

Asienreise des Fargate-Aussenministers

Heinz Zürcher absolviert vom 5. bis 24. Juli rund 50 Meetings mit Satelliten und wichtigen Geschäftskontakten in Japan, Korea, Taiwan, Hong Kong, Philippinen und Singapur.

Fargate lebt von seinen weltweiten Stützpunkten. Entsprechend wichtig ist der Kontakt zu den Satelliten. Situative Besuche der Satelliten in der Schweizer Zentrale und periodische Touren der Schweizer Vertreter in die Stützpunktländer stärken die Schlagkraft des weltweiten Fargate-Netzwerkes.

Pflege der Satelliten

In erster Linie geht es bei den Stützpunkt-Touren der Schweizer Fargate-Zentrale darum, die Beziehung zu den einzelnen Satelliten zu festigen. Die unternehmerische Zusammenarbeit und die entstandenen Freundschaften lassen sich dabei im persönlichen Kontakt vertiefen.

Unterstützung wichtiger Geschäfte

Kritische Situationen in Kundenprojekten können direkt im Zielmarkt gelöst werden. Nicht selten kann der Schweizer Fargate-Vertreter alleine durch seine Präsenz vor Ort den entscheidenden Beitrag im Aufbau einer Vertriebspartnerschaft leisten und damit das Exportgeschäft konkret lancieren.

Aufspüren neuer Markttrends

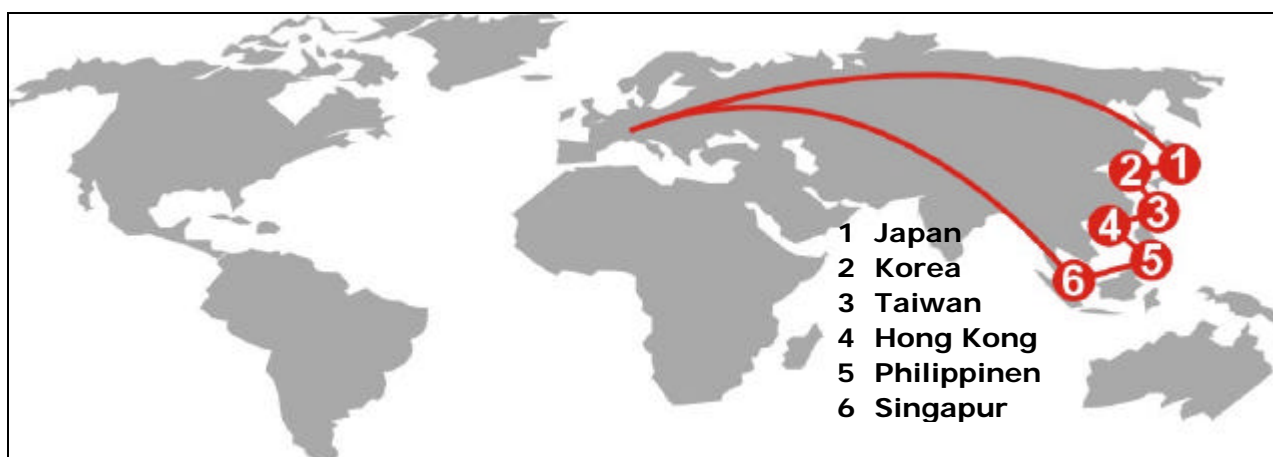
Schliesslich ist es auch wichtig, dass das Schweizer Kernteam stets auf dem aktuellen Stand der Weltwirtschaft ist. Nichts ist aufschlussreicher als Gespräche und Abklärungen direkt in den Zielmärkten. Auf diese Weise kommen die Schweizer Fargate-Kunden in den Genuss einer jederzeit aktuellen und kompetenten Erstberatung in der Schweiz.



Heinz Zürcher zu Besuch beim Fargate-Satelliten in Taiwan



Convention Centre Hong Kong



Die aktuelle Reiseroute: Innert 20 Tagen werden sechs wichtige Fargate-Zielmärkte in Asien besucht.

Innovative Studienprojekte

Fargate arbeitet eng mit Hoch- und Fachhochschulen zusammen. Dadurch können die aktuellsten Internationalisierungs-Trends ermittelt und direkt in die Praxis umgesetzt werden.

Die Internationalisierung von KMU gewinnt in der Schweizer Wirtschaft zunehmend an Bedeutung. Die Bedürfnisse und Möglichkeiten in diesem Bereich haben sich in den letzten Jahren markant entwickelt. Fargate hat im ersten Halbjahr an den Fachhochschulen Ostschweiz und Nordwestschweiz drei weitere Studienarbeiten lancieren können. Die neusten Erkenntnisse daraus können nun in laufende Fargate-Projekte einfließen.

Kosten einer Internationalisierung

Was kostet die Auslandexpansion eines KMU? Und vor allem: Wie sieht die Wirtschaftlichkeitsrechnung nach Abschluss einer Expansion aus? Welchen Einfluss hat die Wahl des richtigen Zielmarktes, die systematische Identifikation des geeigneten Zielmarktpartners, die kurze Markterschliessungszeit etc. auf die Unternehmensrechnung? Wie kann sich ein Türöffner vor Ort auf die Kosten-Nutzen-Rechnung auswirken? Diese und andere Fragen haben die rechts abgebildeten Marketing-StudentInnen in einer dreimonatigen Diplomarbeit untersucht.

"Born global"-Unternehmen

Seit einigen Jahren entstehen immer mehr Unternehmen, die ihr Geschäft von Beginn weg international ausrichten wollen oder gar müssen. Insbesondere in innovativen Branchen wie Bio- oder Nanotechnologie ist der Schweizer Heimmarkt zu klein, um überhaupt je in die Gewinnzone zu gelangen. Es gilt, möglichst schnell in möglichst vielen Ländern Fuss zu fassen und den Marktvorsprung profitwirksam auszunutzen. Mit einer Studienarbeit der Nordwestschweizer Fachhochschule konnte Fargate aufzeigen, dass sich ihr weltweites Stützpunktnetz hervorragend zur Umsetzung solcher Internationalisierungsvorhaben eignet.

➔ Fachhochschule Ostschweiz: www.fh-hwtchur.ch

➔ Fachhochschule Nordwestschweiz: www.fhso.ch



Eine der drei Studienarbeitsgruppen bei der Präsentation ihrer Resultate in Chur: Suzanne Bachofen, Gido Karges, Reto Hürlimann und Riccardo Cosi



Gruppenleiter Gido Karges und Auftraggeber Daniel Isler von Fargate

Heisse Zeit

Die Schweiz erlebte den heissesten Frühsommer seit Jahrzehnten.

Viele Leute flüchteten in die Ferien. Auch die Schweizer Fargate-Crew nutzte dieses Wetter an einem prächtigen Sommer-Sonntag zu einem gemütlichen Beisammensein am Ufer des Zürich-sees.



Acht Mitglieder des Schweizer Fargate-Teams mit Begleitung

Das ist Fargate

Fargate AG erschliesst für Schweizer Unternehmen weltweit neue Märkte. Sie vermittelt umsatzwirksame Geschäftsbeziehungen mit Marktpartnern in über 40 Ländern. Der internationale Brückenschlag erfolgt über Fargate-eigene Satelliten, die permanent vor Ort im Zielmarkt agieren. Das Angebot richtet sich an Unternehmen, mit deren Produkten sich innert nützlicher Frist ein substanzieller Auslandumsatz erzielen lässt.