

Durchbruch in Australien

Fargate hat für ihre Kundin Tissupor die australische Healthmed als Vertriebspartnerin gewinnen können. Eine Einkaufsgruppe mit einem Jahresumsatz von rund 60 Millionen Schweizer Franken.

Die St. Galler Tissupor AG produziert und vertreibt Hightech-Textilprodukte zur Therapie chronischer Wunden. Das innovative Jungunternehmen hat 2002 den Wettbewerb «Technologiestandort Schweiz» gewonnen.

Healthmed deckt ganz Australien ab

Die Healthmed Marketing Australia PTY. LTD. ist eine schlagkräftige Einkaufsgruppe, die durch fünf Grosshändler von Medizinalzubehör gehalten wird. Jeder von ihnen deckt eine wirtschaftliche Grossregion Australiens ab: New South Wales, Queensland, South Australia & Northern Territory, Victoria & Tasmania sowie Western Australia.

Zwei Jahre Vorarbeit der Fargate

Im vorliegenden Fall dauerte es fast zwei Jahre, bis Fargate den Schweizer Exporteur mit dem ausländischen Marktpartner «verheiratet» konnte: Ende 2001 wurde der australische Satellit FVO durch den Projektleiter Beat Widmer ins Tissupor-Projekt eingeführt. Nun konnte der eigentliche Durchbruch gefeiert werden.

Knackpunkt: Patentierung und Zulassung

Im Exportgeschäft der Tissupor sind Zulassungs- und Patentfragen von grosser Wichtigkeit. Australien war das erste Land, in welchem die Zulassung der Tissupor Wound Pads erteilt wurde. Die offizielle Publikation erfolgte am 22. Januar. Dieser Durchbruch wird auch wegweisend für die analogen Prozeduren in weiteren Fargate-Ländern sein.

Satelliten: Engagement und Beharrlichkeit

Einmal mehr hat sich gezeigt, dass Internationalisierungsvorhaben einen sehr langen Atem verlangen. Vom ersten Kontakt mit einem potenziellen Vertriebspartner bis zur ersten Bestellung ist es oft ein langer und steiniger Weg. Aber der Einsatz lohnt sich. Exportgeschäfte können ein Schweizer KMU in neue Umsatzdimensionen führen, ohne dass die Produktpalette erweitert werden muss.

➔ <http://www.tissupor.com>

➔ <http://www.healthmed.com.au>



V.l.n.r. Dr. Mario Billia (CEO, Tissupor) mit Jim Grindlay (CEO, Healthmed) und Karin Bischoff (Export Manager, Tissupor) bei der Einigung.



Der australische Fargate-Satellit FVO (links) hat diesen neuen Vertriebskanal für Tissupor vor Ort systematisch aufgebaut. Hier mit Jim Grindlay am Sitz von Healthmed in Thomastown (Victoria).



Beat Widmer (rechts) koordiniert von der Schweizer Fargate-Zentrale aus rund 20 ausländische Satelliten in ihrer Arbeit für Tissupor. Hier anlässlich einer Projektbesprechung mit dem mexikanischen Satelliten MWI (Mitte) und Daniel Isler in Zürich.

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 der Fargazette unter www.fargate.com > Für Insiders