

## Exporte haben wieder angezogen

**Während in der Schweizer Wirtschaft die Inlandnachfrage noch nicht richtig in Schuss gekommen ist, füllen sich die Auftragsbücher der exportlastigen Unternehmen zusehends.**

Ende Mai veröffentlichte das Staatswirtschaftssekretariat für Wirtschaft (seco) die verheissungsvollen Zahlen: Im ersten Quartal 2004 nahmen die Schweizer Exporte um rund 10 Prozent zu. Damit ist der Export quasi der Motor der wirtschaftlichen Erholung. In der Schweiz machen die Exporte rund 30 Prozent der Nachfrage aus. Sie sind daher eine wichtige Konjunkturstütze.

### Markant höher als im Vorjahr

Das erste Quartal ergab eine markante Zunahme von 7,4 Prozent gegenüber der selben Periode im Vorjahr. Zugelegt haben vor allem die Ausfuhren in die EU mit plus 10 Prozent sowie in die Schwellenländer. Nach China hat die Schweiz beispielsweise in den ersten drei Monaten 25 Prozent mehr verkauft als vor einem Jahr.

### Antizyklische Vorboten der Binnenwirtschaft

Den neuen Aufschwung spürt auch Fargate: Es gehen wieder merklich mehr Anfragen von Schweizer KMU ein, die neue Absatzmärkte im Ausland erschliessen wollen. Es ist wieder mehr Lust und Mut zu spüren, den Schritt in ferne Länder zu wagen. Man will von den boomenden Auslandsmärkten profitieren. Denn die Schweizer Wirtschaft wird den Trendsettern der Weltwirtschaft erfahrungsgemäss erst mit einiger Verspätung folgen.

➔ CASH-Artikel über Fargate



Artikel im CASH vom 13. Mai 2004: "Bestnoten für Fargate"



Projektleiter Beat Bosshard mit dem thailändischen Satelliten TVA und dessen Partnerin anlässlich einer Projektbesprechung im Zürcher Technopark.

## Export-Schnupperkontakte

### Eine weitere Möglichkeit für Schweizer KMU mit strategischen Auslandexpansionsplänen.

Die Erschliessung eines neuen Auslandmarktes ist für jedes Unternehmen ein strategischer Schritt. Da kann es von entscheidendem Vorteil sein, wenn sich die Schlüsselpersonen des KMU vor dem Start des Exportprojekts vor Ort ein eigenes Bild der lokalen Wirtschaft und Kultur machen können.

### Information, Inspiration und Motivation

Baut ein Unternehmen neue Exportmärkte auf, so ist dies meist ein wichtiges Dauertraktandum in den regelmässigen Sitzungen der Geschäftsleitung und des Verwaltungsrats. Für erfolgreiche Internationalisierungen reicht solides Zahlenverständnis allein nicht aus. Es braucht auch eine grosse Prise unternehmerisches Gespür. Welches sind die Risiken, welches die Chancen? Wie sind die Zwischenberichte aus dem Zielmarkt zu werten? Die Entscheidungsträger des KMU sind oft nachhaltig für den Export inspiriert und motiviert, nachdem sie vor dem Projektstart persönlich einen Augenschein vor Ort nehmen konnten. Denn nicht selten brechen KMU ihre Auslandaktivitäten zu früh ab, weil eben gerade diese nicht quantifizierbare Entscheidungsbasis fehlt.

### Beziehung zum Satelliten aufbauen

Ein weiterer Vorteil einer frühen Zielmarktreise: Die Entscheidungsträger des KMU können den Satelliten persönlich kennen lernen – und zwar an seiner eigenen Wirkungsstätte. Diese Erfahrungen und Eindrücke können für den Erfolg einer langfristige Zusammenarbeit über Kontinente hinweg schlussendlich wichtiger sein als nüchterne Fakten.



Der indische Fargate-Satellit MPP (zweiter von rechts) mit Vertretern eines grossen KMU anlässlich einer Schnuppertour im Hotel Taj Mahal in Mumbai.



Die KMU-Delegation feiert den Ausgang des Vorprojekts in sichtlich guter Stimmung mit den lokalen Gastgebern (links aussen unser Satellit MPP).

### 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](http://www.fargate.com) > Für Insiders