



Export- wirtschaft – quo vadis? Fokus USA

Dr. Stephan Wartmann

08 Flexible Antworten auf harte Handels- grenzen

Marianne Bregenzer

12 USA-Export neu denken: Standorte und Lieferkette

Marc Bernitt

15 Tariffs – Word of the Year Umgang mit der neuen Zollwelt



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



* Euromoney Trade Finance Survey: Best Trade Finance Bank Switzerland 2025

Exportwirtschaft – quo vadis

Fokus USA

3 EDITORIAL

5 STATEMENT
Dr. Rahul Sahgal
CEO Swiss-American Chamber
of Commerce

SCHWERPUNKT

- 6 Essentials when doing business
in the USA
- 8 USA: Flexible Antworten auf harte
Handelsgrenzen
- 10 Go West: Auf Umwegen nach
New Jersey

EXPERTENWISSEN

12 USA-Export neu denken:
Standorte und Lieferkette

FOREIGN TRADE FACTS

- 15 ZOLLWISSEN KOMPAKT
Tariffs – Word of the Year
Über den Umgang mit der neuen
Zollwelt
- 16 EXPORTBAROMETER
Schweizer Wirtschaft verliert
an Dynamik

BUSINESS EXCELLENCE

- 17 MWST und Sales Tax bei digitalen
Leistungen Schweiz–USA
- 18 swiss ecomove: Gutes Design
muss langlebig sein – sonst ist es
kein gutes Design

MITGLIEDER IM FOKUS

19 AKA Ausfuhrkredit-
Gesellschaft mbH
JK Development GmbH

AKTUELL

- 20 swiss export Veranstaltungen
- 24 swiss export Weiterbildung

US-Strafzölle setzen KMU unter Druck – Widerstand formieren

Liebe Leserinnen, liebe Leser

Die Weltwirtschaft ist im Umbruch. Protektionistische Tendenzen, Handelskonflikte, instabile Lieferketten und geopolitische Spannungen prägen zunehmend das Umfeld für international tätige Unternehmen. Gerade für Schweizer Exporteure, die stark mit den USA verflochten sind, stellen neue Zölle und politische Unsicherheiten eine besondere Herausforderung dar. Der «Zoll-Hammer» aus Washington trifft auch KMU, die sich traditionell flexibel und anpassungsfähig verhalten. Umso wichtiger ist es, jetzt zusammenzustehen und Partnerschaften zu stärken – im Inland ebenso wie über Grenzen hinweg.



Claudia Moerker
Geschäftsleiterin

Sybille Amstutz
Redaktionsleiterin

Wie können Schweizer Unternehmen die neuen Spielregeln verstehen, Risiken managen und Chancen nutzen? Erfahren Sie im Schwerpunktthema mehr über den Umgang mit der aktuellen Situation im amerikanischen Markt. Und in unserem Fachdialog «Brennpunkt US-Aussenhandelspolitik» geben Expert*innen konkrete Antworten. Weitere Informationen finden Sie auf unserer Website.

Unsere diesjährige Mittelstandstudie, die wir gemeinsam mit Kearney, dem Swiss Institute for Global Affairs und Endress+Hauser durchgeführt haben, zeigt deutlich: Geopolitik wird von immer mehr Firmen nicht nur als Risiko, sondern auch als Treiber wahrgenommen. «Navigieren im globalen Sturm» lautet der programmatische Titel der Studie. Am 12. November 2025 stellen wir die Ergebnisse der Mittelstandstudie 2025 vor und führen interessante Diskussionen mit CEO und Inhaber*innen von Schweizer KMU. Wir laden Sie herzlich dazu ein.

swiss export unterstützt Sie mit praxisnaher Weiterbildung, aktuellen Analysen und einem starken Netzwerk. Unser Angebot reicht von kompakten Seminaren bis zu vertieften Programmen für Führungspersonlichkeiten im Aussenhandel. Das Seminarprogramm sowie die Daten der Academy 2026, der Weiterbildung für Führungskräfte im Aussenhandel, sind auf unserer Website aufgeschaltet.

In Zeiten globaler Unsicherheit gilt mehr denn je: Gemeinsam navigieren wir sicherer durch den Sturm – und machen aus Herausforderungen neue Chancen für den Schweizer Export.

Herzlich

Claudia Moerker
Geschäftsleiterin

Sybille Amstutz
Redaktionsleiterin

Wie das AAA-Rating der Schweiz zum Verhandlungsvorteil für Schweizer Exporteure wird

Mit der Schweizerischen Exportrisikoversicherung SERV als Partnerin profitieren internationale Grossprojekte vom AAA-Rating der Schweiz und damit von günstigeren Finanzierungskosten.

Wenn es um den Zugang zu den besten Finanzierungsbedingungen für Infrastrukturprojekte geht, hat man mit der Schweizerischen Exportrisikoversicherung SERV einen klaren Verhandlungsvorteil. Carsten Böhler und sein Team sind Experten für komplexe Projektfinanzierungen und den Zugang zu internationalen Grossprojekten. Im Interview erläutert er, wie die SERV internationale Player, Generalunternehmen und Schweizer KMU zusammenbringt – und wie sie zum Ass im Ärmel für Schweizer Exportunternehmen werden kann.

Herr Böhler, Sie leiten das Team «Projektfinanzierung und Infrastruktur» bei der SERV. Was bedeutet das konkret?

Wir beraten, strukturieren und versichern komplexe Infrastrukturprojekte im Ausland.

Welche Projekte stehen im Fokus?

Wir schauen besonders auf den Infrastrukturbereich und auf jene Sektoren, in denen die Schweizer Exportwirtschaft stark ist, zum Beispiel bei Mobilitätslösungen, der Wasseraufbereitung oder bei Energielösungen. Solche Projekte werden in der Regel von Generalunternehmen – sogenannten EPCs, was für «Engineering, Procurement and Construction» steht – umgesetzt.

Woher stammen diese EPCs?

Damit die SERV ein Projekt im Ausland versichern kann, muss das EPC, oder eine Filiale des Unternehmens, in der Schweiz angesiedelt sein. Tatsächlich hat unser Angebot in der Vergangenheit dazu geführt, dass sich internationale EPCs in der Schweiz niedergelassen haben.

Was überzeugt EPCs, sich in der Schweiz anzusiedeln?

Überraschenderweise wegen finanziellen Überlegungen. EPCs müssen ihren Auftraggebern oft auch eine attraktive Finanzierung bieten, um den Zuschlag für ein Projekt zu erhalten. Mit einer SERV-Versicherung ist genau das möglich. Da die SERV vom AAA-Rating der Schweiz profitiert, wird das Risiko für Kreditgeber deutlich reduziert – und durch diese Risikoeinstufung wird die Finanzierung günstiger.

Wie funktioniert das konkret?

Normalerweise prüft die Bank die Bonität des Käufers. Wird der Kredit jedoch durch die SERV abgesichert, geht das Risiko auf uns über. Aufgrund des AAA-Ratings stufen Banken das Risiko als minimal ein – das senkt die Finanzierungskosten für den Käufer deutlich. Damit einher geht aber auch, dass das EPC einen signifikanten Teil des Projektes aus der Schweiz sourcen muss. Die Schweizerische Wertschöpfung ist Voraussetzung, damit Exportgeschäfte als förderungswürdig im Sinne des SERV-Gesetzes gelten und um versichert werden zu können.

Ein klarer Verhandlungsvorteil für Schweizer Exporteure?

Absolut. Exportkreditversicherungen wie jene der SERV sind oft entscheidend, um internationale Projekte überhaupt finanzierbar zu

machen. Sowohl das exportierende Unternehmen als auch der Käufer profitieren vom AAA-Rating – und damit von besseren Finanzierungsmöglichkeiten und -konditionen.

Das heisst, Schweizer Exporteure können ihren Kunden eine bessere Finanzierung mitliefern?

Genau. Dank der SERV können Exporteure ihren ausländischen Kunden wettbewerbsfähige Finanzierungsmöglichkeiten anbieten. Das kann entscheidend sein, denn es ermöglicht dem Kunden, die Kosten für Produkte oder Dienstleistungen zu decken, ohne sich finanziell zu überfordern.



Was spricht für eine Zusammenarbeit mit Schweizer Unternehmen?

Zum einen bietet der Schweizer Markt hochwertige Produkte für EPCs. Zum anderen geniessen Schweizer Unternehmen internationalen Ruf, Projekte verlässlich und im Kostenrahmen abzuschliessen – «on time, on budget», wie man sagt.

Wie finden EPCs geeignete Unternehmen?

Dabei unterstützen wir aktiv. Gemeinsam mit Schweizer Verbänden und Partnerorganisationen identifizieren wir die für das Projekt passenden Unternehmen und bringen sie mit EPCs in Kontakt. Das ist auch der Kern unserer Pathfinding-Strategie: Schweizer KMU sollen besseren Zugang zu internationalen Grossprojekten erhalten.

Welchen Tipp geben Sie Schweizer Exporteuren mit auf den Weg?

Seien Sie offen für Projektanfragen und neue Märkte – auch wenn diese zunächst ausserhalb Ihrer Komfortzone liegen. Scheuen Sie sich nicht vor grossen internationalen Vorhaben. Es gibt Partner, die Sie begleiten. Nutzen Sie Ihre Chancen, wenn sie sich bieten.



Erfahren Sie mehr über die SERV

www.serv-ch.com/pathfinding-strategie

39 Prozent sind längerfristig nicht tragbar

Am 7. August trat ein Zollsatz von 39 Prozent auf alle nicht ausgenommenen physischen Güter in Kraft, die aus der Schweiz in die Vereinigten Staaten exportiert werden. Die Einführung eines 39-Prozent-Zusatzzolls auf Schweizer Produkte hat viele international tätige KMU überrascht und trifft vor allem stark exportorientierte Branchen wie die MEM-Industrie, die Medizinaltechnik, Uhren und verarbeitete Agrarprodukte, um einige zu nennen.

Nach Angaben des Staatssekretariats für Wirtschaft (SECO) sind derzeit etwa 10 Prozent der Schweizer Warenexporte von den US-Zusatzzöllen betroffen. Die im Anhang II aufgeführten Waren sowie Pharmaprodukte sind von der Massnahme ausgenommen. Allein auf Pharmaprodukte entfallen mehr als 60 Prozent der Schweizer Warenexporte in die Vereinigten Staaten. Dienstleistungen sind ebenfalls nicht direkt betroffen.

Je nachdem können strukturelle Faktoren die Auswirkungen mildern. Unternehmen, die können, stellen um und bedienen den US-Markt von den Vereinigten Staaten aus selbst oder von Drittländern mit günstigeren Zollbedingungen (z. B. der EU oder Japan). Produkte können teilweise in Software (Dienstleistungen) und Hardware aufgeteilt werden. Einige Unternehmen haben in den USA ausreichende Lagerbestände für mehrere Monate aufgebaut, während andere von einem Quasimonopol profitieren. Es ist wichtig zu beachten, dass Zölle auf den Zollwert und nicht auf den Verkaufspreis berechnet werden. Schliesslich bleibt die geografische Diversifikation, die durch das breite Netz von Schweizer Handelsabkommen ermöglicht wird.

Für Unternehmen, die nicht ausgenommene physische Güter direkt aus der Schweiz in die Vereinigten Staaten exportieren, ist ein Zollsatz von 39 Prozent jedoch langfristig nicht tragbar. Einige haben den Export bereits eingestellt. In der Schweiz leiden Regionen mit einem grossen Industrieanteil und einem bedeutenden US-Exportanteil am meisten.

Was den derzeit ausgenommenen Pharmasektor betrifft, bleibt die Unsicherheit aufgrund der laufenden Untersuchungen zur nationalen Sicherheit gemäss Section 232 zu Pharmaprodukten und Executive Order der Trump-Regierung zur Preisgestaltung für verschreibungspflichtige Medikamente (*Most-Favored-Nation Prescription Drug Pricing Executive Order*) bestehen.



Dr. Rahul Sahgal
CEO
Swiss-American Chamber
of Commerce

In der Schweiz haben Bürokratie und Regulierung in den letzten zehn Jahren signifikant zugenommen. Das hindert das Wirtschaften und wirkt wie eine versteckte, zusätzliche Steuer, welche die Unternehmen und die Bevölkerung belasten. Zusätzliche Regulierungen erfordern zusätzliche Personen in der Verwaltung, die deren Einhaltung überwachen. Und so weiter.

Darüber hinaus muss die Umsetzung der OECD-Mindeststeuer sowohl auf nationaler als auch auf europäischer Ebene überprüft werden, da sie europäische Unternehmen gegenüber US-amerikanischen, chinesischen und anderen globalen Konkurrenten erheblich benachteiligt. Prosperität kommt auch von Innovation. Die Schweiz muss unbedingt ihre Technologieoffenheit behalten, um weiterhin führend in Zukunftsbereichen wie Robotik, Mikroelektronik und künstlicher Intelligenz zu sein. Die Hoffnung ist, dass dieser 39-Prozent-Schock als Katalysator für Reformen wirkt – Reformen, die in unseren eigenen Händen liegen.

Wie geht es nun weiter in der Zolldiskussion mit den USA? Die gemeinsamen Gespräche wurden wieder aufgenommen mit dem Ziel, eine dauerhafte Senkung der Zollsätze für Schweizer Waren zu erreichen. Die Schweiz hat ihr Angebot an die Vereinigten Staaten «optimiert», und nun wird es verfeinert. Ob und wann das zu niedrigeren Zöllen führt, ist ungewiss – ich für meinen Teil werde mich mit Prognosen zurückhalten.

Die Schweizerisch-Amerikanische Handelskammer hat 1500 Mitglieder. 70 Prozent sind Schweizer Firmen, 30 Prozent amerikanische Unternehmen jeglicher Grösse und ohne sektorspezifischen Fokus. Unsere Mission ist es, diese multinationalen Unternehmen zu unterstützen und sicherzustellen, dass die Schweiz der führende Standort für Schweizer, US-amerikanische und globale Investitionen bleibt. Wir konzentrieren uns darauf, die starken Wirtschaftsbeziehungen zwischen der Schweiz und den Vereinigten Staaten zu fördern. Wir setzen uns für vorteilhafte Rahmenbedingungen ein und verfolgen die zentralen Entwicklungen in den Bereichen Steuern, Handel und internationale Politik. ■



Essentials when doing business in the USA

Im Zuge der Anpassung der Einfuhrzölle durch die USA auf Warenimporte aus der Schweiz ist es essenziell, die Auswirkungen dieser Regelungen auf Produkte und Lieferketten richtig einzuschätzen. Für im US-Geschäft tätige Unternehmen ist das eine mehrdimensionale Knacknuss mit einer nicht zu unterschätzenden Komplexität und einem erheblichen Schadenspotenzial bei Nichtbeachtung der geltenden Regeln und Verordnungen. Dennoch sind die USA nach wie vor ein vielversprechender Markt. Im Umgang mit den derzeit dynamischen Rahmenbedingungen sind Ausdauer und Kreativität die wesentlichen Treiber für eine erfolgreiche und auf Langfristigkeit ausgerichtete Marktpräsenz.



Andreas Roos
Head Global Instrumentation
Business, Rittmeyer AG
und Partner
SwissCommunicators AG

Die Veränderungen bei den Einfuhrzöllen war für viele Schweizer Firmen eine Überraschung, denn in den vergangenen Jahrzehnten verlor das Thema Zoll durch die fortschreitende Globalisierung der Wirtschaft mehr und mehr an Relevanz und spielte bei der Entscheidungsfindung und bei der Erarbeitung von Vertriebs- und Beschaffungsstrategien kaum noch eine Rolle. Das hat sich nun fundamental geändert. Firmen müssen innerhalb kürzester Zeit herausfinden, inwiefern sie selbst oder ihre Kunden und Lieferketten von den neuen Tarifen und Regeln betroffen sind.

Befähigung – Schlüssel zum Erfolg im US-Geschäft
Anerkanntermassen ist Aussenhandel keine genaue Wissenschaft, das trifft ebenfalls auf den Umgang mit den veränderten Zöllen bei Exporten in die USA zu. Bis anhin stand beim Aufbau und bei der Erschliessung des US-Markts durch Schweizer Firmen das Produkt sowie dessen Vertriebskonzept im Vordergrund und weniger die Anpassung der internen Prozesslandschaft auf den neu erschlossenen Markt.

Die nun laufend sich verändernden Rahmenbedingungen verlangen von international tätigen Firmen, ihre Prozesse hinsichtlich aussenhandelsrelevanter Themen zu analysieren und entsprechend auszurichten. Awareness und Befähigung auf allen Stufen werden zum entscheidenden Erfolgsfaktor, denn oberflächliche Abklärungen, unvollständige Informationen, fehlende Nachweise sowie Versäumnisse bei der Entscheidungsfindung und der Akquise summieren sich zu einem nicht tragbaren wirtschaftlichen Risiko und generieren ein hohes Frustrationspotenzial bei allen involvierten Stellen und Personen.

Unterschiedliche Rechtssysteme, Normen und Zulassungsbedingungen, der Dollar als Leitwährung sowie Business Practices und umfassende Vertragsdokumente samt Annexes sind wesentliche



Eigenheiten des US-Geschäfts. Ein grundlegendes Verständnis und Bewusstsein hierfür sichern nicht nur den Erfolg, sondern schaffen auch Rechtssicherheit.

In der Praxis sind der Aussenhandel und speziell der Export sowie die damit zusammenhängenden administrativen Aufgaben nach wie vor häufig auf Stufe Auftragsadministration angesiedelt und im Managementsystem nur ungenügend abgebildet. Bezogen auf das US-Geschäft ist das mittlerweile ein nicht mehr tragbarer Umstand, was sinngemäss eigentlich für alle Aussenhandelsgeschäfte gilt.

Fit for USA – Erreichen eines hohen Reifegrads

Geht eine Firma in die USA oder generell in ausländische Märkte, muss das Managementsystem samt all seinen Prozessen und dem internen Kontrollsystem so gestaltet sein, dass mit einem prozessbasierten und wirksamen Import- und Export-Controlling die Einhaltung von Normen, Regeln und Gesetzen im Zielland auf allen Stufen und in allen betroffenen Organisationseinheiten jederzeit und nachweislich sichergestellt ist. Das ist die wirksamste Abwehr vor Versäumnissen und Vergehen und möglicherweise daraus resultierenden Bussen, Strafen und Sanktionen.

Erfahrungen aus der Maschinenindustrie zeigen, dass bereits beim Aufbau einer Geschäftsbeziehung oder bei der Vorbereitung einer Offerte ein gemeinsames Verständnis hinsichtlich anwendbarer Normen, einzusetzender Materialien, geltender Richtlinien und Zulassungsbedingungen vorhanden sein muss. Spezifikatio-

nen und Vorgaben in den USA basieren in der Regel auf US-, teilweise auf ISO-Normen, während bei in der Schweiz entwickelten und hergestellten Produkten mehrheitlich europäische Normen die Basis sind. Das ist vor allem dann von Bedeutung, wenn beispielsweise Zeichnungen, Stücklisten, Prüf-, Test- und Abnahmemethoden vom US-Geschäftspartner oder seinem Sachverständigen (Consulting Engineer) begutachtet und freigegeben werden müssen oder die Vorgaben explizit die Einhaltung von US-Normen verlangen.

Ein weiterer Aspekt ist der Umgang mit dem Dollar als Zahlungsmittel. Erfahrungsgemäss ist es für US-Geschäftspartner selbstverständlich, dass Zahlungen in US-Dollar abgewickelt werden, ein Umstand, dem bei der Kalkulation und der Absicherung des Wechselkursrisikos besondere Beachtung geschenkt werden muss. Ein anderes wichtiges Thema sind Vertragsgarantien – hier ist eine frühzeitige Abklärung unabdingbar, da in den USA sich die Bedingungen und Konditionen wesentlich von denjenigen einer Bankgarantie unterscheiden, wie wir sie in der Schweiz kennen. Bei grösseren Lieferverträgen oder Werkverträgen werden häufig Surety Bonds (Bürgschaften) verlangt. In solchen Fällen muss frühzeitig geprüft werden, inwiefern mit einer Bank- oder Versicherungslösung diese Anforderung erfüllt werden kann. Wenn immer möglich sollte auf ein Konzept mit einer Bankgarantie in Kombination mit einer SERV-Bondgarantie (Vertragsgarantieversicherung) hingearbeitet werden.

Bei umfangreichen Vertragswerken ist eine sorgfältige Prüfung unabdingbar. Im Zweifelsfall oder bei Unsicherheiten lohnt es sich, rechtzeitig die Unterstützung von Spezialisten in Anspruch zu nehmen. Das gilt insbesondere in rechtlichen Belangen oder im Zusammenhang mit Haftung und Versicherungen. Vor allem Letzteres kann durchaus brisant sein, da sich die üblichen Versicherungsdeckungen und Haftungsgrenzen in der Schweiz sehr von denjenigen in den USA unterscheiden.

Fazit – Ready for Take-off

Um all diesen Anforderungen gerecht zu werden, ist nicht nur eine intensive Auseinandersetzung mit dem Thema von allen betroffenen Einheiten wie

- Verwaltungsrat und Geschäftsführung
- Forschung, Entwicklung und Engineering
- Einkauf und Logistik
- Fabrikation
- Verkauf, Marketing und Auftragsabwicklung
- Versand- und Transportlogistik
- Product-Management und Schulung
- Buchhaltung und Controlling
- Human Resources (Weiterbildung, Rekrutieren von qualifiziertem Personal)

erforderlich, sondern es ist auch wichtig, dass eine Firma über ausreichend qualifizierte und mit dem Aussenhandelsgeschäft vertraute Ressourcen auf allen Stufen verfügt. ■



USA: Flexible Antworten auf harte Handelsgrenzen

Den 2. April 2025 werden viele Unternehmer*innen nicht so schnell vergessen. An diesem Tag erklärte Donald Trump den sogenannten Liberation Day – und mit ihm begann ein neuer Handelskonflikt zwischen den USA und der Schweiz. Über Nacht sorgten die angekündigten Zölle für Unsicherheit und erschwerten den Handel. Seit dem 1. August wissen wir: Der Liberation Day war kein Bluff.

Ich erinnere mich gut an eine Analyse der NZZ kurz nach dem 2. April. Sie sah für exportorientierte Firmen drei Szenarien: «Augen zu und durch» – also Zölle zahlen. «Bye-bye USA» – sich aus dem Markt zurückziehen. Oder: Lieferkette optimieren. Letzteres wurde als die komplexeste, aber nachhaltigste Lösung beschrieben.

Unterschiedliche Strategien innerhalb der BRUGG Group

Auch in der BRUGG Group standen wir vor dieser Entscheidung – allerdings nicht einmalig, sondern mehrfach. Denn mit Geobruigg, BRUGG Lifting, Fatzer, Rittmeyer und BRUGG Pipes sind wir über verschiedene Tochterfirmen in den USA aktiv. Das Gesamtvolumen unseres US-Geschäfts lag im Jahr 2024 bei 46 Millionen



Dr. Stephan Wartmann
CEO
BRUGG Group

Schweizer Franken, was etwa sieben Prozent des Gruppenumsatzes entspricht.

Die Ausgangslage war je nach Business-Unit verschieden. Bei Geobruigg, unserem Spezialisten für Schutzsysteme gegen Naturgefahren, im Motorsport und in der Industrie, setzen wir schon lang weltweit auf lokale Produktion. In Ländern wie Chile, Südafrika, Indien, China, Japan oder Australien produzieren wir aus der Region für die Region. In New Mexico betreiben wir ebenfalls ein Werk. Allerdings müssen aus Qualitätsgründen – auch beim Material – gewisse Komponenten weiterhin aus Europa geliefert werden. Was ausserdem hilft: Produkte zertifizieren.

In der Formel 1 müssen Zäune beispielsweise «homologiert» sein. Hier hat Geobruigg die Nase vorn, aber natürlich nur so lange, bis die Konkurrenz aufholt.

Ähnlich ist es bei BRUGG Lifting. Unsere Aufzugsseile entstehen in der Schweiz und China, werden aber weltweit verschifft – auch in die USA, wo wir lokales Assembly betreiben. Und bei Fatzer, mit Spezialisierung auf Transport- und Architekturseile,



beliefern wir aktuell unter anderem das neue Stadion von Inter Miami in Florida mit massgeschneiderten Seillösungen für das Dach, wo Lionel Messi kickt und David Beckham präsidiert. Dass wir in Nischenmärkten tätig sind, ist dabei ein Vorteil: Qualität, Langlebigkeit und Spezialisierung haben höhere Schmerzgrenzen. Leider werden diese aber überschritten, mit der Folge, dass die Kunden günstiger einkaufen müssen.

Investitionen in neue lokale Fertigung: BRUGG Pipes in Joliet

Ein spannendes Beispiel ist BRUGG Pipes. Hier haben wir entschieden, in die lokale Produktion einzusteigen. Im Frühjahr 2024 gründeten wir ein Joint Venture mit Rovanco Piping Systems. Innerhalb von nur 14 Monaten haben wir am Standort in Joliet (bei Chicago) eine neue Produktionshalle errichtet, die Fertigungslinie aufgebaut und vor wenigen Monaten das erste verkaufsfertige Rohrsystem produziert. Die ersten Kundenprojekte wurden im Juli 2025 ausgeliefert.

Insgesamt wurden etwa 20 Millionen US-Dollar investiert. Das neue Werk produziert flexible, vorisolierte Rohrsysteme. Diese eignen sich besonders für Nah- und Fernwärmeanwendungen sowie für Warm- und Kaltwasserleitungen im Erdreich. Ein leistungsstarker Polyurethanschaum sorgt für herausragende Dämmwerte und hohe Energieeffizienz – ein Produkt, das genau auf

die Bedürfnisse moderner, klimafreundlicher Infrastrukturen zugeschnitten ist.

Eine der grössten Herausforderungen war der Aufbau einer belastbaren Lieferkette vor Ort. Heute stammen bereits rund 80 Prozent der eingesetzten Rohmaterialien aus den USA – eine wichtige Voraussetzung für stabile Produktionsprozesse und Zollunabhängigkeit.

Hub-Strategie statt Rückzug

Was ich aus den letzten Monaten gelernt habe: Es gibt keine Einheitslösung. Innerhalb derselben Firmengruppe können verschiedene Wege sinnvoll sein – von Export aus der Schweiz oder anderen Standorten bis zur vollständigen Lokalisierung. Für die BRUGG Group ist die Option «Bye-bye USA» jedoch keine Alternative. Knapp sieben Prozent der Schweizer Exporte gehen in die Vereinigten Staaten – ein Marktanteil, den wir nicht leichtfertig aufgeben werden.

Ich bin ein klarer Befürworter der sogenannten Hub-Strategie: Wenn möglich, wird dort produziert, wo verkauft wird. Nicht nur aus Zollgründen, sondern vor allem wegen der Kundennähe, kürzerer Lieferwege, weniger Emissionen, höherer Flexibilität und oft tieferer Gesamtkosten. «Innovate locally, promote globally» ist für mich mehr als ein Schlagwort – es ist gelebte Praxis.

Wichtig ist dabei, dass unsere internationalen Auf- und Ausbauschritte nicht losgelöst von der Schweiz geschehen. Unsere Werke im Ausland entstehen mit Unterstützung von erfahrenen Schweizer Mitarbeiter*innen – so zuletzt in den USA. Ich selbst durfte in meinen jungen Berufsjahren Produktionen in Japan und in den USA aufbauen und längere Zeit vor Ort arbeiten. Das war nicht nur fachlich wertvoll, sondern ebenso persönlich eine bereichernde Erfahrung.

Politik der Zusammenarbeit und nicht der Abschottung

Und zu guter Letzt sehe ich bei weiteren Handelsabkommen der Schweiz mit anderen Ländern noch Luft nach oben. Das Mercosur-Abkommen bedeutet beispielsweise, dass unsere Produkte in Brasilien von Zöllen und Importsteuern befreit sind, die 50 Prozent des Gesamtpreises ausmachen.

Ob im Handel mit den USA oder der EU: Wir brauchen eine Politik der Zusammenarbeit statt der Abschottung. Auch von Gegenmassnahmen halte ich persönlich nicht viel. Milton Friedman, Nobelpreisträger und einer der einflussreichsten Ökonomen des 20. Jahrhunderts, sagte einmal: «Der kluge Weg für uns ist genau das Gegenteil – einseitig auf den Freihandel hinzuarbeiten.» Damit erklärte er, dass Zölle und Handelsbeschränkungen sowohl dem Ausland als auch dem eigenen Land schaden und es klüger sei, genau das Gegenteil zu tun, nämlich allein auf freien Handel zu setzen, statt auf Vergeltungsmassnahmen zu reagieren. ■



Go West: Auf Umwegen nach New Jersey

Die Gericke Gruppe, ein Familienunternehmen, das 1894 in Zürich gegründet wurde, ist eine globale Anbieterin von Lösungen für die Schüttgutverarbeitung. Systeme von Gericke kommen in vielen Branchen zum Einsatz, zum Beispiel in der Nahrungsmittelindustrie, der Chemie, der Batterieherstellung und in der Pharmaindustrie. In vierter Generation beschäftigt das Unternehmen 350 Mitarbeiter*innen weltweit und ist mit zwölf Gruppenfirmen präsent.

Nach dem Bau des Produktionsstandorts in Regensdorf begann die Internationalisierung mit einer Tochtergesellschaft in Deutschland im Jahr 1965. Gründe für die Expansion waren die Nähe zu Kunden und Lieferanten, kulturelle und sprachliche Vertrautheit, Kenntnisse lokaler Vorschriften sowie die Vorteile einer dezentralen Struktur. Es waren aber auch drohende Importzölle aus dem europäischen Raum, die zu diesem Schritt führten. Bald existierten weitere Gesellschaften in Westeuropa.



Urs Haller
Group Marketing Manager,
Gericke AG

Eine wichtige Weichenstellung folgte 1993: Soll die weitere Expansion in den USA oder in Asien stattfinden? Der Entscheid fiel auf Asien, mit einer Niederlassung in Singapur. Der asiatische Markt versprach ein grösseres Wachstum bei geringerer Marktreife. Gericke Singapur ist über die Jahre stark gewachsen und bildet heute den zweitgrössten Standort der Gruppe. Es folgten weitere Filialen in Südostasien, und die Gründung von Gericke Shanghai im Jahr 2008 war die logische Weiterentwicklung.

Das internationale Wachstum von Gericke war stets ein Spiegel der Zusammenarbeit mit global tätigen Kunden. Diese haben in der Schweiz Gericke eingesetzt und wollten an anderen Standorten diese Technologien verwenden. Dafür musste Gericke aber die weltweite Präsenz ausbauen, um den gewohnten Service zur Verfügung zu stellen.



Aus diesem Grund ergab sich der erste Schritt nach Westen nicht in die USA, sondern nach Brasilien. Hier konnte Gericke für Nestlé mehrere Projekte realisieren. Heute ist Gericke Brasilien eine anerkannte Grösse für Schüttgutanlagen im ganzen süd-amerikanischen Markt und geniesst das Vertrauen von vielen lokalen und globalen Kunden.

Ein weiterer Aspekt bei Gericke ist die dezentrale Struktur. Die Schlüsselprozesse (z. B. das Mischen) werden von eigenen Maschinen aus europäischer Produktion abgedeckt. Die lokalen Teams entwerfen daraus das komplette System und beschaffen weitere Komponenten wie Silos, Podeste, Rohrleitungen und häufig die Automatisierung von bewährten lokalen Lieferanten. So erfolgt ein wichtiger Teil der Wertschöpfung lokal, während nur ein Teil der Maschinen importiert wird. Dadurch ist Gericke mit lokalen Teams nahe am Kunden, spart Import- und Transportkosten und unterstützt gleichzeitig die lokale Wirtschaft.

Aber wie hat sich Gericke in den USA entwickelt? In einem der grössten Märkte der Welt hat sich Gericke in kleineren Schritten vorwärtsbewegt. Während einiger Jahre konzentrierte man sich

auf den Vertrieb von Einzelmaschinen über einen unabhängigen lokalen Distributor. Daneben wurden Anlagen bei globalen Kunden umgesetzt, direkt aus der Schweiz. Parallel wurden Verbindungen zu einer amerikanischen Universität geknüpft, die bahnbrechend die Entwicklung der kontinuierlichen Herstellung in der Pharmaindustrie begleitet hat. Hier kommt eine Schlüsseltechnologie von Gericke zum Zug, die heute bei vielen Pharmafirmen im Einsatz ist.

Mit all diesen Aktivitäten in den USA entschied sich Gericke, den grossen Schritt zu wagen. Dabei stand zuerst die Übernahme einer bestehenden Firma im Raum. Allerdings wurde hier kein passender Partner gefunden. So kam es 2015 zur Gründung einer eigenen Tochtergesellschaft.

Als Standort fiel die Wahl auf den Grossraum New York/Philadelphia. Neben guter Verkehrsanbindung nach Nordamerika und Europa erleichtert die minimale Zeitverschiebung die Zusammenarbeit. Nicht zu unterschätzen ist zudem die Verfügbarkeit von gut ausgebildetem Personal in diesem Ballungsraum. Schliesslich entschied sich Gericke für Somerset in New Jersey, 30 Meilen vom Flughafen Newark entfernt.

Die bestehenden Kunden in den USA haben es ermöglicht, mit einem etablierten Netzwerk zu starten. Auch ein Ersatzteil- und Servicegeschäft war damit vorhanden. Nun galt es, die Marke und das Angebot weiter bekannt zu machen. Neben eigenem Aussendienst gehören dazu Messeteilnahmen, Kundenseminare, Onlinepräsenz und die Arbeit mit der lokalen Fachpresse.

Dem dezentralen Ansatz folgend, hat Gericke USA lokale Partner aufgebaut. Die Zusammenarbeit mit diesen Firmen bringt nicht nur zusätzliche Leads und Kontakte, sondern verringert ausserdem den Importanteil für komplette Anlagen. Die Einhaltung von abweichenden technischen Normen wird ebenfalls stark vereinfacht.

Wo steht Gericke USA heute? Was als «One-Man-Show» begann, ist heute ein schlagkräftiges Team mit Verkauf, Service und einem eigenen Testcenter, wo Kundenversuche durchgeführt werden. In Kombination mit der hohen Präsenz am Markt hat seit 2021 ein starkes Wachstum eingesetzt. Erfreulicherweise tragen hier lokale Kunden zu einem grossen Teil bei.

Der dezentrale Ansatz von Gericke wird durch die hohen Importbarrieren derzeit noch wichtiger. Das ursprüngliche US-Geschäft, vorwiegend Einzelmaschinen durch Distributoren zu vertreiben, wäre im aktuellen Umfeld kaum mehr umsetzbar. Gericke wird kurzfristig sehr umsichtig Mittel in den Ausbau des US-Standorts investieren. Aber es gilt, jederzeit für ein weiteres Wachstum bereit zu sein. ■



USA-Export neu denken: Standorte und Lieferkette

Der amerikanische Markt bleibt attraktiv, ist aber zunehmend schwer kalkulierbar. US-Strafzölle von 39 Prozent belasten die Schweiz besonders. Damit liegt sie auf Platz 5 der höchsten Zollsätze international, in Europa sogar an der Spitze. Globale Risiken, neue Regulierungen und wirtschaftspolitische Unsicherheiten sorgen für eine spürbar zurückhaltende Stimmung.

Laut dem aktuellen **Global Business Optimism Index (GBOI)** von **Dun & Bradstreet** ist der Global Supply Chain Continuity Index in der Schweiz um 20 Prozent gefallen. Besonders betroffen sind Branchen wie die Lebensmittelherstellung (-43 Prozent), der Transport (-36 Prozent) und der Finanz- und Versicherungssektor (-28 Prozent). Exportierende Unternehmen stehen vor einer Mischung aus Risiken, aber auch Chancen. Nearshoring, Risikodiversifikation und smarte Datenanalysen werden zu zentralen Stellschrauben im Exportgeschäft.



Marianne Bregenzer
Country Lead
Switzerland & Austria
Dun & Bradstreet Schweiz AG

Nearshoring im Aufwind – aber nicht ohne Risiko
Globale Krisen haben Schwachstellen in den Lieferketten offengelegt. Viele Unternehmen reagieren mit einer Neuausrichtung: Sie arbeiten mehr mit Lieferanten aus Lateinamerika, Europa oder den USA zusammen und weniger mit solchen aus Asien. Die Vorteile sind: kürzere Wege, geringere Kosten, bessere ESG-Bewertungen und mehr Kontrolle über Prozesse und Qualität.

Doch Nearshoring birgt auch Risiken: Dazu gehören politische Unsicherheiten, Qualitätsprobleme, mangelnde Skalierbarkeit oder ESG-Verstöße. Eine sorgfältige Auswahl und eine laufende Risiküberwachung bleiben entscheidend – auch bei regionalen Partnern.

Lieferantenrisiken systematisch managen
Ein modernes Lieferketten-Risikomanagement umfasst die Überwachung der ganzen Lieferkette. Unternehmen fokussieren sich



hier überwiegend auf die Tier-1-Lieferanten. Studien zeigen aber, dass fast die Hälfte alle Lieferkettenstörungen ihren Ursprung bei Tier-2- oder Tier-3-Lieferanten hat. Nur zwei Prozent der Unternehmen betrachten die ganze Lieferkette, der Rest fokussiert sich auf die direkten Zulieferer.

Vier Säulen für ein starkes Lieferanten-Risikomanagement

Ein effektives Risikomanagement in der Lieferkette basiert auf vier Säulen. Sie bilden das Fundament für Resilienz, Transparenz und Handlungsfähigkeit:

1. Transparenz: Wer sind meine Lieferanten?

Ein belastbares Risikomanagement ist essenziell für die eigene Lieferkette. Es ist notwendig, die Tier-1-Lieferanten zu kennen, und Unternehmen müssen wissen, wer die Vorlieferanten (Tier-2, Tier-3) sind. Shipping-Daten, Handelsregisterinformationen und ESG-Ratings helfen, diese Netzwerke sichtbar zu machen. Nur wer weiss, wo kritische Abhängigkeiten bestehen, kann gezielt gegensteuern.

2. Bewertung: Welche Risiken bestehen?

Nicht alle Risiken sind gleich. Firmen müssen relevante Risikofaktoren identifizieren und priorisieren. Dazu gehören operative Risiken wie Lieferverzögerungen, finanzielle Instabilität sowie geopolitische, regulatorische oder klimabedingte Bedrohungen. Ein risikobasierter Bewertungsansatz, gestützt durch externe Datenquellen, ermöglicht eine differenzierte Einschätzung und gezielte Massnahmen.

3. Monitoring: Wie verändern sich diese Risiken über die Zeit?

Risiken sind dynamisch. Politische Entwicklungen, Naturkatastrophen oder wirtschaftliche Krisen können Lieferketten innerhalb kürzester Zeit destabilisieren. Ein kontinuierliches Monitoring – idealerweise automatisiert und datengestützt – ist deshalb unerlässlich. Frühwarnsysteme, die auf Echtzeitdaten basieren, gestatten es, Veränderungen frühzeitig zu erkennen und proaktiv zu reagieren.

4. Reaktion: Welche Alternativen stehen bereit?

Schon bevor eine Krise auftritt, sollten alternative Lieferanten identifiziert, bewertet und vertraglich abgesichert sein. Dazu gehört die Identifizierung von alternativen Bezugsquellen und Transportwegen. Denn im Ernstfall zählt Geschwindigkeit. Wer vorbereitet ist, kann flexibel reagieren und bleibt in Krisenzeiten lieferfähig. Automatisch aktualisierte Daten helfen dabei, Veränderungen rasch zu erfassen. ESG- und Finanzkennzahlen, Compliance-Screenings und Klimarisiko-Indikatoren liefern zusätzliche Perspektiven. So lassen sich nicht nur Risiken minimieren, sondern auch Chancen erkennen – zum Beispiel durch die Identifikation alternativer Lieferanten oder die Bündelung von Einkaufsvolumen innerhalb von Konzernstrukturen.

Resilienz ist der neue Wettbewerbsvorteil

Für Schweizer Exporteure sind die USA weiterhin ein zentraler Absatzmarkt. Doch veränderte Rahmenbedingungen, geopolitische Spannungen und neue regulatorische Anforderungen machen eine strategische Standortwahl zunehmend relevant. Nearshoring bietet nicht nur die Möglichkeit, Lieferketten resilienter und effizienter zu gestalten – es eröffnet zudem Chancen, die Exportprozesse gezielt zu optimieren. Erfolgreicher Export erfordert heute mehr als Nähe: Es braucht kluge Entscheidungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette. ■

VERBESSERTE WETTBEWERBS- FÄHIGKEIT WELTWEIT



Mehr als 500 notifizierte Freihandelsabkommen (FTAs) rund um die Welt bieten potenzielle Zolleinsparungen. Doch nur die zwingende Einhaltung vieler komplexer Warenursprungsregeln sowie deren detaillierte Dokumentation ermöglicht Unternehmen, diese Wettbewerbsvorteile auch wirklich zu nutzen. Dies erfordert gesetzeskonforme und reversionssichere Verfahren zur korrekten Bestimmung des Warenursprungs.

MIC Origin Calculation System OCS bietet die notwendigen Werkzeuge für den gesamten Prozess des Warenursprungsmanagements: von der automatisierten Einholung von Lieferantenerklärungen über ein innovatives Lieferanten-Webportal, der optimierten Berechnung des Warenursprungs auf Basis von mehrstufigen Stücklisten bis hin zur Erstellung von ausgehenden Lieferantenerklärungen. MIC OCS lässt Sie von Einsparungspotenzialen aus FTAs profitieren, um Ihre Wettbewerbsfähigkeit zu steigern.

FREIHANDELSABKOMMEN ALS STRATEGISCHES MANAGEMENT-INSTRUMENT NUTZEN



Kontaktieren Sie uns:
T +43 732 778496
sales@mic-cust.com
www.mic-cust.com

**Grenzenlos
verlässlich.**

**Persönlich
engagiert.**

« Bonjour à toutes et à tous,
nous transportons
quotidiennement des envois
de groupage de la Suisse
vers la France – rapide,
fiable et sur mesure. »



Erleben Sie GW pro.line –
unsere europaweite Stückgut-Lösung

Gebrüder Weiss
Transport und Logistik

Tariffs – Word of the Year

Über den Umgang mit der neuen Zollwelt

Nachdem Donald Trump die «America first»-Devise lanciert hat, zeigt sich, dass «Tarrifs» das Lieblingswort des US-Präsidenten ist. Am 2. April, dem sogenannten Liberation Day, holte Trump mit dem grossen Zollhammer aus. Nahezu alle Länder wurden mit Basiszöllen von 10 Prozent und zusätzlichen länderspezifischen Sonderabgaben belegt, die zwischen 10 und 49 Prozent liegen. Viele dieser länderspezifischen Sonderabgaben wurden in der Folge erst für drei Monate bis zum 9. Juli und letztlich bis August ausgesetzt.

US-Präsident Donald Trump weitet damit den Handelskrieg aus. Um US-Interessen durchzusetzen, belegt er die halbe Welt mit Strafzöllen.

Zeitgleich wurde ausgerechnet am 1. August klar, dass die bisherigen Verhandlungen mit der US-Administration gescheitert sind und es zu keinem Deal mit Trump kommt. Für die Schweiz bedeutet das, lokale Produkte sind mit einem US-Zoll von 39 Prozent belegt, wobei nur fünf Länder schlechter abschneiden.

Durch das mittlerweile zwischen den USA und der Europäischen Union (EU) vereinbarte Handelsabkommen, wonach Produkte mit Ursprung aus der EU «lediglich» mit einem Zollsatz von 15 Prozent belegt werden, ist die EU im Vergleich zur Schweiz in einer günstigeren Situation.

Unabhängig von der bisherigen Situation gibt es jedoch eine Reihe von Mechanismen, die seitens der betroffenen Schweizer Firmen in Betracht gezogen werden müssen, um die zusätzliche Zollbelastung zu minimieren.



Marc Bernitt
Senior Vice President
Customs Europe,
MEA and Asia Pacific
Kühne + Nagel
Management AG

Tariff-Engineering

Tariff-Engineering ist eine legale Methode, ein Produkt so zu gestalten, zu modifizieren oder zu klassifizieren, dass es unter eine günstigere Zollkategorie fällt und somit niedrigere Importzölle anfallen. Es ist eine strategische Entscheidung, die darauf abzielt, die Kosten für Importe zu senken, indem man die tarifliche Einstufung eines Produkts beeinflusst, ohne seine Kernfunktion zu verändern oder Gesetze zu brechen.

Die Änderungen müssen «kommerziell real» sein, das heisst, sie müssen einen tatsächlichen kommerziellen Wert haben und dürfen nicht nur kosmetischer Natur sein, um eine Gesetzeslücke zu nutzen.

First Sale for Export

Das Prinzip «First Sale for Export» (auch bekannt als «First Sale Doctrine») ist eine Regelung im US-Zollrecht, die es Importeuren erlaubt, die Zölle auf der Grundlage des ersten echten Verkaufspreises einer Ware (Traktionswerts) zu berechnen, die für den Export in die USA bestimmt ist, anstatt aufgrund des höheren Endpreises, den der US-Importeur zahlt.

Das ist besonders bei mehrstufigen Lieferketten relevant, bei denen ein Zwischenhändler (z. B. ein Handelsunternehmen) die Ware vom Hersteller kauft und sie dann mit einer Gewinnmarge an den Importeur weiterverkauft. Die Anwendung des Prinzips kann zu erheblichen Zollersparnissen führen, da der Zwischenhändleraufschlag (Profit) von der zollpflichtigen Bemessung ausgeschlossen wird. ■

Schweizer Wirtschaft verliert an Dynamik

Das Schweizer Wirtschaftswachstum büsst nach einem starken Jahresstart an Dynamik ein. Das Bruttoinlandprodukt (BIP) wuchs im zweiten Quartal 2025 sowohl bereinigt um Sportevents als auch unbereinigt um 0,1 Prozent im Vorquartalsvergleich.



Meret Mügeli
Economist,
CIO Macro & Strategy
UBS Switzerland AG

Nachdem die Exporte im ersten Quartal aufgrund von Vorzieheffekten im Zusammenhang mit Zöllen deutlich zugelegt hatten, waren sie zwischen April und Juni rückläufig, besonders im Pharmabereich. Seit April stieg zudem der effektive Zollsatz auf Schweizer Warenexporte in die USA deutlich an. Der Konsum hingegen legte im Vergleich zum Vorquartal zu. Insgesamt konnte so der Rückgang in der Industrie vom Wachstum des Dienstleistungssektors kompensiert werden.

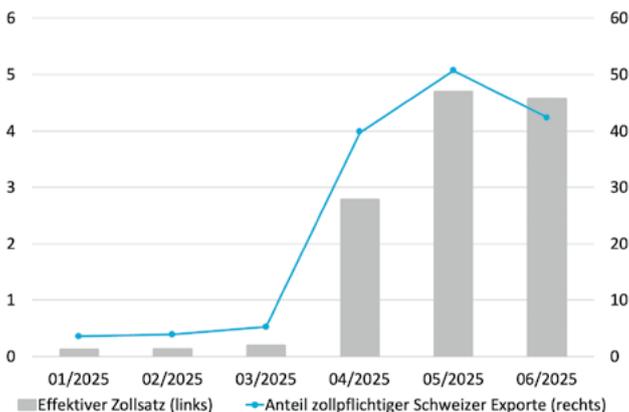
Ungewisser Zollausblick

Wir gehen davon aus, dass das Wachstum der Schweizer Wirtschaft im Jahr 2025 dank der robusten ersten Jahreshälfte insgesamt, auf um Sportevents bereinigter Basis, bei 1,3 Prozent liegt. Die Zölle und die Unsicherheit, auf welchem Niveau diese Zölle letztlich liegen werden, dürften die Schweizer Wirtschaft deutlich belasten und zu einer leichten Schrumpfung in der zweiten Jahreshälfte führen.

Der Ausblick für die zweite Jahreshälfte und das Jahr 2026 hängt unter anderem davon ab, wie sich die Zollverhandlungen mit den USA weiterentwickeln. Seit dem 7. August gilt ein 39-prozentiger Zollsatz auf Schweizer Importe in die USA. Sollte dieser mittelfristig in Kraft bleiben, könnte das Schweizer BIP-Wachstum über die nächsten vier Quartale um bis zu 0,4 Prozentpunkte tiefer liegen als prognostiziert.

Effektiver Zollsatz in die USA stieg auf rund 5 Prozent

Effektiver Zollsatz in Prozent und Anteil zollpflichtiger Schweizer Warenexporte



Quellen: BAZG, UBS

Daneben sind noch Verfahren zu sektorspezifischen Zöllen gemäss Section 232 hängig, in deren Fokus besonders die Pharmaindustrie steht. Wir gehen davon aus, dass sie mit hohen Zöllen konfrontiert sein wird, ausser die Firmen erklären sich bereit, künftig den US-Markt aus den Vereinigten Staaten zu beliefern. Die Schweizer Pharmaindustrie könnte mittelfristig in den USA genügend Produktionskapazitäten schaffen, um damit den amerikanischen Markt zu versorgen. Das dürfte dazu führen, dass der Handelsbilanzüberschuss der Schweiz schmilzt und mittelfristig das Wachstum leidet. In der kurzen Frist würden diese Effekte aber weniger ausgeprägt sein.

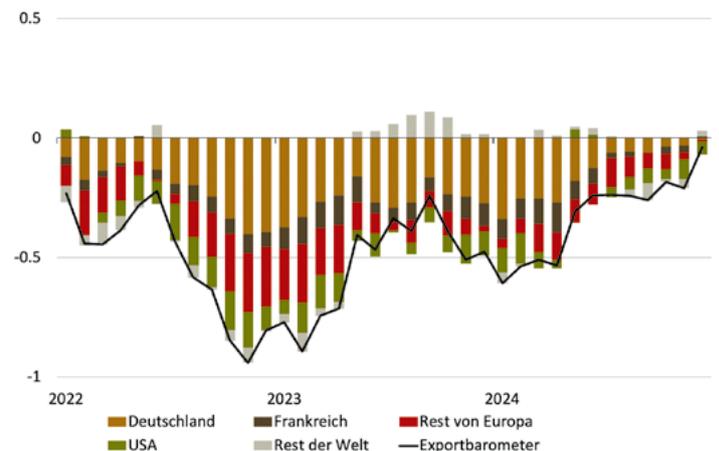
Impulse aus Europa im Jahr 2026

Erst im Verlauf der zweiten Hälfte des nächsten Jahres erwarten wir, dass die Schweizer Wirtschaft die Schwächephase überwindet. Während das Wachstum in der Eurozone 2025 ebenfalls unter den US-Zöllen leidet, dürfte das deutsche Fiskalpaket 2026 seine Wirkung entfalten, das europäische Wachstum unterstützen und somit auch der Schweizer Konjunktur Impulse verleihen.

Das Exportbarometer deutet im August trotz des aktuellen handelspolitischen Umfelds eine leichte Verbesserung an. Dahinter steckt vor allem die Entwicklung in der Eurozone, wo die Industrie-Einkaufsmanagerindizes jüngst über die Wachstumsschwelle von 50 Punkten gestiegen sind. Das könnte im Zusammenhang mit dem US-EU-Handelsdeal stehen, der die Unsicherheit für die Unternehmen in der Eurozone reduziert hat. Der grösste Dämpfer für das Schweizer Exportbarometer stammt zurzeit aus den USA, wo die Industriestimmung nach wie vor eher getrübt ist. ■

Nachlassender Gegenwind aus Europa stützt Exportbarometer

In Standardabweichungen



Quellen: Macrobond, UBS



MWST und Sales Tax bei digitalen Leistungen Schweiz–USA

Die Schweiz gilt, nicht zuletzt dank bekannten Einrichtungen wie der ETH oder der EPFL, als innovativer Standort im Dienstleistungsbereich: Ob Cloud-Computing oder SaaS-Lösungen, immer häufiger werden digitale Leistungen von der Schweiz aus auch an Kunden in den USA erbracht.



Urs Kipfer
Senior Advisor
Tax Partner AG

Schweizer MWST nicht die zentrale Herausforderung

Bei digitalen Leistungen wird der Ort der Leistung regelmässig nach dem Sitz oder dem Wohnsitz des Leistungsempfängers bestimmt. Damit die Umsätze aus digitalen Leistungen in der Schweiz nicht der MWST unterliegen, muss der Leistungsort im Ausland nachgewiesen werden. Das erfolgt zum Beispiel mit dem Nachweis der Identität und des (Wohn-)Sitzes des Leistungsempfängers sowie anhand von Informationen zur Art der erbrachten Leistung. Gelingt der Nachweis des Leistungsorts im Ausland, bedeutet das nichts anderes, als dass – zumindest aus Perspektive der Schweizer MWST – der Ort der Besteuerung im jeweiligen Land ausserhalb der Schweiz liegt.

Zunehmende Digitalbesteuerung in den USA

Mit einem Leistungsort in den USA sind Schweizer Anbieter von digitalen Leistungen potenziellen Steuerrisiken in den USA ausgesetzt. Zahlreiche Bundesstaaten erheben eine sogenannte Sales Tax, deren konkrete Ausgestaltung variiert. Mit seinem Entscheid im Fall «South Dakota v. Wayfair» vom 21. Juni 2018 ist der Supreme Court von der bis dahin geltenden Physical Presence Rule abgekommen. Zwischenzeitlich können Unternehmen in mehr als 40 Bundesstaaten sogar ohne physische Präsenz Sales-Tax-pflichtig werden, nämlich dann, wenn sie lokale Leistungen erbringen und aufgrund des Überschreitens gewisser Schwellenwerte einen Economic Nexus begründen.

Während Bundesstaaten wie Delaware, New Hampshire und Oregon keine Sales Tax eingeführt haben, wird zum Beispiel in New York, stets unter der Voraussetzung eines Economic Nexus, eine Sales Tax auch auf bestimmte digitale Leistungen erhoben, sofern diese gesetzlich einem Verkauf von Tangible Personal Property gleichgestellt sind. Das gilt etwa für SaaS-Leistungen oder den Verkauf von Softwarelizenzen, wenn es sich dabei um standardisierte Produkte handelt (individuelle Lösungen unterliegen, sofern nicht an Dritte weiterverkauft, nicht der Sales Tax), nicht aber für Cloud-Computing und Streaming-Angebote.

Die Unterscheidung zwischen B2B und B2C ist an sich nicht entscheidend für die Frage, ob eine digitale Leistung der Sales Tax unterliegt. Allerdings können im B2B-Bereich Ausnahmen zum Tragen kommen, typischerweise weil es sich beim Leistungsempfänger um einen nachgewiesenen Wiederverkäufer handelt (Exemption Certificates oder Resale Certificates) oder weil der Leistungsempfänger die Leistung für einen bestimmten Unternehmenszweck verwendet (Exempt Use Certificates).

Fazit für Schweizer Dienstleister

Werden digitale Leistungen an Kunden in den USA erbracht, ist zu prüfen, ob das zu einem Economic Nexus führt. Die Abklärungen sind für jeden betroffenen Bundesstaat unter Berücksichtigung der jeweiligen Schwellenwerte einzeln vorzunehmen. Eine zusätzliche Herausforderung besteht in der Abgrenzung zwischen digitalen Leistungen, die zu einer Sales-Tax-Pflicht führen können, und solchen, die von vornherein gar nicht erst der Sales Tax unterliegen. Kurzum: «The land of opportunity comes with its price – and paperwork.» ■

Engagiert für eine nachhaltige Zukunft



Gutes Design muss langlebig sein – sonst ist es kein gutes Design

Vitra ist ein Schweizer Familienunternehmen, das seit 1950 Möbel für zu Hause, Büros und öffentliche Räume produziert. Zum Portfolio gehören Klassiker von Charles und Ray Eames oder Verner Panton sowie Entwürfe zeitgenössischer Designer. Der Vitra Campus und das Vitra Design Museum inspirieren Besucher*innen und fördern Innovation. Die dritte Inhabergeneration stellt nachhaltiges Denken und Handeln des Unternehmens ins Zentrum.

Vitra hat sich bis 2030 ambitionierte Ziele in Bezug auf den ökologischen Fussabdruck des Unternehmens sowie die Kreislauffähigkeit und die Transparenz seiner Produkte gesetzt.

Basierend auf diesen strategischen Zielen entwickeln wir unsere Produkte und verbessern laufend das bestehende Sortiment. Denn unsere breite Produktpalette – beziehungsweise die Gewinnung und die Verarbeitung von Materialien und die Logistik, die damit einhergeht – macht bis zu 90 Prozent der CO₂-Bilanz von Vitra aus.

Das grösste Nachhaltigkeitsversprechen von Vitra ist die Langlebigkeit der Produkte. Sie sollen 30, 40, 50 Jahre oder länger halten – und im Idealfall nicht entsorgt, sondern an die nächste Generation weitergegeben werden. Der Schlüssel dazu ist nicht nur die funktionale, sondern ebenso die gestalterische Langlebigkeit, die frei von Moden und Trends sein muss, um über Jahrzehnte relevant zu bleiben.

Den Fussabdruck unserer Produkte optimieren wir fortwährend nach den Grundprinzipien «Reduce, Re-use und Recycle».

Reduce: Wir entwickeln Produkte im Designprozess so, dass ein Minimum an Material notwendig ist, um Funktionen zu erfüllen oder ein Problem zu lösen. Die Materialien werden nebst ihrer



Michael Leisinger
Global Head of Products
Vitra

Qualität nach ihrem ökologischen Fussabdruck ausgewählt. So verwenden wir beispielsweise bei neuen Produkten fast ausschliesslich recycelte Kunststoffe.

Re-use: Unsere Produkte sollen einfach repariert oder aufgearbeitet werden können, um ihren Lebenszyklus so oft wie möglich zu verlängern. Auch hierfür ist die Langlebigkeit der Produkte entscheidend.

Recycle: Für den Fall, dass ein Vitra-Produkt doch an sein Lebensende kommt und entsorgt werden muss, sollen alle Materialien sortenrein getrennt und entsorgt werden können. Deshalb verzichten wir zum Beispiel bei allen neuen Polsterprodukten auf das in der Möbelbranche weitverbreitete Tackern oder Verkleben von Bezügen.

Mit unseren Nachhaltigkeitsinitiativen verfolgen wir ökologische Ziele – im Wissen, dass diese Initiativen ohne ökonomische Relevanz nicht «nachhaltig» sein werden.

Die Langlebigkeit der Vitra-Produkte dient deshalb auch einem wichtigen kommerziellen Zweck. So kaufen wir gebrauchte Möbel zurück, reparieren sie oder arbeiten sie wieder auf und verkaufen sie weiter an neue Endkunden in unseren Circle Stores oder an Geschäftskunden mittels des Angebots «Circle for Contract».

Dadurch ist die Verbindung unserer kommerziellen mit der ökologischen Mission kein Gegensatz, sondern eine Symbiose und Teil des allgemeinen Geschäftszwecks. ■

Swiss ecomove: Gemeinsam engagiert für eine nachhaltige Zukunft der Schweiz

Exportorientierte Unternehmen sind aufgerufen, sich aktiv um das Erreichen ihrer Nachhaltigkeitsziele zu bemühen. Detaillierte Informationen unter www.swiss-export.com.

Digitale Finanzierungslösungen mit SmaTiX

Die AKA unterstützt seit 1952 Exporteure in Deutschland, Schweiz und Österreich bei der Finanzierung internationaler Projekte. SmaTiX ist eine digitale Antragsstrecke, die speziell auf kleinvolumige Bestellerkredite zugeschnitten ist – einfach, transparent und effizient.

Gerade bei kleineren Exportvorhaben ist der administrative Aufwand oft unverhältnismässig hoch. SmaTiX reduziert den Prozess auf wenige, klar strukturierte Schritte. Exporteure können so schon bei Geschäftsanbahnung ihren Kunden eine attraktive Finanzierungslösung vorlegen. Das verbessert nicht nur entscheidend die Wettbewerbschancen – oft wird der Eintritt in neue



Märkte erst mit einer Finanzierung möglich.

Dank langjähriger Erfahrung in der Exportfinanzierung, Innovationskraft und starken Kooperationspartnern bietet AKA verlässliche, moderne Lösungen mit flexiblen Laufzeiten – und unter-

stützt Sie mit Finanzierungen in über 70 Ländern.

Die Vorteile von SmaTiX für Exporteur und Importeur auf einen Blick

- Komplette digitale Antragsstrecke in nur vier Schritten

- Schnelle Generierung von Finanzierungsindikationen – bei Erfüllung bestimmter Voraussetzungen sogar in Echtzeit
- Attraktive, langfristige Kredite zwischen 1 und 15 Millionen EUR/USD
- Lokale Kreditlinien bleiben für lokale Projekte verfügbar
- Kompetente Betreuung aus einer Hand ■

aka EUROPEAN EXPORT + TRADE BANK

AKA Ausfuhrkredit-Gesellschaft mbH
Grosse Gallusstrasse 1–7,
60311 Frankfurt am Main
T +49 69 29891-444
etf3-smatix@akabank.de
www.akabank.de

Mehr als eine gewöhnliche Telemarketing-Agentur

Die JK Development GmbH ist ein führender Schweizer Dienstleister in der Telemarketing-Branche. Das 2011 gegründete Unternehmen bietet seinen Kunden Fullservice rund um die Neukundengewinnung und die Kundenbetreuung im B2B-Bereich – vom Hauptsitz in Zug aus sowie von den Auslandsniederlassungen in München und Wien.

Mehrsprachig und international

Als einer der wenigen Schweizer Anbieter agiert JK Development in der Neukundenakquise neben Deutsch auch in Französisch, Englisch, Italienisch und sieben weiteren Sprachen. So kann das Zielpublikum vom gleichen Dienstleister auf die ganze Schweiz, die europäischen Nachbarländer und den englischsprachigen Raum ausgedehnt werden.



Marco Mannhart ist Gründer und CEO der JK Development GmbH.

Booster für den Sales

Zu den klassischen Dienstleistungen gehören B2B-Telemarketing, Inside Sales, Customer Care und Datenbankservices. Im Portfolio der Scale Services bietet JK Development darüber hinaus skalierbare Leistungen an. Diese umfassen Partner- und Pipeline-Management

und Lead-Management für Events. Social-Selling- und Hub-Spot-Strategien sowie Workshops zum Thema Sales Excellence ergänzen das Angebot. Growth-Management-Trainings und die Erstellung von Content Creation runden das Sales Enablement ab.

Technologie als Wachstumsmotor

Angesichts der Digitalisierung und der Nutzung von KI auch im Telemarketing betont Marco Mannhart, Gründer und CEO von JK Development: «KI ist ein sehr gutes Werkzeug für Effizienz und Wachstum. Doch sie kann keinesfalls den persönlichen Dialog in anspruchsvollen B2B-Situationen ersetzen.» ■

JK JK Development

JK Development GmbH
General-Guisan-Strasse 6, 6300 Zug
+41 43 508 32 00
contact@jk-development.ch
www.jk-development.ch

swiss export Sommeranlass 2025 «FutureXperience: Innovation live erleben»

Am diesjährigen Sommeranlass luden wir unsere Gäste zu einer faszinierenden Reise in die Ära 4.0 ein. Im PwC Experience Center erlebten wir gemeinsam Innovation hautnah: Wir erfuhren, wie Automatisierung Prozesse revolutioniert und Fehlerquellen eliminiert, wie Ideen im Eiltempo zu marktreifen Prototypen werden und wie sich diese durch direkte Kundenfeedbacks weiterentwickeln lassen.

Doch das war erst der Anfang – die PwC-Expert*innen zeigten eindrücklich, wie Daten und gezielte Experimente das Unternehmenswachstum auf das nächste Level heben können. Die Teilnehmer*innen erkundeten auf der Erlebnistour die verborgenen Risiken des Cyberspace und entdeckten, wie das digitale Universum greifbar wird und seinen festen Platz in der Realität findet.

Beim anschliessenden Stehdinner bot sich unseren Gästen die Möglichkeit, sich in entspannter Atmosphäre inspirieren zu lassen und neue Impulse für das eigene Unternehmen zu gewinnen. Sie konnten sich mit Vordenker*innen der digitalen Welt vernetzen und sich in der Export-Community austauschen. Gemeinsam erlebten wir, wie die Zukunft schon heute gestaltet wird. Begleitet wurde der Abend von der Jazzband Hook Line, die mit stimmungsvoller Musik für den perfekten Sommerabendrahmen sorgte.





swiss export: Gemeinsam stark im Wandel der Weltwirtschaft

Die Weltwirtschaft ist im Umbruch. Protektionistische Tendenzen, Handelskonflikte, instabile Lieferketten und geopolitische Spannungen prägen zunehmend das Umfeld für international tätige Unternehmen und stellen sie vor neue Herausforderungen.

Umso wichtiger ist es, jetzt zusammenzustehen und Partnerschaften zu stärken.

swiss export unterstützt und berät Sie gern bei sämtlichen Fragestellungen rund um das Thema «Aussenhandel».

Kontaktieren Sie uns – wir sind gern für Sie da!

 **swiss export**
Foreign Trade Association

Unsere Dienstleistungen



Mitglied werden



«Meine Mitarbeiter*innen und ich nehmen regelmässig an den swiss export Weiterbildungsangeboten teil. Wir schätzen diese Seminare sehr, da sie uns wertvolles Fachwissen vermitteln und uns die Möglichkeit geben, uns mit anderen Fachleuten zu vernetzen. Die praxisnahen Inhalte und die kompetenten Referent*innen sind eine echte Bereicherung für unser Unternehmen.»

Oliver Fankhauser
Geschäftsleitung
Wipf AG



swiss export
Verband/Association
Stafelstrasse 8, 8045 Zürich
T +41 (0)44 204 34 84
info@swiss-export.com
www.swiss-export.com

Supply-Chain- und Logistik-Symposium 2025: Globale Krisen bewältigen

Die Lieferketten stehen durch Trends, Disruptionen und eine veränderte Nachfrage vor grossen Herausforderungen. Der Klimawandel beeinflusst Logistik, operative Prozesse, Ressourcen und Kundenpräferenzen bezüglich Nachhaltigkeit. Trotz Globalisierung führen geopolitische Unsicherheiten zu einem stärkeren Fokus auf Resilienz und Regionalität.

Innovationen revolutionieren die Logistik und bieten für KI ein ideales Einsatzfeld. Mithilfe intelligenter Datenanalysen lassen sich Produktions- und Transportmengen effizient prognostizieren, wodurch Unternehmen Ressourcen optimieren und vermehrt Aufgaben auf digitale Systeme übertragen können.

Im Zentrum dieses Wandels stehen Unternehmen und Fachkräfte, die neue Technologien adaptieren und sich den Anforderungen einer vernetzten, volatilen Welt stellen. In der Schweiz spielen Versorgungssicherheit, offene Grenzen, Freihandelsverträge, Mobilität, Rechtssicherheit und politische Rahmenbedingungen eine Schlüsselrolle für langfristigen Erfolg.



Supply-Chain- und Logistik-Symposium 2025: Globale Krisen bewältigen – Innovationen, KI, Cybersicherheit

Datum 6. November 2025
Zeit 13.30 bis 18.15 Uhr, anschliessend Apéro
Ort Brack.Alltron Logistik AG

Details zum Programm sowie die Anmelde-möglichkeiten finden Sie auf www.swiss-export.com.

Freuen wir uns auf inspirierende Diskussionen, spannende Einblicke und einen wertvollen Austausch über ein zentrales Zukunftsthema unserer Zeit.

Main Partner



Premium Partner



Hosting Partner



Navigieren im globalen Sturm: geopolitische Herausforderungen und Chancen für Schweizer KMU



Best Practice Fachveranstaltung Navigieren im globalen Sturm: geopolitische Herausforderungen und Chancen für Schweizer KMU

Datum: 12. November 2025
Zeit: 14.30 bis 18.30 Uhr, anschliessend Apéro
Ort: Endress+Hauser, Reinach

Details zum Programm, zu den Referent*innen sowie die Anmelde-möglichkeiten finden Sie auf www.swiss-export.com. Wir freuen uns auf Sie!

Die Weltwirtschaft befindet sich im Umbruch. Handelskonflikte, protektionistische Tendenzen, instabile Lieferketten und geopolitische Spannungen prägen zunehmend den Alltag von Unternehmen – auch in der Schweiz. Für kleine und mittlere Unternehmen (KMU), die das Rückgrat unserer Wirtschaft bilden, stellen diese Entwicklungen nicht nur Risiken, sondern auch Chancen dar. Doch wie können Schweizer KMU in diesem globalen Sturm bestehen? Welche Strategien helfen, um nicht nur zu reagieren, sondern aktiv zu navigieren?

Diesen Fragen widmet sich unsere Veranstaltung. Hochkarätige Referent*innen geben Einblicke in ihre Perspektiven und Erfahrungen. Den Abschluss bildet ein Podiumsgespräch mit führenden Persönlichkeiten aus dem Schweizer Mittelstand, die offen über ihre Strategien und Herausforderungen sprechen.

Wir laden Sie herzlich ein. Lassen Sie sich inspirieren, vernetzen Sie sich mit anderen Entscheidungsträger*innen und gewinnen Sie wertvolle Impulse für die Zukunft Ihres Unternehmens.



KEARNEY

Endress+Hauser People for Process Automation



Intensivkurs Exportabwicklung und -technik

4-Tage-Kurs mit Abschlusszertifikat

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 Teilnehmer*innen 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
- Präferenzierter Warenursprung
- Nicht präferenzierter Warenursprung
- Lieferbedingungen: Incoterms® 2020

- Zahlungsbedingungen
- Zollformalitäten
- Versand- und Exportformalitäten
- Übungen zur Exportabwicklung/Fragen
- Schriftliche Abschlussprüfung, fakultativ

Termine

14.11.2025 bis 5.12.2025, Online

17.11.2025 bis 20.11.2025, Zürich

* Onlineschulung, 4 Tage, jeweils freitags

Die weiteren Details finden Sie unter www.swiss-export.com.

Intensivkurs 2026

Must-have der Exportbranche
neu überarbeitet - Daten und
Kursinhalte bereits online



seefracht mit leichtigkeit

dank massgeschneiderten lösungen

Wohin Ihre Güter auch geliefert werden – setzen Sie auf über 80 Jahre Erfahrung und auf unsere vollumfänglichen Seefrachtleistungen. Auf den Ozeanen dieser Welt kennen wir uns aus. **Weltweit und individuell.**

lamprecht
weltweit  individuell

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

swiss export Seminare

Akkreditiv: 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

21. Oktober 2025, Onlineschulung, 8.30 bis 16 Uhr

Versand- und Zollpapiere erstellen – Schwerpunkt: Lieferungen weltweit

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

23. Oktober 2025, Zürich, 8.30 bis 16 Uhr

Brennpunkt US-Aussenhandelspolitik – was Schweizer Unternehmen über US-Zölle wissen sollten

Zielgruppe Geschäftsleiter*innen, Exportleiter*innen, Logistikleiter*innen, Zollverantwortliche

Leitung Oliver Hulliger, Senior Advisor, Tax Partner AG

23. Oktober 2025, Zürich, 13.30 bis 17 Uhr

Wichtigste Regeln des Zollverfahrens und EU-Verzollung

Zielgruppe Personen, die im Export tätig sind und ihre Kenntnisse im Bereich Zollwesen und EU-Verzollung vertiefen möchten

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

28. Oktober 2025, Zürich oder Online-teilnahme, 8.30 bis 12 Uhr

Incoterms® 2020 – Inhalt und richtige Anwendung

Zielgruppe Mitarbeiter*innen in Export- und Importabteilungen, die regelmässig mit internationalen Lieferverträgen arbeiten

Leitung Nicolas Csermák, zertifizierter Incoterms®-2020-Trainer (ICC Germany, DE/2019-0020), eidg. dipl. Supply Chain Manager, Head of Consulting & Coach4Logistics, Rhenus Alpina AG

30. Oktober 2025, Zürich oder Online-teilnahme, 13.30 bis 17 Uhr

Import und Export für Neu- und Wiedereinsteiger*innen

Zielgruppe Einsteiger*innen sowie Mitarbeiter*innen, die sich im Import- und Exportbereich weiterentwickeln möchten

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

6. November 2025, Zürich oder Online-teilnahme, 8.30 bis 16 Uhr

Exportkontrolle für Führungskräfte – Aufgaben und Haftung des Managements

Zielgruppe Verwaltungsrät*innen, Geschäftsleitungsmitglieder, Abteilungsleiter*innen

Leitung Andreas Roos, Head of Global Instrumentation Sales & Head of Sales EMEA, Rittmeyer AG, Partner bei Swiss-Communicators AG und Prüfungsexperte Dr. Roland M. Ryser, Rechtsanwalt, Counsel bei Schellenberg Wittmer AG

6. November 2025, Zürich, 8.30 bis 16 Uhr

Mehrwertsteuer in der EU – Grundlagen

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

Leitung Laurent Lattmann, Treuhänder mit eidg. Fachausweis, Partner, Tax Partner AG

11. November 2025, Zürich, 8.30 bis 12 Uhr

Mehrwertsteuer in der EU – Spezialfälle für Fortgeschrittene

Zielgruppe Teilnehmer*innen des Grundlagenseminars und Personen mit erweiterten Kenntnissen im europäischen Mehrwertsteuerrecht aus den Bereichen Finanz- und Rechnungswesen, Verkauf, Distribution, Einkauf und Logistik

Leitung Laurent Lattmann, Treuhänder mit eidg. Fachausweis, Partner, Tax Partner AG

11. November 2025, Zürich, 13.30 bis 17 Uhr

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

12. November 2025, Zürich, 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

13. November 2025, Zürich oder Online-teilnahme, 8.30 bis 16 Uhr

Ursprungsregeln im internationalen Handel – präferenzialer und nicht präferenzialer Ursprung in der Unternehmenspraxis

Zielgruppe Fach- und Führungskräfte aus Export, Einkauf, Zoll, Logistik und Compliance

Leitung Markus Tschugmell, Global Customs and Trade Compliance (GLMC), Head of Country of Origin Management, Hilti Corporation

19. November 2025, Zürich, 8.30 bis 16 Uhr

Expordokumente korrekt erstellen

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. November 2025, Zürich oder Online-teilnahme, 8.30 bis 16 Uhr

Compliance: Dual-Use Güter, Sanktionen und Exportkontrolle

Zielgruppe Geschäftsleitungsmitglieder, Abteilungsleiter*innen und Sachbearbeiter*innen in Einkauf, Produktentwicklung, Logistik und Vertrieb

Leitung Andreas Roos, Head of Global Instrumentation Sales & Head of Sales EMEA, Rittmeyer AG, Partner bei Swiss-Communicators AG und Prüfungsexperte

27. November 2025, Zürich, 13.30 bis 17 Uhr

Detaillierte Informationen und Anmeldung finden Sie unter www.swiss-export.com

Academy 2026

Modulare Weiterbildung für Führungs- und Fachkräfte im Aussenhandel

Die swiss export Academy ist das führende Weiterbildungsprogramm für exportorientierte Unternehmen, die ihre internationale Wettbewerbsfähigkeit stärken und sich auf die Herausforderungen der globalen Märkte vorbereiten möchten.

Das Programm beinhaltet 4 Modultage – 360° Exportkompetenz

Modultag 1

Strategisches Exportmanagement

Vertragsführung / ESG / Circular Leadership / Public Affairs

12. März 2026, Zürich oder Onlineteilnahme, 8.30 bis 17 Uhr

Modultag 2

Logistik und Zollprozesse

Praxistag: Swiss WorldCargo / Zollintegration / Digitalisierung / IT-Security

13. März 2026, Zürich Flughafen, 8 bis 17 Uhr

Modultag 3

Leadership und Transformation

HR / Disruption / Aktienrecht / Krisenkommunikation

19. März 2026, Zürich oder Onlineteilnahme, 8.30 bis 17 Uhr

Modultag 4

Internationalisierung und Recht

Marktstrategie / Freihandelsabkommen / Datenschutz / Exportkontrolle

20. März 2026, Zürich oder Onlineteilnahme, 8.30 bis 17 Uhr



Warum teilnehmen?

- **Praxisnah und interaktiv:** mit Fallstudien, Workshops und Liveeinblicken
- **Top Expert*innen:** aus Wirtschaft, Recht, Logistik und Politik
- **Vernetzung:** Austausch mit Gleichgesinnten und Branchenführenden
- **Zukunftsfit:** Strategien für ESG, Digitalisierung und geopolitische Risiken

Jetzt anmelden! Die Plätze sind limitiert – sichern Sie sich Ihren Zugang zur swiss export Academy 2026.

Details und Anmeldung unter www.swiss-export.com.

Strategic Partner

Partner swiss export Academy



Titel

swiss export Journal

Ausgabe

4. Quartal 2025, 65. Jahrgang

Erscheinungsweise

4-mal jährlich

Auflage

25'000

Umfang

28 Seiten

ISSN

1661-3295

Herausgeber

Verband swiss export

Abonnements

Weltweit erhältlich, Abonnements für ein Jahr zu CHF 60.–/EUR 50.–/USD 65.– (bei Auslandabonnements zzgl. Porto)

Produktion

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

Redaktion, Konzept, Design und Anzeigenverkauf

Verband swiss export
Sybille Amstutz
amstutz@swiss-export.com

Geschäftsleiterin

Claudia Moerker

Geschäftsstelle

swiss export
Verband/Association
Stafelstrasse 8
8045 Zürich
Telefon 044 204 34 84
www.swiss-export.com

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.





**Weniger Schranken.
Mehr Horizont.
Mehr für Ihr Unternehmen.**

Im Ausland tätig? Wir unterstützen Sie dabei, Ihren Erfolg auf internationalen Märkten zu steigern.

zkb.ch/handelsfinanzierungen



Zürcher
Kantonalbank



Why be a customer.
When you can feel
like a partner.