

Schweizer Heldenstück im Weltmarkt

Die Zuger Firma Emix war der Champion, als Gesichtsmasken dringend gesucht waren. Was die zwei jungen Gründer leisteten, ist erstaunlich.

Beat Gygi



«Probleme lösen»: Jungunternehmer Steffen (l.), Rudolphi.

Anfang Jahr hat in der Schweizer Bevölkerung die Nachfrage nach Gesichtsmasken deutlich angezogen, vor allem beim sogenannten FFP2-Typ, der einen erhöhten Schutz bieten soll. Praktisch zur gleichen Zeit hat die Schweizer Firma Emix Trading Ende 2020 ihre internationalen Handelsaktivitäten mit solchen Masken beendet. Man kann sagen: Mission erfüllt. Der europäische Markt hat sich normalisiert, die Versorgung spielt, die Mangellage aus der Corona-Zeit ist entschärft. Diese Marktentwicklung lässt sich tatsächlich zu einem guten Teil der Emix zuschreiben, die im vergangenen Jahr zum grossen Player auf dem europäischen Markt für Gesichtsmasken aufgestiegen ist. Emix hat dazu beigetragen, die Gesundheitssysteme etlicher Länder aufrecht zu erhalten.

Gegen 300 Millionen Gesichtsmasken hat die in Zug ansässige Firma zwischen Februar und Dezember von den Produzenten zu den Abnehmern gebracht, hauptsächlich in der EU. Man könnte daraus schliessen, die Emix sei ein riesiges Unternehmen, aber es ist eigentlich eine Kleinstfirma, in der zwei der drei Verwaltungsräte und Gründer die operativen

Geschäfte wahrnehmen und praktisch alles selber machen, und das mit jugendlichem Elan: Jascha Rudolphi und Luca Steffen, beide 23-jährig, sind schon seit der zweiten Schulklasse Kollegen und haben mit Emix ein Start-up aufgebaut, dessen Unternehmensziel sie im Gespräch so umreissen: «Probleme lösen».

«Reiche Masken-Kids»

In jüngerer Zeit kamen die Emix-Gründer in TX-Medien allerdings unter Beschuss. Kritisiert wurde, die Emix habe die Mangelsituation an den Märkten ausgenützt, um beim Verkauf von Masken an die schweizerischen Behörden, also Bundesamt für Gesundheit und Militärdepartement, durch überhöhte Preise unanständige Margen aus dem Staat herauszupressen; gar Wucher wurde ihr unterstellt. Zudem sei die Ware zum Teil von mangelhafter Qualität bis unbrauchbar gewesen. Hinzu kam der bis heute nicht erhärtete Vorwurf der Fälschung. Abschätzig schrieb man über die zwei Unternehmer als reiche «Masken-Kids», die in der Krisenlage einfach einen Riesengewinn abgesahnt hätten und jetzt in Luxusautos herumführen.

Die Emix-Führung hält hart dagegen, die Vorwürfe entbehrten aller Grundlagen. Das zur Armee gehörende Labor Spiez habe Prüfungen durchgeführt und dem Unternehmen mitgeteilt, Filtrationsleistung und Probandentests seien gut. Eine zweite Analyse der Universität Basel habe ebenfalls keine gesundheitsgefährdende Verletzung von Normwerten zu Pilzbefall gezeigt. Beim Preis schliesslich könne von keiner Überteuerung die Rede sein, die von der Armee bezahlten Preise von Fr. 8.50 bis 9.90 pro FFP2-Maske haben unter den zehn Franken gelegen, die der Bund als damaligen Marktpreis für die Budgetierung festgelegt habe. Und bei Hygienemasken habe man den budgetierten Marktpreis um 43 Prozent untertroffen. Der Bund war mit einer Kaufsumme von 22 Millionen Franken nicht der Hauptabnehmer.

Wie kamen Rudolphi und Steffen eigentlich zu dieser Art von Geschäft? «Ins Handelsgeschäft kamen wir sehr früh, mit siebzehn Jahren», meint Rudolphi. Am Silvester 2015 hätten sich die zwei in einer Art Motivationskrise wieder einmal ernsthaft überlegt, wie sie Veränderung in ihr Leben bringen könnten. Er habe keine Lust

mehr gehabt auf das letzte Jahr in der KV-Lehre, Steffen keine aufs Schlussjahr im Gymnasium Hottingen. Sie tranken eine kleine Cola für sechs Franken und fragten sich: «Warum kostet die hier so viel und in Deutschland nur zwei Euro?» Importieren wir doch – das war die Idee und der Beginn der Emix Trading, die sie Anfang 2016 gründeten.

Die günstigsten Cola-Beschaffungsmöglichkeiten fanden sie dann in Polen, sie importierten die Getränke und vermittelten sie an Dönerstände in der Region Zürich, bald hundert an der Zahl. Das Zwischenlager war am Wohnort in Uster. Parallelimporte waren also das Geschäftsmodell, das sie anschliessend in vielen Spielarten weiterentwickelten. Und was war mit Schule und KV? Beide führten ihre Ausbildungen doch zu Ende, und beide erhielten Sonderarrangements, damit sie dabei die Firma betreuen konnten. Steffen machte die Maturarbeit zu Parallelimporten als Mittel gegen die Hochpreisinsel Schweiz. Als Dritter im Verwaltungsrat kam der eine Generation ältere Jurist Peter Ackermann dazu.

Wer hat ihnen das Geld gegeben?

Sie versuchten, ihre Erfahrungen und Kenntnisse über Lieferantensuche, Finanzierung, Grenzformalitäten, Beschriftungen, Versicherungsschutz und so weiter bald im Detailhandel anzuwenden. Sie sprachen mit verschiedenen Artikeln hartnäckig bei Retälern vor, bei Einkäufern, bis ihnen klargemacht wurde, dass sie als Zulieferer nur Chancen hätten mit Artikeln, die auf dem Markt schwierig erhältlich seien. Mit Schokolade gingen sie dann in diese Richtung. «Bis dahin hatten wir uns auf den Preisvorteil durch Importieren konzentriert», sagt Steffen, sie hätten dann aber gemerkt, dass die besten Geschäftschancen durch Produkte kämen, die schwierig zu beschaffen seien, «die beispielsweise limitiert oder nur für bestimmte Absatzkanäle reserviert sind», fügt er an, etwa Schokolade der oberen Preisklasse oder Parfums.

Wer hat ihnen das Geld gegeben? «Bis heute finanzierten wir praktisch alles selber mit dem vorher verdienten Geld, wir wollten keine Fremdfinanzierung», sagt Rudolphi. Die Zwischenfinanzierung eines Lastwagens Schokolade etwa sei dann rasch mal auf ein paar hunderttausend Franken gekommen. Irgendwann weitete sich der Horizont. Das war 2017, die Idee China kam auf, der Markt für Kosmetik und Parfums lockte mit enormem Wachstum. Wohlverstanden: nicht Waren aus China importieren, sondern nach China exportieren, das war das Modell. Die Emix begann, chinesische Online-Portale mit Spezialitäten vor allem aus der Schweiz zu beliefern, um vom Aufschwung der Mittelklasse zu profitieren. X-mal seien sie dorthin gereist, um Geschäfte aufzugleisen und Vertrauen aufzubauen.

Dann der Schock, Anfang 2020, Pandemie. «Ende Januar 2020 rief uns ein Vertrauens-



partner in China an machte uns auf ein neues Virus aufmerksam, in Europa war man sich dessen noch kaum bewusst», sagt Steffen. Gerüchte über eine baldige Maskenpflicht in China kamen auf, ein genauer Blick in den Markt habe den zweien gezeigt, dass kaum Maskenvorräte und Produktionskapazitäten im Land waren, und als Emix von einem grossen Online-Portal nach Schutzartikeln gefragt wurde, hätten sich Steffen und Rudolphi Ende Januar zur Beschaffung von

Innerhalb von vier Wochen war China mit Masken ausgerüstet und drängte das Virus bereits zurück.

Masken entschieden, um den Chinesen diese zu verkaufen – zu einer Zeit, als Europa und Amerika noch schliefen. Woher nehmen?

Sie reisten persönlich in viele Länder, entdeckten aber kaum Produktionskapazitäten, investierten deshalb in Indien in eine Fabrik, aber bevor sie bereit war, hatten sich in China schon 70 000 neue Maskenhersteller gebildet, und die bestehenden Produzenten hatten ihr Volumen verfünffacht. Ein blitzschneller Wandel war das, also: Richtungswechsel! Jetzt wurde China zum Land, das die anderen in der Welt draussen beliefern konnte. Innerhalb von vier Wochen war China mit Masken ausgerüstet und drängte das Virus bereits zurück. In Europa zeigte sich laut den Schilderungen noch wenig Kaufinteresse für Masken, aber die Emix habe an Ort und Stelle im Gespräch mit chinesischen Partnern auf Hochtouren Abklärungen für die Produktion und Beschaffung in China gestartet, um bereit zu sein, sollte die Nachfrage in der Welt anziehen.

«Wir machten Hunderte von Produzenten ausfindig, im Wissen, dass nur etwa 30 Prozent fähig sein würden, die Ware in erforderlicher Qualität und Menge zu liefern», meint Rudolphi. Mit den geeigneten habe man auf eigenes Risiko Lieferungen vereinbart, das Kaufinteresse in Europa sei da jedoch immer noch flau gewesen, aber: «Wir gingen noch einen Schritt weiter und buchten bei den Fluggesellschaften für die nächsten Monate deren Cargo-Flugkapazitäten für den Transport von einigen Millionen Masken pro Tag, zu massiv erhöhten Preisen, bis zu über einer Million Dollar pro Flug, da wir auch in Konkurrenz standen zu Hightech-Firmen.» Mit dem abrupten Aussetzen der Passagierflüge beim

Shutdown fiel ein Grossteil der sonst üblichen Frachtmöglichkeiten schlagartig weg. Transportkapazitäten, so Steffen, seien deshalb genau so entscheidend geworden wie die Produktionsbetriebe.

Qualität und Preise

An diesem Punkt dann, etwa Anfang März, sei die Nachfrage nach Masken weltweit erwacht. Da sei Emix aber praktisch allen Konkurrenten weit voraus gewesen, die erst in dieser Phase in China mit der Suche nach Maskenproduzenten begonnen hätten. Und Steffen und Rudolphi suchten ihre Position noch weiter zu festigen, indem sie auch die Rohstoffe unter Kontrolle nahmen. Sie kauften die Bestände an Filtermaterial der grössten Produktionsbetriebe auf, also die feinen Polypropylen-Vliese, die mit ihren Poren den eigentlichen Filter ausmachen. Grosse Stapel von Filtervlies-Rollen waren für die Hersteller reserviert, die für die Emix produzierten. Kooperation habe zum Teil den Preiskampf ersetzt.

Wie aber stand es um Qualität und Preise für die Masken, das jetzt vieldiskutierte Thema in der Schweiz? «Nach der Bewältigung der Produktions- und Logistikherausforderungen rückte die Qualität in den Vordergrund», sagt Steffen. In der Phase März bis Anfang Oktober, als die Hauptmengen geliefert wurden, habe man vieles ausprobieren müssen. «Von gewissen Kunden wurden wir auf Grund unseres Know-Hows sogar beigezogen, um das Prüfverfahren weiterzuentwickeln», sagt Rudolphi. Eines sei aber immer klar gewesen: Die Endbeurteilung der Qualität erfolgte in enger Zusammenarbeit mit den Kunden, bevor die Ware akzeptiert wurde, und im Fall der Schweiz habe es keine Beanstandung gegeben. Was machen die Emix-Gründer jetzt? Wie gesagt, sie schätzen die Möglichkeiten des chinesischen Markts als enorm vielversprechend ein.

Anzeige

Wissen
für Suchende

Klarheit
fürs
Leben



wissend.info