

Datum: 14.06.2013

ORGANISATOR

Das Magazin für KMU



**SWITZERLAND
GLOBAL
ENTERPRISE**
enabling new business

Verlag ORGANISATOR AG
9001 St. Gallen
058 /344 93 61
www.organisator.ch

Medienart: Print
Medientyp: Fachpresse
Auflage: 6'147
Erscheinungsweise: 10x jährlich

Themen-Nr.: 290.3
Abo-Nr.: 1077532
Seite: 8
Fläche: 112'926 mm²



**«Wir decken mit unseren
Maschinen Bereiche ab,
die für grosse Maschinen-
hersteller zu wenig
attraktiv sind.»**

**Sébastien Jaquier, Geschäftsführer von JNJ automation SA,
in der Werkstatt seines Unternehmens.**

ARGUS 
MEDIENBEOBACHTUNG

Medienbeobachtung
Medienanalyse
Informationsmanagement
Sprachdienstleistungen

ARGUS der Presse AG
Rüdigerstrasse 15, Postfach, 8027 Zürich
Tel. 044 388 82 00, Fax 044 388 82 01
www.argus.ch

Argus Ref.: 50211536
Ausschnitt Seite: 1/6



Verlag ORGANISATOR AG
9001 St. Gallen
058 /344 93 61
www.organisator.ch

Medienart: Print
Medientyp: Fachpresse
Auflage: 6'147
Erscheinungsweise: 10x jährlich

Themen-Nr.: 290.3
Abo-Nr.: 1077532
Seite: 8
Fläche: 112'926 mm²

«In Kanada ist der Preis unserer Maschinen nicht ausschlaggebend»

Ein kleines Freiburger Maschinenbau-Unternehmen exportiert erfolgreich Verpackungsmaschinen nach Kanada. Unterstützung bot dabei der Exportförderer Switzerland Global Enterprise, ehemals Osec.

VON THOMAS BERNER

Das 300-Seelen-Dorf Prez-vers-Siviriez, ein paar Kilometer westlich von Romont im Kanton Freiburg gelegen, ist sicher nicht gerade der Nabel der Maschinenbau-Welt. Doch mitten im Grünen, bei der Firma JNJ automation SA, entstehen hoch entwickelte Roboter für die Käselagerung sowie Anlagen für die Verpackung von geschnittenem Käse. Sébastien Jaquier und seine Compagnons haben eine Nische gefunden, in der sie fast konkurrenzlos dastehen – auch international.

Herr Jaquier, was macht ein Maschinenhersteller so weit draussen in der «Pampa»? Wie kam es zu diesem Standort abseits der Industriezentren?

Sébastien Jaquier: Unser Firmengründer Claude Jaquier arbeitete zuerst für die Grossmolkerei Mifroma ganz in der Nähe im Dorf Ursy. Diese verpackte unter anderem auch Käse in transparente Folie und benötigte dazu eine spezielle Verpackungsmaschine, die er als Betreiber einer kleinen mechanischen Werkstatt zusammen mit dieser Molkerei entwickelte und patentieren liess. Hinzu kamen als weitere Produkte Roboter für die Käsepflege sowie Schlauchbeutelmaschinen.

Die Kunden befanden sich also direkt vor der Haustüre.

Der Firmengründer stammte ja auch von hier. Deshalb lag es nahe, das Werk hier aufzubauen. Zudem konnte er sich laufend weiter auf die Bedürfnisse der Milch- und Käseverarbeitung spezialisieren und sich eine wachsende Kundschaft bis hin nach Frankreich aufbauen.

Wie wichtig ist in Ihrer Branche die Spezialisierung respektive die Diversifizierung?

Es ist vor allem wichtig, die Märkte zu kennen. Der Markt für Roboter ist sehr begrenzt. Und wenn man über ein Produkt verfügt, das auf eine sehr spezifische Kundengruppe abzielt, muss man ihre Bedürfnisse genaustens kennen.



Verlag ORGANISATOR AG
9001 St. Gallen
058 /344 93 61
www.organisator.ch

Medienart: Print
Medientyp: Fachpresse
Auflage: 6'147
Erscheinungsweise: 10x jährlich

Themen-Nr.: 290.3
Abo-Nr.: 1077532
Seite: 8
Fläche: 112'926 mm²

Ein begrenzter Markt ist aber auch schnell gesättigt – irgendwann hat jeder Kunde einen solchen Roboter ...
Deshalb muss man die Entwicklungen sehr aufmerksam verfolgen. So fanden wir heraus, dass in bestimmten Regionen wie z.B. der Franche-Comté eine grosse Nachfrage nach unseren Robotersystemen bestand. Wir entwickelten diesen Bereich deshalb weiter. Hinzu kommt ein weiterer Aspekt: Die Zeiten, in denen jedes Dorf über eine eigene Käserei verfügte, sind vorbei. Es findet ein Konzentrationsprozess und damit verbunden eine Industrialisierung der Produktion statt. Wir sind also gegenwärtig zum richtigen Zeitpunkt auf dem Markt, vor allem dort, wo Qualitätsprodukte gefragt sind.

Und bei den Verpackungsmaschinen?

Im Bereich Verpackungsmaschinen ist es schwerer, Kunden zu finden. Wir verstärken deshalb unsere Verkaufsaktivitäten auch im Ausland. Dabei geht es darum, die richtigen Partner im Handel mit Maschinen zu finden. Gegenwärtig findet ein Generationenwechsel bei den Maschinen statt. Kunden, die bereits über unsere Maschinen der ersten Generation verfügen, sind dabei, diese sukzessive zu ersetzen.

Neben den Kunden vor der «Haustür» exportieren Sie nach Frankreich, aber auch nach Dänemark. Weshalb nun auch Kanada?

Wir suchten nach einem neuen für uns geeigneten Absatzmarkt. In Kanada verfügten wir schon über einen Kunden, der im Besitz einer unserer Maschinen der ersten Generation war. Nun ging es darum, dort zusätzliche Kunden zu gewinnen. Wir gingen deshalb zur Osec, um Möglichkeiten zu erörtern, wie wir dort zusätzliche Kunden generieren können. Klar ist, dass dies nur mit einem Partner vor Ort geschehen kann.

Wie hat die Zusammenarbeit mit der Osec funktioniert?

Die Osec verfügt ja über ein weltumspannendes Netzwerk mit Business Hubs, einer davon auch in Toronto. Die Leute dort kennen den Markt. Über diesen Business Hub startete also die Suche nach einem vertrauenswürdigen Partner in Kanada. Dieser sollte uns nicht konkurrenzieren, sondern ein Partner sein, der sowohl unsere Produkte als auch Zielmärkte kennt, in denen wir eine führende Position einnehmen können. Die Osec hat also ein kanadisches Büro beauftragt, für uns einen solchen Geschäftspartner zu finden. Am Schluss fanden sich vier Interessenten. Im Oktober 2011 besuchten wir diese. Einer dieser Kandidaten konnte uns direkt zu einem potenziellen Kunden führen – er hat also unsere Ansprüche richtig verstanden. So wurden wir rasch handelseinig.

Was waren – neben der Suche nach dem Vertriebspartner – die grössten Schwierigkeiten?



Verlag ORGANISATOR AG
9001 St. Gallen
058 /344 93 61
www.organisator.ch

Medienart: Print
Medientyp: Fachpresse
Auflage: 6'147
Erscheinungsweise: 10x jährlich

Themen-Nr.: 290.3
Abo-Nr.: 1077532
Seite: 8
Fläche: 112'926 mm²

Es gab eigentlich zwei grosse Herausforderungen. Die eine bestand in der Frage, ob unser Vertriebspartner auch in der Lage war, bei Störungen vor Ort schnell reagieren zu können bzw. Reparaturen vorzunehmen. Hier in der Schweiz haben wir einen 24-Stunden-Service. Es war uns wichtig, einen Partner zu haben, der auch in Kanada einen solchen Service bieten kann. Ebenfalls sollte er in der Lage sein, künftig die Maschinen selbst beim Kunden installieren zu können.

Hätte man es andernorts nicht einfacher haben können als in Kanada? Was ist an diesem Markt dort besonders interessant für Ihre Produkte?

In Kanada gibt es einen regen Käsekonsum und eine entsprechende Käseproduktion. Ebenfalls gibt es wie bei uns Regionen mit viel Milchwirtschaft. Es gibt aber auch Unterschiede: Käse wird in Kanada ohne Rinde verkauft, wie z.B. der Cheddar, den man in der Verpackung reifen lässt. Das heisst: Er wird täglich frisch hergestellt und direkt nach der Verkäsung in Blocks verpackt. Das ist anders als bei uns. Es ging also nicht nur darum, Kunden in der Käseproduktion zu finden, sondern auch in anderen Gebieten. Das heisst, wir wollen uns nicht nur auf den Nahrungsmittelbereich konzentrieren.

Wie viele Anlagen haben Sie inzwischen in Kanada installieren können?

Wir konnten drei neue Maschinen verkaufen, zwei im letzten Jahr, eine in diesem Jahr. Für eine weitere Anlage laufen aktuell die Verkaufsgespräche. Wenn wir im Jahr zwei bis drei Maschinen verkaufen können, ist das ein ganz schöner Erfolg. Für dieses Jahr peilen wir die Installation von einer oder zwei weiteren Maschinen an; der Markt ist hart. Mehr dürfte deshalb schwierig sein.

Wie sieht es denn preislich aus? Schweizer Produkte sind ja nicht ganz billig.

Das ist ein wichtiger Aspekt. Unsere Maschinen sind gut und gerne 15 Prozent teurer als von anderen Herstellern. Wir wollen uns aber nicht über den Preis, sondern die Technologie und Qualität differenzieren. So können wir mit unseren Maschinen Verpackungen mittels Ultraschall verschweissen.

Die Swissness dürfte hierbei sicher auch eine nicht zu unterschätzende Rolle spielen?

Ja. Und wir bewegen uns als kleines Unternehmen auf Augenhöhe mit unseren Kunden. Diese können uns jederzeit anrufen, wenn sie ein spezifisches Problem zu lösen oder einen besonderen Wunsch haben. Wir können alles rasch umsetzen. Auch diesbezüglich können wir uns gut von unseren Mitbewerbern abheben.

Wie lange können Sie diesen Level, wo sich der



Verlag ORGANISATOR AG
9001 St. Gallen
058 /344 93 61
www.organisator.ch

Medienart: Print
Medientyp: Fachpresse
Auflage: 6'147
Erscheinungsweise: 10x jährlich

Themen-Nr.: 290.3
Abo-Nr.: 1077532
Seite: 8
Fläche: 112'926 mm²

Chef quasi persönlich um ein Anliegen des Kunden kümmert, noch halten?

Es ist klar, dass die Entwicklungen ziemlich schnell abliefen: viele Verkaufsabschlüsse bei den Käserobotern und nun die neue Generation von Verpackungsmaschinen. Wir investierten deshalb in betriebswirtschaftliche Software und CAD sowie in neue Geräte in der Werkstatt. Auch stellten wir zusätzliches Personal in der Administration ein und überarbeiteten die Produktionsprozesse. Mit diesen Massnahmen sehen wir uns für eine weitere Expansion gerüstet. Die räumlichen Verhältnisse hier können aber mit dieser Entwicklung nicht mehr Schritt halten. Wir werden deshalb nächstes Jahr nach Romont umziehen. Der neue Standort wird uns erlauben, unsere Prozesse zu optimieren, sodass wir mit dem bestehenden Personal effektiver arbeiten können.

Wie beurteilen Sie die Marktsituation insgesamt?

PERSÖNLICH: JNJ AUTOMATION SA

Das Freiburger Unternehmen wurde 1994 durch Claude Jaquier gegründet. 2007 wurde die Firma durch Joël Jaquier, Jérôme Nicolet und Sébastien Jacquier (v.l.n.r.) übernommen. Heute beschäftigt JNJ automation SA 40 Mitarbeitende. Was als kleine Schlosserei begann, hat sich sukzessive zu einem Hersteller von hoch spezialisierten Maschinen für die Verarbeitung von landwirtschaftlichen Produkten (vor allem Käse) entwickelt. Der Eintritt in den kanadischen Markt wurde kürzlich durch den Gewinn des Export Award, verliehen durch Switzerland Global Enterprise (früher Osec), honoriert. Um dem weiteren Wachstum Rechnung zu tragen, bezieht das Unternehmen im März 2014 ein neues Produktionsgebäude in Romont.





Verlag ORGANISATOR AG
9001 St. Gallen
058 /344 93 61
www.organisator.ch

Medienart: Print
Medientyp: Fachpresse
Auflage: 6'147
Erscheinungsweise: 10x jährlich

Themen-Nr.: 290.3
Abo-Nr.: 1077532
Seite: 8
Fläche: 112'926 mm²

Bei unseren Schrumpftunnel-Maschinen spürten wir den Einfluss des starken Schweizer Frankens. Im Bereich der Roboter leiden wir weniger darunter, weil wir hier in Europa kaum Konkurrenz haben. Es sind vielmehr unsere Kunden, welche unter dem hohen Frankenkurs leiden. Auch im Bereich Verpackungsmaschinen fakturieren wir in Schweizer Franken. Unsere Reputation hat sich aber herumgesprochen, sodass die Kunden einen höheren Preis in Kauf nehmen. Gerade in Frankreich haben aber viele Kunden derzeit Mühe, die Mittel für weitere Investitionen aufzutreiben. Doch grundsätzlich sind in der Käse-Industrie der Wille und der Bedarf für Investitionen vorhanden.

Da befinden Sie sich eigentlich in einer sehr glücklichen Lage, von der andere Firmen nur träumen können.

Ja, durchaus. Auch in Kanada ist der Preis unserer Maschinen nicht ausschlaggebend, sondern unser Know-how. Für uns sind Verpackungsmaschinen eine kleine Nische. Wir decken aber damit Bereiche ab, die für grosse Maschinenhersteller zu wenig attraktiv sind.

Sie haben jetzt erste Erfahrungen in Übersee gemacht. Was empfehlen Sie Unternehmen, die Ähnliches vorhaben?

Zunächst – und das war auch bei uns nicht anders – muss ein klarer Wille da sein, sich für das Ausland zu öffnen. Das heisst aber nicht, dass man gleich sofort in alle Ecken der Welt exportieren soll. Am besten ist es, wenn man sich erst auf einen Zielmarkt konzentriert. Dafür soll man sich genügend Zeit nehmen; wir haben für Kanada etwa anderthalb Jahre benötigt. Wir hatten nie die Idee, sofort nach China oder in den Nahen Osten zu gehen, sondern wollen unsere Auslandsmärkte Schritt für Schritt aufbauen: Wir sind zudem voll überzeugt von unseren Maschinen und wissen, dass sie funktionieren. Also waren wir auch bereit für den Export.