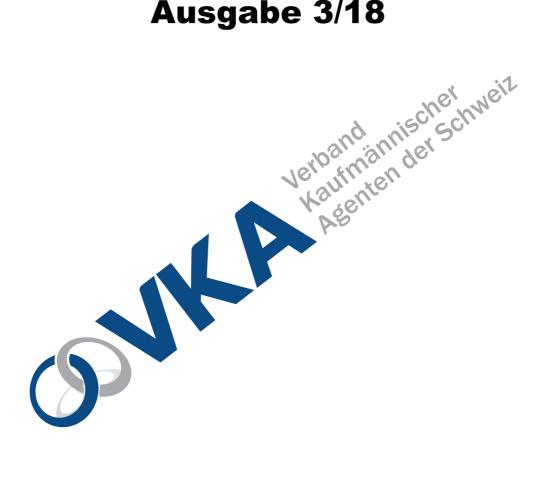


Ausgabe 3/18



Association Suisse des Agents-Représentants Associazione Svizzera degli Agenti Rappresentanti **Swiss Commercial Agents Association**

c/o DW Finanz GmbH, im Bölli 16, 8259 Kaltenbach Tel. 052 / 741 32 33

www.vka.ch

vka@vka.ch

News

IUCAB-Jahrestagung in Turin

Die diesjährige Jahrestagung des internationalen Dachverbandes der nationalen Handelsvertreterorganisationen IUCAB fand am 17./18. Mai 2018 auf Einladung des italienischen Handelsvertreterverbandes "USARCI" in Turin statt.

Auch der Verband kaufmännischer Agenten der Schweiz nahm teil. Die Arbeitsgruppe der Geschäftsführer der Mitgliedsverbände (Secretarial Working Group – SWG) tauschte sich am 17. Mai 2018 über die wirtschaftliche Situation in Europa und die neuesten Entwicklungen in den jeweiligen nationalen Verbänden aus. Auch berichtete der Generalsekretär der IUCAB, Christian Rebernig über das abgeschlossene Branding Projekt und künftige Vorhaben der IUCAB. Ein weiterer Schwerpunkt des Austausches lag bei der Weiterentwicklung der internationalen Handelsvertreterplattform come-into-contact.com, die mittlerweile zwölf nationale bzw. supranationale Plattformen umfasst. Zur gleichen Zeit tagte die Arbeitsgruppe Recht (Legal Working Group – LWG), in der sich die Rechtsberater/Anwälte der Mitgliedsverbände über die aktuellste Rechtsprechung zum Handelsvertreterrecht in den jeweiligen Mitgliedstaaten gegenseitig informierten. Auch wurden die Auswirkungen der EU-DSGVO auf Handelsvertreter besprochen.

Im Rahmen der gemeinsamen Delegiertenversammlung am 18. Mai 2018 wurden die IUCAB – Vizepräsidenten Enric Enrech und Axel Sturmberger in ihren Ämtern bestätigt. Ralf Scholz, der IUCAB Vizepräsident wurde mit großer Mehrheit zum vierten Mal wieder gewählt. Im weiteren Verlauf der Versammlung stellte IUCAB-Generalsekretär Christian Rebernig die gerade an diesem Tage online gegangene neue Webseite der IUCAB vor und berichtete auch über das abgeschlossene Branding Projekt in welchem das IUCAB Logo ebenfalls "aufgefrischt" wurde. Giovanni Pischedda, Leiter der Außenhandelsabteilung der Handelskammer Turin, berichtete über die wirtschaftliche Situation in Italien und insbesondere zur Rolle des Handelsvertreters bei der Stärkung der Wirtschaft. Anschließend wurde über die von der IUCAB erneut für ganz Europa zu den Handelsvertretern erhobenen Zahlen und Daten diskutiert. Diese sollen nun regelmäßig erhoben und damit in Zukunft auch eine Entwicklungsbetrachtung ermöglichen. Ebenso wurde über das IUCAB Trainingsprogramm berichtet, welches nun allen Mitgliedsverbänden angeboten werden soll. Das Delegiertentreffen fand seinen Abschluss mit der Vorstellung des diesjährigen Preisträgers des sog. George Hayward Awards. Gewinner des Preises im Jahr 2018 ist ein österreichischer Handelsvertreter, Peter Feigl, der gemeinsam mit seinem Vater erfolgreich im Farben- und Lackbereich in ganz Österreich tätig ist. Der Preis wurde während der anschließenden Abendveranstaltung verliehen und ist eine Auszeichnung für das internationale Engagement und die Leistung des Gewinners. Die nächste IUCAB Jahrestagung wird im Jahr 2019 in Valencia stattfinden.









NEU! Vertrieb in der Schweiz

3|S Wohnhaus massiv und Garagen – sehr preiswert

Unternehmen

Alle 3|S Gebäude sind massiv aus Stein. 3|S ist ein mittelständisches Industrieunter-nehmen. Wir haben ein deutschland- und europaweit führendes Fertigbau-System entwickelt. Es handelt sich um eine massive und qualitativ hochwertige Bauweise zu einem günstigen Preis. Das Haupt-Produkt ist ein massives Wohnhaus, auch als Ausbauhaus zum Geld sparen. Zusätzlich bieten wir Nebengebäude wie Garagen und Gartenhäuser an, außerdem Chalets und Hallen für Gewerbe. Der Vertrieb erfolgt direkt, bundes- und europaweit. Wir sind seit 55 Jahren erfolgreich am Markt. CEzertifiziert in Europa. Einzigartig: 25 Jahre Garantie und sehr preiswert.

Stellenbeschreibung

Sie haben die Chance selbstständig und erfolgsorientiert in Ihrer Umgebung zu arbeiten. Sie übernehmen unsere Werksvertretung bei sich vor Ort. Sie richten eine schweizerische Domain ein mit Verlinkung zum 3|S Stammauftritt. Das Werbe Know how erhalten Sie von uns. Sie bekommen unsere Interessenten-Adressen, um vor Ort die Interessenten zu betreuen. Sie erhalten Werbemittel und regelmäßige Verkaufs-schulungen. Die technische Abwicklung übernehmen wir. Ihre Bezahlung ist erfolgs-abhängig und bietet bei systematischer und kontinuierlicher Arbeit gute Verdienst-möglichkeiten.

Anforderungen

Sie haben Spaß am Verkaufen und regelmäßiger Kundenbetreuung. Des weiteren sind Sie gewohnt systematisch und selbstständig an Ihrem Erfolg zu arbeiten. Sie sollten (bau)technisches Verständnis und Menschenkenntnis haben sowie offen gegenüber anderen Menschen sein.

Mehr Infos und Bewerbungen per E-Mail an: drschubert@3s-selbstbau.de oder per Telefon 0049/551/38 39 021 oder Funk 0049/175 835 05 49 Verwaltung Göttingen, Maschmühlenweg 97 – 99, D-37081 Göttingen / Deutschland

Sortimente und Produkte:

• Bauwesen

Kunden- und Abnehmerkreis:

- Handel
- Industrie
- Gewerbe
- Private
- Öffentliche Dienststellen
- Verwaltung



Grow Your Business and Build Opportunities with ETS Global!

ETS Global is a wholly owned subsidiary of ETS, the creator of the <u>TOEIC®</u> and <u>TOEFL®</u> tests, serving 60 countries across Europe, Asia, the Middle East and Africa. ETS Global is looking for local business partners to join its ETS Preferred Network.

LET'S BUILD OPPORTUNITY TOGETHER

"Today, I invite you to join forces with ETS, the world's leading nonprofit educational research and assessment organisation. Take advantage of our global strength and grow your business with products structured for easy implementation to help drive a rapid return on investment and long-term sustainability. David Hunt, Senior Vice President, Global Education & Workforce

WHAT ARE THE BENEFITS OF JOINING OUR NETWORK?

When you become an EPN Member and add well-respected ETS assessments to your portfolio, you can **significantly increase your revenue and your customer base in the more than \$100 billion market** of English Language Learning and Workplace Readiness products and services.

- <u>High Brand Awareness</u>: Strong portfolio of globally recognised and acclaimed products with the *TOEIC* and the *TOEFL*
- **Opportunity for Growth**: Access to business development opportunities and leads for your geographic area with a dedicated access to ETS products.
- Marketing Support and Training: Association with the ETS and ETS Global name and brand through use of product logos, graphics and contact information.
- <u>Proven Track Record of Excellence:</u> The world's largest non-profit educational research and assessment organisation. Backed by more than 70 years of delivering reliable and trusted educational products and services to people worldwide

OUR REQUIREMENTS

Document requirements

- A completed business questionnaire, the Institution is expected to provide data about its internal policies, its ownership and management, its governmental, public and International relationships, its contractual relationships and its internal contracts/ affairs organisation.
- A summary of the potential business terms, including which products and volumes are expected.

ETS Global Expectations

- Commitment to meet minimum volume and revenue objectives (depending on portfolio of products)
- Submit monthly volume reports, forecasts and yearly business plans
- Attend monthly business calls
- Provide competitive intelligence on market spaces
- Sign a trademark license agreement

INTERESTED?

Contact:

Alexandre Daugas 929 Strawinskylaan NL-1077 XX Amsterdam Phone +31 (0)2 03 33 60 24 ebenassiarias@etsglobal.org www.etsglobal.org





DELSEY Paris sucht Handelsvertreter für die DACH-Region. Die französische Kultmarke für Reisegepäck ist in 110 Ländern weltweit vertreten und verfügt über 70 Jahre Know-How. Wie keine andere Marke verbindet DELSEY französisches Design mit innovativen Ideen und Kompetenz im Bereich des Reisens.

DELSEY Paris sucht engagierte und motivierte Handelsagenten für die DACH-Region, die unser Team bei dem Verkauf unserer Produkte unterstützen.

Ihre Aufgaben:

- aktiver Verkauf unserer Produkte in Ihrem Gebiet
- telefonische und persönliche Betreuung der Bestandskunden
- Neukundenaquise in Ihrem Gebiet

Ihr Profil:

- ein hohes Maß an Verhandlungsgeschick sowie ein souveränes und aufgeschlossenes Auftreten
- selbstständige und motivierte Arbeitsweise
- MS Office sowie Englisch Kenntnisse
- idealerweise bereits Erfahrungen im Bereich Reisegepäck oder Sie möchten Sich beruflich verändern und/oder weiterentwickeln

Konnten wir Ihr Interesse wecken?

Dann schicken Sie uns doch bitte Ihre aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen sowie Ihr mögliches Betreuungsgebiet, gerne per Mail.

Kontakt:

- DELSEY Reiseartikel & Lederwaren GmbH, Oehleckerring 13, D-22419 Hamburg
- Jasmin Friese
- jasmin.friese@delsey.com
- www.delsey.com
- +49 40 644 21 05 19



DYNA Instruments sucht Verstärkung

DYNA Instruments ist Spezialist für Schüttgutmesstechnik: Durchsatzmessung, Durchflussüberwachung, Staub- und Geschwindigkeitsmessung sind unsere Themen. Zur Verstärkung unseres Vertriebs suchen wir einen selbstständigen Außendienstler (m/w) mit Erfahrung für die Schweiz.

Sie kennen sich in den unterschiedlichen Schüttgut verarbeitenden Branchen in Ihrer Region aus, wie in der viel zitierten eigenen Westentasche und verfügen über die richtigen Kontakte? Im besten Fall ergänzen unsere Produkte Ihr aktuelles Portfolio thematisch, sodass es Ihnen leicht fällt, neben der Betreuung unserer Bestandskunden insbesondere Neukunden in Industrie, Anlagenbau und Engineering zu akquirieren.

Klingt interessant? Dann rufen Sie uns an, oder schreiben Sie uns – wir freuen uns auf Sie!

https://www.dynainstruments.com/de/jobs.html

Kontakt:

- DYNA Instruments GmbH, Tempowerkring 7, D-21079 Hamburg
- Jens Bornhöft
- jens.bornhoerft@dynainstruments.com
- -+49 40 790 185 0



selbständige Handelsvertreter (w/m)

Kontrakt: selbständige Handelsvertreter

Lokalisierung: Schweiz

LASTRIK- Fenster-und Türenfabrik PVC/Aluminium sucht zuverlässige und erfahrene Handelsvertreter (min. 2 Jahre) zum Aufbau von Vertriebsabteilung für Fenster und Türen.

Unsere Verkaufsphilosophie ist einfach: Fenster hat nur Vorteile:

DESIGN/ISOLATION/KOMFORT/QUALITÄT

Ihre Hauptaufgaben:

- -Verkauf von Fenstern und Türen aus PVC von Schüco und auf Alu-Profilen gemäß handelsbezogener Politik und vorausgesetzten Zielen
- Suche nach Neukunden
- Zusammenarbeit mit Architekten
- Gestaltung des Erscheinungsbildes unserer Firma auf dem Markt
- laufende Berichte über Ihre Aktivität

<u>Ihr Profil:</u>

- min. 2 Jahre Erfahrung im Verkauf von Fenstern und Türen an professionelle Kunden auf dem Baumarkt
- Kenntnisse von modernen Technologien
- eine selbständige und eigenverantwortliche Arbeitsweise
- Zielstrebigkeit

Wir bieten:

- ein positives Arbeitsumfeld mit starkem Teamgeist
- attraktive Vergütung auf Provisionsbasis (schätzungsweise von 50 000 bis 100 000 Euro pro Jahr)
- Zusammenarbeit mit erfahrener Firma: 15 Jahre im Export, 50 Jahre auf dem Baumarkt, 25 Jahre Erfahrung in Herstellung von Fenstern, Türen und Fassaden aus PVC und Aluminium.

Ansprechpartnerin: Monika Heib-Hermann – Leiterin der Exportabteilung

(deutschsprachiger Markt)

Mobile: +48 603 254 251 e-mail: <u>info@lastrik.com</u> Skype: m.heib.herman.lastrik

www.lastrik.com





Die WEH GmbH ist ein mittelständisches Unternehmen, das sich in den letzten 20 Jahren erfolgreich am Markt etabliert hat. Zum Ausbau unserer Vertriebsorganisation suchen wir qualifizierte und engagierte



Handelsvertreter

zum Vertrieb hochwertiger Rückschlagventile

Sie sind zuständig für die Neuakquisition und Betreuung des vorhandenen Kundenstammes. Unsere Kunden sind u.a. in der Automobil- und Fahrzeugindustrie, Maschinen- und Anlagenbau, Chemie- und Pharmaindustrie, Gasindustrie, Kälte-/Klimatechnik, Medizintechnik, Lebensmittelbranche tätig.

Was wir bieten:

- Breites Produktprogramm an Standard- und Sonderventilen
- Intensive Vertriebsunterstützung durch unseren Innendienst
- · Attraktive Verkaufsprovisionen
- · Gebietsschutz

Was wir suchen:

- Erfahrene und motivierte Handelsvertretungen mit technischem Hintergrund
- Idealerweise verfügen Sie über Fachkenntnisse in unseren Zielmärkten und haben evtl. bereits bestehende Abnehmer in diesen Märkten
- Sicheres und überzeugendes Auftreten ist für Sie selbstverständlich



WEH GmbH Verbindungstechnik

Josef-Henle-Straße 1 89257 Illertissen | Deutschland

Telefon: +49 (0)7303 9609-830 Email: sales@rueckschlagventile.de

www.rueckschlagventile.de



Selbstständige/n Handelsagent/in für die Verkaufsgebiete Schweiz und Liechtenstein für Wohndekorationen und Wohnaccessoires.

Kaheku schönes Wohnen entwickelt und verkauft Wohndekorationen und Accessoires an den (inter-)nationalen Facheinzelhandel. Wir sind ein renommiertes mittelständisches und inhabergeführtes deutsches Unternehmen und arbeiten seit 40 Jahren erfolgreich im europäischen Markt.

Wir suchen eine/n selbstständige/n Handelsagent/in für die Verkaufsgebiete Schweiz und Liechtenstein

Fachliche Voraussetzungen:

- Betreuung, Beratung und Entwicklung unseres bestehenden Kundennetzes
- Erfahrungen im Verkauf von stilvollen, ästhetischen und trendigen Produkten
- Anwendungskenntnisse über Microsoft-Office-Programme

Anforderungsprofil:

- Sie haben eine Affinität zu unseren Wohn- und Lifestyle Produkten und suchen den Erfolg im beratenden Verkauf
- Sie arbeiten eigenverantwortlich, konzeptionell und strukturiert
- Sie sind kommunikativ und offen im Umgang mit Menschen
- Sie stellen sich engagiert, lösungsorientiert und zuverlässig in den Dienst unserer Kun-den
- Sie garantieren eine flächendeckende Reisetätigkeit im gesamten Verkaufsgebiet
- Teilnahme an Verkaufsmessen in der Schweiz und Deutschland

Wir bieten Ihnen:

- Verantwortungsvolle Aufgabe
- Innovative, designorientierte Produkte von höchster Qualität
- Langfristige Perspektive
- Unterstützung durch ein engagiertes Team
- Intensive Einarbeitung und eine marktgerechte Provision

Bei Kaheku erwartet Sie eine abwechslungsreiche und interessante Tätigkeit für ein renommiertes Großhandelsunternehmen. Die Tätigkeit beinhaltet auch die Teilnahme an verschiedenen Verkaufsmessen. Wir bieten Ihnen eine intensive Einarbeitung, sowie eine marktgerechte Provision.

Sind Sie interessiert? Dann senden Sie uns Ihre Bewerbungsunterlagen zu. Bei E-Mail Bewerbungen bitte das Format .pdf beachten. Für eventuelle Rückfragen wenden Sie sich bitte an die Geschäftsleitung.

Kaheku schönes Wohnen GmbH Käthe-Paulus-Str. 11+13 D-31137 Hildesheim Tel. 05121/7540-0, Fax 05121/7540-15 Mail: bewerbung@kaheku.com

Mail: bewerbung@kaheku.com Internet: www.kaheku.com



Hersteller und Importeur von Souvenir & Geschenkartikel sucht für umsatzstarke Tierschilder und Geschenkartikel mit Tiermotiven eingeführte Kollegen

Gesucht werden Handelsvertreter die unsere neuen Tierprodukte im Dekobereich als Zusatzartikel, mit hoher Provision vertreiben möchten.

Die Produkte können mehrsprachig geliefert werden.

Sie sind idealerweise bei im Geschenkartikel, Schreibwaren und Deko Bereich tätig. Sie arbeiten unter strikten Kundenschutz in Gebieten die mit anderen Artikeln schon von Kollegen im Souvenirbereich bereist werden.

Gerne können Sie Ihre auch überregionalen Kontakte nützen.

Die Firma Pfronten-Schmuck GmbH ist ein kleines Familienunternehmen mit 15 Mitarbeitern. Seit über 40 Jahren beliefern wir Einzelhändlern in Deutschland, Österreich, Schweiz und Frankreich im Souvenirbereich.

Unsere Produkte fertigen wir selbst, oder lassen diese Qualitätsüberwacht in Fernost nicht günstig aber zu einem günstigen Preis – Leistungsverhältnis fertigen.

Faire Handelsbeziehungen sind uns nicht nur bei den Vertriebsmitarbeitern, sondern auch bei den Herstellern wichtig.

Europaweit arbeiten wir langjährig mit über 20 Handelsvertretern partnerschaftlich und langjährig zusammen.

Wenn Sie leistungsbereit sind, verkaufen und nicht nur anbieten können, strategisch langfristig denken und ein bestehendes Kundenpotential in den oben angegebenen Vertriebskanälen besitzen, dann sollten Sie sich melden.

Mehr Informationen erhalten Sie bei: Hans Lauterbach Telefon: 0049-8363-914150 0049-0171-2727018 Email: hans@pfronten-schmuck.de www.pfronten-schmuck.de





Seit 30 Jahren erfolgreich in Europa suchen wir nach kompletter Neuausrichtung selbständige Vertriebspartner für den Direktvertrieb in der Schweiz

Warten Sie nicht länger auf Ihren Lottogewinn, hier ist er!

Wer sind wir?

Seit Anfang der 90er Jahre produzieren und vertreiben wir physikalische Wasseraufbereitungsgeräte in ganz Europa. Weltweit sind wir einziger Hersteller mit einem unabhängigen wissenschaftlichen Gutachten, welches die Funktionsweise dieses einzigartigen Gerätes bestätigt.

Was bieten wir?

- + selbständiges Arbeiten
- + außergewöhnliche Bruttomarge im BtoC Geschäft
- + perfekte Vorbereitung und Training on the Job (Schulung)
- + wissenschaftliches Gutachten über die Funktionsweise
- + außergewöhnlich nachhaltiges Produkt in Bezug auf Herstellung, Betrieb und Recycling
- + Swiss Made

Was erwarten wir?

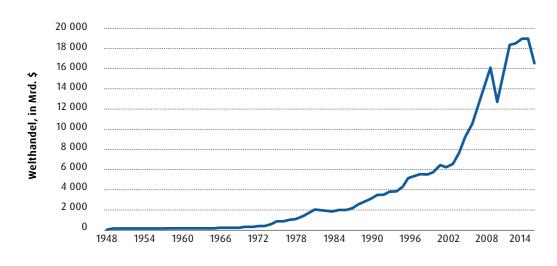
- + seriöser Auftritt gegenüber dem Kunden
- + kompetenter, perfekter fachlicher Berater
- + selbständiger proaktiver Verkaufsberater
- + Netzwerker und eigener Ideengeber
- + Bereitschaft innovative Verkaufsstrategien zu entwickeln
- + Ehrgeiz, sicheres seriöses Auftreten, Durchhaltevermögen und der unbedingte Wille zu Erfolg

sanaqua Produktions- & Vertriebs GmbH Volker Schuette Mitglied der Geschäftsleitung Gewerbehaus Obermühle 7

CH-8722 Kaltbrunn SG

+41-79 539 66 74 info@sanaqua.com www.sanaqua.com Facts & Figures HANDELSchweiz

Handel bewegt die Welt: Die weltweiten Handelsströme



Weltweite Exporte in Mrd. US \$ (Quelle: WTO, BAK Economics)

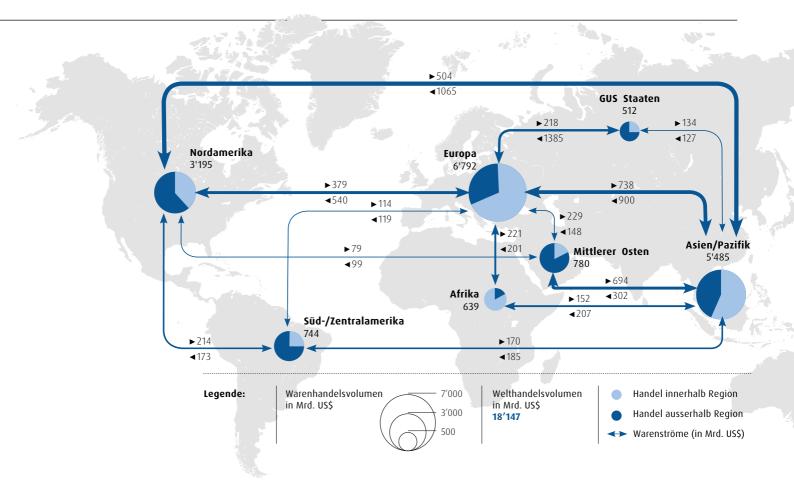
Erläuterungen

Seit dem Zweiten Weltkrieg hat sich der globale Handel erheblich intensiviert. Der Abbau von Handelsschranken hat dazu massgeblich beigetragen. Nutzniesser waren grundsätzlich alle Länder, sowohl im «Norden» wie auch im «Süden». Zwar nahmen im Zuge der globalen Finanzkrise seit 2008 vielerorts protektionistische Massnahmen zu. Das globale Bekenntnis zu einer vermehrten Integration im Handel blieb aber intakt. Allerdings geht das allgemeine Bekenntnis zu Freihandel nicht mit Fortschritten bei der weiteren Handelsliberalisierung einher. Die 2001 begonnene Doha-Verhandlungsrunde im Rahmen der World Trade Organisation (WTO) stockt. Alle Beteiligten der WTO sind gefordert, durch mutige Schritte den gordischen Knoten zu zerschlagen und die Doha-Runde zum Wohle aller erfolgreich abzuschliessen. Im Weiteren überstatten grosse Kontroversen die Verhandlungen neuer Handelsabkommen wie beispielsweise TTIP, CETA oder TiSA. Der Durchbruch für den freien Handel von IT Produkten, der im Sommer 2015 erzielt wurde, kann hier nur ein kleiner Beitrag auf dem Weg einer weiteren Integration sein. Die jüngste Schwäche im Welthandel ist auch eine Folge der Abschwächung der globalen Wirtschaftsdynamik.

Die Bedeutung des globalen Handels wird bei einer Betrachtung der Handelsströme klar:

Im Jahr 2014 wurden auf der gesamten Welt Güter im Wert von 18.1 Billionen US\$ gehandelt, wovon 9.5 Billionen US\$ und somit 52.5% innerhalb der jeweiligen geographischen Räume getauscht wurden. Die restlichen 8.6 Billionen US\$ (47.5%) fanden einen Abnehmer ausserhalb der exportierenden Region. Europa ist der am stärksten am Welthandel beteiligte Wirtschaftsraum. Etwa 37 Prozent der wertmässigen Güterumschläge fanden den Weg über die europäischen Länder, wovon der grösste Teil (69%) innerhalb der Region gehandelt wurde. Der zweitgrösste Handelspartner weltweit stellt die asiatisch-pazifische Region dar (30%), gefolgt von Nordamerika (18%). Betrachtet man die einzelnen Handelsströme unter den Regionen fällt auf, dass der Handel zwischen den erwähnten drei Regionen (Europa, Asien/Pazifik, Nordamerika) circa 48 Prozent des interregionalen Welthandels ausmacht. Rund 11 Prozent der europäischen Exporte finden einen Abnehmer im asiatischen Raum. Ungefähr 8 Prozent werden nach Nordamerika verschifft. 18 Prozent der asiatischen Exporte haben nordamerikanische Regionen zum Ziel und in die entgegengesetzte Richtung finden über 20 Prozent der nordamerikanischen Exporte einen Abnehmer im asiatisch-pazifischen Raum.

HANDELSchweiz Facts & Figures



Die Schweizerische Aussenwirtschaft beruht auf drei Säulen: Mitgliedschaft in der WTO, bilaterale Abkommen mit der EU und Freihandelsabkommen mit Staaten ausserhalb der EU.

Die WTO sichert dank globalen Standards Zugang zu Märkten und sie vereinfacht den weltweiten Handel. Für die Schweiz als Binnenland ist so sichergestellt, dass sie einfach und gleichberechtigt weltweit importieren und exportieren kann.

Die mittlerweile fast 130 Abkommen, welche sich hinter den «Bilateralen» verstecken, sind Ergebnis des EWR-Neins vom 6. Dezember 1992. Zehn Jahre lang dümpelte die Wirtschaft vor sich hin, überholt von allen Nachbarländern, wir waren das Schlusslicht in der OECD, bis uns die Bilateralen I ab 2002 einen gewaltigen Schub verliehen. Heute sind sie nicht mehr wegzudenken und bilden den Lebensnerv für unseren Wohlstand und die Stabilität.

Als sich immer mehr abzeichnete, dass es innerhalb der WTO nicht gelingen würde, weitere substantielle Schritte zu machen, gewann die Idee von Freihandelsabkommen zwischen einzelnen Staaten oder Staatengruppen mehr und mehr an Gewicht. Rasch war es möglich, mit wichtigen Handelspartnern gezielte Handelserleichterungen zu vereinbaren. Damit wurde der Grundgedanke der WTO – globale Handelserleichterungen für alle – mehr und mehr geschwächt.

Die Schweiz verfügt mittlerweile über ein Netz von 38 Freihandelsabkommen mit wichtigen Staaten wie Kanada, Japan oder China. Zudem befindet sich die Schweiz aktuell in Verhandlungen mit vielen weiteren Staaten im asiatischen Raum.

Facts & Figures HANDELSchweiz

Handel bewegt die Welt: Die weltweiten Handelsströme

Den wichtigsten Handelspartner für die Schweiz stellte 2015 die Eurozone (53%) dar, insbesondere Deutschland mit einem Anteil von 23 Prozent am Gesamthandelsvolumen (Importe und Exporte) zwischen beiden Ländern. Die weiteren Anrainerstaaten Italien (8%), Frankreich (7%) und Österreich (4%) wiesen deutlich tiefere Quoten auf. Rund 36 Prozent des Schweizer Warenhandels fand mit einem Partner ausserhalb Europas statt. Im Jahr 2015 importierte die Schweiz Waren im Wert von 166 Mrd. CHF. Aufgrund der wertmässig höheren Exporte (203 Mrd. CHF) erwirtschaftete die Schweiz einen Handelsbilanzüberschuss.

Total	202′919	-2.6		
Ozeanien	2′456	-2.7	1.3	1.2
Afrika	3′218	-12.7	1.8	1.6
Lateinamerika	6′245	-4.9	2.9	3.1
Nordamerika	30′749	5.4	11.5	15.2
Asien	45′228	-0.1	20.4	22.3
Europa	114′694	-5.0	62.0	56.5
Kontinent	Mio. CHF	+/-0/0	Anteil 2010 (%)	Anteil 2015 (%)

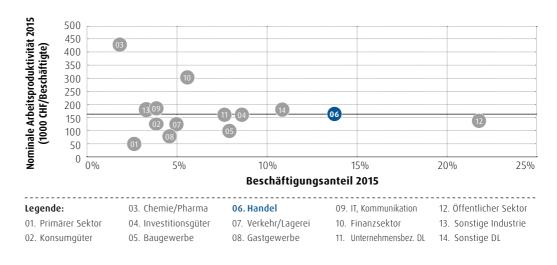
Veränderung der Exportanteile der Schweiz mit den verschiedenen Weltregionen (Quelle: EZV, BAK Economics)

Der Europäische Markt hat für den Schweizer Aussenhandel deutlich an Gewicht verloren. Die Märkte in Asien (einschliesslich dem Mittleren Osten) sind deutlich wichtiger geworden. Dies liegt zu einem Teil an der deutlich stärkeren wirtschaftlichen Entwicklung, ein Phänomen, das auch zu einem stärkeren Aussenhandel mit Nordamerika führt. Zu einem anderen Teil liegt das aber auch an erfolgreichen Freihandelsabkommen, die vor allem in der arabischen respektive asiatischen Welt ausgehandelt wurden. Dadurch konnte die starke Abhängigkeit zu Europa gerade in den Jahren nach der Finanzkrise verringert werden.

Tendenziell hat die Schweiz auf der Exportseite gegenüber anderen Ländern einen komparativen Vorteil im Maschinenbau, bei Uhren und Schmuck, der Präzisionsgüterindustrie sowie in der chemischpharmazeutischen Industrie. Diese vier Branchen sind für rund 80% aller Ausfuhren verantwortlich. Importseitig machten 2015 Konsumgüter den Hauptanteil aus (44%). Die andere Hälfte der Einfuhren waren Rohstoffe respektive Halbfabrikate (24.4%) und Investitionsgüter (24.1%). Energieträger machten mit 7.7 Prozent einen untergeordneten Anteil aus. Dies ist vor allem durch eine stetige Verringerung des Weltmarktpreises für fossile Brennstoffe zu erklären. Aufgrund der gesunkenen Weltmarktpreise, hat sich dieser Anteil in den letzten Jahren erheblich verkleinert.

HANDELSchweiz Facts & Figures

Branchenspektrum der Schweiz: Der Handel ist die wichtigste privatwirtschaftliche Branche der Schweiz



Beschäftigung in Vollzeitäquivalente; nominale Arbeitsproduktivität in CHF/FTE; Branchenschnitt der Produktivität: 157'964 CHF pro Beschäftigter (Quelle: BFS, BAK Economics)

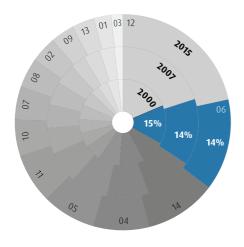
Erläuterungen

Der Schweizer Handel stellt im Jahr 2015 rund 542'000 Arbeitsstellen (in Vollzeitäquivalenten) zur Verfügung, was einem Anteil von knapp 14 Prozent an allen Arbeitsplätzen der Gesamtwirtschaft entspricht. Der Handel vereint damit in etwa so viele Arbeitsstellen wie die Investitionsgüterindustrie und der Finanzsektor zusammen. Nur der öffentliche Sektor bietet mit einem Anteil von 22 Prozent mehr Beschäftigungsstellen. Der Handel ist damit der bedeutendste privatwirtschaftliche Arbeitgeber in der Schweiz.

Mit einer nominalen Wertschöpfung von rund 163'800 Schweizer Franken pro Arbeitsstelle und Jahr liegt der Handel in etwa gleich auf mit der Investitionsgüterindustrie und knapp über dem gesamtwirtschaftlichen Durchschnitt von etwa 156'600 Franken. Er bleibt damit deutlich über dem Niveau anderer Binnenmarktbranchen, wie der Landwirtschaft, dem Gastgewerbe oder dem Baugewerbe. Dabei wird das überdurchschnittliche Ergebnis der Handelsbranchen insbesondere vom Grosshandel getragen.

Facts & Figures HANDELSchweiz

Entwicklung der Beschäftigung: Leichter Stellenabbau durch Strukturveränderungen



Legende:

- 01. Primärer Sektor
- 02. Konsumgüter
- 03. Chemie/Pharma
- 04. Investitionsgüter
- 05. Baugewerbe
- 06. Handel
- 07. Verkehr/Lagerei

- 08. Gastgewerbe
- 09. IT, Kommunikation
- 10. Finanzsektor
- 11. Unternehmensbez. DL
- 12. Öffentlicher Sektor
- 13. Sonstige Industrie
- 14. Sonstige DL

Beschäftigung in Vollzeitäquivalente (Quelle: BFS, BAK Economics)

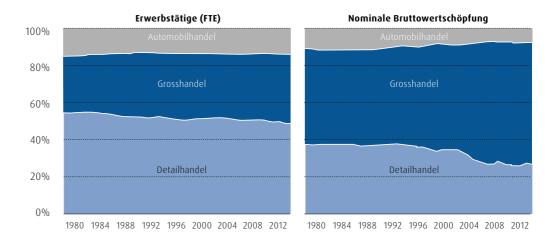
Erläuterungen

Im Verlaufe der Jahre kann ein deutlicher Aufbau an Beschäftigten im öffentlichen Sektor, also in der Verwaltung, Erziehung und Unterricht sowie im Gesundheits- und Sozialwesen, festgestellt werden. Demgegenüber sahen sich die Handelsbranchen im selben Zeitraum mit einem leichten Stellenabbau konfrontiert. Lag die Anzahl der vollzeitäquivalenten Beschäftigung im Jahr 1990 noch bei rund 526'000, fand bis zum Jahrtausendwechsel ein Abbau von circa 33'200 Stellen statt. Auch in den Folgejahren konnte der Handel nicht mit der Beschäftigungsentwicklung in der Gesamtwirtschaft mithalten und verlor leicht an Anteilen. Was jedoch nicht heisst, dass im Handel weiterhin Arbeitsplätze gestrichen wurden. Insbesondere im Detailhandel verlief der Beschäftigungsaufbau einfach deutlich langsamer als in der Gesamtwirtschaft. Der Grosshandel konnte bei den Arbeitsplätzen sogar stärker expandieren als im Durchschnitt aller Branchen, während das Wachstumstempo im Automobilhandel leicht unterdurchschnittlich ausfiel. Insgesamt bleibt der gesamte Handel mit einem Beschäftigungsanteil in der Höhe von 14% der grösste Arbeitgeber des privaten Sektors.

Verantwortlich für die rückläufigen Beschäftigungszahlen zeigte sich eine Verlagerung der Wohnbevölkerung von den ländlichen in die städtischen Gebiete, welche sowohl eine Verlagerung der Konsumnachfrage als auch der Angebotsstruktur im Detailhandel mit sich zog. Mittelgrosse Verkaufsstellen ersetzten mehrere kleine Geschäfte, was zu Skaleneffekten und folglich zu rückläufigen Beschäftigungszahlen führte. Ebenso brachte die Einführung von Informations- und Telekommunikationstechniken (bspw. Lagerbewirtschaftung, Scannerkassen,...) erhebliche Produktivitätsgewinne. Im Grosshandel fand in der gleichen Zeit eine deutliche Zunahme der Beschäftigung in Vollzeitäquivalenten statt. Des Weiteren fand im Autohandel ein Ausdünnen des Vertriebsnetzes statt, welches Einfluss auf die rückläufigen Beschäftigungszahlen hat.

HANDELSchweiz Facts & Figures

Grosshandel gewinnt an Bedeutung: Struktur der Handelsbranchen



Beschäftigung in FTE Vollzeitäquivalente CQuelle: BFS, BAK Economics)

Erläuterungen

Bei der Betrachtung der Entwicklung der Beschäftigung und der Wertschöpfung der Unterbranchen des Handels über die Zeit weist nur der Autohandel relative Konstanz auf. Dominierte während den 80er Jahren der Detailhandel mit einem durchschnittlichen Anteil von 54 Prozent (ca. 275'000 Vollzeitäquivalente) der Beschäftigung im Gesamthandel, fand im Laufe der 90er Jahre ein Strukturwandel hin zu grösseren Verkaufsstätten sowie vermehrte Produktionsgewinne durch die Informationstechnologien (z.B. elektronische Kassensysteme, Internet) statt, was zu einem signifikanten Beschäftigungsrückgang führte.

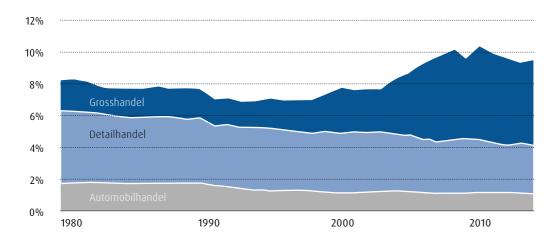
Auf Seiten des Grosshandels führten das zunehmende Angebot von Dienstleistungen und die immer aufwendigere Logistik, beispielsweise aufgrund der just-in-time Anforderungen von Kundenseiten, zu einem vermehrten Personalbedarf. So erledigt der Grosshandel heute häufig auch die Vorfabrikation für die Abnehmer und integriert ganze Produktionsbereiche.

Aufgrund seiner Produktivitätsgewinne konnte der Detailhandel auch den Anteil der nominalen Bruttowertschöpfung an der Wertschöpfung des Gesamthandels bis zu Beginn des neuen Jahrtausends aufrechterhalten (durchschnittlicher Anteil: 38%). In den Folgejahren konnte insbesondere der Grosshandel seine Anteile an der nominalen Bruttowertschöpfung des inländischen Gesamthandels steigern.

Der Strukturwandel im Schweizer Handel ist auch dadurch gekennzeichnet, dass die Grenzen zwischen Gross- und Detailhandel in zahlreichen Segmenten immer undurchsichtiger werden. So engagieren sich heute auch die Grossverteiler im Konsumgüterbereich des Grosshandels und der Grosshandel erfüllt durch zunehmende Kleinmengenlieferung teilweise die Funktionen des Fachhandels.

Facts & Figures HANDELSchweiz

Wertschöpfungsanteile im Handel: Deutliche Verschiebungen bemerkbar



Anteile der nominalen Wertschöpfung der jeweiligen Handelsbranche an der Wertschöpfung der Gesamtwirtschaft (Anteil des Gesamthandel 2015: 14.2%)

(Quelle: BAK Economics)

Erläuterungen

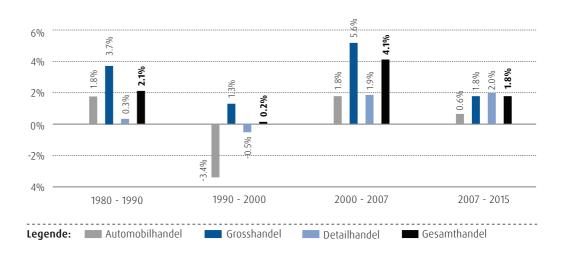
Rund ein Siebtel (14.2%) der gesamten volkswirtschaftlichen Leistung – des Bruttoinlandsprodukt – wurde 2015 im Handel erwirtschaftet. Folglich nimmt der Handel neben seiner gesamtwirtschaftlich wichtigen Distributions- und Versorgungsfunktion eine bedeutende Rolle in der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung ein.

Als tragende Stütze zeigt sich dabei über die Jahre der Grosshandel, welcher über neun Prozent ans Bruttoinlandsprodukt beiträgt. Dank überdurchschnittlichen Wachstumsraten der Wertschöpfung konnte der Grosshandel seine Anteile gegenüber der Gesamtwirtschaft im Verlaufe der Jahre erhöhen, während die beiden anderen Handelsbranchen nur unterdurchschnittlich zulegten und somit an Anteilen einbüssen mussten.

Die Grenzen zwischen den Handelsarten verwischen. Sei es, dass die grossen Detaillisten Grosshändler akquirieren oder gar Automobile verkaufen, oder dass Grosshändler sich in der Feinverteilung wie z.B. im Fachhandel engagieren: Heute ist nichts mehr undenkbar.

HANDELSchweiz Facts & Figures

Wachstum der realen Bruttowertschöpfung: Der Handel ist ein Wachstumsmotor der Schweiz



Durchschnittliches reales Wachstum in % p.a. (Quelle: BAK Economics)

Erläuterungen

Seit Beginn der 80er Jahre wird die Dynamik der realen Wertschöpfung im Schweizer Handel vom Grosshandel bestimmt (durch die reale Betrachtung bleiben Preiseffekte unberücksichtigt). Dies führte in Verbindung mit hohen Produktivitätsgewinnen zu deutlich überdurchschnittlichen Wachstumsraten der Bruttowertschöpfung im Vergleich zur Gesamtwirtschaft (2000-2007: +2.2%; 2007-2015:+1.3%). Trotz vermehrtem Einkaufstourismus und dem Preisdruck aus dem Ausland im Zuge des Eintretens der Finanz- und Wirtschaftskrise im Jahre 2007 sowie der darauf folgenden Eurokrise weist der Detailhandel überdurchschnittliche Wachstumsraten seit 2007 auf und zeigt seine stabilisierende Wirkung für die gesamtwirtschaftliche Entwicklung. Ein Grossteil dieser Entwicklung in den letzten Jahren ist der zusätzlichen Nachfrage aufgrund einer über mehrere Jahre kräftigen Zuwanderung geschuldet. Diese zusätzlichen Konsumenten in der Schweiz stützten den Detailhandel, sowie über ihre Nachfrage nach Wohnraum auch den baubezogenen Grosshandel.

In den 90er Jahren führten allerdings die Rezession in der ersten Dekadenhälfte sowie der zunehmende Erfolg der Schweizer Exportbranchen ab dem Jahr 1995 zu unterdurchschnittlichen Wachstumsraten gegenüber der Gesamtwirtschaft (1990 – 2000: +1.2%).