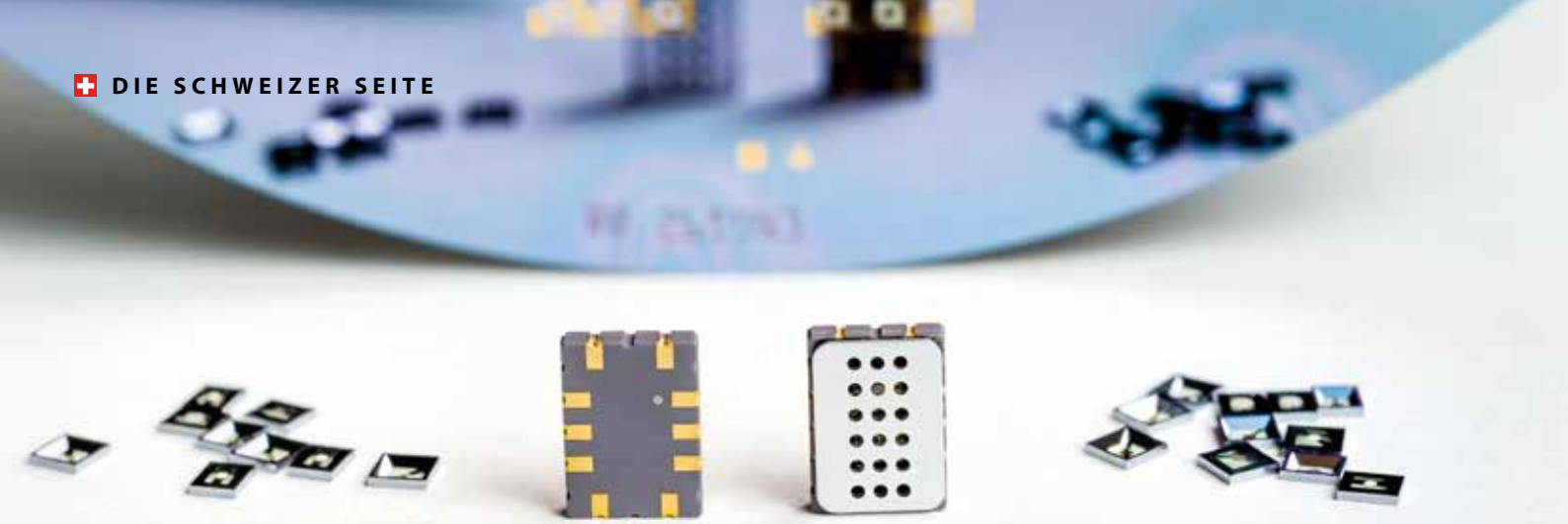

Saubere Sensoren

Trotz widriger Umstände setzt sich die Schweizer SGX Sensortech in Japans anspruchsvoller Autoindustrie durch.

Von Martin Fritz

Was braucht es, um als kleine ausländische Firma ausgerechnet in der großen japanischen Autoindustrie zu reüssieren? Die Antwort von Stephan Trautweiler, Business Development Manager von SGX Sensortech, fällt kurz und prägnant aus: „Ein überzeugendes Produkt, ein sehr guter Preis, eine kluge Strategie und das Glück des Tüchtigen!“ Das wichtigste Produkt der Schweizer ist ein patentierter Hightech-Sensor. Er misst die Verschmutzung der Außenluft und reguliert die Frischluftklappe für die Fahrzeuginnenkabine. Japans „große Drei“ – Toyota, Nissan, Honda – kauften die hochwertigen Schweizer Sensoren zunächst für ihre Luxus-Marken Lexus, Infiniti und Acura ein. Über den fallenden Preis ist das Produkt inzwischen in das mittlere Preissegment vorgedrungen. Dabei kam den Schweizern vor vier Jahren in Japan der Zufall zu Hilfe. Einer der drei Großen wurde sich mit seinem japanischen Sensor-Zulieferer nicht einig. SGX Sensortech konnte kurzfristig einspringen. Nun hofft Manager Trautweiler, in den nächsten ein bis zwei Jahren auch bei den beiden anderen Autoriesen in Japan zum Zug zu kommen.

Wertschöpfung in teurer Schweiz

Dabei sprachen die äußeren Umstände eindeutig gegen SGX Sensortech. Das mittelständische Jungunternehmen wurde 1998 in Neuchâtel gegründet und produziert mit einer Wertschöpfung von mehr als 50 Prozent in der teuren Schweiz. Die Absatzmärkte befanden sich zunächst ausschließlich in Europa und Amerika. In Asien, insbesondere in Japan, war SGX Sensortech ein unbeschriebenes Blatt.

Japanische Autohersteller sind es gewohnt, Teile von einheimischen Großzulieferern oder eigenen Unterlieferanten zu beziehen. Bei Vorläufen von bis zu fünf Jahren bis zur Serienfertigung werden die Zulieferer schon früh festgelegt. Gleichzeitig wollen sich die Einkäufer sicher sein, dass der Partner über den gesamten Produktionszeitraum von etwa zehn Jahren die notwendigen Stückzahlen liefern und den Service aufrechterhalten kann. Aus Kostengründen vermeiden es die Fahrzeughersteller nämlich oft, einen zweiten Lieferanten vorzuhalten.

Hilfe durch Swiss Business Hub

In dieser Situation suchte die Schweizer Firma für eine eigene Vertretung in Japan monatelang vergeblich nach einem japanischen Geschäftsleiter. Daher wandte sich Stephan Trautweiler an den Schweizer Außenwirtschaftsförderer Switzerland Global Enterprise (S-GE) und wurde an deren Netzwerk-Partner Swiss Business Hub Japan weitergeleitet. „Der Hub konnte uns jemanden vermitteln, der diese Lücke sofort füllen konnte“, lobt der Manager.

Nun agiert der internationale Dienstleister CBI Partners mit Sitz in Tokyo als offizielle Japan-Vertretung von SGX Sensortech. „Einerseits ist CBI in der Autoindustrie sehr gut vernetzt und verhandelt mit einem Muttersprachler auf Japanisch mit unseren Kunden, was diese schätzen“, berichtet Trautweiler. Andererseits denke, berate und entscheide dieser Repräsentant auf Zeit strategisch und schnell im vertrauten westlichen Stil. „Kein Vergleich zu einem japanischen Großhändler, der unser Produkt nicht speziell betreuen kann!“, meint Trautweiler. CBI und der Swiss Business Hub Japan hatten in diesem Jahr gemeinsam eine Studie zu den wichtigsten Merkmalen und Potenzialen des japanischen Automobilmarktes erstellt. Die Studie ist auf der Website der S-GE erhältlich (siehe Box).

China-Geschäft im Blick

SGX-Manager Trautweiler hat selbst einige Zeit in einer japanischen Firma in Kyoto gearbeitet und sieht in den Geschäftsgewohnheiten der Japaner die größte Hürde für westliche Anbieter in Japan: „Am schwersten ist es, an ernsthafte Einkaufskontakte zu kommen!“ Zu den ersten Meetings würde die japanische Seite nur junge Ingenieure schicken, die noch etwas lernen sollen – „und sei es nur ein bisschen Englisch.“ Die Zahnräder würden sich erst in Bewegung setzen, sobald sich

◄ Air Quality Sensor (l.) und MicroElectroMechanicalSystems (u.):
▼ „Überzeugendes Produkt, sehr guter Preis, kluge Strategie – und das Glück des Tüchtigen" führen zum Erfolg.



das mittlere Management einschalte. Am Ende entscheide aber nicht das Engineering, sondern der Einkauf anhand des Preises, wer den Zuschlag erhalte. Dank ihrer Marktvorherrschaft und den damit verbundenen großen Stückzahlen haben die Schweizer hier den Vorteil auf ihrer Seite. „Aber an diesen Punkt muss man erst einmal kommen", bemerkt Trautweiler trocken.

Daher reist der Schweizer zu wichtigen Gesprächen mehrmals im Jahr selbst nach Japan, um die Dinge voranzubringen. Sobald das hiesige Geschäft die Stufe erreicht hat, an der man mit den Kunden vor Ort entwickeln muss, will SGX Sensortech die eigene Niederlassung aus der Taufe heben. Denn die Perspektiven sind verlockend. Die Schweizer Sensor-Spezialisten wollen auch mit anderen japanischen Massenherstellern wie Suzuki ins Geschäft kommen: Eine wachsende Zahl von japanischen Autokäufern macht sich Sorgen wegen der Verschmutzung der Stadtluft durch den Smog, der von China nach Japan zieht. Nicht nur Toyota, Nissan und Honda sind unter Druck geraten, diesen Wunsch der Konsumenten zu erfüllen.

Zugleich will Trautweiler über die japanischen Zentralen der Autobauer Aufträge für deren Produktion in China erhalten. Wegen des Smogs werden dort neuerdings auch Feinstaub-Sensoren stark nachgefragt, die die Schweizer ebenfalls im Portfolio haben. Mit Geruchssensoren für die Innenkabine entwickelt sich ein weiterer Markt, den sie bedienen können und wollen. Japan bleibt dabei ein entscheidender Standort für globale Zulieferer der Automobilindustrie wie SGX Sensortech: Knapp ein Drittel aller Fahrzeuge weltweit wird von japanischen Herstellern produziert. „Dieses gewaltige Potenzial wollen wir keine Sekunde aus den Augen verlieren", versichert Trautweiler. ■



Dr. Stephan Trautweiler
Business Development Manager
SGX Sensortech SA
Courtils 1, 2035 Corcelles/NE, Schweiz
Tel.: +41 78 602 80 66
Fax: +41 32 732 1699
E-Mail: stephan.trautweiler@sgxsensortech.ch

Weitere Infos zum Thema:
Die Studie von CBI Partners zu Merkmalen und Potenzialen des japanischen Automobilmarktes finden Sie unter www.s-ge.com/schweiz/export/de/country/Japan

Veranstaltungskalender

IN DER SCHWEIZ		
Montag – Freitag **10. – 14. November**	**Länderberatung Japan** Haben Sie Fragen zum japanischen Markt? Nutzen Sie die Chance zu einem einstündigen, individuellen und vertraulichen Gespräch mit unserer Spezialistin des Swiss Business Hub Japan sowie dem Berater der Switzerland Global Enterprise.	**Zürich** Swiss Business Hub Japan tok.sbhjapan@eda.admin.ch www.s-ge.com
Samstag **22. November**	**Japan-Gate III** Seminar & Theater zur japanischen Arbeitswelt	**Zürich** Swiss-Japanese Chamber of Commerce info@sjcc.ch www.sjcc.ch/
IN JAPAN		
Mittwoch **15. Oktober**	**SCCIJ Kansai Presentation and Networking Cocktail** „Five Practical Issues Every Company Should Know About International Arbitration" Dr. Lars Markert, Lawyer at Gleiss Lutz and Mr. Michael Mroczek, Lawyer at Okuno & Partners	**Osaka** Swiss Chamber of Commerce and Industry in Japan info@sccij.jp www.sccij.jp
Donnerstag **23. Oktober**	**SCCIJ October Luncheon** with Mr. Martin Browne, CEO at Reishauer K.K.	**Tokyo** Swiss Chamber of Commerce and Industry in Japan info@sccij.jp www.sccij.jp