

# BILANZ

KMU

Die wichtigsten Schritte zum internationalen Erfolg



## Export Guide

Claus Niedermann  
Jost Dubacher

hin zu den weltweit tätigen Consulting-Unternehmen. Ebenso bieten zahlreiche Branchenverbände ihren Mitgliedern im Rahmen ihrer Dienstleistungen eine branchenspezifische Exportberatung an. Es lohnt sich auf jeden Fall, Referenzlisten zu verlangen und sie exakt zu studieren. Sie zeigen am besten die spezifische Stärke eines jeden Beraters.

### Neue Businessmodelle

Das steigende Interesse an einer internationalen Tätigkeit lässt auch neue Businessmodelle spriessen. Ein Beispiel dafür ist die Geschäftsidee der beiden Fargate-Gründer Heinz Zürcher und Daniel Isler. Sie verstehen sich nicht als reine Berater, sondern als Geschäftspartner, die gemeinsam mit dem Kunden den Weg in fremde Märkte suchen und das Risiko teilen.

Im Herbst 1998 haben sie mit dem Aufbau eines weltweiten Netzes von Partnern begonnen. Dabei handelt es sich um selbständige Firmen und Einzelpersonen, die aber mehr als reine Zulieferer sind: Die so genannten «Satelliten» gehen mit Fargate einen umfassenden Rahmenvertrag ein. Die Bereitschaft, einen solchen Rahmenvertrag zu unterschreiben, ist für die Partner in den Zielländern Pflicht. Und dies aus einem einfachen Grund: Bei Fargate gibts für den Partner keinen fixen Beraterlohn, von dem er leben könnte, sondern nur einen knapp bemessenen Unkostenbeitrag. Die restliche Entschädigung bemisst sich strikt am konkreten Exporterfolg. Konkret: Fargate – die Zentrale im Zürcher Technopark sowie der jeweilige Satellit – beziehen während durchschnittlich fünf Jahren eine umsatzbezogene Provision.

Isler und Zürcher können sogar schon veritable Erfolgsgeschichten vorweisen. Eine davon haben sie zusammen mit dem Matratzenhersteller Fritz Nauer AG geschrieben. Fargate hat den Zürchern innert Monaten einen grossen Vertriebspartner vermittelt. Daniel Mächler, Marketing- und Verkaufsleiter bei der Fritz Nauer AG, ist entsprechend begeistert von seinem Exportpartner: «Fargate hat uns auf den japanischen Markt gebracht.» Ohne Fargate – davon ist Mächler überzeugt – wären seine Matratzen allenfalls über japanische Einkäufer auf den fernöstlichen Markt gekommen; den eigenen Export nach Japan hätte er jedenfalls noch lange nicht in Angriff genommen.

### X Umsätze innerhalb von 12 Monaten

«Wir verdienen nur dann, wenn auch der Kunde Geld verdient», bringt Daniel Isler die Geschäftsidee von Fargate auf den Punkt. Entsprechend haben sich die beiden Unternehmer auf Produkte spezialisiert, welche eine klare «unique selling proposition» aufweisen. Sie beraten und vermarkten nur dann, wenn sie eine klare Erfolgsaussicht haben; mithin Produkte, die auch ohne Fargate zum Exportschlager werden könnten.

Heinz Zürcher bestreitet das nicht, aber er verweist auf die hohe Durchlaufgeschwindigkeit bei Fargate: «Wir führen unsere Kunden in sechs bis zwölf Monaten an den Punkt, wo die ersten Umsätze generiert werden können.» Bei der Fritz Nauer AG ist es noch schneller gegangen. Gegenüber den herkömmlichen Exportmodellen bedeutet das nichts weniger als eine Revolution: Denn bei Firmen, die es auf eigene Faust versuchen, dauert es erfahrungsgemäss zwei Jahre, bis die ersten Erträge anfallen, und rund sieben Jahre, bis der «break even» erreicht ist.