

PRESSEINFORMATION

Wachsender Markt, riesige Plattform: Schweizer Firmen auf der CIIE-Bühne

- Chinas grösste Messe – die China International Import Expo – geht vom 5.-10. November 2019 zum zweiten Mal über die Bühne.
- **In einem vom Swiss Centers China organisierten gemeinschaftlichen Schweizer Stand präsentieren 16 Schweizer Firmen ihre Qualitätsprodukte und Marken.**
- Es ist zu erwarten, dass China in den kommenden fünf Jahren Waren im Wert von 10 Billionen US-Dollar importiert. Die Nachfrage an Qualitätsprodukten wächst stark.

Shanghai (1. November 2019) – Allein die nackten Zahlen sind beeindruckend: Vergangenes Jahr nahmen 800.000 Aussteller und Besucher an der China International Import Expo (CIIE) teil. Verträge im Wert von 50,8 Milliarden US-Dollar wurden abgeschlossen. Die zweite CIIE, die von 5.-10. November in Shanghai stattfindet, wird sogar noch grösser sein: Die Ausstellungsfläche wurde auf 330.000 Quadratmeter vergrössert, 3.000 Unternehmen sind registriert, darunter 250 Fortune-500-Unternehmen.

«In diesem Jahr liegt der Fokus auf Equipment, Hilfs- und Betriebsstoffe, Nahrungsmittel, Medizingeräte, Dienstleistungen und mehr. Es wird auch einen eigenen Bereich für Luxusgüter geben. Für Schweizer Unternehmen bietet die CIIE eine immense Chance, ihre Expertise und ihre Qualitätsprodukte ins Rampenlicht zu stellen», erklärt Nicolas Musy, Delegierter des Verwaltungsrats des Swiss Centers China (SCC), einer Nonprofit-Organisation, die Markteintrittshürden für Schweizer Unternehmen in Asien beseitigt.

«Laut aktuellen Schätzungen wird China in den kommenden fünf Jahren Waren im Wert von 10 Billionen US-Dollar importieren. Vor allem im Bereich der Qualitätsprodukte wächst die Nachfrage stark», sagt Zhen Xiao, Geschäftsführer des SCC. Um den eidgenössischen Firmen an der CIIE eine optimale Plattform zu bieten, hat das SCC gemeinsam mit der Wirtschaftskammer Schweiz-China (SCCC) einen Gemeinschaftsstand organisiert, an dem 16 Schweizer Unternehmen aus verschiedenen Industrien ihre Produkte präsentieren. Elf dieser Firmen gehören zum Schweizer Nahrungsmittel-Cluster – ihre Erzeugnisse umfassen alles von Bier und Wein bis hin zu Schokolade, Fleisch und Salz. Die anderen Schweizer Unternehmen bieten Konsumgüter in Bereichen wie Sportkleidung, Bettwäsche und Hautpflege an. «Wir sehen ein steigendes Interesse von Schweizer Unternehmen am chinesischen Markt. CIIE erleichtert den Marktzugang sowohl für Newcomer als auch für etablierten Firmen», ergänzt Frau Beilun Wei, General Manager des SCCC.

M-Industry: Nachfrage nach Qualität

«Die Zusammenarbeit im Schweizer Cluster ermöglicht es uns, die Swiss Center Services in Anspruch zu nehmen und Synergien mit anderen Schweizer Firmen zu erzielen. An der CIIE wollen wir nicht nur unser Unternehmen, unsere Marken und Produkte vorstellen, sondern auch

potentielle Kunden treffen und gewinnen», berichtet Yvonne Cai, Marketing Manager bei M-Industry China, ein Teil der Migros Gruppe. «Der chinesische Markt wächst rasch, weil mehr und mehr Konsumenten qualitativ hochwertige, importierte Produkte wollen. China ist ein strategisch wichtiger Markt für uns.»

Swissflex: ehrgeizige Ziele

Swissflex, ein Hersteller von Premium-Betten, wird ebenfalls am Schweizer Gemeinschaftsstand an der CIIE teilnehmen und hat grosse Erwartungen. «Es ist die wichtigste Messe in China. Wir hoffen, unsere Markenbekanntheit zu steigern, unser Netzwerk zu erweitern und Kundenbeziehungen zu vertiefen», sagt Long Tao, Business Development Direktor bei Swissflex China. Der chinesische Markt, berichtet Herr Tao, schenke Schlaf- und Gesundheitsprodukten immer mehr Aufmerksamkeit. «Mit dieser steigenden Nachfrage ist es unser Ziel, den Marktanteil auszubauen. Wir wollen unser Ergebnis in drei Jahren verdoppeln und in fünf Jahren verdreifachen.»

Schokolade für China

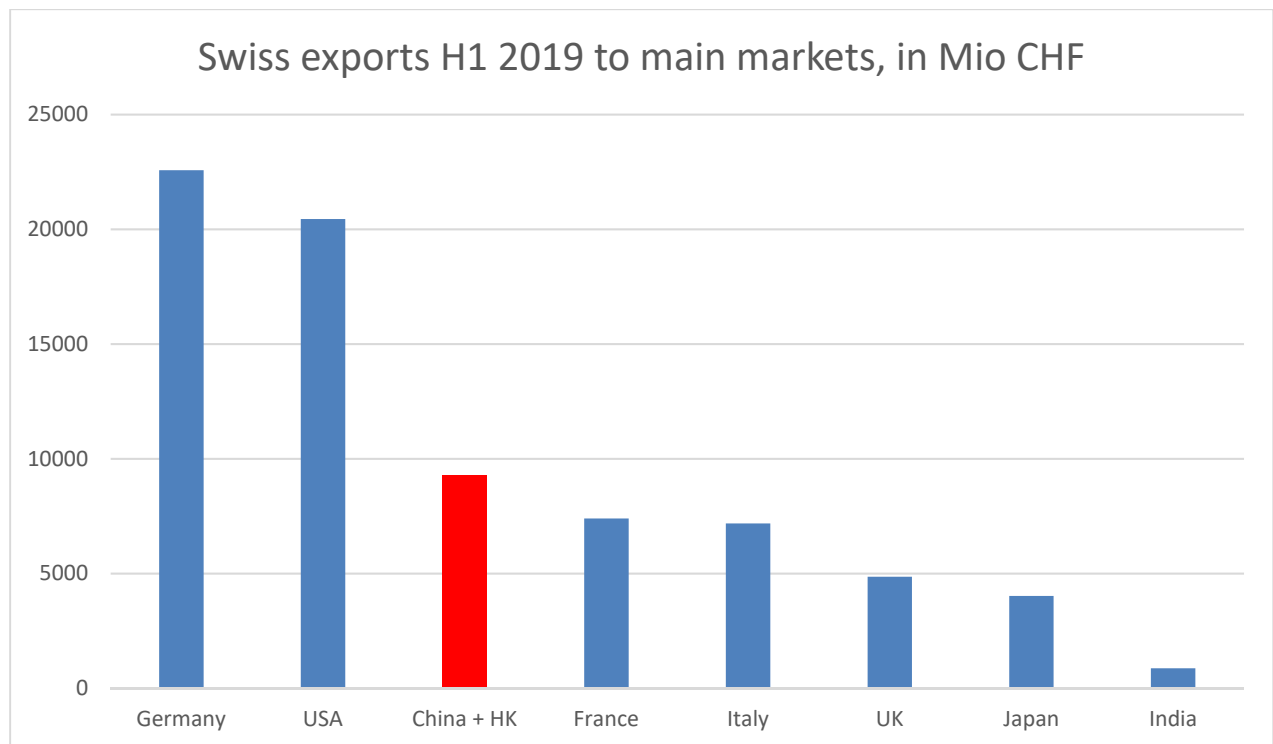
Das HUG Familienunternehmen will sich ebenso auf der CIIE positionieren. «Die CIIE bietet eine gute Möglichkeit, die Marke Wernli in China aufzubauen. Wir wollen aus Wernli eine führende Schokoladenkeks-Marke in China machen», erläutert Herr B.Y. Seow, Managing Director von Shanghai Ines Trading, ein Handelsunternehmen, das für HUG in China aktiv ist.

Centravo: Synergien schaffen

Centravo, ein Fleisch verarbeitendes Unternehmen mit Hauptquartier in Zürich, wird ebenfalls am Schweizer Gemeinschaftsstand teilnehmen. «Nach einer erfolgreichen Teilnahme an der ersten CIIE sind wir überzeugt, dass wir auch dieses Jahr durch den Stand den Kontakt mit potentiellen chinesischen Konsumenten pflegen und erweitern können. Wir schätzen es, ein Teil des Schweizer Clusters zu sein und glauben dass die enge Zusammenarbeit mit anderen Schweizer Firmen wichtige Synergien schaffen wird», sagt Anissa Mouaci von der International Market Opening Division bei Centravo. «China ist ein Global Player in der Fleischindustrie, dessen enormes Marktvolumen und Wachstumspotential Kernfaktoren sind. Unser Tochterunternehmen Swiss Nutrivalor hat kürzlich die offizielle Lizenz für den Export von Fleischspezialitäten nach China erhalten. Dank dem Freihandelsabkommen zwischen der Schweiz und China sind wir in einer vorteilhaften Position, qualitative hochwertige Schweizer Fleischprodukte in China zu vermarkten.»

Drittgrösster Importeur Schweizer Waren

Experten erwarten, dass die Ausfuhren von Schweizer Qualitätsprodukten nach China und Hongkong in den kommenden Jahren weiter wachsen werden. Mit einem Exportvolumen von 9,3 Milliarden Schweizer Franken (+4% im Jahresvergleich) im ersten Halbjahr 2019 war China inklusive Hongkong der drittgrösste Markt für Schweizer Waren. Deutschland (22,57 Mrd. CHF, +2,6%) und die Vereinigten Staaten (20,45 Mrd. CHF, +10,6%) waren die grössten Märkte. Hinter China und Hongkong belegten Frankreich (7,4 Mrd. CHF, -6,9%) und Italien (7,2 bio CHF, -4,8%) die Plätze vier und fünf.



Der Handelskonflikt zwischen den USA und China hat die chinesischen Aussenhandelszahlen sicherlich negativ beeinflusst. Laut Zahlen des chinesischen Wirtschaftsministeriums ging das gesamte Handelsvolumen im ersten Halbjahr 2019 im Jahresvergleich um zwei Prozent zurück, während die Importe um 4,3 Prozent rückläufig waren.¹ «Unter diesen Umständen und mit der ungewissen Zukunft ist es sicherlich möglich, dass chinesische Konsumenten und Unternehmen verstärkt auf alternative Märkte setzen und Qualitätsprodukte aus Ländern wie der Schweiz importieren, um die Nachfrage zu stillen», sagt Zhen Xiao.

Über Swiss Centers China (SCC): Im Jahr 2000 als gemeinnützige schweizerisch-chinesische Public Private Partnership gegründet, ist Swiss Centers China heute bei weitem das grösste Cluster von Schweizer Unternehmen in Asien. Mit fünf strategisch positionierten Standorten an Chinas dynamischer Ostküste (Shanghai, Peking und Tianjin) bietet das SCC nicht nur Büro-, Werkstatt- und Ausstellungsflächen, sondern unterstützt seine Mitgliedsfirmen auch mit Government Relations, Technologietransfer und mit einem breiten Netzwerk an Experten. Das SCC hat in China mehr als 300 Unternehmen unterstützt – sowohl KMU als auch Grossunternehmen. Unter anderem haben die Experten des Swiss Centers 30 Produktionsbetriebe und mehr als 50 Büros und Vertriebsfirmen aufgebaut. Zudem veröffentlicht das SCC umfassende Studien und Analysen über Chinas wirtschaftliche Chancen und Herausforderungen und fördert die Marke «Swiss Made» sowie die Sichtbarkeit der Schweiz als Land der Innovation und führender Wirtschaftsstandort. Für weitere Informationen besuchen Sie bitte: www.swisscenters.org.

Pressekontakt: Bernhard Hagen, Tel: +86-138-1834-8244, press@swisscenters.org

¹ <http://english.mofcom.gov.cn/article/statistic/BriefStatistics/201907/20190702884164.shtml>