

Verlängerter Arm ins Ausland

Die Ausland-Satelliten der Fargate sind für die Schweizer Auftraggeber permanent im Zielmarkt aktiv – und dies nicht nur als Berater, sondern insbesondere auch als abschlussorientierte Umsatzbeschaffer.

Will ein Schweizer KMU im Ausland Fuss fassen, so ist der erste und naheliegendste Schritt, eine Kooperation mit einem ausländischen Vertriebspartner einzugehen.

Der Bauführer gehört auf die Baustelle

Fargate ist für Schweizer KMU dann interessant, wenn für den Aufbau eines neuen Auslandmarktes zupackende Bauführer vor Ort im Zielmarkt gebraucht werden. Die Suche, Evaluation und Verhandlung eines Vertriebspartners ist in der Regel ein kontinuierlicher Prozess über mehrere Monate bis Jahre. Das Schweizer KMU kann ihren Repräsentanten alle paar Monate in den Zielmarkt fliegen lassen. Dies allein ist jedoch noch lange kein Garant für das Zustandekommen des Geschäfts.

Aktionen von der Schweiz aus gesteuert

Fargate-Satelliten liefern laufend Fortschrittsberichte in die Schweiz. Sie stimmen ihre Strategie und das weitere Vorgehen immer wieder mit dem Schweizer KMU ab. Ein bis zwei Steuerungs-Meetings pro Jahr reichen aus, um strategische Fragen zu klären und die persönlichen Bindungen innerhalb der internationalen Projektteams zu festigen.

www.tissupor.com



15. bis 18. Mai in Buenos Aires: Fargate-Satellit EAO (2.v.l.) repräsentiert die Produkte der Schweizer Tissupor AG anlässlich eines internationalen Ärztekongresses – hier bei der Preisübergabe zu einem Tissupor-Wettbewerb.



17. Juni in Zürich: Der argentinische Fargate-Satellit EAO (links) präsentiert die jüngsten Erfolgsberichte und stimmt sich mit Beat Widmer von Fargate (2.v.l.) sowie Karin Bischoff und Dr. Mario Billia von Tissupor AG ab.

FarCheck: Sind Sie international beschlagen?

Schweizer Wohnbevölkerung nach Hauptsprachen

Rang	1'000	Ihre Antwort	Richtige Antwort (Auflösung am Ende)
1	4'632		Deutsch
2	1'484		Französisch
3	470		Italienisch
4	103		
5	95		
6	90		
7	77		
8	73		
9	45		
10	35		Rätoromanisch

Vollständige Liste: www.statistik.admin.ch

Wie findet man Export-Perlen?

Fargate hat Methoden und Gespür entwickelt, um die Exportchancen von Schweizer KMU einschätzen zu können.

Fargate hat in den vergangenen Jahren mehrere Tausend Schweizer KMU auf ihre Exportchancen hin untersucht. Nicht jedes Unternehmen mit überdurchschnittlichem Exportpotenzial ist für Fargate interessant – umgekehrt jedoch sehr wohl.

Kriterien für Exportfähigkeit von KMU

Die wichtigsten Selektionskriterien aus Sicht von Fargate sind auf deren Homepage zu finden (vgl. unten). Zusammen mit der Fachhochschule Ostschweiz hat Fargate die Exportfähigkeit von Schweizer KMU im Rahmen einer Studienarbeit untersucht. Daraus konnten weitere Erkenntnisse gewonnen werden, die Fargate bei der Evaluation neuer Vorhaben einsetzt.

➔ www.fargate.com > Für Interessenten > Kunde werden



V.l.n.r. Daniel Isler, Jette Blumer und Beat Widmer aus dem Schweizer Fargate-Team an der Messe «Spectrum 2003», welche am 13. Juni in Ziegelbrücke unter anderem potenzielle Export-Produkte präsentierte.

Die Messe-Profis

Spezialisierte Teams untersuchen die Wirkung internationaler Messen und Konferenzen im Auftrag der Veranstalter.

Messen und Konferenzen mit internationaler Beteiligung müssen hohen Qualitätsstandards genügen. Aussteller und Besucher nehmen zusätzliche Kosten für Flugreisen und Übernachtungen in Kauf. Da muss die Veranstaltung einen hohen Nutzen bieten, sonst wird das Publikumsinteresse schnell unter die überlebensnotwendige Mindestschwelle sinken.

Qualität der Veranstaltung erhöhen

Welches sind die High- und Lowlights aus Sicht der Aussteller und Besucher? Gibt es Ideen, wie man es besser machen könnte? Die professionelle Analyse einer Veranstaltung kann Spezialisten übertragen werden. Während der Veranstalter mit der Durchführung des Events absorbiert ist, können sich die Spezialisten den Ausstellern und Besuchern widmen.

Checks und Interviews

Anhand vorbereiteter Fragenkataloge wird die Gesamtorganisation geprüft. Die Ergebnisse werden mit Hilfe von Interviews untermauert und ergänzt.

➔ Weitere Auskünfte: roland.schuler@fargate.com



Fargate-Projektleiter Roland Schuler (rechts) mit dem London-Satelliten DCA (2.v.l.) bei der Durchführung eines Messe-Monitorings



Anschliessende Auswertung der Ergebnisse und Erarbeitung der Verbesserungsvorschläge

Globales Unternehmernetz Fargate

Praktisch alle der rund 150 weltweiten Kooperationspartner der Fargate sind selbständige Unternehmer. Mit gutem Grund.

Beauftragt ein Schweizer KMU einen ausländischen Spezialisten mit der Suche und dem Aufbau eines ausländischen Vertriebspartners, so sollte der Spezialist nach Meinung von Fargate ein markterfahrener und abschlussorientierter Geschäftsprofi sein, der sich am Erfolg und Risiko des Schweizer Exporteurs beteiligt.

Langfristige Profitabilität

Und wer erfüllt dieses Profil besser als Geschäftsinhaber, die sich auf Gedeih und Verderben ihrem eigenen Unternehmen verschrieben haben? Die nicht wie viele Manager nach kurzfristigen Scheinerfolgen suchen, um dann zum nächsten Karrieresprung in eine andere Firma anzusetzen? Die sich nicht auf die Vermittlung von Adressen und die Arbeit am Schreibtisch beschränken, sondern sich direkt an der Front für das Zustandekommen eines Deals engagieren? Aus dieser Philosophie heraus hat sich Fargate inzwischen zu einem schlagkräftigen Unternehmernetz mit Stützpunkten in über 40 Ländern entwickelt.



19. Juni in Zürich: Norwegische Satelliten präsentieren Heinz Zürcher von Fargate (2.v.l.) stolz die Fahne ihres eigenen Unternehmens.

Fargate-Artikel im Business Guide 2/2003:

➔ www.fargate.com > Referenzen > Publikationen

➔ www.businessguide.ch



Auflösung FarCheck (vgl. erste Seite):

Reihenfolge von oben nach unten: Deutsch, französisch, italienisch, serbisch/kroatisch, albanisch, portugiesisch, spanisch, englisch, türkisch, rätoromanisch

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.



Weitere Ausgaben unter www.fargate.com > Für Insiders > Fargazette