

Osec – Kompetenzzentrum für den Schweizer Export

Die heutige Osec Business Network Switzerland wurde 1927 als privatwirtschaftlicher Verein gegründet. Sie war eine Selbsthilfe-Organisation für die Exportindustrie, welche im Schatten der aufziehenden Weltwirtschaftskrise stark zu kämpfen hatte. Aktuell erhielt die Osec vom Bund einen neuen Leistungsauftrag zur operationellen Exportförderung für die Jahre 2006 und 2007. Wir wollten von CEO Daniel Küng wissen, was seine Organisation für KMU im Ausland bewirken kann.



Anzeige

JB&P

**Grossunternehmen erwirtschaften seit Jahrzehnten mehr Gewinn mit Finanzanlagen als mit dem operativen Geschäft.
Dies ist erstmals auch für Klein- und Mittelbetriebe möglich.**

Sehen Sie hierzu: «Der Kredit als Geldquelle» (KMU-Manager 5-2006) und «Swiss Select Garantie 3» (KMU-Manager 6-2006).

Nachdrucke können Sie bestellen bei:
Jutzi Biermann & Partner GmbH – Schmiedengasse 15 – 4104 Oberwil
Tel. 061 406 96 76 – Fax 061 406 96 78 – Email: l.biermann@jbpartner.ch

VON PETER BLATTNER

Herr Küng, warum lohnt sich eine Mitgliedschaft bei der Osec für kleine Firmen?

Daniel Küng: Sie meinen natürlich für eine exportierende Firma. Ich stelle die Vergünstigungen einmal hintenan. Für Kleinfirmen mit einem Umsatz bis zu fünf Millionen Franken kostet die Osec-Mitgliedschaft 700.– Franken im Jahr. Wichtiger ist aber, was die Osec für diese Firmen tun kann, wenn es um eine Markteinführung eines Produktes oder einer Dienstleistung geht. Wir helfen den Unternehmen bei allen Schritten, die mit dem Auslandsgeschäft zu tun haben. Dazu haben wir unsere qualifizierten Mitarbeiter in den Hubs, die vor Ort den Markt studieren und Chancen und Risiken abwägen. Wir führen einen Exportinteressenten Schritt für Schritt an die Realisierung seines Projektes heran.

Gibt es viele Fälle, in denen Sie von Anfang an sagen müssen: «Hände weg?»

Das kommt vor, aber relativ selten. Demgegenüber haben wir hunderte von Unternehmen, die jedes Jahr eine Exportschiene mit uns aufbauen, abgesehen von den tausenden von Auskünften, die wir telefonisch oder schriftlich erteilen.

Welche Dienstleistungen sind für Mitglieder gratis? Wenn Sie Rechnung stellen, geht dies pauschal nach Aufwand, nach Stundeneinsatz oder wie setzt sich das zusammen?

Wir offerieren unseren Mitgliedern viele Gratisleistungen, vor allem die Erstauskünfte und das erste Beratungsgespräch. Das kann auch durchaus mal einen Exportaudit, mit welchem wir die Exportfähigkeit eines Unternehmens analysieren, umfassen. Weiterführende Dienstleistungen werden dann nach der eidgenössischen Gebührenordnung verrechnet, wobei der Kunde vorgängig einen Kostenvorschlag erhält. Dadurch kann ein kleines Unternehmen natürlich Kosten sparen. Ausserdem sind die über unsere Internetseite abrufbaren Länder-, Sektoren- und allgemeinen Exportinformationen kostenlos. Davon machen rund 33'000 Besucher pro Monat Gebrauch.

Ein Phänomen bilden die «born globals», Unternehmen, die bald nach Gründung ins Ausland expandieren, wozu immerhin ein Drittel der exportierenden KMU gehören. Welche Branchen sind hier besonders aktiv?

Es ist interessant zu sehen, wie sich hier die Situation geändert hat. In den 70er Jahren dauerte es im Schnitt 20 Jahre, bis ein Unternehmen anfing, sich mit Export zu befassen. In den 80er Jahren sank dies auf zwei Jahre und in den 90ern auf ungefähr ein Jahr. Das hat natürlich mit der Globalisierung zu tun. Branchen sind querbeet vorhanden, die metallverarbeitende Industrie gehört dazu ebenso wie die Technologie- und Präzisionsinstrumentenbranche, die Medizinaltechnik oder reine Dienstleister.

Die Osec betreibt zusammen mit privaten Anbietern eine Datenbank, auf der sich private Internationalisierungsexperten eintragen lassen. Interessierte können über www.poolofexperts.ch mit diesen in Verbindung treten. Auf wieviele Experten kann zurückgegriffen werden und wer sind Ihre Partner?

Auf diese Dienstleistung sind wir besonders stolz. Im Moment sind bereits über 250 internationale Experten unter www.poolofexperts.ch einsehbar. Interessenten können so eine Fachperson vor Ort im anvisierten Zielmarkt kontaktieren und erfahren aufgrund ihres Profils, welche Dienstleistungen sie erbringen können. Der Vorteil bei diesem Pool liegt darin, dass Interessenten rasch, einfach und kostenlos Experten finden, die ihnen so beim Auf- und Ausbau von internationalen Geschäftsbeziehungen behilflich sind. Wir arbeiten dazu zusammen mit [Fargate AG](#), Flare International USA und der Schweizerisch-Amerikanischen Handelskammer in Zürich (siehe Seite 16) und managen die Homepage.

Ist es für ein KMU unabdingbar, einen Partner vor Ort zu haben oder besteht zumindest in Europa eine reelle Chance für einen Alleingang?

Unabdingbar nicht, aber das hängt immer vom Produkt ab. Wenn Sie zum Beispiel Mineralwasser liefern, finden Sie rasch einen ausländischen Abnehmer, der sich um die Distribution kümmert. Bedingt Ihr Produkt aber ein Servicenetz, so sind Sie auf einen Partner angewiesen. Auch ist der Markteintritt nicht immer so leicht, wie er auf den ersten Blick erscheint. Selbst Deutschland und die anderen Nachbarländer sind nicht immer einfache Märkte. Trotz gleicher Sprache und ähnlichen Gepflogenheiten gibt es Eigenheiten, die es zu beachten gilt. Dennoch ist und bleibt Deutschland unser Exportziel Nummer 1.

An welche Eigenheiten haben Sie gedacht?

Die Marktzutrittsbedingungen variieren, die Gepflogenheiten, die logistischen Systeme, die Gesetzgebung usw. Jeder Markt hat da seine Eigenheiten, die es zu analysieren und zu bewerten gilt. Gefährlich wird es, wenn ein Schweizer KMU davon ausgeht, dass im Zielland alles gleich laufe wie hier bei uns. Aus solchen Überlegungen entstehen die Misserfolge!

Sie haben ein dichtes Netz von Swiss Business Hubs mit Schwerpunkt Europa, Nordamerika und Mittlerer und Ferner Osten gespannt. Wie läuft hier die Entwicklung, ist die Nachfrage gestiegen und planen Sie weitere Hubs?

Um fortlaufend neue Hubs zu eröffnen, fehlen uns die Ressourcen. Dennoch prüfen wir derzeit Südafrika. In China haben wir unsere Präsenz verstärkt, ebenso in den Vereinigten Arabischen Emiraten und in Indien. Überlegungen haben wir auch bezüglich der Türkei angestellt.

Marketing im Ausland ist für den Einzelnen schwierig und teuer. Eine eigene Beteiligung an einer Fachmesse fällt bei KMU aus Kosten- und Personalgründen aus.

Für diesen Fall offerieren Sie Gemeinschaftsstände. Unterhalten Sie diese auch personell vor Ort? Welche Anlässe sind für 2007 geplant?

Die Gemeinschaftsstände funktionieren nach folgendem Prinzip: Wir offerieren Module in verschiedenen Grössen, welche gemietet und von uns vor Ort montiert werden. Der gemeinsame Auftritt erfolgt unter dem Schweizer Wappen, jeder Aussteller hat auf seinem Modul sein Firmenlogo. Er braucht also nur auf Messebeginn hin anzureisen und kann schon am ersten Tag Besucher in seinem Stand empfangen, den wir nach seinen Wünschen bestücken, zum Beispiel mit Sitzgelegenheiten, Kaffeebar usw. Zusätzlich gibt es immer ein Hospitalitycenter, in welchem Besucher empfangen und mit Schweizer Spezialitäten bewirtet werden können. Dazu kommt ein Rahmenprogramm mit Filmen, Podiumsdiskussionen und Kundenapéros für die Aussteller. Nach der Messe übernehmen wir auch den Standabbau für die Aussteller. Unternehmen, die bereits einen verankerten Brand vertreten, machen natürlich ihre eigenen Stände. Umfragen ergeben eine äusserst hohe Zufriedenheitsrate von über 90 Prozent mit diesem Osec-Angebot.

Anzeige



Jede Rechnung ist nach 48 Stunden bezahlt – garantiert!
GeFF Full-Service-Factoring: Maximale Sicherheit, Liquidität und Service für Ihr Unternehmen

GeFF Gesellschaft für Factoring und Forderungsmanagement AG

GeFF AG **Bahnhofstrasse 145** CH-8957 Spreitenbach
Tel. (056) 4 1863 63 Email: info@geff.ch www.geff.ch

Es ist eine ideale Dienstleistung für Kleinfirmen, die sich noch positionieren müssen.

Wie beurteilen Sie die Zukunftsaussichten für die exportierende Schweizer Maschinen- und Elektroindustrie?

Die Maschinen- und Elektroindustrie hat Boden gut gemacht und exportiert wieder verstärkt. Das zeigen auch die kürzlich erschienenen Medienberichte. Hightech macht's möglich, wie wir dies auch am Beispiel der wieder erstarkten Uhrenindustrie gesehen haben. Der Strukturwandel verschiebt sich immer mehr Richtung Dienstleistung, wenn auch Präzisionsinstrumente, der Medizinal- und Diagnosticbereich starke Zuwächse verzeichnen. Nummer 1 ist nach wie vor der Bereich Chemie/Pharmazeutik.

Die Osec eruiert attraktive Märkte und Branchen im Ausland, macht trendspotting. Was hat man darunter zu verstehen?

Wir sitzen nicht einfach da und warten auf Kunden, sondern werden selber aktiv. Dazu haben wir ja unsere Mitarbeiter in den Hubs, die proaktiv vorgehen und in einem Land herauszufinden suchen, nach welchen Produkten echter Bedarf besteht, beziehungsweise welche Geschäftsmöglichkeiten es dort für Schweizer und liechtensteinische KMU gibt. Wir suchen dann in der Schweiz interessierte Lieferanten und stellen den Kontakt her. Ein Beispiel aus dem Bereich Sicherheit: Auf amerikanischen Druck hin sah sich die brasilianische Regierung veranlasst, neue Pässe zu drucken, da die alten oft gefälscht wurden. Dadurch, dass wir diese Möglichkeit schweizerischen KMU's zu Ohren brachten und ihnen auch bei weiteren Abklärungen behilflich waren, konnten wir mehreren schweizerischen Produzenten eine Offertstellung ermöglichen. Zur Vorbereitung reisten wir mit diesen auch nach Brasilien, um mit allen involvierten Stellen wie zum Beispiel dem Sicherheitsminister zu verhandeln.

Es gibt Gespräche, verschiedene Organisationen zusammenzulegen. Zu Ihnen würden dann vermutlich die SIPPO (swiss import promotion programme) und die SOFI (swiss organisation for facilitating investments) stossen. Glauben Sie daran und wenn ja, wann wird es soweit sein?

Ein engeres Zusammenarbeiten der verschiedenen Organisationen ist ein absolutes Muss. Im Übrigen hat das Parlament dem Bundesrat den Auftrag erteilt, Modelle für eine neue Struktur auszuarbeiten. Der Bundesrat wird im Verlauf des Septembers darüber entscheiden, wie es weitergeht.



Fargate AG, Zürich

Grösster privater Exportvermittler mit 150 Stützpunkten in 40 Ländern.
www.fargate.ch



Flare International USA, Irvine/CA

Unterstützt Schweizer KMU bei ihrem Eintritt und der Geschäftstätigkeit im anspruchsvollen US-Markt.
www.flare.ch



Schweizerisch-Amerikanische Handelskammer Zürich

Grösste Aussenhandelskammer der Schweiz.
www.amcham.ch



Osec Business Network Switzerland, Zürich

Unterstützt im Auftrag des Bundes KMU beim Auf- und Ausbau internationaler Geschäftsbeziehungen.
www.osec.ch

SCHWEIZER MESSEAUFRITTE INTERNATIONAL «SWISS PAVILLON» 1. HALBJAHR 2007

Datum	Messe, Land, Ort	Projektleitung
27.–31.1.2007	CIOSP – Dental-Kongress mit Fachausstellung Brasilien, São Paulo	Paolo von Scala paulo.vonscala@swisscam.com.br
28.–31.1.2007	ISM – Internationale Süswaren-Messe Deutschland, Köln	Susi Gerber sgerber@osec.ch
28.–31.1.2007	ENVIRONMENT 2007 Vereinigte Arabische Emirate, Abu Dhabi	Carl A. Ziegler fairspace@t-link.ch
29.1.–1.2.2007	ARAB HEALTH Vereinigte Arabische Emirate, Dubai	Frank Schirmer fschirmer@osec.ch
30.1.–1.2.2007	IT'n'T Österreich, Wien	Alex Becker becker@hk-schweiz.at
12.–15.2.2007	MDM 2007 USA, Anaheim	Martin von Walterskirchen martin.walterskirchen@chi.rep.admin.ch
15.–18.2.2007	BioFach – Weltfachmesse für Naturkost und Naturwaren Deutschland, Nürnberg	Lucia Guagenti lguagenti@osec.ch
1.–4.3.2007	Energiesparmesse Österreich, Wels	Alex Becker becker@hk-schweiz.at
13.–17.3.2007	TIMTOS – Taipeh International Machine Tool Show Taiwan, Taipei	Daniel Röschli d.roeschli@swissmem.ch
15.–21.3.2007	CeBIT «Business Processes» Deutschland, Hannover	Catherine Jesel cjesel@osec.ch
15.–21.3.2007	CeBIT «Communications» Deutschland, Hannover	Mario Imhof info@expogate.ch
18.–21.3.2007	IFE – International Food & Drink Exhibition Grossbritannien, London	Lucia Guagenti lguagenti@osec.ch
29.3.–2.4.2007	COSMOPROF Italien, Bologna	Sabrina Tomaselli stomaselli@osec.ch
9.–15.4.2007	CIMT – China International Machine Tool Show China, Beijing	Daniel Röschli d.roeschli@swissmem.ch
10.–13.4.2007	GETEX – Internationale Lehrmittel und Ausbildungsmesse Vereinigte Arabische Emirate, Dubai	Angela Reinhard areinhard@osec.ch
16.–20.4.2007	HANNOVER MESSE «Subcontracting» Deutschland, Hannover	Reto Schoch info@schoch-marketing.ch
6.–9.05.2007	BIO 2007 USA, Boston	Frank Schirmer fschirmer@osec.ch
22.–23.5.2007	PLMA – World of Private Label Niederlande, Amsterdam	Sandra Müller smueller@osec.ch
Mai 2007	Interzum Moskau/Interkomplekt Russland, Moskau	Linda Oswald info@koelnmesse.ch
18.–24.6.2007	International Paris Airshow Le Bourget Frankreich, Paris/Le Bouget	Benno Winkler b.winkler@swissmem.ch
20.–22.6.2007	International Bio Forum & Bio Expo Japan Japan, Tokyo	Yukimo Kijima yumiko.kijima@eda.admin.ch

WWW.OSEC.CH