



Claude Jean Hoeltgen

8 Mit Leidenschaft für eine gute Ausbildung

Xavier Dietlin

15 Ungeahnte Möglichkeiten der Technik

Ralf J. Bopp

18 Marktpotenziale in Deutschland ausschöpfen

**Handelspartner Nr. 1:
die treibende Kraft**

Fokus Deutschland



Luzerner
Kantonalbank

Grenzenloser Service für internationale Geschäfte

Die LUKB ist Ihre Partnerin für internationale Geschäfte und bietet effiziente Zahlungs-, Devisen- und Trade-Finance-Lösungen. Lassen Sie sich jetzt beraten:

lukb.ch/unternehmerbank



Christof Domeisen, CEO Angst+Pfister Gruppe

5 EDITORIAL

7 STATEMENT

Michael Flügger, Botschafter der Bundesrepublik Deutschland in der Schweiz

EXPORTFACTS

21 WÄHRUNGSSITUATION

Eine starke Weltwirtschaft stärkt den Euro

22 PREMIUMINSIGHT

Zahlungsfähigkeit deutscher Handelspartner in den Blick nehmen

23 EXPORTBAROMETER

Schweizer Warenexporte erneut auf Vorkrisenniveau

24 ZOLLWISSEN KOMPAKT

Chinas neues Exportkontrollgesetz – Export auf eigene Gefahr?

BUSINESS EXCELLENCE

26 144 Jahre Transport- und Logistikkompetenz

27 Schweizer Geschäftsreisende in Deutschland

29 Insolvenzen in Deutschland: Die Rechnung kommt zum Schluss

MITGLIEDER IM FOKUS

30 Knorr-Bremse Rail Systems Schweiz AG
Jato-Düsenbau AG

31 Ypsomed AG

AKTUELL

32 Rückblick swiss export tag 2021

34 swiss export Seminare

36 Intensivkurs

37 Rückblick BUSINESS FAMILY FORUM 2021

INNOVATION

38 Autonomer Reinigungsroboter für den Weltmarkt

SCHWERPUNKT

Handelspartner Nr. 1: die treibende Kraft Fokus Deutschland



8

Claude Jean Hoeltgen
Mit Leidenschaft für eine gute Ausbildung



15

Xavier Dietlin
Ungeahnte Möglichkeiten der Technik



18

Ralf J. Bopp
Marktpotenziale in Deutschland ausschöpfen

Pierre-Yves Bonvin/Maude Bonvin
10 Technologischen Fortschritt und Qualität im Textilmaschinenmarkt

Thomas Steinemann
16 Networking und die Kraft der Partizipation

Andreas Mühlthaler
11 Innovationen und Kompetenz in der Rohrleitungstechnik



Kombinieren Sie traditionelle Werte mit modernen Anlagestrategien.

Herkömmliche Vermögenswerte verlangen nach neuen Denkmustern. Als unabhängige Privatbank bieten wir Ihnen eine Vermögensverwaltung, die über die klassische Dienstleistung hinausgeht. Wir verbinden dabei familiäres Vertrauen mit Professionalität, heute wie morgen.



Der grosse Nachbar im Norden



Sybille Amstutz

Redaktionsleiterin

Claudia Moerker

Chefredaktorin
Geschäftsleiterin Verband swiss export

Wussten Sie, dass Deutschland seit bald siebzig Jahren der wichtigste Handelspartner der Schweiz ist? Deutschland ist Marktführer auf dem Schweizer Importmarkt und exportiert mehr in die Schweiz als Italien, die USA und China zusammen. Der grosse Nachbar im Norden ist für die Schweizer Wirtschaft von herausragender Bedeutung. Besonders intensiv sind die wirtschaftlichen Verflechtungen im deutsch-schweizerischen Grenzgebiet: Allein mit Baden-Württemberg erreichte das Handelsvolumen im vergangenen Jahr rund 30 Mrd. Euro, und eine Vielzahl von Dienstleistern arbeitet jenseits der Grenze. Der Dienstleistungssektor ist für Deutschland und die Schweiz von zentraler Bedeutung. In der Schweiz sind drei von vier Firmen im Dienstleistungssektor angesiedelt, in Deutschland sind es sogar vier von fünf, Tendenz steigend. Im Gegensatz zum Warenhandel importiert Deutschland mehr Dienstleistungen aus der Schweiz als umgekehrt.

Wer hat's erfunden? Deutschland und die Schweiz sind Innovationsweltmeister. Die beiden Länder belegen bei internationalen Rankings jeweils Spitzenplätze und punkten insbesondere bei Patentanmeldungen und der Anzahl Firmengründungen. Viele bedeutende technische und gesellschaftliche Fortschritte weltweit haben in Deutschland oder der Schweiz ihren Ursprung. Visionäre und Tüftlerinnen haben sich über die Grenze hinweg gegenseitig angespornt und so weltweit erfolgreiche Produkte geschaffen. Vom Auto bis zum Turbolader, vom Telefon bis zum Internet – viele Erfindungen aus der Schweiz und aus Deutschland prägen bis heute unsere Gesellschaft und veränderten die Welt.

Wir sind uns einig. Deutschland ist der Handelspartner Nummer eins für die Schweiz. Doch die treibende Kraft für den Erfolg der Schweizer KMU ist unterschiedlich. Lesen Sie die Erfahrungsberichte über Ansporn und Motivation zur aktiven Marktbearbeitung in unserem Schwerpunktthema ab Seite 8.

Seit bald fünfzig Jahren und in enger Zusammenarbeit mit verschiedenen Partnerorganisationen setzen wir uns für die Vermittlung von Fachwissen und die Vernetzung und den Austausch unter Entscheidungsträger*innen und Unternehmen ein. Wir haben Sie vermisst im vergangenen Jahr und freuen uns nun umso mehr, dass persönliche Treffen wieder möglich sind. Im 2. Semester bieten wir Ihnen eine breite Palette spannender Themen in verschiedenen Formaten. Und unsere Seminare finden wieder physisch statt.

Original hat Aura – wir sind an der Entwicklung weiterer neuer Tools, die Sie in Ihrem Praxisalltag unterstützen. Die detaillierten Informationen zu allen unseren Aktivitäten finden Sie auf unserer Website swiss-export.com.

Herzlich

Claudia Moerker
Geschäftsleiterin

Sybille Amstutz
Redaktionsleiterin



Erfolg im Ausland

Mit **UBS Trade & Export Finance** beste Bedingungen für Ihr Unternehmen schaffen

Als international tätiges Unternehmen brauchen Sie für die Handels- und Exportfinanzierung einen starken Partner. Sind Sie kurzfristig an Liquidität interessiert? Haben Sie Finanzierungsbedarf für Ihre grenzüberschreitenden Geschäfte? Wollen Sie sich gegen Leistungs- und Zahlungsrisiken absichern? Für jedes Bedürfnis gibt es eine passende Lösung. Oftmals ist ein Mix unterschiedlichster Instrumente sinnvoll: Akkreditive und Dokumentarinkassi, Bankgarantien oder Exportfinanzierungen. ubs.com/tef

Best Trade
Finance Bank
Switzerland
2021*

* Euromoney Trade Finance Survey 2021: Market Leader & Best Service Switzerland



Deutschland–Schweiz: Partner im Handel

Als Vertreter Deutschlands in der Schweiz freue ich mich, dass die vorliegende Ausgabe des *swiss export Journals* auf aktuelle Aspekte und Zukunftsperspektiven der engen und vielfältigen Wirtschaftsbeziehungen zwischen unseren beiden Ländern schaut.

Der Handel mit dem und das Investieren im Nachbarland Deutschland bleiben ein erstklassiger *Business Case*: Als wirtschaftlich bedeutendstes Mitgliedsland der Europäischen Union in der Mitte des europäischen Binnenmarkts mit knapp 450 Mio. Verbrauchern, besonderen Beziehungen zu den zentral- und osteuropäischen Märkten, breitem Infrastrukturangebot, hoher Produktivität, qualifizierten Fachkräften und bewährter Sozialpartnerschaft, ausgeprägter Innovationskraft und -förderung, stabilem und attraktivem Geschäftsumfeld und gezielter regionaler Struktur- und Ansiedlungsförderung – und nicht zu vergessen unserer kulturellen und sprachlichen Verbundenheit – bietet Deutschland den Unternehmen aus der benachbarten Schweiz auch künftig hervorragende Voraussetzungen und Aussichten für ihre Geschäftstätigkeit.

Deutschland ist nicht nur Handelspartner Nr. 1 der Schweiz. Auch die beiderseits starke Exportausrichtung, die herausragende Bedeutung der klein- und mittelständischen Unternehmen und des dualen Berufsausbildungssystems, die grenzüberschreitende Verflechtung bei der Beschäftigung, in bilateralen Wertschöpfungsketten und im EU-Binnenmarkt verbinden unsere Wirtschaftsstandorte in einem besonderem Masse.

Dabei ist das wirtschaftspolitische Umfeld in Bewegung: Die konjunkturelle Stabilisierung nach der Covid-Pandemie, die sich beschleunigende Digitalisierung von geschäftlichen und betrieb-



Michael Flügger
Botschafter der
Bundesrepublik
Deutschland in der Schweiz

lichen Prozessen, die Umsetzung von Dekarbonisierung und Energiewende in ökonomischer, technologischer und sozialer Hinsicht, die Diversifizierung von Lieferketten und regionaler Strukturwandel haben auch auf die Aussenwirtschaft erhebliche und unmittelbare Auswirkungen. Auch wollen wir den bewährten und intensiven deutsch-schweizerischen Wirtschafts- und Innovationsaustausch innerhalb möglichst stabiler und nachhaltiger Beziehungen zwischen der Schweiz und der EU fortführen. Dies gilt u. a. für Freihandel und wettbewerbsorientierte Binnenmarktteilhabe, Gleichwertigkeitsanerkennungen bei Produkt- und Datenschutzstandards, die Zusammenarbeit bei Forschung und Innovation bis hin zum gemeinsamen Emissionsrechtehandel.

Dies stellt auch die Exportbranche vor Herausforderungen, hält aber zugleich beträchtliche unternehmerische Chancen für die Zukunft bereit. Zudem fördern die deutsche Bundesregierung und die Europäische Kommission gezielt Geschäftsmodelle und Technologien zur Erreichung der Ziele des Klimaschutzes (z. B. EU-Programm «Green Deal») und der Agenda 2030 (z. B. BMWi-Förderung von Bioökonomie). Auch für den Hochtechnologie- und Innovationsstandort Schweiz und seine exportorientierten Unternehmen sind dies richtungsweisende Parameter für die weitere Geschäftstätigkeit im «Auslandsmarkt Deutschland».

Ich bin sicher, Sie und die Schweizer Branchenverbände werden diese Entwicklungen mit Interesse verfolgen. Gerne möchte ich Ihnen die deutschen Aussenwirtschaftsportale *GTAI* und *iXPOS* insbesondere zu Einzelthemen ans Herz legen. Denn die aussenwirtschaftlichen Beziehungen bleiben ein gewichtiges und prägendes Element unserer nachbarschaftlichen Partnerschaft. ■



Mit Leidenschaft für eine gute Ausbildung

Wie kann ein orthopädischer Chirurg die praktischen Fertigkeiten erlernen, die er für das arthroskopische Entfernen freier Gelenkkörper im Knie benötigt? Und wie übt eine Assistenzärztin der Viszeralchirurgie, eine Gallenblase laparoskopisch zu resektieren? Traditionell haben angehende Chirurgen diese Geschicklichkeiten direkt am Patienten trainiert, unter Aufsicht eines erfahreneren Chirurgen. Abgesehen von den ethischen Bedenken, haben aber auch die gegenwärtigen Herausforderungen im Zusammenhang mit der globalen Covid-19-Pandemie, wie etwa die Unterbrechung elektiver Operationen, die Notwendigkeit alternativer chirurgischer Trainingslösungen verstärkt.

Als international tätiges Unternehmen entwickelt und produziert die Schweizer Firma VirtaMed AG hochrealistische Simulatoren für das medizinische Training, vor allem im Bereich der minimal-invasiven Chirurgie, wie z.B. der Arthroskopie, der Laparoskopie und der Hysteroskopie. Damit diese Simulatoren fachgerecht



Claude Jean Hoeltgen
Senior Market
Development Manager
VirtaMed AG

eingesetzt und idealerweise in ein medizinisches Ausbildungscurriculum integriert werden, arbeiten die Experten von VirtaMed mit einem weltweiten Netzwerk von Kunden und Partnern zusammen.

Der Kundenkontakt ist wichtig

Bedingt durch die pandemische Situation der letzten 1,5 Jahre ist dieser Kundenkontakt zunehmend zur Herausforderung geworden. Besuche bei den Ärzten in den Krankenhäusern waren nicht mehr erlaubt und internationale Geschäftsreisen fast unmöglich. Doch auch in diesem aussergewöhnlichen Kontext bleibt es die Mission der VirtaMed AG, die medizinische Ausbildung zu unterstützen. Um die Reduzierung chirurgischer Trainingsmöglichkeiten zu überwinden, ist das Schweizer Unternehmen deswegen einen besonderen Weg gegangen.

Die Firma hat sich mit medizinischen Fachgesellschaften wie zum Beispiel der Deutschen Kniegesellschaft (DKG) zusammengesetzt, um den Assistenzärzten der jeweiligen chirurgischen Fach-



der einen Seite gilt es, die Besuche und das Ausbildungsprogramm in den verschiedenen Krankenhäusern im Voraus zu organisieren, und auf der anderen Seite muss man die je nach Bundesland unterschiedlichen und sich ständig ändernden Covid-Massnahmen im Auge behalten und auf kurzfristige Änderungen und Absagen gefasst sein. Eine maximale Flexibilität aller Beteiligten ist demnach zwingende Voraussetzung für den Erfolg des Projekts.

Die treibende Kraft allerdings, die es ermöglicht, trotz hoher Unsicherheiten und Risiken solche Anstrengungen zu unternehmen, ist die Leidenschaft für das Simulationstraining: Es sind sowohl die Assistenzärztin, die sich freut am Simulator trainieren zu können, wie auch der Chefarzt, der im Simulationstraining die Zukunft der chirurgischen Ausbildung sieht, aber es sind auch die Mitarbeiter der VirtaMed AG, die sich enthusiastisch dafür einsetzen, dass das Simulationstraining als integraler Bestandteil der medizinischen Ausbildung angesehen wird.

Projekte wie diese intensivieren die Zusammenarbeit mit Kunden und Partnern und haben auch einen nachhaltigen positiven Effekt auf die Entwicklung als Handelspartner. Die Pandemie hat zum Teil dazu beigetragen, besser zu verstehen, wie die VirtaMed AG als Lieferant nicht nur Handel treiben kann, sondern gemeinsam mit den Kunden nach Lösungen sucht und sie bei deren Umsetzung unterstützen kann. In Zukunft werden wir uns alle noch häufiger fragen, wie wir mit unseren Produkten und Dienstleistungen und vor allem mit dem gesamten Team den grössten Beitrag leisten können, um den Kunden bei der Erreichung ihrer Ziele zu helfen. ■

richtungen Trainings in einem mobilen Simulationslabor anzubieten. Konkret heisst das, dass die VirtaMed AG mit einem Schulungsbus, ausgestattet mit Simulatoren, verschiedene Lehrkrankenhäuser in Deutschland angesteuert hat, um den Ärzten dort eine Möglichkeit bereitzustellen, ihre chirurgischen Fertigkeiten ausserhalb des OP in einem sicheren Rahmen zu verbessern, ohne dabei Patienten zu gefährden.

Prof. Dr. Wolf Petersen, Präsident der DKG, meint: «Die Ausbildung von Assistenzärzten und zukünftigen Generationen von Chirurgen ist ein wesentliches Thema für die DKG, und deshalb spielt das simulationsbasierte Training eine wichtige Rolle. Die Lehren aus dieser Gesundheitskrise veranlassen uns, die medizinische Ausbildung zu überdenken. Ich freue mich sehr über die Zusammenarbeit mit VirtaMed.»

Eine Passion für Simulationstraining

Trotz Partnerschaft mit einer Fachgesellschaft vor Ort ist die Durchführung solch einer Initiative in Deutschland allerdings immer noch ein logistisch äusserst komplexes Unternehmen. Auf



Technologischen Fortschritt und Qualität im Textilmaschinenmarkt

Wie sich das Walliser KMU dank der Digitalisierung neu erfand, um seinen Schweizer Produktionsstandort zu erhalten.

«Vor drei Jahrzehnten gab es noch eine starke Produktion in Europa, doch Ende der Neunzigerjahre wurde alles nach China verlagert. Das war eine schwierige Zeit», erinnert sich Pierre-Yves Bonvin, CEO von Steiger. Das Walliser KMU entwirft Flachstrickmaschinen. Neben dem Hauptsitz in Vionnaz verfügt Steiger über eine weitere Fabrik in China. «Mit der Eröffnung der chinesischen Niederlassung im Jahr 2007 konnten wir auch den Standort in der Schweiz retten», so der CEO. Heute beschäftigt das Unternehmen rund hundert Mitarbeitende, fünfzig davon in Chablais.

Ein Viertel des Umsatzes am Schweizer Standort entfällt auf die Modebranche. Steiger produziert Textilmaschinen zur Herstellung von Haute Couture für Chanel, Dior, Hermès und andere. In den vergangenen Jahren hat das Unternehmen im Besitz von Ningbo Cixing Co., Ltd. seine Tätigkeit auf den medizinischen Bereich ausgedehnt und erwirtschaftete damit 70 Prozent seines Umsatzes. Gefertigt werden Maschinen zur Fabrikation von Kompressionsbekleidung. Neben der Produktion von Knie- und Ellenbogenschützern wurde eine Maschine entwickelt, die massgeschneiderte Kompressionskleidung für Brandopfer oder Patienten mit Ödemen herstellt. Das System scannt die betroffenen Gliedmassen und übermittelt den Scan an das Konfektionierungsgerät, das automatisch das benötigte Kleidungsstück strickt. «Dieses wird innert 48 Stunden ans Spital geliefert», erklärt Bonvin. 2022 bringt Steiger eine neue Maschine namens Vega Medical 3.130 auf den Markt, die eigens für den medizinischen Bereich entwickelt wurde. Sie kann in ein Kleidungsstück Sensoren einstricken, die



Pierre-Yves Bonvin
CEO
Steiger Participations SA



Maude Bonvin
Auteur

das Vorhandensein amputierter Gliedmassen simulieren, um Phantomschmerzen zu bekämpfen.

In jüngster Zeit hat sich Steiger auf Faserverbundstoffe spezialisiert, die bei stabilen Produkten wie Kofferschalen zur Anwendung gelangen. Dies eröffnet zahlreiche Wachstumsmöglichkeiten in der Luftfahrt- und Baubranche. So arbeitet das Unternehmen mit SolarStratos zusammen. Ziel dieses Projekts des Piloten Raphaël Domjan ist es, mit einem bemannten Solarflugzeug die Stratosphäre zu erreichen. «Wir werden einen Teil des Flugzeugs stricken», freut sich Pierre-Yves Bonvin. Die Kohlefaserelemente können durch Wärmebehandlung ohne Zwischenschritte direkt in der gewünschten Form verfestigt werden.

Steiger war auch am Bau von KnitCandela, einer vom Architekturbüro Zaha Hadid erdachten und von der ETH Zürich in Mexiko erstellten Skulptur, beteiligt. KnitCandela ist eine dünne, geschwungene Betonkonstruktion, die auf einer ultraleichten Strickschalung aufgebaut ist. «Diese Vorformlinge sind eine unglaubliche Innovation. Sie machen den Gerüstbau überflüssig», schwärmt der CEO.

Die Covid-Krise führte bei Steiger zu einem Umsatzrückgang von 30 Prozent. Doch das F&E-Team modifizierte die Maschinen rasch für das 3D-Stricken von zertifizierten wiederverwendbaren Masken – eine ökologische, günstige und nachhaltige Lösung zum Schutz von Arbeitnehmern und der Öffentlichkeit.

Steiger rechnet Anfang 2022 wieder mit einem Aufschwung – dank dem deutschen Markt, der an Innovationen im Bereich medizinischer Anwendungen interessiert ist. ■



Innovation und Kompetenz in der Rohrleitungstechnik

SERTO, eine Unternehmensgruppe mit Hauptsitz im thurgauischen Frauenfeld und mehreren Tochtergesellschaften, ist ein international erfolgreicher Hersteller und Lieferant von Verschraubungen und Rohrleitungstechnik. Mit langjähriger Kompetenz und grossem Know-how werden Kunden aus ganz unterschiedlichen Branchen bedient.

Die SERTO GmbH in Kassel (DE) ist die älteste Tochtergesellschaft in der Gruppe. Deutschland war neben dem Hauptmarkt Schweiz für die SERTO Group schon immer ein wichtiger Markt und auch Wachstums- und Innovationstreiber. In Deutschland werden 40 Prozent des Umsatzes erzielt, 30 Prozent in der Schweiz und 30 Prozent im übrigen Ausland.

In Deutschland finden sich die Kunden vor allem in den Bereichen Nahrungsmittelindustrie, Halbleiter/Laser, Energie/Photovoltaik, Chemie/Pharma und Umwelttechnik. Die Anforderungen der Kunden aus diesen Branchen sind nicht mehr vergleichbar mit denen der Heizung/Sanitär-Kunden, für welche die SERTO-Produkte vor fast siebzig Jahren konzipiert wurden.

Das bewährte Standardsortiment aus Verschraubungen in unterschiedlichen Materialien (Edelstahl, Messing, Stahl, Aluminium, verschiedene Kunststoffe usw.) wurde immer wieder erweitert und an die Kundenbedürfnisse angepasst. Gleichzeitig stieg der Anteil des Systemumsatzes (gebogene und konfektionierte Rohrleitungen nach individueller Kundenspezifikation) massiv an. Auch komplexe Baugruppen sind heute ein wichtiger Bestandteil, um den Kunden die Fokussierung und Konzentration auf ihre Kernkompetenz zu ermöglichen. Zusätzliche Kundenwünsche im Bereich hochreine Rohrverbindungen löst die SERTO über ihren eigenen Reinraum und eine Orbitalschweissanlage. Hier werden vor allem Verschraubungen aus Edelstahl für die Halbleiter- und Laserindustrie geschweisst, gereinigt und verpackt.



Andreas Mühlthaler
CEO
SERTO Group

Die Kundenanforderungen sind in den letzten Jahrzehnten komplexer, die Herausforderungen für den Verkauf und das Engineering immer grösser geworden. Das geht nicht spurlos an einem KMU vorbei und bedarf einer hohen Flexibilität der Mitarbeitenden und einer klaren Ausrichtung. Was ist machbar, was überfordert die Mannschaft? Was vor zehn Jahren unmöglich schien, ist heute bereits Standard.

Für SERTO ist entscheidend, dass die Probleme des Kunden verstanden werden und eine realistische Lösung angeboten werden kann. Alle Unternehmensbereiche müssen sich diesen Herausforderungen stellen. Dabei spielt die Qualität der Prozesse und eine fehlerfreie Kommunikation vom Kunden über den Verkauf zur Technik, zum Engineering und zur Produktion eine ganz entscheidende Rolle.

Neben der technischen und verkäuferischen Herausforderung ist auch ganz wichtig, dass wir in der Schweiz verstehen, dass Kunden im Ausland zum Teil anders funktionieren und eine andere Umgangsform haben. Sie haben andere Schwerpunkte oder gehen, kulturell bedingt, ganz anders mit Geschäftspartnern um. Das bedeutet auch, dass die Anforderung an die soziale und empathische Kompetenz enorm gestiegen ist. Im Übrigen gilt das Gleiche auch für den Umgang mit den Mitarbeitenden. SERTO ist stolz darauf, dass ihre Mitarbeitenden mitdenken und auch keine Hemmungen haben, ihre Kritik, Ideen und Vorschläge zu äussern. ■

Handelsabkommen Schweiz – Grossbritannien

Die Krux mit dem Ursprung und der Kumulation

Das Handelsabkommen zwischen der Schweiz und Grossbritannien wurde per 1. September 2021 gemäss dem revidierten PEM-Abkommen aktualisiert.

Präferenzkalkulationen im Handel mit Grossbritannien (GB) bleiben eine Herausforderung für Schweizer Ausführer. Per 9. Juni 2021 und 1. September 2021 gibt es allerdings einige Erleichterungen. Was hat sich 2021 geändert, und was müssen Schweizer Exporteure beachten, damit ihre Ware reibungslos durch den Zoll kommt?



Mario Caccivio
Zollbeauftragter
European Logistics
Dachser Spedition AG
(Schweiz)

In der Schweiz produzierte Waren mit Export nach Grossbritannien

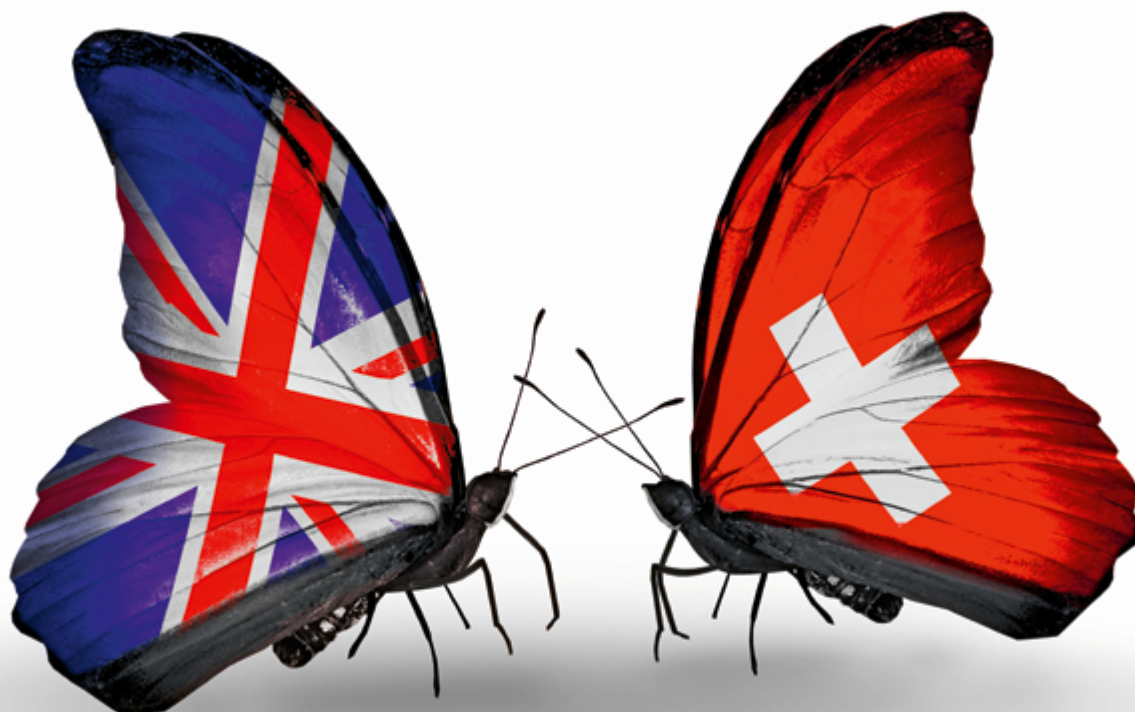
Bis anhin ergaben sich Probleme bei Präferenzkalkulationen unter anderem dadurch, dass das bilaterale Handels- und Kooperationsabkommen TCA (Trade and Cooperation Agreement) zwischen der EU und GB nicht in allen Aspekten deckungsgleich ist mit dem bilateralen Abkommen zwischen der Schweiz und GB. Dies betrifft vor allem die Ursprungsregeln. So hatten Schweizer Ausführer mit zwei gewichtigen Nachteilen zu kämpfen:

Waren mit präferenziellem Ursprung Schweiz konnten, abhängig von der jeweiligen Zolltarifnummer, zollbegünstigt bzw. zollfrei nach GB importiert werden. Aber im Vergleich zu EU-Firmen, die nach GB exportieren, hatten die schweizerischen Unternehmen strengere Ursprungskriterien zu erfüllen:

- a.) Im vereinbarten Handelsabkommen zwischen der Schweiz und GB vom 11. Februar 2019 (in Kraft seit 1. Januar 2021) galten «strengere» Ursprungsregeln als für EU-Länder. In der Regel führte erst eine erzielte Wertschöpfung von 60 bis 70 Prozent zu einem schweizerischen Ursprung der Ware.
- b.) In der Produktion verwendete Vormaterialien aus der EU und der Türkei wurden als drittländisch eingestuft.

Neu entfällt seit dem 9. Juni 2021 der in Buchstabe b.) aufgeführt Nachteil. Die Vormaterialien aus der EU und der Türkei können nun zum schweizerischen Ursprung addiert (kumuliert) werden.

Mit der Einigung zwischen der Schweiz und UK in ihrem Handelsabkommen, die revidierten Ursprungsregeln gemäss dem PEM-Übereinkommen anzuwenden, fällt auch der zweite Nachteil – Buchstabe a.) weg. Im revidierten PEM-Übereinkommen¹ sind «liberalere» Ursprungsregeln vorgesehen. Es genügt in der Regel eine Wertschöpfung von 50 Prozent, um den Ursprung der Ware zu erlangen (Die weiteren Details können dem neu erschienenen Zirkular der Eidgenössischen Zollverwaltung vom 30.08.2021 entnommen werden: Zirkular R-30 Nr 071-13-GB-001 Brexit).



Somit haben die Schweizer Ausführer ab dem 1. September 2021 wieder gleich lange Spiesse wie die Unternehmen in der EU.

Reexport von EU- und türkischen Waren durch Schweizer Firmen

Der sogenannte Durchhandel, d.h. das Weiterversenden von unveränderter, präferenzierter Ursprungsware der EU und der Türkei, ist weiterhin nicht möglich. Sendet der schweizerische Exporteur Waren mit EU- und türkischem Ursprung nach GB, kann er weiterhin keinen präferenziellen Ursprungsnachweis ausstellen. Dies hat zur Folge, dass der Empfänger in GB eine Zollabgabe entrichten muss.

Sofern die EU-Ursprungsware direkt von der EU nach GB befördert wird, ist die Einfuhr zollfrei.

Fazit

Angesichts der Gesetzänderungen sollten Schweizer Exporteure vor dem Versand ihre Lieferantinformationen aktualisieren und Präferenzkalkulationen respektive Ursprungsnachweise detailliert prüfen. International tätige Speditionen in der Schweiz wie die Dachser Spedition AG bieten ihren Kunden hierzu umfassende Unterstützung an. Ziel ist es, Sendungen reibungslos, rechtskonform, pünktlich und gegebenenfalls mit einem formell gültigen Ursprungsnachweis über die Zollgrenzen nach GB zu bringen. ■

¹ «PEM-Übereinkommen»: Regionales Übereinkommen über Pan-Europa-Mittelmeer-Präferenzursprung; SR 0.946.31



Profitieren Sie von Freihandelsabkommen weltweit

Rund um die Welt gibt es bereits mehr als 500 notifizierte Freihandelsabkommen (FTAs), die Unternehmen Einsparungspotenziale in puncto Zollabgaben und somit Wettbewerbsvorteile bieten.

Doch nur die zwingende Erfüllung einer Anzahl komplexer Warenursprungsregeln sowie deren detaillierter Dokumentation ermöglicht Unternehmen, diese Einsparungspotenziale sowie Wettbewerbsvorteile auch wirklich zu nutzen und FTAs als ein strategisches Management-Werkzeug einzusetzen.

Dazu ist es erforderlich, gesetzeskonforme und reversionssichere Prozesse zur korrekten Bestimmung des Warenursprungs einzurichten, um mögliche Strafen und ungeplante Kosten vorab zu vermeiden.

www.mic-cust.com

Genau dabei unterstützt Sie MIC OCS!

Es liefert Ihnen die notwendigen Werkzeuge über den gesamten Prozesszyklus des Warenursprungsmanagements hinweg, und zwar für mehr als 250 FTAs weltweit. MIC OCS sorgt dafür, dass sie tatsächlich von den Einsparungspotentialen aus FTAs profitieren und dadurch Ihre Wettbewerbsfähigkeit steigern.

Interessiert? Kontaktieren Sie uns:

MIC
Tel.: +43(0)732-778496
sales@mic-cust.com

mic managing
international
customs & trade compliance

Debitoren-Check by Coface

INFORMATION

CREDIT
RISK

ECONOMY

FINANCE

ANALYSIS

INTERNATIONAL

COMMERCIAL
STRATEGY

© Edition: Sany Giguères - photo: Shutterstock

INFORMATION IST DER SCHLÜSSEL FÜR RICHTIGE ENTSCHEIDUNGEN

Unsere umfassende Datenbank liefert Ihnen Bonitätsinformationen zu ~ 80 Millionen Unternehmen in fast 200 Ländern rund um den Globus.

Wir in der Schweiz und 4300 Experten weltweit beraten und begleiten Sie: T. +41 (0)43 547 00 20 / +41 (0)21 331 00 40.

www.coface.ch

coface
FOR TRADE

lamprecht


weltweit  individuell

zurMarke®

Europaweite Transporte – persönliche Beratung & Lösungen nach Mass

Wohin Ihre Güter auch geliefert werden – setzen Sie auf über 75 Jahre Erfahrung und unsere vollumfänglichen Dienstleistungen im Strassentransport. Auf europäischen Strassen kennen wir uns aus. **Weltweit und individuell.**

Lamprecht Transport AG
Peter Merian-Strasse 48
Postfach
CH-4002 Basel
T +41 61 284 74 74
mailbox@lamprecht.ch

 lamprecht.ch



Ungeahnte Möglichkeiten der Technik

Er ist von umwerfender Natürlichkeit, dieser Xavier Dietlin. Von seinen jurassischen Wurzeln hat er sich seinen Charakter, seine warmherzige Spontaneität und einen rebellischen Geist bewahrt. Als Nachkomme einer alten, auf Metallbau spezialisierten Familie setzt der mit einer unvergleichlichen Energie ausgestattete ehemalige Fussballspieler, der Herausforderungen ebenso liebt wie die Innovation, auf die Zusammenarbeit mit seinem Clan, seinem Bruder und seiner Schwester. Für Xavier, dem die Götter offenbar nichts abschlagen können, erfüllt sich ein Traum. Innerhalb eines Jahrzehnts hat er ein Spitzensegment im Bereich Metallbau entwickelt: Ausstellungsvitrinen.



Xavier Dietlin
CEO
Dietlin Swiss Showcases

Heute ist das Unternehmen mit rund zehn Mitarbeitenden weltweit für die Erfindung und Herstellung der innovativsten Ausstellungsvitrinen der Gegenwart bekannt.

Xavier Dietlin besitzt die Gabe, Gewöhnliches in Ausserordentliches zu verwandeln. Jeden Tag staunt er über die ungeahnten Möglichkeiten der Technik.

Hauptsache ist für ihn letztlich, sich eine kindliche Seele und damit den Sinn für das Spielerische im Leben bewahren zu können. ■

Der Durchbruch gelang 2005 mit dem Schaukasten «Raptor» für Hublot, einer Vitrine ohne Glas, aber diebstahlgesichert: Dank Sensoren verschwindet das Objekt im Sockel der Vitrine, sobald sich ihm ein Fremdkörper nähert.

Rasch erkannten die grössten Uhrenmarken Xavier Dietlins Talent, und auch von grossen multinationalen Playern wie Mercedes-Benz, Philip Morris, Huawei sowie berühmten Museen wie dem MoMa in New York wurden ihm stets avantgardistische Mandate erteilt.

Da er eine Abneigung gegen Hierarchien hegt, baut Xavier Dietlin direkte persönliche Beziehungen zu seinen Kunden auf, hört ihnen zu und berät sie kompetent. Mit seiner Vorliebe für Überraschungsmomente nutzt er jede Gelegenheit, um Aufmerksamkeit zu erregen: Er will neugierig machen, anstacheln, amüsieren, ja sogar ärgern – mit dem Ziel, dass der potenzielle Käufer stehen bleibt und sich für das in seiner Schatulle schlummernde Objekt zu interessieren beginnt.





Networking und die Kraft der Partizipation

Die Familie DuBois war schon immer sehr reisefreudig und stets gut vernetzt. Diese Eigenschaften bilden bis heute die Grundlage für den Erfolg des Uhren-Unternehmens.

Aus dem Jura über Frankfurt bis nach Hamburg

In der über 235-jährigen Geschichte von DuBois et fils – der ältesten Uhrenfabrik der Schweiz – ist das Jahr 1848 bedeutend. Damals gründete Jules DuBois eine Filiale des Unternehmens in Frankfurt a.M. Als Firmensitz kaufte er an der Gartenstrasse ein Haus, das bis heute im Eigentum der Familie DuBois steht.

Der Standort in Frankfurt war Ausdruck der besonders starken Beziehungen, welche die Familie DuBois aus dem Schweizer Jura nach Deutschland unterhielt. Eine Anekdote erzählt von einer starken Identifikation: Auf ihren Reisen von Le Locle nach Frankfurt passten die Familienmitglieder bei der Überquerung des Rheins immer die Sprache an. Bis zur Rheinbrücke in Basel redeten sie Französisch. In der Mitte der Brücke wechselten sie auf Deutsch – bis nach Frankfurt und wieder zurück. Eine Eigenheit, die einige Mitglieder der Familie DuBois bis heute pflegen.



Thomas Steinemann
CEO
DuBois et fils

Wie wichtig die deutsche Filiale war, zeigt sich auch an einigen Produktkatalogen aus dieser Zeit. Diese waren mit «Ph. DuBois & Fils Frankfurt a.M. Locle (Schweiz)» überschrieben. In der Chronik des Unternehmens gibt es auch nach 1848 viele Anknüpfungspunkte von der Schweiz in das nördliche Nachbarland. In den 1980er-Jahren wurde das Unternehmen Philippe DuBois et fils SA an neue Eigentümer in Hamburg verkauft und ist daher auch vielen Menschen in Deutschland bekannt. Deutschland war schon früh eine treibende Kraft für DuBois et fils – und ist es bis heute geblieben.

Strategische Neuausrichtung

Mit der Rückkehr der Marke in die Schweiz im Jahr 2010 richteten wir uns strategisch neu aus. Alle Handlungen unseres Unternehmens orientieren sich seither konsequent an folgenden Grundsätzen:

- DuBois et fils versteht sich als Gemeinschaft – als integrative Plattform für Liebhaberinnen und Liebhaber von Uhren und allem, was dazu gehört.
- DuBois et fils steht für den Luxus der Zukunft und versteht diesen insbesondere als Zugang zu limitierten, einzigartigen Produkten und Erlebnissen.



Unsere Aktionär/innen sind auch als Markenbotschafter/innen eine treibende Kraft. Viele Aktionäre leisten durch ihre Begeisterung einen wesentlichen Beitrag zum steigenden Wachstum der Bekanntheit unserer Marke. Sie tragen nicht nur eine Uhr, sondern besitzen einen Teil von uns. Die Wirkung der Integration war eine treibende Kraft in der modernen Geschichte von DuBois et fils. Und sie wird es bleiben.

Tokenisierung von historischen Uhrwerken

Im Sommer 2021 lancierten wir unser aktuellstes Produkt: tokenisierte historische Uhrwerke.

Wer bei DuBois et fils ein Uhrwerk aus dem letzten Jahrhundert erwirbt, erhält einen virtuellen Token, der das gekaufte Uhrwerk repräsentiert, mit dazu. Diese «DBF-Token» basieren auf der Blockchain-Technologie und ermöglichen uns, die Inhaber/innen in einer nie dagewesenen Form am Entstehungsprozess einer Uhr teilhaben zu lassen.

Wir starten an dem Punkt, wo die Produktion der Uhr wirklich beginnt: bei der Auswahl des Uhrwerks. Kunden können ihr Uhrwerk selbst auswählen und alle Schritte bis zur fertigen Uhr eng mitverfolgen. Sie erhalten zudem das exklusive Vorkaufrecht, inkl. eines Rabatts, auf die limitierte Uhr (max. 99 Exemplare pro Modell), in die sie ihr Uhrwerk verbauen lassen. Es kommen also nur die Uhren in den freien Verkauf, bei denen sich die Inhaber/innen der Werke gegen einen Kauf der Uhr entschieden haben.

- DuBois et fils ist Botschafterin für das Handwerk und die Geschichte der Schweizer Uhrmacher/innen.

In den letzten elf Jahren haben uns diese Grundsätze angetrieben. Auf der Landkarte der Schweizer Uhrenmarken sicherte sich DuBois et fils damit den gewünschten Platz als Nischen-Brand – stets im Austausch mit der inzwischen weltweiten Community.

Die Kraft der Partizipation

Ein erstes partizipatives Konzept entwickelten wir im Jahr 2010 zur Mitfinanzierung der ersten Uhrenserie. Im Rahmen eines Crowdfundings konnten wir insgesamt 587 Aktionär/innen aus 21 Ländern gewinnen. Diese investierten einen Gesamtbetrag von 1,5 Mio Franken und sind stolze Mitinhaber/innen von DuBois et fils.

Bis heute ist es möglich, Aktien von DuBois et fils zu erwerben. Das Aktionariat besteht mittlerweile aus über tausend Personen aus mehr als dreissig verschiedenen Ländern. Auch hier bestehen enge Verbindungen nach Deutschland: Neben der Schweiz ist die deutsche Fraktion mit fünfzig Personen die grösste Aktionärsgruppe. Sie vertreten zusammen rund 120 000 Franken des Aktienkapitals von DuBois et fils.

Auch wer die Uhr nicht kaufen möchte, profitiert vom Kauf des Uhrwerks: Im Produktionsprozess erfährt das Uhrwerk eine Wertsteigerung. An dieser Wertsteigerung partizipieren die Inhaber in einem vorab festgelegten Umfang. Wertmässig erhalten somit alle Käufer/innen der Uhrwerke neben der Rückerstattung des Kaufpreises des Uhrwerks einen Mehrwert.

Bei DuBois et fils setzen wir auch mit dieser neusten Innovation auf Partizipation und damit auf einen direkten Kontakt mit der Kundschaft. Grundlage und Motivation für unsere Netzwerkarbeit über die Grenzen hinweg wurzeln in der Vergangenheit. Die traditionell starken Beziehungen nach Deutschland sind seit dem Hauskauf in Frankfurt im Jahr 1848 unzertrennlich mit der Geschichte – und der Zukunft – von DuBois et fils verbunden. ■



Marktpotenziale in Deutschland ausschöpfen

Auch im Corona-Jahr 2020 blieb Deutschland der wichtigste Handelspartner der Schweiz mit einem Handelsvolumen von 89,8 Mrd. CHF. Corona-bedingt musste jedoch ein Rückgang in Höhe von 8,3 Prozent hingenommen werden. Dies war sehr schmerzhaft und für manche Branchen sogar existenzbedrohend. Inzwischen zeigen sich jedoch erfreuliche Aufhol-effekte und die Schweizer Exporte von Januar bis Juli 2021 zeigen ein Plus von 8,5 Prozent, die Importe aus Deutschland ein Plus von 10,5 Prozent.

Diese Ergebnisse sind das Resultat eines langjährigen grenzüberschreitenden Beziehungsnetzes zwischen Herstellern und Kunden.

Ähnliche Geschäftsgepflogenheiten erleichtern nun einmal die Geschäfte und die in der Pandemie teilweise einsetzende Rückbesinnung auf nahe Märkte, nicht zuletzt wegen anhaltender Lieferkettenprobleme, verleihen dem Wirtschaftsaustausch neuerlichen Schub.



Ralf J. Bopp
Direktor Handelskammer
Deutschland-Schweiz

Keine Sprachbarrieren, ähnliche Zahlungsmodalitäten und -sicherheit, die Zuverlässigkeit in punkto Qualität und Pünktlichkeit entsprechen den gewohnten geschäftlichen Umfeldbedingungen und erleichtern die Zusammenarbeit.

17,9 Prozent des weltweiten Schweizer Exports (40 Mrd. CHF) fließen nach Deutschland. Dabei erweist sich Deutschland als stabiler Abnehmer vieler einschlägiger Exportprodukte wie zum Beispiel aus dem Maschinen- und Anlagenbau, der Elektrotechnik und der Metallindustrie, aus dem Automotivbereich sowie Chemie- und Pharmaindustrie. Hinzu kommt ein bedeutender unternehmensnaher Dienstleistungsexport der Schweiz in einer Grössenordnung von jährlich 12 Mrd. CHF.

Doch der grosse Markt «vor der Haustüre» hat für so manchen Schweizer Exporteur auch seine Tücken. Der Wettbewerb ist intensiv. Deshalb muss die Marktbearbeitung gut überlegt sein. Der deutsche Markt ist ungefähr zehn Mal grösser als der Schwei-



Union erforderlich ist. Geeignete Vertriebspartner sind nicht immer einfach zu finden. Ein längerer Suchprozess ist einzukalkulieren. Angesichts sehr hoher Anfangsinvestitionen bei der Gründung einer eigenen Tochtergesellschaft bleibt letztlich für viele KMUs nur der direkte Absatzweg zum Kunden. In der Zulieferwirtschaft und auch in der Konsumgüterbranche, in der die Geschäftsanbahnung häufig über Online-Plattformen oder zentrale Listung begleitet wird, mag sich der direkte Weg anbieten. Wo jedoch die Besuchshäufigkeit zum Kunden, Mentalitätsfragen im Geschäftsumfeld, beim Management und den Mitarbeitenden eine Rolle spielt, ist der Einsatz von heimischem Vertriebspersonal und/oder Vertriebspartnern nicht wegzudenken. Geduld, Ausdauer und eine gute Marktkenntnis sowie eine seriöse Beratung sind bei der Wahl und Ausgestaltung der Absatzwege unabdinglich.

Für viele Schweizer Unternehmen kann der deutsche Markt auch in Zukunft weitere Potenziale bieten, da diese oft nicht ausgeschöpft sind. Gerade für kleine und mittelständische Firmen kann es lohnender sein, sich mit der Exportintensivierung auf dem deutschen Markt zu beschäftigen anstatt mit der Erschließung eines gänzlich weiteren Exportlandes. Als Beispiel mag gelten, dass viele Betriebe ihre Aktivitäten vor allem auf den süddeutschen Raum konzentrieren. Dabei könnten auch in Norddeutschland noch Marktanteile dazugewonnen werden. ■

zer und liegt in den meisten Branchen preislich deutlich unter dem Schweizer Preisniveau. Deutsche Unternehmen rechnen meist in sehr grossen Stückzahlen. Einerseits weist die deutsche Wirtschaft eine ähnlich hohe Exportquote von über 50 Prozent wie die Schweizer Wirtschaft aus, sie kann andererseits aber schon mit dem eigenen Binnenmarkt vorteilhafte Skaleneffekte nutzen. Deshalb positionieren sich Schweizer Exporteure eher geschickt in bestimmten wertschöpfungsintensiven und hochtechnologischen Marktsegmenten, als den Preiswettbewerb im Niedrigsektor aufzunehmen.

Zudem stellt die Wahl des richtigen Absatzweges die hiesigen Firmen immer wieder vor grosse Herausforderungen. Soll der deutsche Markt zum Beispiel im direkten Export, mit Hilfe von Vertriebspartnern oder auf dem Wege der Gründung eigener Niederlassungen bearbeitet werden? Eine pauschale Antwort darauf gibt es nicht. Die Frage muss je nach Firma und momentaner Marktposition individuell beantwortet werden. Hinzu kommen branchenspezifische Erschwernisse, nämlich dort, wo nach EU-Bestimmungen ein rechtlicher Vertreter in der Europäischen

Kifa AG – innovative Lösungen mit Nachhaltigkeit

Werkstoff Holz – Transportverpackungen und Systembau

Die Kifa AG hat sich im Laufe der über 100-jährigen Firmengeschichte stetig weiter entwickelt. Die Einheit «Kifa Verpackungen» ist das ursprüngliche Geschäft der Kifa AG. Als der kompetente Partner für alle Fragen von hochwertigen Holzverpackungen und damit zusammenhängenden Systemverpackungen hat sich die Kifa AG als Lösungsfinder bei den exportierenden Unternehmen etabliert. Die Einheit «Kifa Systembau» bietet Lösungen für Holzbauten mit höchster Vorfertigung und kürzesten Realisierungszeiten.

Digitalisierte Prozesse

Das Geschäft der Kifa AG ist klar auf das B2B-Geschäft gerichtet. Sämtliche Prozesse sind digitalisiert und durchgängig. In diesen Tagen kommt das voll integrierte neue ERP-System in Betrieb. Für die Kunden bedeutet das konkret, dass sie die Kifa-Produkte und Dienstleistungen voll in ihre eigenen Abläufe integrieren können und die Leistungen 24/7 verfügbar sind. Mit dem neu entwickelten Konfigurator wird es möglich, dass der Kunde seine Produkte zukünftig selber designen und das -Know-how rund um die Uhr nutzen kann.

Komplettanbieter für Ladungsträger bei Transport und Lagerung

Das Angebot der Kifa AG orientiert sich klar an den individuellen Bedürfnissen der Kunden. Auf modernsten Produktionsanlagen (inkl. CNC-Technologie) fertigt das Unternehmen Transportkisten, anspruchsvolle Mehrweggebinde und andere Massverpackungen. Ergänzt wird das Angebot mit einem leistungsfähigen und kompetenten Verpackungsservice. Das sehr kompetitive Sortiment an gängigen Paletten und Tauschgeräten, Faltkisten oder auch Kartonagen macht Kifa zum idealen Verpackungspartner. Ein sehr renommierter Stamm von langjährigen Kundenbeziehungen mit den führenden Herstellern von Exportgütern aller Art bilden die solide Basis der Verpackungsspezialisten aus der Ostschweiz. Die Kifa-Spezialisten sehen sich täglich mit neuen Kundenproblemen herausgefordert und überzeugen mit wirtschaftlichen Lösungen für die Kunden. Eine sehr innovative Distributionslösung garantiert, dass die Kifa-Produkte in der ganzen Schweiz innert 24 Stunden beim Kunden sind.

Systembau – die Lösung für wirtschaftliche, nachhaltige Bauten

Die neuen technischen Möglichkeiten erlauben es, immer anspruchsvollere Bauten mit Holz zu realisieren. Die Kifa AG hat sich hier auf vorgefertigte Zweckbauten spezialisiert. Die einmalige Infrastruktur der Kifa AG macht es möglich, dass auch grosse Projekte in Modulbau- oder Elementbauweise in kürzester Zeit und kostengünstig realisiert werden. Eindrückliche Wohnbauten, Schulräume, Industriehallen, Technikcabines und viele weitere Gebäude werden täglich durch die Kifa realisiert. Die Interessenten finden auf der Homepage (www.kifa.ch) einen Überblick von realisierten Projekte.

Haben auch Sie ein Transportproblem zu lösen oder ein neues Bauvorhaben, dann kontaktieren Sie uns unverbindlich. – Das motivierte Team der Kifa AG freut sich über Ihre Anfrage! ■



CNC-Kistenstrasse für Massverpackungen



Massverpackung für Transport von Flugzeugkomponenten



Gewerbesiedlung Fogo Zürich / AOZ / hoffmannfontana architektur



Stauen eines 20' Containers





Eine starke Weltwirtschaft stärkt den Euro

Der Euro ist ein einzigartiges Konstrukt mit sehr eigenem Charakter. Wie jeder prägnante Charakter hat er kontroverse Eigenschaften. Er hat Charakterzüge, die ihn stärken, und solche, die ihn schwächen. Positiv schlägt die Wirtschaftsleistung zu Buche. Viele Regionen sind sehr solide, sodass sich das Währungsgebiet insgesamt sehr gut selbst finanzieren kann – auch in Krisenzeiten. Europa ist nicht wie die USA, Grossbritannien oder andere Defizitländer auf Investitionen aus dem Ausland angewiesen. Ebenfalls positiv zu Buche schlägt, dass die Inflation seit Gründung der Währungsunion immer unter Kontrolle war und kaum Zweifel bestehen, dass es auch so bleibt.

Und trotzdem hat der Euro Schwachpunkte, die teilweise sogar in der Geschichte des Kontinents begraben sind. Über Jahrhunderte war Europa von Kriegen geprägt, ohne dass sich eine zentrale Regierung längerfristig durchsetzen konnte, weshalb es nie zu einer Einheit wurde. Keine gemeinsame Sprache, Religion oder Kultur verbindet den Kontinent in dem Masse, wie es in den Grossmächten USA, China oder auch Japan und Russland der Fall ist. Sogar heute noch, nach der Gründung der Schicksalsgemeinschaft Eurozone, wird an der Schlagkraft der zentralen Regierung zu Recht gezweifelt. Währungspolitisch betrachtet, hängen die Hoffnungen auf Stabilität in der Eurozone an der gemeinsamen Zentralbank. Ihre Politik ist zwar nicht ohne Zweifel, aber immerhin auf die Gemeinschaft und nicht auf Partikularinteressen ausgerichtet.

Was haben diese eher philosophischen Überlegungen mit der Währung, dem Euro, zu tun? Unseres Erachtens sehr viel. Wer den Euro verstehen will, muss den Unterschied zwischen dem Euro und dem US-Dollar, dem Yen, dem Renminbi und anderen grossen Währungen verstehen. Der US-Dollar und vielleicht auch der Renminbi sind von der Hegemonialmacht ihrer Regierungen gestärkt. Die Rolle als Leitwährung des US-Dollars wird aus



Thomas Flury
CIO, Leiter Devisenstrategie
UBS Switzerland AG

diversen Gründen nicht angezweifelt, darunter die militärische Stärke.

Europa strebt diesen Hegemonial-Bonus nicht an und würde ihn in seiner heutigen Form auch nie erreichen. Wir denken, dass der Euro deshalb trotz hervorragender Fundamentaldaten über Jahrzehnte nie richtig aufgewertet hat. Vielen Investoren fehlt die Überzeugung, dass dort das Geld auch in schwierigen Zeiten sicher parkiert ist. Die Eurozone und die Europäische Zentralbank sind einem Spiel interner Machtkämpfe ausgesetzt. Über Jahrzehnte dienten diese Auseinandersetzungen nur dem Zusammenhalt der Region, ohne Highlights der Weiterentwicklung.

Dennoch möchten wir den Euro nicht existenziell hinterfragen. Er ist und bleibt die zweitwichtigste Währung für den Handel und die Finanzmärkte. Die Krisenbewältigung der letzten beiden Jahrzehnte hat gezeigt, dass der Euro gebaut wurde, um zu bleiben, und wir sehen keinen Grund für ein Auseinanderbrechen. Doch angesichts der internen Auseinandersetzungen und der schwachen Zentralregierung müssen wir feststellen, dass der Euro für eine Aufwertung eine starke Weltwirtschaft braucht. Die Exportmaschine muss brummen, damit genügend Geld zum Verteilen vorhanden ist. Je mehr Geld das Wachstum in die Staatskassen spült, desto weniger wird über potenzielle Schwierigkeiten diskutiert und desto besser wertet die Gemeinschaftswährung auf. ■



Zahlungsfähigkeit deutscher Handelspartner in den Blick nehmen

Seit Mai gelten in Deutschland wieder die normalen Insolvenzpflichten. Unternehmen sollten ihre deutschen Geschäftspartner daher engmaschig kontrollieren.

Trotz der Corona-bedingt angespannten Wirtschaftslage ist die Zahl der Unternehmensinsolvenzen 2020 in Deutschland gegenüber dem Vorjahr nochmals um 15,5 Prozent auf 15 841 Fälle gesunken, meldet das Statistische Bundesamt (Destatis). Neben zahlreichen staatlichen Stützungsmaßnahmen ist dafür massgeblich die Aussetzung der Insolvenzantragspflicht verantwortlich. Unternehmen, die aufgrund der Pandemie wirtschaftlich in eine Notsituation geraten sind, mussten unter bestimmten Voraussetzungen erst einmal keine Insolvenz anmelden. Ende April 2021 ist diese Aussetzung endgültig ausgelaufen.

Seit Mai gelten nun wieder die normalen Insolvenzantragspflichten in Deutschland. Demnach müssen Unternehmen, die zahlungsunfähig oder überschuldet sind, wieder Insolvenz anmelden. Noch spiegelt sich die Rückkehr zur Antragspflicht zwar nicht in den Zahlen: Im Mai 2021 haben die deutschen Amtsgerichte laut Destatis 1116 beantragte Unternehmensinsolvenzen und damit knapp 26 Prozent weniger als im Vorjahresmonat gemeldet. Doch weisen die Statistiker des Amtes darauf hin, dass sich die Auswirkungen des Endes der Aussetzung in den kommenden Berichtsmonaten zeigen werden.

Tatsächlich ist zu befürchten, dass die Zahl der Unternehmensinsolvenzen zügig zunehmen wird. Zuletzt erheblich eingetrübte Konjunkturerwartungen, wie sie das Stimmungsbarometer des Zentrums für Europäische Wirtschaftsforschung aufzeigt, könnten den Trend zu mehr Konkursen dabei noch beschleunigen.



Carsten Etmann
Senior Business Consultant
Dun & Bradstreet

Für Unternehmen mit deutschen Geschäftspartnern erscheint daher aktuell wichtiger denn je, deren Zahlungsfähigkeit genau in den Blick zu nehmen. So gilt es, die Bonität von Kunden und die wirtschaftliche Stabilität von Lieferanten eingehend zu prüfen. Dafür sollten Credit Manager ihre Kunden und Einkäufer ihre Lieferanten engmaschig kontrollieren. Dazu lassen sich Bonitäts- oder Kredit-Scores heranziehen. Diese Scores repräsentieren die Wahrscheinlichkeit, mit der Unternehmen ihren Zahlungsverpflichtungen nachkommen können oder Insolvenz anmelden müssen. Sie werden von spezialisierten Dienstleistern bereitgestellt und basieren auf statistischen Modellen. Betrachtet werden Variablen wie beispielsweise Branche, Unternehmensgrösse, wichtige Bilanzdaten oder das Alter der Firma.

Damit bieten Scores eine wichtige Grundlage zur Beurteilung der Zuverlässigkeit von Geschäftspartnern und tragen so dazu bei, eigene Risiken konsequent zu kontrollieren. Ergänzend zu klassischen Scores und Ratings erweist sich gerade in der weiterhin unsicheren Corona-Lage als sinnvoll, weitere Faktoren in die Analyse einzubeziehen. Dazu zählen einerseits Unternehmens- und branchenspezifische Gefährdungssituationen, die sich aus dem regionalen Infektionsgeschehen und Handels- sowie Kontaktbeschränkungen ergeben, andererseits Effekte möglicher staatlicher Stützungsmaßnahmen.

Komfortable Komplettlösungen spezialisierter Datendienstleister wie etwa der Overall Business Impact von Dun & Bradstreet integrieren diese unterschiedlichen Risikofaktoren und bieten den jeweiligen Entscheidern in Unternehmen so eine umfassende Beurteilung der Bonität von aktuellen und potenziellen Geschäftspartnern. ■

Schweizer Warenexporte erneut auf Vorkrisenniveau

In der globalen Industrie herrscht aktuell Knappheit an einigen wichtigen Inputfaktoren. Insbesondere bei Halbleitern, welche unter anderem bei der Produktion von Fahrzeugen zum Einsatz kommen, übertrifft die Nachfrage zur Zeit das Angebot. Des Weiteren sind die Transportkosten für Warengüter teilweise überdurchschnittlich hoch. Trotz den daraus entstehenden Lieferengpässen in den internationalen Wertschöpfungsketten konnten die Schweizer Warenexporte im 2. Quartal 2021 und zu Beginn des 3. Quartals 2021 ihre positive Entwicklung fortsetzen.

Die MEM-Exporte beispielsweise sind im 2. Quartal 2021 wieder auf ihr Vorkrisenniveau geklettert und konnten dieses Niveau auch zu Beginn des 3. Quartals 2021 halten. Dazu trugen insbesondere die starken Wachstumsraten bei den wichtigsten europäischen Abnehmern bei. Aber auch die Exporte in die USA und nach China nahmen weiter zu. Wenngleich die erwähnten Lieferengpässe die Produktion erschweren, bleibt die Stimmung in der globalen Industrie vergleichsweise optimistisch.

Ersparnisse, die während den Lockdowns angehäuft wurden, sowie Unterstützungszahlungen der Regierungen im Zuge der Coronakrise haben die globale Güternachfrage in den vergangenen Monaten angetrieben. In Anbetracht der eingeschränkten Produktion während der Lockdowns wurde diese Nachfrage zu einem wesentlichen Teil über den Abbau der Warenlager bedient. Insofern gilt es nun für die internationale Produktion, die Warenlager wieder zu füllen. Folglich sollte die Entwicklung der Schweizer MEM-Exporte weiterhin positiv verlaufen.



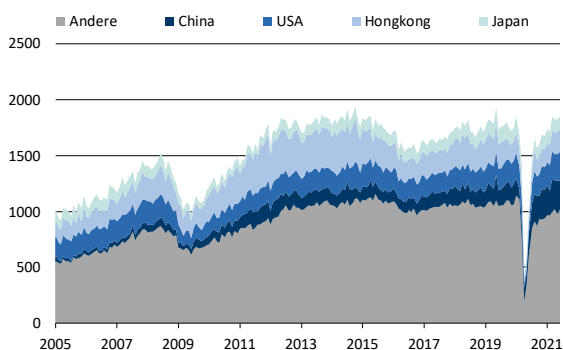
Tiziana Hunziker
Economist,
Bereich Swiss
Macro-Analysis & Strategy
Credit Suisse AG

Auch bei den Uhrenexporten hat das 2. Quartal 2021 eine vollständige Erholung gebracht. Die Ausfuhren legten wieder auf das Niveau aus dem Vorkrisenjahr 2019 zu, und insbesondere China verzeichnet eine starke Nachfrage nach Schweizer Uhren. Während Letztere früher vornehmlich von chinesischen Touristen auf Reisen erworben wurden, finden sie nun aufgrund der Corona-Pandemie vermehrt im Inland einen neuen Besitzer. Zu Beginn des 3. Quartals konnten die Uhrenexporte nochmals zulegen und übertrafen ihr Vorkrisenniveau im Juli 2021 um über 10 Prozent. Die Delta-Variante stellt ein gewisses Risiko dar, das die Nachfrage nach Schweizer Uhrenexporten wieder dämpfen könnte. Dies entspricht jedoch nicht unserem Basisszenario.

Wenngleich die Pharmaindustrie grösstenteils ihrem eigenen Zyklus folgt, darf ihr Beitrag zur Erholung der Schweizer Gesamtexporte im 2. Quartal 2021 nicht unterschätzt werden. Die grösste Zunahme verzeichneten die Pharmaexporte nach Spanien mit einem Plus von 106 Prozent im Vergleich zum Vorjahresquartal. Dies ist wohl auf die Auslieferung von Wirkstoffen für COVID-19-Vakzine nach Spanien zurückzuführen, wo Impfstoffe hergestellt, abgefüllt und schliesslich ausgeliefert werden. Die Nachfrage nach Impfstoffen dürfte weiterhin hoch bleiben – genauso wie der internationale Bedarf an anderen pharmazeutischen Produkten aus der Schweiz. ■

Uhrenexporte: Nachfrage in China hat zugenommen

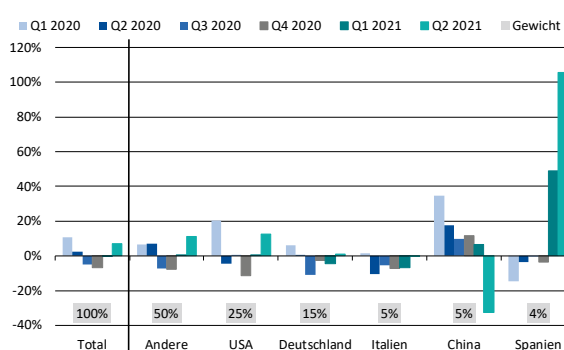
Uhrenexporte in CHF Mio., nach Ländern, saisonbereinigt



Quelle: Eidgenössische Zollverwaltung, Credit Suisse

Pharmaexporte nach Spanien schnellen in die Höhe

Entwicklung der Pharmaexporte ggü. Vorjahresquartal, nach Ländern, saisonbereinigt, und Anteil an Gesamt-Pharmaexporten (2019)



Quelle: Eidgenössische Zollverwaltung, Credit Suisse



Chinas neues Exportkontrollgesetz – Export auf eigene Gefahr?

Chinas Bedeutung als Zugpferd für den internationalen Handel ist beachtlich. So exportierte China im Jahr 2020 Waren im Wert von rund 2,6 Billionen US-Dollar und ist damit mit weitem Abstand vor den USA (1,43 Billionen US-Dollar) und Deutschland (1,38 Billionen US-Dollar) das grösste Exportland der Welt.



Marc Bernitt
Senior Vice President
Customs Europe
Kühne & Nagel Schweiz AG

Ein wenig in den Schatten tritt zuweilen die Tatsache, dass sich China neben den USA und der EU nun ebenfalls in die Riege der Staaten einreihet, die über umfassende Exportkontrollmassnahmen verfügt. So wurde jüngst das bereits bestehende chinesische Exportkontrollgesetz (EKG) vollständig überarbeitet, das nun in der aktuellen Fassung bereits seit dem 1. Dezember 2020 Anwendung findet.

Was ändert sich?

Das neue Recht zur Exportkontrolle richtet sich neben chinesischen Unternehmen und Staatsbürgern auch explizit an ausländische Unternehmen mit Sitz in China.

Dabei stellt das neue EKG darauf ab, Ausfuhrkontrollen einzuführen für «Güter mit doppeltem Verwendungszweck, militärische Güter, nukleare Güter bzw. Technologien und Dienstleistungen». Ebenfalls werden die mit der Aufrechterhaltung der nationalen chinesischen Sicherheit und der nationalen Interessen sowie mit der Erfüllung von Antiproliferations- und anderen internationalen Verpflichtungen im Zusammenhang stehen, mit diesem Gesetz geregelt.

Kontrollierte Güter und vorübergehend kontrollierte Güter unterliegen dem neuen EKG, sofern diese den nachfolgende Handlungen entsprechen:

- **Ausfuhr:** Transfer von kontrollierten Gütern von chinesischem Territorium;
- **Vorgesehene Ausfuhr:** Bereitstellung von kontrollierten Gütern, Technologien oder Know-how durch chinesische Staatsbürger, Organisationen an ausländische Personen oder Organisationen, unabhängig davon, ob diese sich physisch in China oder im Ausland befinden.



- **Durchfuhr oder Umladung** aus oder durch zollkontrollierte Gebiete wie Freizonen, Ausfuhrverarbeitungszone oder Zolllager.
- **Wiederausfuhr:** Die Wiederausfuhr von kontrollierten chinesischen Gütern im Ausland.

Extraterritorialität

Zentrales Element des neuen EKG ist seine extraterritoriale Reichweite. Viele sehen darin einen Ausdruck, dass China den Vereinigten Staaten auch im Bereich der Exportkontrolle auf Augenhöhe begegnen will. Endverwender (und mittelbar Importeure), die entgegen der Vorgaben der Ausfuhrgenehmigung die Endverwendung der ausfuhrbeschränkten Güter ändern oder die Güter ohne Zustimmung der Behörden an Dritte weitergeben, werden auf eine «schwarze Liste» nicht-vertrauenswürdiger Unternehmen gesetzt. Dasselbe Schicksal kann Endverwender und Importeure treffen, wenn sie ganz allgemein «die nationale Sicherheit oder nationale Interessen der Volksrepublik China gefährden».

Das EKG entfaltet dabei eine in ihrer Tragweite bislang kaum abschätzbare extraterritorial angelegte Bestimmung. Sie besagt, dass jede Organisation oder Einzelperson ausserhalb der Volksrepublik China einer nicht näher umschriebenen gesetzlichen Haftung unterliegt, wenn sie gegen die Bestimmungen des EKG verstösst, die nationale Sicherheit oder die nationalen Interessen

Chinas gefährdet und die Erfüllung der Nichtverbreitungsverpflichtungen in Bezug auf einzelne Waffensysteme und andere internationaler Verpflichtungen behindert.

Das neue EKG erweitert die Ausfuhrbeschränkungen aus der Volksrepublik und gibt den Behörden durch unbestimmte Rechtsbegriffe wie «nationale Sicherheit» und «nationales Interesse» einen weiten Ermessensspielraum bei der Anwendung des Gesetzes. Das führt zu einer beachtlichen Rechtsunsicherheit für Ex- und Importeure sowie Endverwender.

Kopferbrechen wird Unternehmen eine zusätzliche Erweiterung bereiten, wonach als ausfuhrbeschränkt auch solche Güter anzusehen sind, von denen der Exporteur weiss oder wissen sollte, dass sie die «nationale Sicherheit» oder das «nationale Interesse» gefährden können. Damit setzt sich ein Unternehmen bereits mit dem fahrlässigen Verkennen eines Sicherheitsrisikos oder einer potenziellen Verletzung chinesischer Interessen im Rahmen eines Exportvorgangs der Gefahr von Sanktionen aus.

Konsequenzen in der Lieferkette/Handlungsbedarf

Hinsichtlich der Wiederausfuhr bestreitet China nun ebenfalls den bereits durch die USA praktizierten Weg der «Extraterritorialität» – der Entfaltung von Anwendung eigener nationaler Gesetze im Ausland. Dieser Punkt ist allerdings in der derzeitigen Fassung noch schwammig und interpretationsbedürftig. So ist nicht eindeutig ersichtlich, in welchem Umfang die Wiederausfuhr kontrollierter chinesischer Güter aus Drittländern einer chinesischen Lizenzierung unterliegen kann.

Schweizer Unternehmen, die am Export, aber auch Import von chinesischen Waren, Technologien und Dienstleistungen beteiligt sind, sind direkt betroffen. Dabei werden sie sich in einem Interessenkonflikt wiederfinden, wenn sie versuchen, sowohl den extraterritorialen Exportkontrollvorschriften der USA als auch denen Chinas gerecht zu werden.

In der Folge wird das Management dieser Lieferketten nun schwieriger mit dem Risiko, vom Zugang zum chinesischen Markt ausgeschlossen zu werden, nun komplexer. Aufgrund der weitreichenden möglichen Marktzugangsbeschränkungen und kostspielige Strafen ist zu empfehlen, die kommerziellen, rechtlichen Voraussetzungen und Einordnung des EKG sorgfältig zu evaluieren. ■



144 Jahre Transport- und Logistikkompetenz

Das Familienunternehmen Hugelshofer aus Frauenfeld darf mit Stolz auf eine 144-jährige Geschichte zurückblicken und gehört damit zu einem der ältesten Transportunternehmen der Schweiz. Das Erfolgsrezept war und bleiben exzellenter Kundenservice, Erkennen neuer Märkte, Innovationsbereitschaft und qualifizierte, motivierte Mitarbeitende.



Martin Lörtscher
CEO
Hugelshofer Gruppe

Am Anfang steht die 1877 von Johann-Caspar Hugelshofer in Frauenfeld gegründete Lohnkutscherei. Der umtriebige Unternehmer beschränkte sich geografisch damals auf den Grossraum Frauenfeld und bediente mit Pferd und Wagen die Kundschaft. Seither hat sich die Hugelshofer-Gruppe zu einem führenden Schweizer Transport- und Logistikunternehmen entwickelt, welches sich auch im europäischen Markt behauptet. Heute stehen der gesamten Gruppe über 200 Nutzfahrzeuge der modernsten Generation zur Verfügung.

Egal ob flüssig, staubförmig, fest oder tiefgefroren – Hugelshofer hat für jedes Transportgut das geeignete Fahrzeug und bringt sämtliche Güter an das gewünschte Ziel.

Mit über 370 Mitarbeitenden bietet Hugelshofer seinen Kunden eine erstklassige Leistung in den Bereichen Transport, Logistik, Recycling und Entsorgung. In der betriebseigenen Fahrschule erfolgt die professionelle Grund- und Weiterbildung des Fahrpersonals.

Als CO₂-reduzierter Betrieb setzt sich die gesamte Hugelshofer-Gruppe aktiv für einen nachhaltigen Umgang mit den Ressourcen ein. Die laufende Erneuerung der Fahrzeugflotte ist nur ein Indikator dafür. Durch die Verwendung und den Einsatz von alternativen Antriebskonzepten wie Erdgas-, Strom oder ab 2022 auch Wasserstoff nimmt Hugelshofer in diesem Bereich europaweit eine Vorreiterrolle ein.

Unter dem Dach der Hugelshofer-Gruppe sind die vier selbstständigen Tochtergesellschaften Hugelshofer Logistik AG, Hugelshofer Recycling AG, Transfood AG, Hugelshofer Services AG vereint.

Um den hohen qualitativen Anforderungen der Lebensmittelindustrie gerecht zu werden, wird am Hauptsitz in Frauenfeld eine moderne Tankwagenreinigungsanlage, welche nach ECD/EFCO-Standard zertifiziert ist, gebaut.

Die Vermietung von beheizbaren 1000-liter-IBC-Lebensmittelcontainern bis hin zum 58 000-liter-Lager-tank runden das Logistikangebot ab. Nebst der Vermietung übernimmt Hugelshofer auch den Transport, die Reinigung und Lagerung von Kunden-IBC-Behältern. Im eigenen Containerterminal werden Wechselbrücken und Überseecontainer effizient umgeschlagen und zwischengelagert. Für Wartung, Unterhalt und ACEP-Prüfung (Bahnprüfung) steht eine moderne Werkstatt zur Verfügung.

Hugelshofer ist nach den Normen ISO 9001:2015/14001:2015/22000:2015 und GDP zertifiziert. ■

Schweizer Geschäftsreisende in Deutschland

Die kulturellen Parallelen zwischen Deutschland und der Schweiz sind gerade in der deutschsprachigen Schweiz offensichtlich. Wir in der Schweiz stellen jedoch fest, dass Deutsche die Eigenheiten der Schweiz und v.a. der Schweizerinnen und Schweizer bei geschäftlichen Terminen wenig zu berücksichtigen scheinen. Doch wie verhält es sich umgekehrt? Roland Birchmeier, CEO bta first travel, hat sich zu diesem Thema mit Momme Schröder, Geschäftsführer der Hamburg Süd Reiseagentur, unterhalten. bta first travel und die Hamburg Süd Reiseagentur sind Teil der ATPI Group, eines Zusammenschlusses führender Geschäftsreiseagenturen weltweit.



Roland Birchmeier
CEO
bta first travel

Wie werden Schweizer Geschäftsreisende von deutschen Geschäftspartnern empfunden? «Generell als sehr gut organisiert, ziemlich anspruchsvoll, qualitätsbewusst und fair», sagt Momme Schröder. «Der persönliche Umgang ist korrekt, verbindlich und in der Tonalität angenehmer als mit manchem deutschen Geschäftspartner. Verhandlungen führt ihr aber unterschiedlich – eine gute Atmosphäre, eine Basis des Vertrauens ist, so denke ich, dem Schweizer wichtiger als dem Deutschen.»



Momme Schröder
Geschäftsführer
Hamburg Süd Reiseagentur

In der Schweiz entsteht oft das Gefühl, wir würden etwas belächelt – gerade aufgrund der für Deutsche niedlichen Sprache resp. des Akzents: «Das kann ich überhaupt nicht bestätigen – das ist letztlich eine Frage des Respekts, aber aus meinem Umfeld kenne ich das «Belächeln der Schweizer» definitiv nicht. Im Gegenteil: Viele Deutsche nehmen die schweizerische Färbung der gemeinsamen Sprache als solid und bodenständig wahr. Zumal wir ja auch wissen, dass die Schweiz viersprachig ist; denn beispielsweise mit den Westschweizern weichen wir oft auf Englisch als gemeinsamen Nenner aus, denn Französisch ist ja auch nicht gerade die

Lieblingssprache vieler Deutschen», meint Momme Schröder mit einem Schmunzeln. «Aber ich denke, ein häufiger Fehler, der sich vermeiden liesse, ist folgender: Deutsche werden oft als hart und schwer zugänglich empfunden. Dem ist aber nicht so – nur, weil man in der Sache hart verhandelt, heisst das noch lange nicht, dass man sein Gegenüber nicht respektiert.»

Was sind die klassischen Missverständnisse? «Es kommt vor, dass einem beim dritten Drink nach dem Abendessen das Du angeboten wird, der deutsche Partner am nächsten Morgen zurück bei der Arbeit aber wieder auf das förmliche Sie wechselt. Diese Unterscheidung wird gemacht. In Deutschland wird einem schon vermehrt das Du angeboten, aber eine ausgesprochene Duz-Kultur, wie ich sie in der Schweiz wahrnehme, haben wir noch nicht. Zudem sind auch Titel deutlich wichtiger. Also lieber ein «Doktor» zu viel verwenden.»

Was ist denn ein No-Go für Deutsche? Nach längerem Überlegen antwortet Schröder: «Natürlich haben wir aufgrund unserer Geschichte im letzten Jahrhundert ein Thema, welches in Deutschland nach wie vor sehr ernst genommen wird – und das absolut zu Recht. Aber ich habe noch nie erlebt, dass dieses Thema in einem Business-Kontext aufgegriffen wurde.»

Und wie kann man in Deutschland punkten? «Seid einfach authentisch, zeigt aufrichtiges Interesse am Gegenüber. Und schmiert niemandem Honig um den Mund. Das erkennen wir schnell und mögen es nicht so sehr», führt er lachend aus. ■

Commerzbank: strategischer Partner für den Export in den Auslandsmarkt Nr. 1 und weltweit

Mit einem Volumen von 89,8 Mrd. CHF ist Deutschland der wichtigste Aussenhandelspartner der Schweiz. Da liegt es nahe, dass Schweizer Unternehmen ihre Exportgeschäfte mit einer deutschen Bank abwickeln, die in der Schweiz präsent ist und zudem die deutsche Unternehmenslandschaft so gut kennt wie kaum ein anderes Institut. Die Commerzbank ist deshalb einer der wichtigsten Partner Schweizer Unternehmen.



Marc Steinkat
CEO
Commerzbank Schweiz

Doch geschätzt wird sie nicht nur wegen ihrer Deutschland-Expertise. Hinzu kommen die Kompetenz und der weltweite Footprint der Commerzbank mit ihren Filialen, Repräsentanzen und Korrespondenzbanken sowie den langjährigen Beziehungen in strategisch wichtigen Märkten wie Asien oder Lateinamerika. Für Schweizer

Unternehmen sind das zentrale Kriterien, denn sie sind sehr stark exportabhängig – das Auslandsgeschäft ist das Herzstück der Schweizer Wirtschaft. Immer öfter übertragen sie der Commerzbank deshalb ihr gesamtes internationales Geschäft.

Die Commerzbank berät ganzheitlich – entlang der kompletten Wertschöpfungskette – und stellt die gesamte Produktpalette zur Verfügung. Grosse Unternehmen und KMUs begleitet sie als internationale Hausbank weltweit – beim klassischen Export, aber auch beim Erwerb ausländischer Unternehmen oder bei Produktionsverlagerungen. Das drückt sich auch darin aus, dass die Commerzbank ein wichtiger Partner der Schweizerischen Exportrisikoversicherung (SERV) ist.

NATCO
A Trans Global company

**FIRST-CLASS PROVIDER
IN LOGISTICS SERVICES**

www.natco.ch

Globally positioned to deliver end-to-end solutions with unique requirements and tight deadlines.

- Air Freight
- Ocean Freight
- Overland
- Aviation Logistics
- Supply Chain Management
- Integrated Logistics



Insolvenzen in Deutschland: Die Rechnung kommt zum Schluss

Sinkende Zahl der Insolvenzen im Jahr 2020 trotz der schwersten Rezession

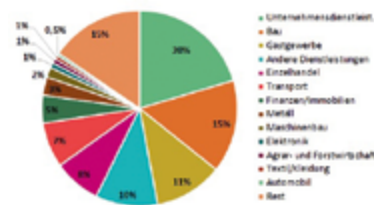
Im Jahr 2020 wurden in Deutschland 15 840 Unternehmen zahlungsunfähig. Dank massiver staatlicher Unterstützung ist das der niedrigste Stand seit 1993 und der stärkste Rückgang (-15,5 Prozent gegenüber 2019) seit 1975. Während die Zahl der Unternehmenspleiten in elf Branchen zurückging, gab es zwei Ausnahmen: Im Metallsektor stiegen die Insolvenzen im vergangenen Jahr um 7,1 Prozent, der Anstieg im Automobilsektor betrug 31,6 Prozent. Die Zuwächse in diesen Branchen haben die Gesamtstruktur der Insolvenzen in Deutschland jedoch nicht verändert: Der Grossteil der Unternehmenspleiten kommt nach wie vor aus den Bereichen Unternehmensdienstleistungen, Bau, Gastgewerbe sowie Einzelhandel und Transport. Auf die Metallindustrie entfielen im Jahr 2020 nur 3 Prozent aller Insolvenzen, auf die Automobilindustrie gerade einmal 0,5 Prozent.



Christiane von Berg
Volkswirtin für Nordeuropa
Coface

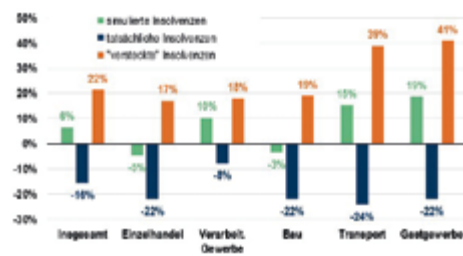
Bis zu 4030 Pleiten in der Pipeline

Laut einer Simulation des Kreditversicherers Coface hätten die Gesamtinsolvenzen im Jahr 2020 auf Grundlage des Konjunkturerinbruchs um 6 Prozent gegenüber 2019 ansteigen müssen. In der Realität sind sie um 15,5 Prozent gesunken. Daher könnte ein Anteil von bis zu 21,5 Prozent (bzw. 4030 Insolvenzen) in der Pipeline stecken und sich noch 2021 bzw. 2022 materialisieren. Das Gros dürfte aus dem Gastgewerbe kommen, wo wir bis zu 660 «versteckte» Insolvenzen erwarten, gefolgt von Transport und Bau mit jeweils bis zu 420, dem verarbeitenden Gewerbe (230) und dem Einzelhandel (190).



Aufschlüsselung Insolvenzen nach Branchen (2020)

(Quellen: Destatis, Coface)



Veränderungen Insolvenzen 2020 zu 2019

(Quelle: Destatis, Coface-Schätzungen)

Insolvenzforderungen: Der Schein trügt

Angesichts der niedrigen Insolvenzzahlen und der massiven staatlichen Stützungsmaßnahmen könnte man meinen, dass Deutschland im Hinblick auf Unternehmenspleiten sehr gut dasteht. Doch der Schein trügt. Denn die reine Zahl gibt keine Auskunft über den wirtschaftlichen Schaden. So berichtet das Statistische Bundesamt, dass sich die zu erwartenden Forderungen aus Insolvenzen im Jahr 2020 auf 43,5 Mrd. Euro summieren. Das ist der höchste Stand seit 2009 und im Vergleich zu 2019 eine Steigerung um 65 Prozent.

Und 2021? Steigender Insolvenzscha-den

Im Vergleich zu den letzten fünf Monaten des Jahres 2020 ist die Zahl der Unternehmensinsolvenzen in den ersten fünf Monaten des Jahres 2021 teils kräftig gestiegen (+14 Prozent). Im Vergleich zum selben Zeitraum des Vorjahres liegen die Insolvenzen noch immer 19 Prozent niedriger. Aussagekräftig ist allerdings weniger die Anzahl der Insolvenzen als vielmehr der Schaden, der dadurch verursacht wird. Das Statistische Bundesamt meldet einen Umfang der Forderungen aus Insolvenzen von fast 27 Mrd. Euro in den ersten fünf Monaten des Jahres 2021. Das sind 96 Prozent mehr als im selben Zeitraum des Vorjahres (vgl. oben), und 2020 war, wie bereits erwähnt, schon das teuerste Jahr seit 2009. Kurzum: Es bleiben zunächst wenige Insolvenzen, aber dafür grosse. ■

Globale Workforce, Lokale Wertschöpfung

Die Knorr-Bremse Rail Systems Schweiz AG in Niederhasli ZH ist die regionale Vertriebsgesellschaft des Knorr-Bremse-Konzerns mit Sitz in München. Mit unserer exzellent ausgebildeten Belegschaft in der Schweiz entwickeln, projektieren und verkaufen wir Produkte und Serviceleistungen in den Märkten Schweiz und Niederlande. Unser Portfolio ist umfassend und beinhaltet Folgendes:

- Systemengineering von pneumatischen und hydraulischen Bremssystemen
- Leittechnik-Systemengineering für Bremssysteme
- Technische und fachliche Beratung
- Mechanische und thermische Bremsberechnungen
- RAMS- und LCC-Analysen (Reliability, Availability, Maintainability, Safety sowie Lifecycle Costs)



- Dokumentation für Geräte und Systeme

Im Service- und Ersatzteilebereich können wir vor Ort beim Kunden oder in unserem Servicecenter folgende Arbeiten vornehmen:

- Inbetriebnahme von Bremssystemen

- Durchführung von Schulungen
- Beratung und Verkauf für Ersatzteilversorgung inklusive Servicekonzept mit Originalteilen in Erstausrüstungsqualität
- Unterstützung bei Fehlersuche und -behebung *on train* und *off train*
- Probezerlegung, Überholung und Reparatur in Topqualität

- Beratung und Projektierung bei Modernisierung und Fahrzeugumbau
- Mehr Sicherheit und Wirtschaftlichkeit durch massgeschneiderte Ersatzteil- und Servicekonzepte
- Schnelligkeit und Flexibilität durch regionale Nähe

Durch die Zugehörigkeit zum Knorr-Bremse-Konzern sind wir international führend in der Herstellung von Systemen für Schienen- und Nutzfahrzeuge. ■



Knorr-Bremse Rail Systems Schweiz AG
Mandachstrasse 50, 8155 Niederhasli
T +41 44 852 31 11
sales.ch@knorr-bremse.com
rail.knorr-bremse.com

Düsen für die Welt – entwickelt und produziert im Herzen der Schweiz

«Geht nicht, gibt's nicht», das ist das Leitmotiv der Jato-Düsenbau AG.

Die meisten Düsen sind kundenspezifisch entwickelte Lösungen für vielfältige Einsatzgebiete – überall da, wo gasförmige und flüssige Medien gezielt versprüht werden sollen.

Jato-Düsen sind keine Massenware, sondern Qualitätslösungen, massgeschneidert für den Nischenmarkt. Die Düsen kommen in der gesamten Welt zur Anwendung, zum Beispiel in der Turbinentechnik, im Kraftwerksbau oder in der Stahlherstellung zur Kühlung von flüssigem Stahl. Aber auch im Maschinenbau und in vielen anderen Branchen wie der Lebensmittelindustrie, der Klimatechnik oder auch in der Pharmaindustrie werden Jato-Düsen eingesetzt. Über 80 Prozent der Düsen werden in über 30 Länder exportiert.



Über 8500 verschiedene Artikel umfasst das Jato-Produktportfolio – von grossen Bauteilen bis hin zu Mikrobauteilen. Auf den Erosionsanlagen lassen sich Mikrobohrungen/-konturen ab 20 µm herstellen. Mehr als die Hälfte der Düsen werden aus Messing hergestellt, rund 40 Prozent aus rostfreiem Stahl bzw. in Nickel-Basis-Legierungen. Die

restlichen 10 Prozent werden aus den unterschiedlichsten Materialien mit den unterschiedlichsten Bearbeitungseigenschaften gefertigt: Titan, Aluminium, Kupfer und verschiedene Kunststoffe. Aber auch Gold und Silber, Hartmetalle oder Saphire werden verarbeitet. Bei Jato wird immer nach neuen Möglichkeiten, Wegen und auch

Technologien für passende Kundenlösungen gesucht. Daher produziert die Firma auch additiv. Kunststoff- und Metall-3-D-Druckanlagen fertigen hochkomplex Düsen in diversen Materialien. Innovativ und interessiert entwickelt und produziert das Hightechunternehmen Düsenlösungen von morgen und macht sehr oft das Unmögliche möglich! ■



Jato-Düsenbau AG

Jato-Düsenbau AG
Täschmattstrasse 23, 6015 Luzern
T + 41 41 269 88 30
info@jato.ch
www.jato.ch

Innovation aus der Schweiz für die Welt

Ypsomed bietet ein umfassendes Spektrum an Technologien und Dienstleistungen für zuverlässige und benutzerfreundliche Injektionssysteme zur Selbstmedikation und zusehends vernetzte Systeme der Therapieunterstützung an. Von der technischen Entwicklung über das Design bis hin zur Herstellung trägt das Unternehmen entscheidend zu Sicherheit und Markterfolg der Produkte bei. Ypsomed vertreibt ihre Produktportfolios unter den Dachmarken mylife Diabetescare direkt an Patienten oder über Apotheken und Kliniken sowie unter Ypsomed Delivery Systems im Business-to-Business-Geschäft an Pharmafirmen.



Nachhaltiges Wachstumspotenzial

Ypsomed profitiert von einem Trend hin zu Medikamenten, die von Patientinnen und Patienten selber verabreicht werden können. Das Spektrum an kundenspezifischen Injektions-Pens reicht von

einfachen Fertig-Pens über Pens mit einstellbarer Dosierung und elektronischer Anzeige bis zu hochkomplexen Injektoren mit multifunktionaler Elektronik und Autoinjektoren. Aufgrund der Entwicklung zu zunehmend komplexeren Medikamenten weitet sich

das Feld der Injektionstherapien laufend aus. Ypsomed arbeitet für Kunden, bei denen Innovation, Qualität sowie die Sicherheit und Zuverlässigkeit der Produkte im Vordergrund stehen. Als globales Unternehmen übernimmt die Ypsomed ihre globale Verantwortung gegenüber ihrem Umfeld sowie ihren Anspruchsgruppen. ■

YPSOMED
SELF CARE SOLUTIONS

Ypsomed AG
Brunnmattstrasse 6, 3401 Burgdorf
T +41 34 424 41 11
info@ypsomed.com
www.ypsomed.com

«Niemand im Team will zum alten System zurück.»

Mark Isler
Geschäftsleiter
Müller + Krempel AG



sap.ch/kmu

Entdecken auch Sie Ihre Branchenlösung.

THE BEST RUN **SAP**

swiss export tag 2021

Auch in diesem Jahr trafen sich mehr als 500 Führungspersönlichkeiten aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik zum aktiven Meinungsaustausch und branchenübergreifenden Dialog. Es standen die Themenbereiche Fokus, Innovation und Fortschritt im Zentrum,

Eröffnet wurde der Anlass von der Ostschweizer Bundesrätin Karin Keller-Sutter. «Die Unternehmen haben in der Coronakrise gelernt, neue Wege zu beschreiten, und sie haben ihre grosse Anpassungs- und Widerstandsfähigkeit einmal mehr bewiesen», erklärte sie zum Auftakt. Im Anschluss folgte die Keynote von Dr. Stephan Sigrist, Think Tank W.I.R.E. zum Thema «Navigating the unknown». Im Panelgespräch mit Mona Vetsch diskutierten danach die Geschäftsführer der drei Hosting Partner Beat Guhl, Sky-Frame AG, Andreas Mühltaler, SERTO Group, und Martin Lörtscher, Hugelshofer Gruppe, über ihre Motivationen und über

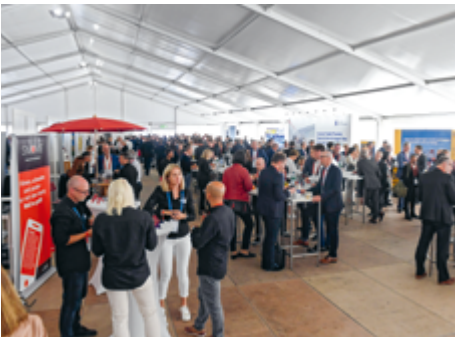
Chancen, die sie wahrgenommen und zum heutigen Erfolg geführt haben.

Neben den jeweils sehr begehrten Firmenbesuchen luden wir erstmals zu sogenannten «Meet-up's» ein. Diese Gesprächsrunden fanden im kleinen Rahmen statt. Stephan Lendi diskutierte mit Hauptmann «Moe» Mattle, Militärpilot, und Dr. Bianca Braun, maxon Group, unter anderem über Opportunitäten und Werte.

Zum Abschluss hat uns Professor em Claude Nicollier in seiner Präsentation auf seine Weltraumexpeditionen mitgenommen und die Frage in den Raum gestellt, ob dereinst wohl Exporte ins Weltall stattfinden werden.

Ein in jeder Hinsicht stimmungsvoller Tag ging mit dem Solo-Livekonzert von Bastian Baker zu Ende.





Main Partner



Main Partner



Premium Partner



Hosting Partner



swiss export Seminare

Einstieg in die Exportabwicklung – Schwerpunkt: Lieferungen in die EU

Zielgruppe Sachbearbeiter/-innen ohne oder mit geringen Vorkenntnissen der Bereiche Export, Distribution und Logistik; Mitarbeiter/-innen internationaler Verkauf

Leitung Dr. Ralf Ruprecht, Berater für Exportorganisation und Zollwesen, Dr. Ruprecht & Partner Unternehmensberatung

4. November 2021, Zürich, 8.30 bis 16 Uhr

23. Februar 2022, Olten, 8.30 bis 16 Uhr

Zollgrundlagen kompakt – Einstieg in die Praxis

Zielgruppe Sachbearbeiter/-innen ohne oder mit geringen Vorkenntnissen der Bereiche Export, Distribution und Logistik; Mitarbeiter/-innen internationaler Verkauf

Leitung Nicolas Csermák, eidg. dipl. Supply-Chain-Manager, Head of Consulting & Coach4Logistics, Rhenus Alpina AG

26. Oktober 2021, Zürich, 8.30 bis 16 Uhr

16. März 2022, Zürich, 8.30 bis 16 Uhr

Warenursprung und Präferenzen – mit Sicherheit bestimmen

Zielgruppe Mitarbeiter/-innen der Bereiche Export, F&E, Einkauf und Logistik, Export- und Verkaufssachbearbeiter/-innen

Leitung Stephan Brugger, eidg. dipl. Exportleiter, selbstständiger Berater für Exportabwicklungsfragen

4. November 2021, Zürich, 8.30 bis 16 Uhr

EU-Verzollung und deren Vorteile

Zielgruppe Mitarbeiter/-innen der Bereiche internationaler Verkauf, Finanz- und Rechnungswesen; Sachbearbeiter/-innen der Bereiche Export, Distribution, Logistik

Leitung Nicolas Csermák, eidg. dipl. Supply-Chain Manager, Head of Consulting & Coach4Logistics, Rhenus Alpina AG

16. November 2021, Zürich, 13.30 bis

17 Uhr

6. April 2022, Zürich, 13.30 bis 17 Uhr

Versand- und Zollpapiere erstellen – Praxisworkshop

Zielgruppe Sachbearbeiter/-innen mit Vorkenntnissen der Bereiche Export, Distribution und Logistik; Mitarbeiter/-innen internationaler Verkauf

Leitung Dr. Ralf Ruprecht, Berater für Exportorganisation und Zollwesen, Dr. Ruprecht & Partner Unternehmensberatung

11. November 2021, Olten, 8.30 bis 16 Uhr

7. April 2022, Zürich, 8.30 bis 16 Uhr

Der präferenzielle Warenursprung – Vertiefungsseminar

Zielgruppe Leitende Mitarbeiter/-innen der Bereiche Export, F&E, Einkauf und Logistik, Export- und Verkaufssachbearbeiter/-innen. Vorkenntnisse im präferenziellen Ursprung werden vorausgesetzt.

Leitung Stephan Brugger, eidg. dipl. Exportleiter, selbstständiger Berater für Exportabwicklungsfragen

25. November 2021, Zürich, 8.30 bis

16 Uhr

MedTech bei Gebrüder Weiss: Logistik im Einsatz für Medizin und Gesundheit

Hochsensible Güter, komplexe Anforderungen: Was auch immer Sie uns anvertrauen, wir bieten Ihnen individuelle Transport- und Logistiklösungen, in einem weltweiten Netzwerk, rund um die Uhr.



gw-world.com/medtech



Incoterms® 2020 –**Inhalt und richtige Anwendung**

Zielgruppe Sachbearbeiter/-innen der Bereiche Export, Distribution, Logistik, Einkauf und Beschaffung, Mitarbeiter/-innen internationaler Verkauf

Leitung Nicolas Csermák, zertifizierter Incoterms®-2020-Trainer (ICC Germany), eidg. dipl. Supply-Chain-Manager, Head of Consulting & Coach4Logistics, Rhenus Alpina AG

30. März 2022, Zürich, 8.30 bis 12 Uhr

Export-Know-how –**für die tägliche Praxis**

Zielgruppe Sachbearbeiter/-innen der Bereiche Export, Distribution und Logistik; Mitarbeiter/-innen internationaler Verkauf

Leitung Dr. Ralf Ruprecht, Berater für Exportorganisation und Zollwesen, Dr. Ruprecht & Partner Unternehmensberatung

24. März 2022, Zürich, 8.30 bis 16 Uhr

Akkreditive – einwandfreie Abwicklung

Zielgruppe Exportsachbearbeiter/-innen; Mitarbeiter/-innen der Bereiche internationaler Verkauf, Finanz- und Rechnungswesen

Leitung Dr. Ralf Ruprecht, Berater für Exportorganisation und Zollwesen, Dr. Ruprecht & Partner Unternehmensberatung

28. Oktober 2021, Zürich, 8.30 bis 16 Uhr

4. Mai 2022, Zürich, 8.30 bis 16 Uhr

**Transportrisiken richtig einschätzen und minimieren
Praxisworkshop**

Zielgruppe Exportlogistiker/-innen, Sachbearbeiter/-innen der Bereiche Export, Distribution, Einkauf und Beschaffung, Mitarbeiter/-innen aus Spedition und Produktion

Leitung Carl Ziegler, CEO T-LINK, themenspezifisch ergänzt durch Fachreferenten

2. November 2021, Bassersdorf, 13.30 bis 17 Uhr, anschliessend Apéro

Kosten und Anmeldeöglichkeit

1 Tag

Mitglieder CHF 680.–, Nichtmitglieder CHF 780.–

½ Tag

Mitglieder CHF 320.–, Nichtmitglieder CHF 420.–

Anmelden

Ein Online-Anmeldeformular sowie detaillierte Informationen finden Sie unter www.swiss-export.com



Damit Sie auch zwischen den einzelnen Ausgaben des **swiss export Journals** aktuell informiert sind!

Folgen Sie uns auf



Abonnieren Sie den wöchentlichen **swiss export-Newsletter** zu Themen und Trends rund um den Aussenhandel.

Besuchen Sie uns an den **Veranstaltungen und Seminaren**.

Mehr Informationen finden Sie auf swiss-export.com.



**swiss
export**

Wissen erschliesst
Märkte.

Intensivkurs Exportabwicklung und -technik

4-Tages-Kurs mit Abschlusszertifikat

Die effiziente und korrekte Abwicklung der Exportaufträge ist eine bedeutende und äusserst wichtige Aufgabe innerhalb der Exporttätigkeit eines Unternehmens. Die Anforderungen an die Qualität der arbeitstechnischen Abläufe werden zudem vielschichtiger und anspruchsvoller; eine gut funktionierende Organisation der Versandabwicklung mit entsprechend ausgebildeten Mitarbeiter/-innen entwickelt sich immer mehr zu einem eigentlichen Konkurrenzvorteil. Dieses Know-how gilt es zu pflegen.

Dieser Kurs vermittelt praxisgerecht und intensiv das für eine effiziente Versandabwicklung notwendige Fachwissen. Das erarbeitete fundierte Grundwissen in den Bereichen Exportabwicklung und -technik soll in der täglichen Praxis unmittelbar umgesetzt werden können. Dadurch werden Sicherheit und Effizienz bei der Exportabwicklung gewährleistet.



Schwerpunkte

Anhand von praxisnahen Übungen und unter Verwendung von Originalunterlagen werden die Teilnehmenden Schritt für Schritt mit den wichtigsten Vorgängen und Arbeitsabläufen vertraut gemacht; zusätzliche Übungen helfen mit, das gewonnene Wissen zu vertiefen und anhand von konkreten Beispielen zu erproben. Die Anwendung des Gelernten wird anhand von Fallstudien geübt und vertieft. Im Rahmen des Kurses besteht die Möglichkeit, dem Referenten firmenspezifische Exportfragen zu stellen.

- Einführung (2 Lektionen)
- Präferenzieller Warenursprung (4 Lektionen)
- Nichtpräferenzieller Warenursprung (1 Lektion)

- Lieferbedingungen: Incoterms® 2020 (6 Lektionen)
- Zahlungsbedingungen (4 Lektionen)
- Zollformalitäten (5 Lektionen)
- Versand- und Exportformalitäten (2 Lektionen)
- Übungen zur Exportabwicklung/Fragen (5 Lektionen)
- Schriftliche Abschlussprüfung, fakultativ (2 Lektionen)

Termine 2021

15. bis 18. November 2021, Olten

Termine 2022

24. bis 27. Januar 2022, Zürich
 7. bis 10. März 2022, Olten
 9. bis 12. Mai 2022, Zürich
 20. bis 23. Juni 2022, Zürich
 19. bis 22. September 2022, Zürich
 7. bis 10. November 2022, Olten

Dauer

4 Tage jeweils von 8.30 bis 17.00 Uhr

Kosten

Mitglieder CHF 2300.–
 Nichtmitglieder CHF 2600.–
 Abschlussprüfung CHF 200.–

5 % Firmenrabatt ab der zweiten Anmeldung pro Jahr.

Anmeldung unter swiss-export.com

Rückblick Business Family Forum 2021

In den vergangenen Monaten haben wir gelernt, was Veränderung bedeutet. Nicht nur der rasante technologische Fortschritt, sondern auch das veränderte Verhalten der Menschen haben neue Chancen eröffnet. Covid-19 hat eine Entwicklung beschleunigt, die schon lange begonnen hat. Transformation wird eine Daueraufgabe bleiben, weshalb Innovation Teil der DNA jedes Unternehmens sein muss.

Unternehmerfamilien haben sich am diesjährigen Business Family Forum bei FELFEL getroffen und über Veränderung, Trends und Nachhaltigkeit diskutiert. Wie sehen zukünftige Lösungsansätze aus? Was macht starke Teams aus? Welche Innovationen tragen zu höherer Effizienz und zu Wachstum bei? Die Bedeutung von neuen Denkansätzen, flexibler Zusammenarbeit, Vertrauen und

Wertschätzung, so das Fazit, sind wichtiger denn je. Vertrauen, Ehrlichkeit und Dankbarkeit sind Werte, die wieder an Bedeutung gewonnen haben.

Von der Idee, einen intelligenten Kühlschrank zu entwickeln und damit den Mitarbeitenden gesunde Ernährung am Arbeitsplatz anzubieten, bis zum Zukunftsausblick «Ernährung im Jahr 2030 – Symbiose zwischen Genuss und Rücksicht» diskutierten Führungsteams und teilten Referent*innen ihre Erfahrungen und Erkenntnisse mit den anwesenden Gästen. Nach der Firmenbesichtigung wurde dann so richtig aufgetischt. Das Networking Dinner stand ganz unter dem Motto FELFELicious. Kulinarische Leckerbissen liessen die grossen Herausforderungen vergessen. Es war rundum ein Genuss.



Autonomer Reinigungsroboter für den Weltmarkt



Das Schweizer Tech-Unternehmen KEMARO AG hat vor drei Jahren weltweit den ersten autonomen Trockenreinigungsroboter für den industriellen Einsatz auf den Markt gebracht – den «K900». Das Unternehmen aus Eschlikon TG revolutioniert mit der autonomen Lösung den Reinigungsmarkt für Flächen in Industrie und Gewerbe – betreffend Gesundheitsschutz, ökologische Nachhaltigkeit und Kostenersparnis.

Reduktion der Staubbelastung

In Industrie- oder Logistikbetrieben ist Feinstaub eine ernst zu nehmende Herausforderung – für Produktionsanlagen, Produkte, aber auch für die Mitarbeitenden. Der Reinigungsroboter bietet hier die Lösung: Im K900 ist ein Filter der Staubklasse M eingebaut. Bei maximaler Staubabsaugungsleistung gelangen ca. 3,5 m³ Luft pro Minute durch den Filter. Bei täglich elf Betriebsstunden ergibt das ein gefiltertes Luftvolumen eines ganzen Schwimmbeckens bei den Olympischen Spielen. Weitere erfreuliche Nebeneffekte: Durch die niedrige Staubkonzentration wird der Verschleiss von Maschinenteilen der Intralogistik minimiert. Und der Staub lagert sich weder auf gelagerten Paketen noch auf anderen Produktionsgütern nieder.

Ökologisch und vergleichsweise wartungsarm

Der vollautonome Kehrsaugroboter reinigt Industrieböden nachhaltig ohne Chemikalien und Wasser. Das ist beachtlich – nicht nur in Bezug auf die reduzierten Wartungsarbeiten, sondern auch aus ökologischen Aspekten. Auch der Technologiefond des Bundes würdigte diese Anstrengungen und unterstützt die KEMARO AG seit diesem Frühjahr mit einer Kreditbürgschaft. Damit gehört das Tech-Unternehmen zu einer exklusiven Gruppe von rund hundert Schweizer Firmen, die der Bund wegen ihrer Bestrebungen zur Verminderung von Treibhausemissionen belohnt.

Reinigungskosten halbieren

Der Arbeitsaufwand für die Reinigung von Industriehallen kann durch den Einsatz des Trockenreinigungsroboters ebenfalls minimiert und die Arbeitszeit in wertschöpfende Tätigkeiten investiert werden. Eine Marktanalyse zeigte, dass die konventionelle Reinigung eines Quadratmeters Lagerfläche etwa fünf Franken pro Jahr kostet. Mit dem K900 können diese Kosten mindestens halbiert werden. Der Kaufpreis des Roboters ist in praktisch allen Fällen in weniger als einem Jahr amortisiert. Hinzu kommt: In einigen exportorientierten Unternehmen werden Lagerflächen nur unter höchsten Sicherheitsanforderungen gereinigt. Hier bietet der K900 eine interessante, kostengünstige Alternative.

KEMARO AG | Bahnhofstrasse 55 | 8360 Eschlikon | Tel. +41 71 540 6298 | info@kemaro.ch

Titel

swiss export Journal

Ausgabe

4. Quartal 2021, 61. Jahrgang

Erscheinungsweise

4-mal jährlich

Auflage

25'000

Umfang

40 Seiten

ISSN

1661-3295

Herausgeber

swiss export
Verband/Association

Anzeigenverkauf

Dora Lüdi
luedi.dora@bluewin.ch

Peter Wissmann

peter@peterwissmann.com

Abonnements

Weltweit erhältlich Abonnements für ein Jahr zu CHF 60.-/EUR 50.-/USD 65.- oder für drei Jahre zu CHF 150.-/EUR 124.-/USD 162.-
(bei Auslandabonnements zzgl. Porto)

Produktion

Effingermedien AG, 5201 Brugg
Ein Mitglied der Schellenberggruppe
www.schellenberggruppe.ch

Redaktion, Konzept, Design

swiss export Journal
Staffelstrasse 8, 8045 Zürich
Telefon 044204 34 84
redaktion@se-journal.com

Sybille Amstutz

Claudia Moerker

Geschäftsstelle, Vorstand

swiss export
Verband/Association
Staffelstrasse 8
8045 Zürich
www.swiss-export.com

Geschäftsleiterin

Claudia Moerker

Die Beiträge geben die Ansichten der jeweiligen Verfasser wieder und verpflichten nur diese. Wiedergabe von Artikeln und Bildern nur mit ausdrücklicher Genehmigung der Redaktion. Für unverlangte Zusendungen wird keine Haftung übernommen.



**Wir sorgen dafür, dass
sich Käufer und Verkäufer
im Import-/Exportgeschäft
sicher fühlen.**

Sie wollen neue Märkte erschliessen? Mit unseren erfahrenen Aussenhandels-
spezialisten und unserem erstklassigen internationalen Korrespondenz-
bankennetz kommen Sie schneller und leichter ans Ziel. Kontaktieren Sie uns:
Telefon +41 44 292 87 15, E-Mail international@zkb.ch.

zkb.ch/handelsfinanzierungen

 **Zürcher
Kantonalbank**

myDHLi

YOUR ONE-STOP PORTAL TO EXCELLENCE IN DIGITAL TRANSPORT LOGISTICS.



Boost your collaboration with customers, colleagues and partners.

FOLLOW + SHARE

myDHLi takes collaboration in the shipping industry to the next level by simplifying information sharing. Our portal connects and collects all your shipping data in one place, making it easy for you to follow your shipments and share the information with your customers, colleagues and partners. We give you full control.

NOTIFICATIONS

myDHLi informs proactively about all major shipment milestones. It sends automatic notifications regarding significant changes to all stakeholders who follow shipments in myDHLi and, thus, reduces your daily workload. We know how important control is. That's why we make sure you are always in the loop.

HOW YOU BENEFIT FROM myDHLi:

- Easy to use
- Fast and accurate information at all times
- Full visibility over your shipments
- Allows collaboration on all levels with FOLLOW + SHARE function

mydhli.com

**Interested? Please do not
hesitate to contact your
DHL representative today!**

