

Go International – Schweiz

Seit 2010 ist die Schweiz Österreichs drittgrößter Handelspartner. Dies obwohl die Schweiz nicht Mitglied im EWR bzw. der EU ist und daher noch diverse Handelshemmnisse zu überwinden sind.

Unmittelbar an Österreich angrenzend bietet sich die Schweiz gerade für Jungunternehmer, auch aufgrund der größtenteils gemeinsamen Sprache, für die ersten Expansionspläne an. Anhand eines Best-Practice Beispiels beleuchten wir die Chancen und Risiken für Jungunternehmer in der Schweiz.

DER WELTMEISTER

„Die Schweiz verteidigte 2011 ihren Weltmeistertitel der Wettbewerbsfähigkeit: Eine hohe Innovationskraft der Wirtschaft, beste Forschungsinstitute, die Kooperation zwischen Wissenschaft und Wirtschaft, exzellente Infrastruktur und der hochentwickelte Finanzsektor sind wesentliche Bestandteile des Erfolgsrezeptes“, sagt Josef Treml, stellvertretender Wirtschaftsdelegierter des AußenwirtschaftsCenter Zürich. Ein liberales Wirtschaftsregime, darunter die Steuerautonomie und der Steuerwettbewerb zwischen den 26 Kantonen, bleibt ein wichtiger Standortvorteil für viele internationale

Unternehmen. Der leistungsfähige Arbeitsmarkt ist seit Inkrafttreten des Freizügigkeitsabkommens mit der EU vermehrt von einer qualifizierten Zuwanderung getragen. Die Bevölkerung wächst weiter und der hohe Privatkonsum bleibt eine der Säulen des Schweizer Binnenmarktes.

So verwundert es nicht, dass auch zahlreiche österreichische Unternehmen in die Schweiz expandieren. Eines davon ist NOA No Ordinary Agency Werbeagentur GmbH, die in unterschiedlichen Ländern bereits fünf Niederlassungen hat. „Nach mehreren Gesprächen mit unseren internationalen Kunden (darunter Coca-Cola) war klar, dass ein weiterer Standort in der Schweiz mehr als erwünscht war“, so Helmut La von NOA, der es schaffte, in einem Jahr eine Zweigniederlassung in Zürich auf die Beine zu stellen.

hen auch im Konsumgüterbereich bei hochwertigen Bio-Lebensmitteln sowie Wein, der in der Schweiz immer mehr Liebhaber findet. Weitere Absatzmöglichkeiten bestehen nachwievor im Bereich Gesundheit, Wellness und Design.

Das Produkt oder die Dienstleistung sollte möglichst innovativ und am Puls der Zeit sein. Das Marktpotential sollte nach Möglichkeit mit Testkunden vorab geklärt werden.

„Neben dem Warenexport hat sich auch der Dienstleistungssektor erfreulich entwickelt, oft im Zusammenhang mit Lieferungen von Maschinen und Anlagen. Österreichs Know-how im Bau-, Energie- aber auch im Softwarebereich und Marketing werden von Schweizer Firmen gerne in Anspruch genommen“, so der WKO-Experte Treml.

GEFRAGTE WAREN UND DIENSTLEISTUNGEN

Arzneimittel sowie Maschinen bzw. Anlagen werden nachwievor in der Schweiz sehr stark nachgefragt. Im Bereich erneuerbare Energien und im Bausektor ergeben sich Geschäftsmöglichkeiten sowohl im Tief- und Hochbau, bei alternativen Energien und Solarthermie oder Biomasse, Gebäudesanierung, Wärmedämmung, Fertigteilhäuser und generell Verfahren zum Energiesparen. Gute Chancen für österreichische Produkte beste-

MÖGLICHE ERFOLGSSTRATEGIEN

Das Qualitätsbewusstsein der Schweizer Konsumenten ist sehr hoch, wohingegen die Preissensibilität der Kunden bei hochwertigen Produkten eher gering ist. „Wichtig ist, dass man wirklich Premium und High-Quality abliefert. Dann steht der Preis nicht an erster Stelle, sondern eher das Verständnis für die überzeugende Qualität“, gibt Helmut La zu bedenken.

Das Produkt oder die Dienstleistung sollte möglichst innovativ und am Puls der

Wolfgang Sieh

w.sieh@fplp.at



Zur Person:

Dr. Wolfgang Sieh ist Rechtsanwalt bei Fiebinger Polak Leon & Partner und auf Unternehmensrecht spezialisiert.

Zeit sein. Das Marktpotential sollte nach Möglichkeit mit Testkunden vorab geklärt werden. Beispielsweise kann NOA gerade verstärkt im trendigen Bereich des Social-Media-Marketing Erfolge verzeichnen.

Die österreichische Herkunft kann einem Unternehmer in der Schweiz Vorteile bringen, zumal Österreicher in der Schweiz einen guten Ruf genießen. „Sobald das Schweizer Gegenüber merkt, dass man aus Österreich kommt, entsteht ein Lächeln im Gesicht und der Gesprächspartner denkt dann meistens gleich an den letzten Österreicherurlaub. Schweizer verbinden mit Österreich eigentlich nur positive Gefühle und Gedanken. Das ist schon mal ein guter Start bei allen Gesprächen“, ist sich Helmut La des Österreicher-Bonus bewusst.

RECHTLICHER RAHMEN

Den einzelnen Kantonen kommt grundsätzlich große Autonomie in einigen Bereichen der Gesetzgebung zu. Beispielsweise vergibt jeder Kanton Arbeits- und Aufenthaltsbewilligungen autonom auf seinem Gebiet. Auch gibt es kein geschlossenes Regelwerk für Kaufleute und Gewerbetreibende sondern sind die anwendbaren Bestimmungen in diversen Gesetzen und Verordnungen auf Bundes-, Kantons- und Gemeindeebene verstreut. Auch ein Gewerberecht wie es bei uns üblich ist, gibt es in der Schweiz nicht: Es gibt keine allgemeinen Bestimmungen für Gewerbetreibende, sondern nur spezifische Regeln für gewisse risikobehaftete Berufe (z.B. Ärzte, Rechtsanwälte, Installateure, etc.).

Die am weitesten verbreiteten Gesellschaftsformen für den Betrieb eines Unternehmens in der Schweiz sind die Aktiengesellschaft und die Gesellschaft mit beschränkter Haftung. Die AG muss ein Mindestkapital von CHF 100.000, die GmbH ein Mindestkapital von CHF 20.000 ausweisen. Anders als in Österreich muss zumindest ein einzelvertretungsbefugtes Organ den Wohnsitz in der Schweiz haben (wobei die Nationalität keine Rolle spielt). Das Einsetzen von Organen, die

lediglich auf Weisung eines Gesellschafters handeln (sogenannte treuhänderische Verwaltungsräte bzw. Geschäftsführer), sind in der Schweiz zulässig.

Neben der AG und der GmbH kennt das schweizerische Recht auch die einfache, die



Kollektiv- und die Kommanditgesellschaft, bei denen mit Ausnahme der Kommanditare die Gesellschafter unbeschränkt und solidarisch haften. Zu beachten ist, dass die einfache Gesellschaft nicht zu dem Zweck der Führung eines kaufmännischen Gewerbes gegründet werden darf.

NOA gründete mit Hilfe eines von Kontakten empfohlenen Steuerberaters in der Schweiz eine AG. Sofern man auf Nummer Sicher gehen will, empfiehlt es sich, eine Empfehlung einer österreichischen Wirtschaftsanwaltskanzlei einzuholen, die auch die Abwicklung der österreichischen Themen übernehmen kann.

FÖRDERUNGEN

Es gibt keine bundesweite Investitionsförderung. Jeder Kanton bzw. manchmal auch jede Gemeinde trägt die Maßnahmen zur Förderung von Investitionen (Zuschüsse, Steuererleichterungen, etc.) selbst, auch in Abhängigkeit der Einstufung verschiedener Gemeinden hinsichtlich Förderungswürdigkeit bei Firmenansiedlungen. Eine Liste der als „wirtschaftliches Erneuerungsgebiet“ eingestuften und damit diesbezüglich speziell geförderten Gemeinden ist beim Außenwirtschaftscenter Zürich erhältlich. Im Vergleich zu Österreich sind die Förderungsmaßnahmen allerdings eher beschränkt. Diese Erfahrung musste auch Helmut La machen: „Eine generelle Förderung für Un-

ternehmensgründer gibt es hier nicht. Hier wird eher der Forschungsbereich gefördert.“ Das Unternehmen konnte jedoch auf die WKO-Förderungen im Rahmen des „Go-International“-Programms zurückgreifen.

Für Detailfragen zu Förderungen sollte die Wirtschaftsförderungsstelle des Bundes (Standortpromotion Schweiz) kontaktiert werden (www.invest-in-switzerland.com). Weiters ist für bestimmte Kantone der Zusammenschluss Greater Zurich Area empfehlenswert (www.greaterzuricharea.ch). Außerdem gibt es eine Liste der sonstigen kantonalen Wirtschaftsförderungs- und Beratungsstellen, welche beim Außenwirtschaftscenter Zürich erhältlich ist.

STEUERN

In der Schweiz ist das Steuersystem mehrstufig aufgebaut. Steuern werden hier auf Bundes-, Kantons- und Gemeindeebene erhoben. Auf Bundesebene werden Unternehmensgewinne zu einem proportionalen Satz besteuert, wobei es auch verschiedene indirekte Steuern (z.B. die Mehrwertsteuer) gibt. Auf der Kantons- und Gemeindeebene werden zusätzlich zu den Gewinnen auch das Kapital (Nettoeigenkapital) besteuert. Abgesehen davon bestehen besondere Steuerregime z.B. für Holdinggesellschaften oder Gesellschaften, die in der Schweiz keine oder nur eine beschränkte Geschäftstätigkeit ausüben.



Name: Helmut La
Alter: 30
Unternehmen: NOA No Ordinary Agency Werbeagentur GmbH
Web: www.noaadvertising.ch
Unternehmensgegenstand: Werbeagentur



Der gebürtige Bregenzer startete als Manager für Events in der Club-Diskothek Volksgarten. Vor knapp fünf Jahren hat La als Account Manager bei der Agentur NOA Fuß gefasst, wo er parallel einen WU-Lehrgang für Werbung und Verkauf absolvierte und nun für die Zweigniederlassung in der Schweiz verantwortlich ist.