State-of-the-art-Technologien eingesetzt. Das ermöglicht die Zusammenarbeit in virtuellen Projektteams. Und beschränkt die Kosten und Reiseaktivitäten der Kunden und aller Projektteilnehmer auf das notwendige Minimum.

## DAS IST FOAMPARTNER

Die Fritz Nauer AG, Wolfhausen, wurde 1937 gegründet. Zweck: Handel mit Naturschwämmen. Das war der Beginn der Erfolgsgeschichte eines Schweizer Klein- und Mittelunternehmens mit dem Drang, weltweit Geschäfte zu tätigen. Unter der im Jahre 2000 eingeführten Dachmarke FoamPartner ist heute ein weltweites Netzwerk von Schaumstoff-Unternehmen vereint: Fritz Nauer AG, Wolfhausen/Schweiz; Neutex AG, Hinwil/Schweiz; Reising Schaumstoff GmbH, Leverkusen/Deutschland; Frina Mouss France SARL, Wittenheim Cedex/Frankreich; Swisstex Inc., Greenville/USA.

Was 1937 mit dem Handel mit Naturschwämmen und einige Jahre später mit der Herstellung von Schaumstoff-basierten Reinigungsartikeln begann, expandierte nach und nach zu einem renommierten Globalunternehmen für Polyurethanschaumstoffe und Latex-Schaumgummi. Das Programm umfasst mehr als 200 verschiedene Schaumstofftypen. Seit 1999 sind Vertrieb, Marketing, Produktemanagement und Anwendungstechnik der Schaumstoffprodukte und Schaumstoff-Kundenlösungen in vier Geschäftsfelder aufgeteilt: Komfort und Pflege, Industrie und Verpackung, Automobil sowie Reinigung und Retail.

Im Geschäftsfeld «Komfort und Pflege» werden für den medizinischen und den privaten Gebrauch unter den Marken INTEGRASwiss® und INTEGRAMed® therapieunterstützende Liege- und Schlafsysteme vertrieben. Die ‚Integra‘-Produktlinien werden aufgrund von Langzeitversuchen und klinischen Studien laufend weiterentwickelt.

