

In der Schweiz tritt Cassis-de-Dijon-Prinzip bald in Kraft

Die Schweiz führt das sogenannte Cassis-de-Dijon-Prinzip ein. Damit dürfen im EU-Raum hergestellte und zugelassene Güter in die Schweiz importiert werden, selbst wenn sie nicht den gesetzlichen Bestimmungen des Alpenlandes entsprechen, wodurch der Zugang zum Schweizer Markt für Produkte aus der EU und dem EWR erheblich vereinfacht wird. Das neue Gesetz bietet auch Schweizer Unternehmen neue Möglichkeiten. Nach Angaben des schweizerischen Staatssekretariats für Wirtschaft (Seco) soll das entsprechende „Bundesgesetz über die technischen Handelshemmnisse“ (THG) voraussichtlich auf den 1. Juli 2010 in Kraft gesetzt werden.

Verhindern, dass Importprodukte aufgrund anderslautender Deklarationsvorschriften umgepackt oder umetikettiert werden müssen

Mit der einseitigen Einführung durch die Schweiz soll in Zukunft verhindert werden, dass sich die Preise von Importprodukten unnötigerweise erhöhen, weil sie beispielsweise aufgrund anderer Deklarationsvorschriften umgepackt oder umetikettiert werden müssen oder spezielle Produktionslinien für den Schweizer Markt notwendig sind.

Auf den Zeitpunkt des Inkrafttretens des revidierten schweizerischen Bundesgesetzes über die technischen Handelshemmnisse werden aus der EU und dem EWR-Raum eingeführte Nahrungsmittel in der Schweiz verkehrsfähig sein, obwohl sie nicht vollständig den hier geltenden Lebensmittelvorschriften entsprechen. Voraussetzung ist, dass sie in der EU rechtmässig in Verkehr sind und dass das Bundesamt für Gesundheit in Form einer sogenannten „Allgemeinverfügung“ eine Bewilligung erteilt hat.

Bedingung für diese Art der Zulassung ist, dass die Verpackungsdeklaration in mindestens einer Landessprache (Deutsch, Französisch, Italienisch oder Romanisch) angebracht ist, das europäische Herkunftsland deklariert ist und eine verantwortliche Person mit Sitz in der Schweiz angegeben wird.

Gemäss dem Gesetz hat das Bundesamt für Gesundheit über derartige Anträge innert 60 Tagen zu entscheiden. Sobald ein Importeur eine Allgemeinverfügung zur Einfuhr eines Produktes erwirkt hat, dürfen auch Schweizer Hersteller gestützt auf diese Allgemeinverfügung gleichartige Lebensmittel für den inländischen Markt herstellen.

Es besteht auch die Möglichkeit, dass Schweizer Hersteller, welche ihre Produkte in der EU vertreiben, die selben Packungen und die selbe Zusammensetzung für den Schweizer Markt verwenden, wenn sie eine entsprechende Allgemeinverfügung eingeholt haben. Von der neuen Bewilligungspflicht nicht betroffen sind Lebensmittel, welche nach den schweizerischen Vorschriften hergestellt werden. Diese können wie bisher ohne Bewilligung in die Schweiz eingeführt bzw. in der Schweiz verkauft werden.

Einführung des Cassis-de-Dijon-Prinzips kann zu Vereinfachungen und neuen Möglichkeiten im Schweizer Markt führen

Ob die Auswirkungen der neuen Regelung im Vergleich zur bisherigen Situation wirklich so gross sind, wird erst die Praxis zeigen. Die Beibehaltung der Herkunftsdeklaration und die Bewilligungspflicht für Lebensmittel, welche nicht den technischen Vorschriften der Schweiz entsprechen, führen nicht zur faktischen Freigabe der Einfuhr.

Auch werden die grossen Schweizer Lebensmitteleinzelhändler aus Qualitäts- und Marketingüberlegungen kaum nur einsprachig beschriftete Im-



Urs S. Hofer, Gründer und Geschäftsführer der Schweizer Management Support Boutique ConvaliX, erläutert für den SG die Konsequenzen aus der neuen Regelung

portprodukte listen. Für Hersteller aus dem EU- und EWR-Raum kann die Einführung des Cassis-de-Dijon-Prinzips zu Vereinfachungen und neuen Möglichkeiten im Schweizer Markt führen.

So können z. B. bestehende Süsswaren, sofern sie die oben genannten Kriterien erfüllen, eingeführt werden, ohne dass Änderungen an den Packungstexten gemacht werden müssen. Dies führt in der Regel zu erheblichen Kosteneinsparungen durch Economies of Scale.

Auch Schweizer Hersteller haben die Möglichkeit, von der neuen Regelung zu profitieren

Auch Schweizer Hersteller haben die Möglichkeit von der neuen Regelung zu profitieren, falls sie in Zukunft auf eine Schweizer Version eines Artikels verzichten können und die EU-Version ebenfalls für den kleineren Schweizer Markt einsetzen können. Vom neuen Gesetz profitieren möglicherweise auch Hersteller, welche vermehrt saisonale Süsswaren (Weihnachten, Ostern, Muttertag) importieren oder einmalige In-and-out Aktionen in ausgewählten Einzelhandelsketten verkaufen wollen.

Ebenfalls wird die Durchführung von Verkaufstests in der Schweiz erleichtert, da bestehende, europäisch zugelassene Produkte einfach verwendet werden können.

Die Vereinfachung bei der Einfuhr von Lebensmitteln aus dem EU-Raum wird zu einem vergrösserten Warenangebot auf dem Schweizer Markt führen. Die resultierende Intensivierung

des Wettbewerbs um Regalplätze und Konsumenten dürfte zu tendenziell sinkenden Preisen führen. Es ist anzunehmen, dass auf kurze und mittlere Sicht ausländische Hersteller durch den im Verhältnis zum Schweizer Franken tendenziell schwächeren Euro zusätzliche Konkurrenzvorteile haben werden, welche sie für eine aggressivere Preisgestaltung oder höhere Marketinginvestitionen nutzen können.

Intensivierung des Wettbewerbs auf dem Heimmarkt bedeutet eine grosse Herausforderung

Für die Schweizer Süsswarenindustrie bedeutet die Intensivierung des Wettbewerbs auf dem Heimmarkt eine grosse Herausforderung. Um dem aus der Markttöffnung resultierenden steigenden Konkurrenzdruck zu widerstehen, hat die Optimierung und Intensivierung der eigenen Aktivitäten einen hohen Stellenwert. Auf der Grundlage einer Strategieüberprüfung gilt es, die neue Marktlage zu analysieren, verschiedene Szenarien zu definieren und daraus die entsprechenden Strategien, Massnahmen und Innovationen abzuleiten. Die gefundenen Erkenntnisse werden die Wettbewerbsfähigkeit dieser Unternehmen im Schweizer Markt stärken und ihnen auch auf den Auslandsmärkten zu grösserem Erfolg verhelfen.

Aufgrund der Einführung des Cassis-de-Dijon-Prinzips bietet der Schweizer Markt für EU-Süsswarenhersteller interessante Möglichkeiten zum Neueintritt oder zur Intensivierung der Geschäftstätigkeit. Aufgrund der Vielsprachigkeit, der komplexen Bevölkerungsstruktur (Stadt, Land, Kantone, Regionen) und der starken sozialen Vernetzung in der Schweiz empfiehlt sich dabei die Zusammenarbeit mit lokalen Partnern und Experten.

Die Erschliessung des in vielen Süsswarenunternehmungen schlummern- den Potenzials ist der Fokus der von Urs S. Hofer gegründeten Schweizer Management Support Boutique ConvaliX. ConvaliX berät und unterstützt Unternehmen beim Auf- und Ausbau in der Schweiz und auf den internationalen Märkten und bietet auch Interim Management an.

www.convalix.com



Wer wir sind

Wir beraten und unterstützen Unternehmer und Manager bei Stärkung und Ausbau der Wettbewerbsvorteile ihrer national und international tätigen Firmen. Dabei führen wir Know-how aus verschiedenen Märkten zusammen und setzen es gezielt zur Verbesserung der Marktposition ein.

Wir können auf das Fundament einer erfolgreichen Berufskarriere in den Konsumgütermärkten und im Fachhandel bauen. In Geschäftsführungspositionen im Bereich Marketing, Verkauf, Export und Business Development konnten wir grosse Erfahrungen u.a. in Unternehmen wie Jacobs Suchard, Ricola, Disch, Läckerei-Huus, Kimberly-Clark und NubaSweet erwerben.

Reputierte Kundenfirmen aus der Schweiz und Europa wie Danone, Ajinomoto Europe, Bühler (Uzwil), Beneo-Orafti, Metagenics Europe und viele andere haben unsere Dienstleistungen im Bereich Projekt und Interim Management genutzt.

Unsere Klienten beauftragen uns, weil wir sie mit bewährter Methoden- und Umsetzungskompetenz sowie umfassender Berufserfahrung aus Führungspositionen unterstützen und begleiten können.

Management Support und Interim Management

Bei der Erarbeitung und Umsetzung der optimalen Auf- und Ausbaustrategie unterstützen wir unsere Kunden in Gesamtbereichen oder in Teilbereichen von Projekten. Besonders beim Fehlen der entsprechenden Ressourcen und in unvorhersehbaren Situationen nutzen unsere Klienten gerne unsere Interim Management Dienstleistung zur sofortigen Beseitigung von Organisationsengpässen und unverzüglichen Erzielung von operativen Fortschritten. Nachfolgend einige Beispiele von Aufgaben und Projekten, welche wir für unsere Kunden übernehmen:

- Durchführung von Markt- und Konkurrenzabklärungen
- Planung von Marktforschungen und Kundenbefragungen
- Bearbeitung von Sortiments- und Umsatzanalysen
- Unternehmens-, Marketing- und Vertriebsstrategien
- Erstellen und Umsetzen von Business Plänen
- Planung und Umsetzung von Expansions- und Exportprojekten
- Durchführung von Innovationsprojekten
- Gewinnung neuer Geschäftspartner im In- und Ausland
- Suche von Kooperationspartnern
- Projekte im Bereich M&A
- Planung und Umsetzung von Kommunikationsaktivitäten
- Projektmanagement
- Teamunterstützung
- Überbrückung von Vakanzen
- Kurzfristige, personelle Verstärkung