

Aussenhandel

Ein bedeutender Teil der in der Schweiz verbrauchten Waren wird importiert. Andererseits werden viele der im Inland hergestellten Waren ins Ausland exportiert. Durch die Marktöffnung sowie die weltumspannenden Kommunikations- und Transportwege werden heute auch entfernte Märkte zugänglich.

Dabei versuchen viele Länder, die eigene Agrar- und/oder Industrieproduktion mittels Handelshemmnissen vor den – möglicherweise günstigeren oder besseren – Produkten aus dem Ausland zu schützen. Um trotzdem günstige Exporte tätigen zu können, schliessen Staaten untereinander Freihandelsabkommen ab oder treten einem Freihandelsraum bei.



Bild: Ari Liloan

Inhalt

Wichtig: Worauf muss ich beim Lesen des Branchenkundetextes achten?!	2
Bedeutung des Aussenhandels	3
Freihandel	5
Freihandelsräume und Freihandelsabkommen	7
Europäische Union EU	8
Zukunft der Zusammenarbeit Schweiz – EU	9
World Trade Organization WTO	9
Einseitige Massnahmen	10
Risiken im Aussenhandel	11
Instrumente der Zahlungssicherung	13
Die Eidgenössische Zollverwaltung EZV	15
Grenzüberschreitender Warenverkehr	17
Zollveranlagungsverfahren	18
Vereinfachtes Verfahren für Empfang und Versand	20
Zolltarif	20
Tares	21
Mehrwertsteuer	22
Freihandelsabkommen: Ursprungsregeln / Ursprungsnachweise	23
Fragen zum Aussenhandel	27

üK-Leistungsziele

1.1.1.5.1 Bedeutung des Aussenhandels (K5)

1.1.1.5.2 Zölle / Zollbestimmungen (K3)

1.1.1.5.3 Ursprungsnachweise (K2)

1.1.1.5.4 Risiken / Zahlungssicherungsinstrumente (K2)

Wichtig: Worauf muss ich beim Lesen des Branchenkundetextes achten?!

Der Text hat jeweils rechts freien Platz für Ihre Notizen. Bearbeiten Sie den Text, indem Sie Markierungen setzen und Symbole als Gedankenstütze benutzen:

? Ich habe eine Frage, welche ich im üK stelle.

! Das muss ich mir merken, das scheint mir besonders wichtig.

Beispiel Dazu habe ich ein Beispiel aus dem Lehrbetrieb.

Sie können selbstverständlich weitere / andere Symbole einsetzen.
Bearbeiten Sie abschliessend die Fragen zum Branchenkundetext auf der letzten Seite.

Bedeutung des Aussenhandels

Begriffe

Den Handel zwischen verschiedenen Staaten bezeichnet man als Aussenhandel oder internationalen Handel. Der internationale Handel ist keine neuzeitliche Erfindung: so sind z. B. bereits im 6. Jahrhundert vor Christus, also vor rund 2'500 Jahren, Seidenstoffe aus China über die Seidenstrasse nach Mitteleuropa gebracht worden – Reste dieser Seide wurde in einem keltischen Fürstengrab gefunden.

Je nach der Richtung, in welcher der Güterstrom fliesst, unterscheidet man den Exporthandel (Ausfuhrhandel) oder den Importhandel (Einfuhrhandel).

Ausfuhr = Export
Einfuhr = Import

Import durch die Schweiz

Gründe für den Import in die Schweiz
– Waren und Dienstleistungen können in einem Land nicht hergestellt werden oder sind nicht vorhanden.	Erdöl, Kaffee, Ananas, Metalle
– Waren und Dienstleistungen könnten zwar in einem Land hergestellt werden, jedoch in zu geringer Menge / unbefriedigender Qualität	Getreide, Wein, Motorräder
– Waren und Dienstleistungen könnten zwar in einem Land hergestellt werden, aber nur zu hohen Kosten	Kleider, Schuhe, Handys, Sportgeräte, Stahl
– Für gewisse Güter ist in einem Land die Binnennachfrage zu klein; Kosten (Entwicklung, Forschung, Lagerhaltung usw.) können nicht auf die Waren und Dienstleistungen überwältzt werden.	Autos, Stahl, chemische Produkte

Die Schweiz importiert Lebensmittel, Bekleidung, Schuhe, Maschinen, Elektronikartikel, Kunststoffe, Fahrzeuge, Möbel, Metalle – insgesamt jedes Jahr Waren im Wert von etwa 180 Milliarden Franken.

Export durch die Schweiz

Die Schweiz verfügt nur über wenige eigene Rohstoffe (Kies, Kalk, Ton, Granit, Salz; dazu das Wasser aus den Speicherseen in den Bergen, das zu Herstellung von Elektrizität genutzt wird). Sie muss deshalb sogar Rohstoffe und Halbfabrikate zuerst importieren, bevor sie sie weiterverarbeiten („veredeln“) und die fertigen Produkte exportieren kann.

Export bedingt Import	
Import: Erdöl	→ Plastik für Swatch-Uhren
Import: Kakaobohnen	→ Milkschokolade
Import: chemische Grundstoffe	→ pharmazeutische Produkte

Zu den wichtigsten Exportgütern der Schweiz gehören Chemische Erzeugnisse ($\frac{1}{3}$ aller Exporte), Maschinen, Optische Instrumente, Uhren und Geräte der Elektro-, Mess- und Regeltechnik. Die Summe der Ausfuhren ist etwas grösser als die Summe der Einfuhren.

Schweizer Aussenhandel

In der Schweiz liegen Import- und Exportquote bei etwa bei zwei Fünfteln des Bruttoinlandprodukts BIP 2020 von rund 702 Mrd. CHF. Um die Schweizer Bevölkerung mit Lebensmitteln versorgen zu können, sind wir auf Importe angewiesen, da nur etwa zwei Drittel des Bedarfs in der Schweiz produziert wird. Unser Land ist demzufolge in hohem Masse vom Aussenhandel abhängig. Der wichtigste Handelspartner der Schweiz ist dabei Deutschland.

Bruttoinlandprodukt

BIP: Gesamtwert aller Güter (Waren und Dienstleistungen), die innerhalb eines Jahres in einem Land hergestellt werden und dem Endverbrauch dienen

Import: Der Gesamttotal der Importe beträgt 182 Mrd. CHF. Die Schweiz bezieht demnach Waren im Wert von etwa 40 % des BIP aus dem Ausland. Rund 27 % der Importe stammen aus Deutschland gefolgt von Italien mit 9%.

Export: Der Gesamttotal der Exporte beträgt 225 Mrd. CHF. Umgekehrt werden rund 60 % aller erzeugten Waren exportiert. Rund 18 % der exportierten Güter gehen nach Deutschland. Dahinter folgen die USA mit 17%.

Somit hat die Schweiz im 2020 einen Überschuss in der Handelsbilanz von 43 Mrd. CHF erzielt, obwohl wegen Corona die Importe im Vergleich zum Vorjahr um 7% und die Exporte um 11% sanken.

Aussenwirtschaftspolitik

Ziele der Aussenwirtschaftspolitik	Instrumente der Aussenwirtschaft
<ul style="list-style-type: none"> • Erhaltung der Unabhängigkeit gegenüber dem Ausland • Förderung der gemeinsamen Wohlfahrt • Abbau der Handelshindernisse auf den internationalen Märkten • Aufbau und Erhaltung vorteilhafter internationaler Rahmenbedingungen für die Wirtschaft • Sicherung der Versorgung des Landes 	<ul style="list-style-type: none"> • Zölle • Einfuhr-, Ausfuhr- und Durchfuhrverbote • Aussenhandelsmonopole • Ein- und Ausfuhrüberwachung • Mengenmässige Ein- und Ausfuhrbeschränkungen • Andere Grenzabgaben • Preiskontrolle • Öffentliches Einkaufswesen • Technische Handelshemmnisse • Finanzielle Leistungen • Unterstützung in Abwicklungsfragen

Globalisierter Warenaustausch

Nicht nur die Schweiz exportiert und importiert Waren und Dienstleistungen aller Art, alle anderen Länder der Erde beteiligen sich auch an diesem globalisierten Austausch. China und die USA führen die Rangliste der Handelsnationen sowohl beim Import als auch beim Export an. Die Schweiz belegt aktuell den 17. Rang.

Den Konsumenten ist dabei kaum bewusst, welche Strecken einzelne Produkte zurücklegen, bis sie in der Schweiz im Verkaufsregal liegen:

Produktions- und Handelsweg einer Jeans	<ul style="list-style-type: none"> • Ernte der Baumwolle in Kasachstan oder Indien • Verspinnung und Färbung des Garns (mit Chemikalien aus Europa) in China • Herstellung der Jeansstoffe auf Webmaschinen in China • Zuschnitt aller Teile in China • Nähen und Veredeln (ausbleichen usw.) in der Türkei • Verkauf in der Schweiz
--	--

- Entsorgung der alten Jeans über die Altkleidersammlung in Afrika

Freihandel

Internationale Arbeitsteilung

Genauso wie Menschen sich in ihren Fähigkeiten und Veranlagungen unterscheiden, gibt es auch zwischen Ländern beträchtliche Unterschiede: Klima, Abbaumöglichkeiten, Anbaubedingungen, vorhandene Arbeitskräfte und Arbeitsgeräte, Ausbildung, technischer Stand, vorhandene Rohstoffe. Als Folge davon haben einzelne Länder Kostenvorteile in der Produktion von beispielsweise Erdöl, Kaffee, Gold, Autos, Computern, Textilien oder Käse. Andere Länder können Finanzdienstleistungen oder Dienstleistungen des Tourismus günstig anbieten.

Dank ihrer Kostenvorteile können diese Länder diese Güter oder Dienstleistungen mit tieferen Stückkosten produzieren und sie damit zu günstigen Preisen auf dem Weltmarkt offerieren. Trotzdem können die Produzenten damit Gewinne erzielen.

Die internationale Arbeitsteilung sowie die freie Zirkulation der hergestellten Güter können somit zu einem höheren Wohlstandsniveau für alle Beteiligten führen.

Vorteile des Freihandels	Nachteile des Freihandels
Produktion von Waren zu tiefen Stückkosten	steigende Transportkosten als Folge grosser Distanzen
günstige Preise auf dem Beschaffungsmarkt	negative Umweltbilanz durch die vielen Transporte und Folgen der Monokulturen
Spezialisierung auf einzelne Güter / Gütergruppen fördert das Know-How der Produzenten und führt zu höherer Qualität	mögliche Ursache für Ressourcenverschwendung und weltweite Plünderung der Natur und der Rohstoffe in Entwicklungsländern
Flexibilität und Anpassungsfähigkeit der einzelnen Volkswirtschaften fördert die internationale Wettbewerbsfähigkeit	Monokulturen fördern die Abhängigkeit eines Landes vom Ausland (z. B. Bananen, Kaffee, Jute: Produzentenländer abhängig von Nachfrage und Preisentwicklung auf dem Weltmarkt)
Steigerung des Wohlstandes für alle Beteiligten	Verdrängung inländischer Anbieter vom Markt durch günstigere ausländische Anbieter, dadurch Arbeitslosigkeit inländischer Arbeitskräfte
	Versorgung des Inlandes bei grosser Auslandsabhängigkeit möglicherweise in einem Kriegs- oder Katastrophenfall erschwert oder sogar unmöglich (z. B. Versorgung mit Lebensmitteln)

Internationaler Handel schafft Wohlstand. Demzufolge sollten also Handelsbarrieren (Zölle, Kontingente usw.) abgeschafft werden. Die Weltwirtschaft würde durch Arbeitsteilung, Spezialisierung und Wettbewerb funktionieren. Die Vorteile, die dieser internationale Freihandel für alle beteiligten Länder bringt, sind seit mehr als 150 Jahren bekannt. Es ist daher erstaunlich, dass es bis heute nicht gelungen ist, diese Theorie in der Praxis im vollen Umfang zu verwirklichen.

Handelshemmnisse

Ein Grund dafür ist der Protektionismus (politischer Schutz der heimischen Wirtschaft vor ausländischer Konkurrenz): Wähler- oder Interessengruppen verlangen staatlichen Schutz für eine bestimmte Branche und die Politiker – in Erwartung verbesserter Wahlchancen – gewähren ihn auch. Protektionismus bewirkt immer eine Umverteilung von Einkommen zugunsten der geschützten Produzenten und zulasten der Konsumenten.

Die Staaten haben viele Möglichkeiten, ihre einheimischen Wirtschaftsbranchen zu schützen:

Art der Massnahme	Ausgestaltung und Folge
tarifäre Massnahmen	unterschiedlichste Zölle, Steuern und Abgaben auf Importe Folge: importierte Waren werden im Inland teurer
nicht-tarifäre Massnahmen	nationale Normen und Regelungen z.B. bezüglich Sicherheit, Technik, Produktdeklaration, Umweltschutz, Grenzformalitäten usw. Folge: importierte Waren werden im Inland teurer
Kontingente	mengenmässige Einfuhrbeschränkungen zu bestimmten Zeiten, wenn die einheimische Produktion genug Waren für den inländischen Markt anbieten kann oder Beschränkungen auf bestimmte Mengen pro Jahr Folge: Konkurrenz für die einheimischen Produzenten fällt weg; sobald Kontingente ausgeschöpft sind, herrscht Einfuhrverbot
Subventionen für Exporte	Verbilligung einheimischer Güter für den Weltmarkt mit staatlichen Geldern Folge: dank tieferer (konkurrenzfähiger) Preise Absatz der Waren in anderen Ländern
Internationale Kartelle	Staaten verabreden, sich zu unterstützen, also nur gegenseitig Güter abzunehmen und so den freien Welthandel zu vermeiden Folge: andere Staaten mit günstigen Produkten werden ausgeschlossen
freiwillige Selbstbeschränkung	Bürger werden aufgerufen, nur einheimische Produkte zu kaufen und damit die einheimischen Produzenten zu unterstützen Folge: falls sich die Bürger daranhalten, haben ausländische Produkte einen schweren Stand auf dem einheimischen Markt

Die einzelnen Länder zeigen sich immer wieder sehr erfindungsreich beim Ausbau der protektionistischen Massnahmen. Um sie von den Vorteilen des Freihandels profitieren zu lassen und sie davon abzuhalten, viel Geld in den Protektionismus zu stecken, gibt es verschiedene Möglichkeiten:

gemeinsamer Wirtschaftsraum	Staaten können einen gemeinsamen Wirtschaftsraum bilden, wie das zum Beispiel im Rahmen der Europäischen Union EU geschehen ist. Innerhalb einer solchen Staatengemeinschaft verpflichtet man sich zum Freihandel.
multilaterale Abkommen	Staaten können multilaterale (mit mehreren Parteien / Ländern) Abkommen treffen, wie zum Beispiel im Rahmen der Welthandelsorganisation WTO (World Trade Organisation). In solchen Abkommen stimmt auch jedes Land dem Abbau von Handelshemmnissen zu.
einseitige Massnahmen	Staaten können einseitige Massnahmen ergreifen, die den Handel beleben. Ein Staat gewinnt mittel- und langfristig, wenn er seine Wirtschaft von sich aus dem harten Wettbewerb aussetzt. Allerdings ist das innenpolitisch ein schwieriger Weg.

Freihandelsräume und Freihandelsabkommen

Wichtige Freihandelsräume



NAFTA	North American Free Trade Agreement Wirtschaftsverband zwischen den USA, Kanada und Mexiko
MERCOSUR	Mercado Común del Sur Gemeinsamer Markt Südamerikas
Freihandelsräume	Association of Southeast Asian Nations Internationale Organisation südostasiatischer Staaten
ASEAN	
EFTA	European Free Trade Association Europäische Freihandelsorganisation (Norwegen, Island, Liechtenstein, Schweiz)
EU	Europäische Union grösster gemeinsamer Markt der Welt (gemessen am Bruttoinlandprodukt BIP)

Für ein kleines, rohstoffarmes Land wie die Schweiz sind internationale Beziehungen unerlässlich, um das Wohlstandsniveau zu erhalten und auszubauen. Dabei spielen Freihandelsabkommen und die entsprechenden Zollpräferenzen eine zentrale Rolle beim Zugang zu ausländischen Märkten.

Die EU als grösster Handelspartner der Schweiz hat bereits seit Jahren ein Abkommen mit der EFTA, welches die Nutzung von Präferenzzöllen für Schweizer Unternehmen ermöglicht. Ausserdem verfügt die Schweiz – neben der EFTA-Konvention und dem Freihandelsabkommen mit der EU – gegenwärtig über ein Netz von verschiedenen Freihandelsabkommen mit Partnern ausserhalb der Europäischen Union. Die Abkommen werden normalerweise im Rahmen der EFTA abgeschlossen. Zudem hat die Schweiz weitere Freihandelsabkommen ausserhalb des EFTA-Raumes abgeschlossen, beispielsweise mit Japan und China. Verhandelt wird aktuell z. B. mit Indien, Vietnam und Malaysia (siehe [Übersicht Freihandelsabkommen](#))

Neben dem Warenverkehr werden vermehrt Dienstleistungen und Investitionen in die Abkommen einbezogen. Damit soll gewährleistet werden, dass Dienstleistungsunternehmen und Investoren aus der Schweiz auf ausländischen Märkten gegenüber anderen Ländern nicht diskriminiert werden. Ebenso wichtig ist, dass die Freihandelsabkommen der Schweiz preiswerte Importe ermöglichen, die sowohl Konsumenten als auch Produzenten von Nutzen sind.

Europäische Union EU

Die Europäische Union EU ist ein Zusammenschluss demokratischer europäischer Länder, die sich der Wahrung des Friedens und dem Streben nach Wohlstand verschrieben haben. Ab 1986 verfolgte man das Ziel des Europäischen Binnenmarkts. Dieser sollte durch vier Freiheiten erreicht werden:

- freier Verkehr von Personen
- freier Verkehr von Waren
- freier Verkehr von Dienstleistungen
- freier Verkehr von Kapital

Innerhalb der EU können folglich inzwischen Waren ohne Zollkontrollen versandt werden, jede Ware kann in einem andern Mitgliederstaat ohne Einschränkung und ohne zusätzliche Kontrolle auf den Markt gebracht werden, und Mitarbeiter können ohne Probleme für Arbeitseinsätze in andere Mitgliedstaaten entsandt werden. Diese Massnahmen bedeuten natürlich enorme Erleichterungen für den Handel und führen zu tiefen Konsumentenpreisen.

Zukunft der EU

Im Sommer 2016 hat die Bevölkerung von Grossbritannien für einen Austritt aus der EU gestimmt. Nach langen Verhandlungen ist das Vereinigte Königreich seit dem 1. Januar 2021 nicht mehr Teil des EU-Binnenmarktes und der Zollunion.

Die Schweiz unterhält enge Beziehungen zur Europäischen Union EU sowohl auf politischer, wirtschaftlicher als auch kultureller Ebene. Diese Beziehungen werden durch ein Vertragswerk von bilateralen Abkommen geregelt, die zwischen der Schweiz und der EU abgeschlossen wurden.

Abkommen (Auswahl)	Inhalte
Freihandelsabkommen	Freihandelszone für industrielle Erzeugnisse
Bilaterale I	<ul style="list-style-type: none"> • Liberalisierungs- und Marktöffnungsabkommen in folgenden Bereichen: • Personenfreizügigkeit (freier Personenverkehr) • Technische Handelshemmnisse (Wegfall doppelter Prüfungen) • Öffentliches Beschaffungswesen (Teilnahme an Ausschreibungen) • Landwirtschaft (Vereinfachung des Handels mit Agrarprodukten) • Forschung (Teilnahme an Forschungsprogrammen der EU) • Luftverkehr (Zugang zum liberalisierten Luftverkehrsmarkt) • Landverkehr (Koordination einer Bahnreform, Infrastruktur, LSVA)
Bilaterale II	<p>Abkommen zur Verstärkung und Ausdehnung der wirtschaftlichen Zusammenarbeit in folgenden Bereichen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Schengen / Dublin (Visum, Kriminalitätsbekämpfung, Asyltourismus) • Zinsbesteuerung (Steuervorteile für Holdings, Interessen Finanzplatz)

- Landwirtschaftliche Verarbeitungsprodukte (Verbesserung Exportchancen Nahrungsmittelindustrie)
- MEDIA (Filmförderungsprogramm)
- Umwelt (Mitarbeit Umweltagentur)
- Statistik (Austausch vergleichbarer Daten)
- Betrugsbekämpfung (Interessen Finanzplatz Schweiz)
- Ruhegehälter

Zukunft der Zusammenarbeit Schweiz – EU

Die Schweiz und die EU verhandeln ein Rahmenabkommen, mit dem die Weiterentwicklung der Bilateralen Abkommen vereinfacht werden soll. Wegen innenpolitischem Widerstand und strittigen Punkten wurde die Entscheidung darüber in der Schweiz immer wieder herausgezögert. Im Mai 2021 war klar: Das Rahmenabkommen mit der EU wird nicht abgeschlossen.

World Trade Organization WTO

Die Welthandelsorganisation (World Trade Organisation, WTO) bildet das Fundament des weltweiten Handelssystems und ist die einzige internationale Organisation, welche die grenzüberschreitenden Handelsbeziehungen der Staaten auf globaler Ebene regelt.

Die WTO entstand 1995 aus dem GATT (General Agreement on Tariffs and Trade = Allgemeines Zoll- und Handelsabkommen), welches bereits seit 1948 als "provisorisches" Vertragswerk die Regeln für den internationalen Güterhandel festschrieb. Während sich die GATT-Bestimmungen aber nur auf den Güterhandel bezogen, finden die WTO-Regeln einen viel breiteren Anwendungsbereich.

Die Schweiz gehört zu den Gründungsmitgliedern der WTO. Aktuell gehören der WTO über 160 Staaten an, weitere Staaten verhandeln über einen Beitritt; $\frac{3}{4}$ der Mitglieder sind Entwicklungsländer.

Die WTO ist ein Forum, um internationale Handelsfragen zu klären. Die Mitglieder suchen gleichberechtigt nach Lösungen zu anstehenden Handelsproblemen. Dabei werden bestehende Handelsabkommen weiterentwickelt und neue Abkommen verhandelt. Alle wichtigen Beschlüsse werden in der Regel mit Konsens gefällt. Insbesondere können Änderungen der wichtigsten Bestimmungen nur nach Annahme durch alle Mitglieder in Kraft treten.

Hauptaufgabe der WTO ist es, Handelsschranken in Form von Zöllen und anderen Handelshemmnissen abzubauen. Dies verbessert die Absatzmöglichkeiten der schweizerischen Exportwirtschaft.

WTO-Prinzipien und Regeln

Nichtdiskriminierung

Leitidee: kein Mitglied der WTO darf ein anderes benachteiligen:

- Meistbegünstigung: Gleichbehandlung aller WTO-Mitglieder (wer einem Land Handelserleichterungen gewährt, muss diese auch jedem anderen WTO-Mitglied zugestehen [Ausnahmen: Freihandelsabkommen, Zollunionen wie die EU, Zollpräferenzen für Entwicklungsländer])
- Inländerbehandlung: Nichtdiskriminierung zwischen In- und Ausland (gleiche Vorschriften für Importprodukte wie für gleichartige inländische Güter)
- Transparenz und Berechenbarkeit der Marktzugangsbedingungen: Massnahmen sollen vorhersehbar sein und nicht willkürlich ergriffen werden

Schrittweise Öffnung

In Verhandlungsrunden soll jedes Land entsprechend seinem Entwicklungsstand Handelserleichterungen zulassen.

Anerkennung

Beim grundsätzlichen Ziel Handelsliberalisierung können Handelseinschränkungen erforderlich sein, beispielsweise aus Gründen der Gesundheit, der Umwelt oder der Öffentlichen Ordnung und Sicherheit.

Zukunft der WTO

Die laufende Verhandlungs-Runde ist die Doha-Runde, benannt nach der Stadt Doha, Katar, wo sie 2001 eröffnet wurde. Unter anderem soll über Landwirtschaft, Dienstleistungen, Marktzugang für nichtlandwirtschaftliche Produkte usw. verhandelt werden.

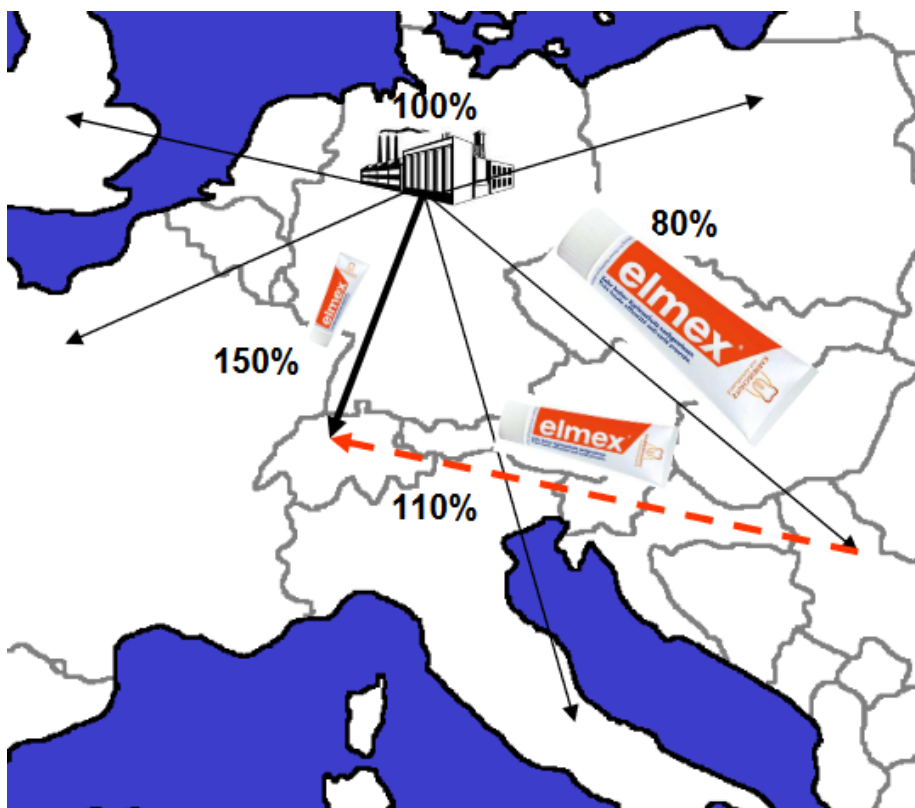
Der Konflikt zwischen grossen entwickelten Ländern und Schwellenländern bezüglich des Marktzuganges im Agrar- und Industriegüterbereich verhindert aber bis heute einen Abschluss der Doha-Runde.

Einseitige Massnahmen

Ein Land muss nicht darauf warten, bis es mit anderen Ländern regionale oder sogar weltweit gültige Handelserleichterungen beschliessen kann. Es kann auch von sich aus einseitige Massnahmen zur Erleichterung des grenzüberschreitenden Handels festlegen. Dies freut Produzenten und Hersteller nicht gerade, dafür reagieren Konsumenten positiv auf die dadurch sinkenden Preise für Importgüter.

Parallelimporte

Als Parallelimport bezeichnet man den Import von im Ausland produzierten Waren auf einem vom Hersteller nicht vorgesehenen Vertriebsweg.



Dominik Schäfli

In der Regel bestimmt der Hersteller in jedem Land einen offiziellen Händler (Generalimporteure), der berechtigt ist, die Produkte des Herstellers einzuführen. Dieser Generalimporteure garantiert weitere Dienstleistungen, z. B. ein Ersatzteillager, sichert den Kundenservice und richtet sich nach den Qualitätsstandards des Herstellers. Mit diesem Vertriebsweg hat der Hersteller die Möglichkeit, die einzig geltenden Preise für ein Land

festzulegen – für die Hochpreisinsel Schweiz ein Nachteil, denn die Hersteller kalkulieren ihre hiesigen Preise mit dem Wissen um den hohen Lebensstandard in der Schweiz.

Wenn nun ein Händler die Ware nicht beim Generalimporteur bezieht, sondern bei einem anderen Händler im Ausland, erzielt er damit einen Preisvorteil, den er (teilweise) an die Konsumenten weitergeben kann. Damit verliert der offizielle Händler Marktanteile und der Hersteller kann seine länderspezifischen Preise nicht mehr durchsetzen. Produzent und Generalimporteur sind natürlich über dieses Vorgehen nicht erfreut. Wenn Produkte immaterialgüterrechtlich geschützt sind (über Patente, Marken- und Urheberrechte), kann der Hersteller gerichtlich gegen den Parallel-Importeur vorgehen.

Innerhalb der EU sind Parallelimporte grundsätzlich zulässig. In der Schweiz sind Parallelimporte patentgeschützter Güter aus der EU seit einigen Jahren erlaubt, da man sich davon tiefere Konsumentenpreise verspricht. Ausgenommen von den Parallelimporten sind Medikamente.

Cassis-de-Dijon-Prinzip

Ein Urteil des Europäischen Gerichtshofes besagt, dass ein Produkt, das in einem EU-Land von den Behörden zugelassen worden ist, automatisch innerhalb des ganzen EU-Binnenmarktes zugelassen ist. Die anderen EU-Länder dürfen also nicht den Handel mit diesem Produkt verhindern, nur weil ihre eigenen Behörden dieses noch nicht geprüft haben. Bei diesem Streitfall ging es um den Likör „Cassis-de-Dijon“, deshalb wird dieses grundlegende Prinzip heute so genannt.

Der Schweizerische Bundesrat hat im Frühjahr 2005 – in Anlehnung an das in der EU geltende Cassis-de-Dijon-Prinzip – erklärt, künftig für Produkte, die in der EU frei zirkulieren können, auch den schweizerischen Markt zu öffnen. So soll der Wettbewerb im Inland stärker werden und die Kosten für die Unternehmen und die Konsumentenpreise sinken.

Produkte, die in der EU rechtmässig in Verkehr sind, können also grundsätzlich auch in der Schweiz ohne zusätzliche Kontrollen frei zirkulieren. Bei den Produkten handelt es sich beispielsweise um Lebensmittel, Kosmetika und Textilien. Ausnahmen sind nur zum Schutz überwiegender öffentlicher Interessen möglich.

Für Lebensmittel ist eine Sonderregelung zur Anwendung des „Cassis-de-Dijon“ Prinzips vorgesehen. Lebensmittel, die die schweizerischen Produktvorschriften nicht erfüllen, aber diejenigen der EU und dort rechtmässig in Verkehr sind, können auch in der Schweiz in Verkehr gebracht werden. Sie brauchen dafür aber beim Erstimport eine Bewilligung des Bundesamtes für Gesundheit.

Risiken im Aussenhandel

Risiken in Import und Export

Heute werden rund um die Welt Millionen von Erzeugnissen bestellt, verkauft und per Lastwagen, Flugzeug, Schiff oder Eisenbahn an ihren Bestimmungsort verfrachtet. Mit der Zunahme des Warenaustausches sind die Risiken sowohl für Käufer als auch Verkäufer gestiegen. Daraus hat sich die Nachfrage nach einer zuverlässigen Absicherung entwickelt.

Risiken im Importgeschäft	
Lieferrisiko	Lieferung von nicht vereinbarter Ware in Art / Menge zu einem falschen Zeitpunkt
Transportrisiko	Ware kommt beschädigt oder verdorben beim Käufer an

Qualitätsrisiko	vereinbarte Qualität wird vom Verkäufer nicht eingehalten
Wechselkursrisiko	unterschiedliche Kurse zum Zeitpunkt von Vertragsabschluss und Zahlung
Zollrisiko	Einfuhrgut wird anders tarifiert als vorgesehen
Politisches Risiko (Länderrisiko)	politische Situation / Veränderung im Herkunftsland (Regierungswechsel, Revolutionen, [Bürger-]Krieg, Streik, Gewaltausbrüche, Korruption usw.) Exportstopp / -begrenzung durch Produzentenland
Umweltrisiko	Dürre, Hochwasser, Unwetter und andere Naturgewalten verhindern die Lieferung oder beeinträchtigen die Qualität der Ware Schädlinge oder Pflanzenkrankheiten zerstören Ernten Krankheiten (z.B. Seuchen) verhindern die Ausfuhr

Risiken im Exportgeschäft	
Abnehmerisiko	Käufer nimmt die Ware nicht ab
Fabrikations- oder Leistungsrisiko	Käufer annulliert den Vertrag oder bringt einseitig Anpassungen an
Transportrisiko	Ware kommt beschädigt oder verdorben beim Käufer an
Zahlungsrisiko	Käufer zahlt den vereinbarten Kaufpreis nicht
Wechselkursrisiko	unterschiedliche Kurse zum Zeitpunkt von Vertragsabschluss und Zahlung
Kreditrisiko	Käufer nimmt durch verspätete Zahlung einen unvereinbarten Kredit vom Verkäufer in Anspruch
Konvertierungsrisiko	ausländischer Staat sanktioniert den Umtausch von Landeswährung in Fremdwährung (z.B. mittels Strafsteuer oder Verbot)
Politisches Risiko (Länderrisiko)	Ausland beschlagnahmt importierte Waren oder verbietet Importe politische Situation / Veränderung im Zielland (Regierungswechsel, Revolutionen, [Bürger-]Krieg, Streik, Gewaltausbrüche, Korruption usw.) Schutzzölle und andere Importbeschränkungen Exportland verbietet Export bestimmter Güter (z.B. Waffen) und / oder in bestimmte Länder (z.B. Kriegsgebiete)
Umweltrisiko	Umweltkatastrophen, Seuchen oder andere Ereignisse infolge höherer Gewalt verhindern die Einfuhr von Gütern

Auch Unterschiede in Mentalität und Kultur, die Sprache, unterschiedliche Rechtssysteme, administrative Probleme, ein anderer geschäftlicher Umgang und nicht zuletzt grosse Distanzen und Pandemien (Corona) gehören zu den Risiken im Aussenhandel.

Exportunterstützung

Der internationale Waren- und Dienstleistungsverkehr ist für die Schweiz von grosser Bedeutung. Es existieren deshalb verschiedene Instrumente zur Unterstützung der Ausfuhr von Gütern und Dienstleistungen.

Exportkredite	Ausländische Käufer erwarten oft lange Zahlungsfristen und die Möglichkeit zur ratenweisen Tilgung der Schuld. Der Exportkredit ist ein Kredit zur kurz- bis langfristigen Finanzierung solcher Exporte von Konsum- und Investitionsgütern sowie Dienstleistungen.
SERV	Schweizerische Exportrisikoversicherung (www.serv-ch.com) Die Schweizerische Exportrisikoversicherung SERV bietet Versi-

cherungen für Exporteure und Finanzinstitute an. Sie sichert damit Auslandsaufträge, bei welchen der Zahlungseingang aufgrund von politisch oder wirtschaftlich unsicheren Verhältnissen gefährdet ist.

Ausserdem engagiert sich der Staat mit der Organisation Switzerland Global Enterprise (www.s-ge.com) und dem Einsatz von Handelsattachés in den schweizerischen Botschaften in der Förderung des Aussenhandels.

Zahlungsbedingungen im Aussenhandel

Der Liefervertrag zwischen Käufer und Verkäufer bildet die Grundlage für das abzuwickelnde Geschäft. In diesem Vertrag werden unter anderem Lieferkonditionen (Incoterms [Regelung des Übergangs von Gefahr und Nutzen sowie der Bezahlung der Frachtkosten]) und Zahlungsbedingungen festgelegt.

Wichtigste Zahlungsbedingungen im Aussenhandel

- offene Rechnung (open account)
- Vorauszahlung, Anzahlung
- Zahlung gegen Akkreditiv
- Zahlung mittels Dokumentarinkasso
- Zahlung gegen open account, gesichert durch Bankgarantie
- ein Mix davon, wie zum Beispiel 20 % gegen Anzahlung, 70 % gegen Akkreditiv und 10 % gegen Abnahmeprotokoll

Kriterien zur Auswahl der Zahlungsbedingungen

- geltende Vorgehensweisen im Herkunfts- und im Zielland
- wirtschaftliches und politisches Umfeld im Zielland
- Bonität des Käufers
- Leistungsrisiko des Lieferanten
- Währungsrisiko
- Sicherheitsbedürfnisse der Vertragsparteien

Der Kauf von Waren innerhalb Europas gegen offene Rechnung ist üblich. Bei Lieferungen aus Fernost, Lateinamerika oder Afrika ist jedoch die Sicherung der Zahlung für den Lieferanten von grosser Bedeutung. Gleichzeitig hat der Käufer einer Ware das klare Recht, nur zu bezahlen, was er auch bestellt hat, und dies zu den im Vertrag abgemachten Bedingungen, wozu auch die Qualität und die Einhaltung von Lieferfristen und Leistungsstandards zählen.

Instrumente der Zahlungssicherung

Für die Zahlungssicherung im Aussenhandel beziehen die Handelspartner ihre jeweilige Hausbank in die Abwicklung der Zahlungen ein. Drei Überlegungen stehen dahinter: erstens besteht ein Vertrauensverhältnis zwischen Verkäufer bzw. Käufer und seiner Hausbank, zweitens kennen die Hausbanken ihre Auftraggeber und können deshalb für sie einstehen und drittens darf davon ausgegangen werden, dass die beiden Banken sich an die in der Bankbranche üblichen Regeln und Abläufe halten. Gegebenenfalls können die beiden Institute auch über die jeweils andere Bank Auskünfte erteilen oder Informationen einholen.

Bekannteste Zahlungssicherungsinstrumente

- Bankgarantie
- Akkreditiv
- Dokumentarinkasso

Bankgarantie

Die Bankgarantie ist ein rechtlich verbindliches und von der Bank eines Käufers unterzeichnetes Dokument, durch das die Zahlung eines Betrags bis zu einer bestimmten Höhe an einen angegebenen Dritten zugesichert wird. Die Bankbürgschaft gibt dem Verkäufer die grösstmögliche Sicherheit, sein Geld zu erhalten. Der Käufer trägt die mit der Ausstellung einer Bankgarantie verbundenen Kosten. Die Bank zahlt die vereinbarte Summe ohne Prüfung von Dokumenten, sobald der Verkäufer diese fordert.

Akkreditiv (L/C: Letter of Credit)

Das Akkreditiv ist eine Zahlungsverpflichtung der vom Käufer (Importeur) beauftragten Bank, dem Verkäufer (Exporteur) einen bestimmten Betrag in der vereinbarten Währung zu bezahlen, sofern der Verkäufer innerhalb des festgesetzten Zeitraums die im Akkreditiv vorgeschriebenen Dokumente einreicht.

Die Formanforderungen an diese Dokumente sind allerdings äusserst streng: Die Bank darf nur gegen absolut akkreditivkonforme Dokumente bezahlen. Alle Aufträge zur Eröffnung, Bestätigung oder Avisierung müssen die vorzulegenden Dokumente genau angeben. Als Dokumente kommen beispielsweise infrage:

- Verladedokumente, Packlisten
- Seefrachtbrief, Luftfrachtbrief, Bahnfrachtbrief, LKW-Frachtbrief
- Versicherungsnachweise
- Handelsrechnungen, Konsulatsfakturen
- Ursprungszeugnisse, Gewichts- oder Qualitätszertifikate
- usw.

Akkreditive werden im Handel mit dem Ausland (z.B. China, Korea, Indien) eingesetzt. Akkreditive können in zwei Formen ausgestellt werden:

unwiderrufliches Akkreditiv	Akkreditiv, das ohne Zustimmung aller Beteiligten weder geändert noch annulliert werden kann → grosse Sicherheit für den Verkäufer
widerrufliches Akkreditiv	Akkreditiv, das jederzeit abgeändert oder widerrufen werden kann → geringe Sicherheit, deshalb selten gebraucht

Dokumentarinkasso (CAD: Cash against Documents)

Die Bank handelt beim Dokumentarinkasso als Treuhänder und Vermittler zwischen Verkäufer und Käufer, indem sie im Auftrag des Verkäufers die Dokumente, die den erfolgten Versand der Ware nachweisen, beim Käufer präsentiert und dagegen den geschuldeten Betrag einkassiert oder ein Wechselakzept einholt. Der Käufer erhält die Ware erst, wenn er dem Spediteur die entsprechenden Dokumente vorweist.

Die Haftung der Bank beschränkt sich dabei im Wesentlichen auf die Weiterleitung und die Aushändigung der Dokumente, ohne aber dabei eine eigene Zahlungsverpflichtung zu übernehmen. Wenn der Käufer nicht bezahlt, erhält der Verkäufer die Dokumente zurück und kann die Ware wieder übernehmen.

Zwei Formen des Inkassos werden unterschieden:

documents against payment (d/p)	Der Importeur erhält die Dokumente bei Zahlung der Ware. Das Geld wird sofort von der Inkassobank an die Exporteurbank weitergeleitet.
documents against acceptance (d/a)	Der Importeur akzeptiert statt sofortiger Zahlung einen Wechsel, der entweder bei der Inkassobank bis zur späteren Einziehung verbleibt oder an den Exporteur weitergeleitet wird.

Die Eidgenössische Zollverwaltung EZV

Zollkreise

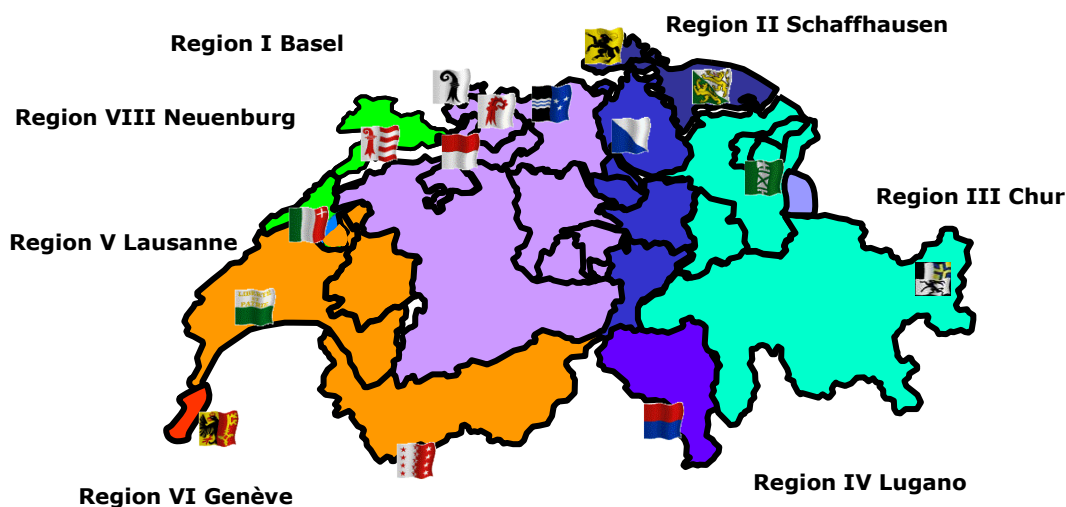
Das schweizerische Zollgebiet ist in 4 Zollkreise eingeteilt, mit jeweils einer Direktion an der Spitze. Der Verlauf der Zollgrenze (Gesamtlänge: 1'863.5 km) ist in der Regel mit dem Verlauf der politischen Grenze identisch. Ausnahme bilden die Zollanschlussgebiete (Fürstentum Liechtenstein, Büsingen, Campione) und das Zollausschlussgebiet Samnaun. Die vier Zollkreisdirektionen befinden sich in Basel, Schaffhausen, Genf und Lugano.



Übersicht Zollkreise * Bezirke Baden und Zurzach (AG) Kreis II / * Bezirk Moesa (GR) Kreis IV

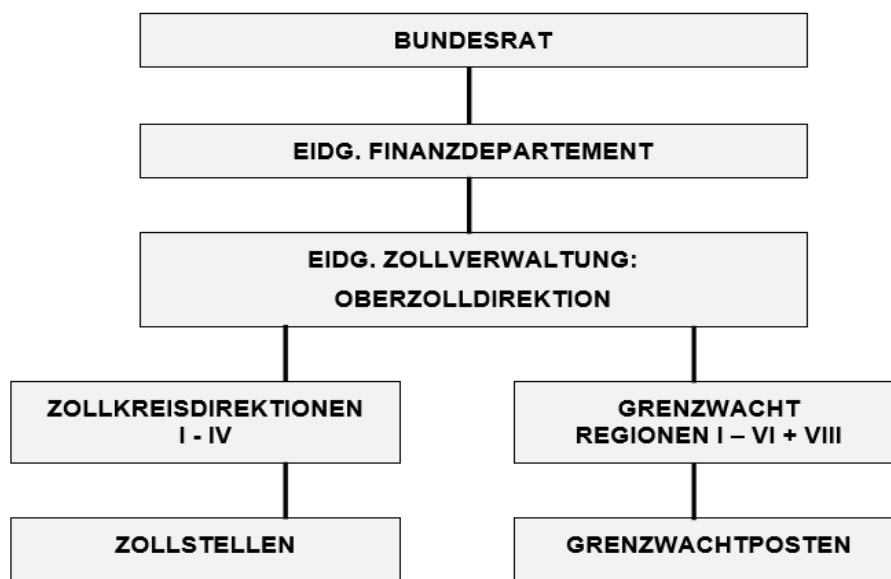
Grenzwachregionen

Für die Grenzwaache (uniformierter Teil der Zollverwaltung) ist das Zollgebiet in sieben Grenzwachregionen aufgeteilt.



Übersicht Grenzwachregionen

Organisation der Zollverwaltung



Aufgaben der Zollverwaltung

Erhebung von Abgaben	<ul style="list-style-type: none"> – Zölle – Mehrwertsteuer – Mineralöl-, Automobil-, Tabak- und Biersteuer 	<ul style="list-style-type: none"> – Monopolgebühren auf Alkoholika – Lenkungs-, Schwerverkehrs- und Nationalstrassenabgaben – usw.
Beitrag zur inneren Sicherheit	<ul style="list-style-type: none"> – Bekämpfung von Kriminalität und illegaler Migration, z. B. durch Personen- und Fahrzeugfahndung – Bekämpfung von Betäubungsmittelschmuggel und Dokumentfälschungen – Einhaltung der Strassenverkehrsvorschriften anlässlich von Ein- und Ausfahrten 	<ul style="list-style-type: none"> – Kontrolle des Verkehrs mit Kriegsmaterial und Waffen sowie von zivil und militärisch verwendbaren Gütern und explosionsgefährlichen Stoffen – Vollzug von Embargomasnahmen – usw.
Schutz von Bevölkerung und Umwelt	<ul style="list-style-type: none"> – Lebensmittelkontrolle an der Grenze – Tier-, Pflanzen und Artenschutz – Edelmetallkontrolle 	<ul style="list-style-type: none"> – Kontrolle des Verkehrs mit gefährlichen Gütern, radioaktiven und giftigen Stoffen – usw.
Wirtschaftliche Aufgaben	<ul style="list-style-type: none"> – Überwachung der Ein- und Ausfuhr gewisser Waren (z. B. Kontingente, Monopole) – wirtschaftliche Landesversorgung – Statistik des Aussenhandels 	<ul style="list-style-type: none"> – Schutz der Landwirtschaft; Schutz von Marken, geografischen Herkunftsangaben, Design- und Urheberrechten – usw.

Grenzüberschreitender Warenverkehr

Verschiedene Kriterien bestimmen den Ablauf bei der Zollveranlagung und dementsprechend sind jeweils andere Formulare und/oder Applikationen anzuwenden.

Unterscheidung nach der Verkehrsrichtung	<p>Nach dem Zollgesetz gibt es sieben verschiedene Zollverfahren, wovon folgende drei am häufigsten angewendet werden:</p> <ul style="list-style-type: none">– Überführung in den zollrechtlich freien Verkehr (Einfuhr)– Ausfuhrverfahren– Transitverfahren
Unterscheidung nach Transportmittel	<ul style="list-style-type: none">– Strassenverkehr– Bahnverkehr– Schiffsverkehr– Luftverkehr– Postverkehr– Pipeline
Unterscheidung bezüglich Verwendung nach dem Grenzübertritt	<ul style="list-style-type: none">– Reiseverkehr Dies sind Waren für den persönlichen Gebrauch des Einführenden, einschliesslich Waren für den eigenen Haushalt oder zu Geschenkzwecken.– Handelswarenverkehr Waren, die für den Wiederverkauf oder für den gewerblichen Gebrauch, allenfalls auch im eigenen Betrieb des Einführenden bestimmt sind.

Zollveranlagungsverfahren

Das Zollveranlagungsverfahren umfasst alle für die Durchführung der Veranlagung vorgeschriebenen Handlungen und gliedert sich in folgende Phasen:

→ Zuführungspflicht

Unabhängig von der Verkehrsart muss jede Ware, die über die Zollgrenze verbracht wird, vom Zollbeteiligten unverzüglich der nächsten Zollstelle zugeführt werden.

→ Gestellen und summarisches Anmelden

Mit dem Gestellen und dem summarischen Anmelden erhält die Zollverwaltung die Mitteilung, dass sich die Waren auf dem Amtsplatz der Zollstelle oder an einem anderen von der Zollverwaltung zugelassenen Ort befinden. Die summarische Anmeldung erfolgt elektronisch und enthält Angaben über die Anzahl Packstücke, das Gewicht, Art der Ware usw.

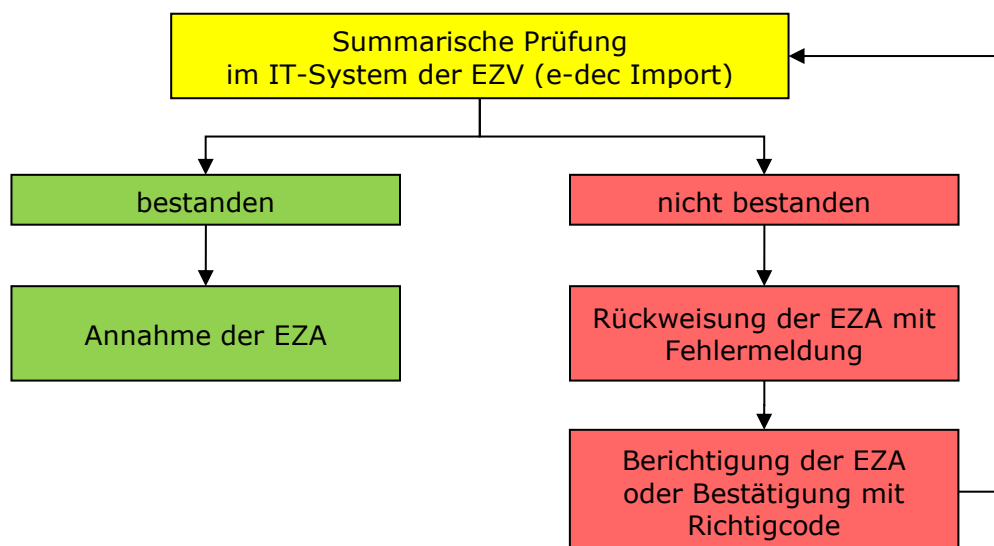
Einfuhrverfahren

→ Anmelden (mit e-dec Import)

Ähnlich wie beim Ausfüllen der Steuererklärung verlangt das Gesetz für jede über die Grenze gebrachte Ware vom Zollpflichtigen die Abgabe einer Erklärung (Zollanmeldung). Die Anmeldung enthält genaue Angaben über die Art der Ware, die Verwendung der Ware (Zollverfahren), über den Empfänger, das Gewicht, den Wert, die Herkunft usw. (siehe Beilage 1: Einfuhrzollanmeldung). Die Zollanmeldung erfolgt in elektronischer Form. Für die Einfuhrzollanmeldungen steht das IT-System e-dec Import zur Verfügung. Der Zollbeteiligte erstellt die Einfuhrzollanmeldung (EZA) am Computer und übermittelt diese dem IT-System der EZV.

→ Summarische Prüfung (mit e-dec Import)

Mit der summarischen Prüfung wird sichergestellt, dass alle erforderlichen Daten vollständig erfasst sind. Ist dies nicht der Fall, erhält der Zollbeteiligte eine Fehlermeldung.



→ Annahme der Zollanmeldung (e-dec Import)

Nach erfolgreichem Durchlaufen der summarischen Prüfung fügt e-dec Import Annahmedatum und -zeit hinzu. Die EZA gilt damit als angenommen und ist rechtlich verbindlich. Zusätzlich selektiert das IT-System die Sendungen:

gesperrt	Die angemeldeten Waren verbleiben im Gewahrsam der EZV. Sie können erst nach Abschluss der formellen Überprüfung und einer allfälligen Beschau bzw. anderen Zollprüfung abtransportiert werden.
frei mit	Die angemeldeten Waren können sofort bzw. nach erfolgter Zollprüfung abgeführt werden. Die Zollstelle führt die formelle Überprüfung im Nachhinein durch.
frei ohne	Die angemeldeten Waren können sofort bzw. nach erfolgter Zollprüfung abgeführt werden. Eine formelle Überprüfung findet nicht statt.

→ Formelle Überprüfung der angenommenen Zollanmeldung (e-dec Import)

Die vom Zollbeteiligten eingereichte Zollanmeldung wird von der Zollstelle auf ihre Korrektheit geprüft und mit den Begleitpapieren (Rechnung, Lieferschein, Ursprungszeugnisse usw.) verglichen. Zusätzlich findet die Kontrolle weiterer gesetzlicher Anforderungen an die Waren statt (z. B. Verbote).

→ Beschau

Stichprobenweise vergleicht die Zollstelle in der Folge die Angaben in der Anmeldung mit der Ware. Diese materielle Kontrolle der Ware nennt man Beschau.

→ Ausstellen der Veranlagungsverfügung

Aufgrund der Angaben in der Zollanmeldung werden die anfallenden Abgaben berechnet. Entweder werden diese direkt vor Ort bezahlt oder über ein Zollkonto abgerechnet (Beispiele Veranlagungsverfügung Beilagen 2 und 3).

→ Freigabe und Abtransport der Waren

Sendungen mit dem Selektionsergebnis "frei mit" und "frei ohne" gelten sofort als freigegeben. Zum Abtransport berechtigt der Bezugsschein e-dec Import. "Gesperrte" Sendungen werden durch Stempelung des Bezugsscheines von der Zollstelle manuell freigegeben. Der gestempelte Bezugsschein e-dec Import berechtigt zum Abtransport der Waren.

Ausfuhrverfahren

Das Veranlagungsverfahren gilt grundsätzlich auch für andere Zollverfahren. Jedoch kommen beim Ausfuhrverfahren die Informatiksysteme e-dec Export oder NCTS-Export zum Einsatz.

Transitverfahren NCTS (Neues computerisiertes Transitsystem)

Die Schweiz ist aufgrund ihrer Lage im Zentrum von Europa ein ausgesprochenes Transitland. Sie verfügt über eine gute Strassen- und moderne Bahninfrastruktur, mit welchen die Bedürfnisse des Transitverkehrs befriedigt werden. Deswegen ist der Transit von Waren durch unser Land von grosser wirtschaftlicher Bedeutung.

Europaweit wird für die Abwicklung der Transporte ein Informatiksystem, das sog. NCTS, angewendet. Der elektronische Datenaustausch erfolgt direkt zwischen den Zollbeteiligten einerseits und den verschiedenen Zollstellen andererseits.

e-dec web

Einfuhrzollanmeldungen für Handelswaren erfolgen grundsätzlich, mit wenigen Ausnahmen, über das EDV-System e-dec der EZV. Gewerbsmässige Anmelder (z. B. Spediteure, Berufsdeklaranten etc.) müssen sich eine Software beschaffen, um Zollanmeldungen erstellen und an e-dec übermitteln zu können.

Für Personen oder Firmen, welche nur gelegentlich Zollanmeldungen erstellen, bietet die EZV als Ersatz für die ehemaligen Papierformulare die Internetapplikation „e-dec web“ gratis an. Um e-dec web nutzen zu können benötigt man lediglich einen PC mit Internetanschluss und einen Drucker.

Die Eidgenössische Zollverwaltung (EZV) steht mitten in der digitalen Transformation. Die Transition von den heutigen Systemen NCTS und e-dec zum neuen einheitlichen Warenverkehrssystem Passar wird Mitte 2023 eingeführt. Das Ziel: einfachere Prozesse, benutzerfreundliche Anwendungen und mehr Effizienz für alle Beteiligte.

Vereinfachtes Verfahren für Empfang und Versand

Grundsätzlich erfolgt die Zollanmeldung durch Spediteure, Importeure und Exporteure in elektronischer Form. Unter gewissen Bedingungen können sich diese Firmen von der Zollverwaltung als Zugelassene Empfänger (ZE) oder Zugelassener Versender (ZV) anerkennen lassen.

Einfuhr-Verfahren Zugelassener Empfänger

Die Wareneinfuhr erfolgt direkt zum zugelassenen Ort (z. B. ins Firmendomizil oder einen anderen Umschlagplatz) des zugelassenen Empfängers mit einer Transitveranlagung an der Grenze. Am zugelassenen Ort meldet der zugelassene Empfänger die Ankunft der Sendung bei der Kontrollzollstelle an, diese entscheidet umgehend, ob das Ausladen mit oder ohne Kontrolle der Ladung / Beschau erfolgen kann. Angemeldet wird per e-dec Import. Nach Übermittlung der Zollanmeldung entscheidet die Kontrollzollstelle über materielle Kontrolle oder Freigabe der Sendung.

Die kurzen Kontrollfristen geben dem Zollbeteiligten die Möglichkeit, die Transportmittel optimal zu nutzen und rasch wieder zu disponieren. Das Verfahren entlastet die Grenz-zollstellen, minimiert die Wartezeiten und ermöglicht den Zollbeteiligten ihre Infrastruktur im Inland besser zu nutzen.

Ausfuhr-Verfahren Zugelassener Versender

Der Export wird am zugelassenen Ort des zugelassenen Versenders abgewickelt. Dort werden auch allfällige Zollprüfungen vorgenommen. Angemeldet wird mittels EDV. An der Grenze findet lediglich ein Abschluss des Transits (Weg Domizil – Grenze) statt. Damit hat der zugelassene Versender die Möglichkeit, den Transport auf seine Bedürfnisse zeitlich abzustimmen, da die langen Wartezeiten an der Grenze wegfallen. Seine Transportmittel sind dadurch effizient zu disponieren, da der Warenverlad zeitlich kalkulierbar ist.

Zolltarif

Allgemeines

Die Weltzollorganisation schuf eine Zollnomenklatur (Harmonisiertes System HS), die fast alle Länder der Welt anwenden. Auch der Schweizer Zolltarif beruht auf diesem Harmonisierten System. Dies umfasst ein systematisches Warenverzeichnis unter Angabe der Zollansätze.

Der Schweizer Zolltarif ist vollumfänglich im Internet unter www.tares.ch abrufbar. In Papierform wird nur das rudimentär gehaltene Tarifnummernverzeichnis geführt.

Zweck des Zolltarifes

Der Zolltarif bildet die Grundlage für:

- die Erhebung der Zölle und anderer Abgaben sowie den Bezug der Gebühren bei der Ein- und Ausfuhr von Waren sowie deren Sicherung (Transit)
- die Bestimmung des Warenursprungs
- das Erstellen der Aussenhandelsstatistik.

Struktur des Harmonisierten Systems (HS)

Die Nomenklatur des HS führt systematisch alle Waren auf, die international gehandelt werden. Es gruppiert diese Waren in:

Abschnitte	(römische Ziffern)
Kapitel	(arabische Ziffern)
Tarifnummern	(arabische Ziffern, die ersten 6 Stellen)

Insgesamt enthält die Nomenklatur des HS 21 Abschnitte, 97 Kapitel und etwa 5100 Tarifnummern (Positionen)

Aufbau der Tarifnummer

HS Nomenklatur			CH Nomenklatur
49	11.	10	90
Kapitel	Ordnungsnummer	Unternummer HS	Schweiz. Unternummer

- Die beiden ersten Zahlen von 01 bis 97 bilden die Kapitelnummern
- Die zwei nächsten Stellen bilden die Ordnungsnummern innerhalb der Kapitel
- Danach folgen, durch einen Punkt getrennt, die Unternummern des HS
- Die beiden letzten Zahlen der achtstelligen Tarifnummern sind schweizerische Unternummern

Tares

Abfragemaske

Die Darstellung der Abfragemaske im Tares gliedert sich in 2 Blöcke:

1 linke Seite

2 rechte Seite

Weiterführende Links

Abfrage- / Anzeigefläche:

- A Kopfdaten; Datum, Ursprungsland und Verkehrsrichtung
- B Abfrageblock für die Suche nach Abschnitt, Kapitel oder Tarifnummer
- C Abfrageblock für die Suche nach Stichworten
- D Abfrageblock für die Suche nach chemischen Produkten

The screenshot shows the Tares search interface. A vertical sidebar on the left (labeled '1') contains navigation links such as 'Kontakt | News | Benutzereinstellungen', 'neue Tarifsuche', 'Tarifübersicht', 'Vergleich', and 'Weitere Suchmöglichkeiten'. The main content area (labeled '2') is titled 'Tares' and includes a language selector (Deutsch | Français | Italiano | English). It features four search sections: 'Kopfdaten' (labeled 'A') with fields for 'Verkehrsrichtung' (set to 'Einfuhr aus') and 'Iso/Land' (set to 'DE Deutschland'); 'Tarifsuche' (labeled 'B') with a 'Suche mit Tarifnummer' field; 'Suche mit Text' (labeled 'C') with a 'Text:' field and an 'Erweiterte Suche' link; and 'Suche mit chemischen Elementen und Verbindungen' (labeled 'D') with radio buttons for 'CAS Nummer', 'CUS Nummer', and 'Bezeichnung'.

Suchfunktionen

Durch Eingabe eines **Wortes** (z. B. Brot) oder einer im Text vorkommenden genauen **Wortgruppe** (z. B. bearbeitete Asbestfasern) und anklicken des Buttons „Suche“ oder betätigen der „Enter“-Taste werden alle Texte mit diesen Textbestandteilen angezeigt.

Nach **chemischen Elementen und Verbindungen** kann mit der CAS- oder der CUS-Nummer sowie der chemischen Bezeichnung gesucht werden. Bei der CAS-Nummer handelt es sich um die Nummer des „Chemical Abstract Service“, einem internationalen Bezeichnungsstandard für chemische Produkte. Die Nummer kann mit oder ohne Trennstriche eingegeben werden. Bei der CUS-Nummer handelt sich um eine eindeutige Nummer, gemäss europäischem Zollinventar für chemische Erzeugnisse (Customs Union and Statistics).

Detailansicht

Die Detailansicht enthält Angaben zum anzuwendenden Zollansatz oder, je nach Ware und Verkehrsrichtung, Angaben zu Bewilligungspflichten oder Hinweise zum Ausfüllen der Zollanmeldung.

Mehrwertsteuer

Allgemeines

Bei der MWST handelt es sich um eine indirekte Steuer. Steuerpflichtig sind grundsätzlich alle natürlichen und juristischen Personen, die im Inland Lieferungen und Dienstleistungen erbringen. Besteuerbar ist zudem die Einfuhr von Gegenständen.

Im Inland wird die Steuer als Allphasensteuer auf allen Stufen der Produktion, des Handels und des Dienstleistungssektors erhoben, d. h. auf jedem Umsatz zwischen einem Steuerpflichtigen und seinem Leistungsempfänger, gleichgültig, ob dieser seinerseits steuerpflichtig ist oder nicht. Der steuerpflichtige Lieferant oder Dienstleistungserbringer berechnet die Steuer von seinem Umsatz (z. B. Entgelt für den Gegenstand oder für die Arbeit an einem Gegenstand, Entgelt für Dienstleistung) und überwälzt sie auf seinen Abnehmer. In seiner periodischen Abrechnung mit der ESTV meldet er seinen Nettoumsatz und die darauf geschuldete Steuer.

In der gleichen Abrechnung nimmt er einen Vorsteuerabzug vor, d. h. er zieht die von seinen Dienstleistungserbringern und Warenlieferanten auf ihn überwälzte Steuer ab. Den nach Abzug dieser Vorsteuer verbleibenden Betrag hat er der ESTV abzuliefern.

MWST bei der Einfuhr

Die Steuer auf der Einfuhr von Gegenständen soll verhindern, dass Personen, die Gegenstände aus dem Ausland einführen, steuerlich bessergestellt werden als solche, die sie im Inland kaufen. Sie soll zudem verhindern, dass nicht steuerpflichtige Personen in den Besitz von steuerunbelasteten Waren gelangen.

Wertnachweis

Bei der Einfuhr von Gegenständen ist der Zollstelle ein Wertnachweis vorzulegen.

Steuersätze

Der Normalansatz der Mehrwertsteuer beträgt 7.7%.

Gewisse Waren werden zum reduzierten Satz von 2,5% besteuert, z. B.:

- Ess- und Trinkwaren, ausgenommen alkoholische Getränke
- Tiere
- Pflanzen
- Medikamente
- Zeitungen, Zeitschriften, Bücher

Elektronische Veranlagungsverfügung Import eVV

Seit 1. März 2018 gilt das Obligatorium für die elektronische Veranlagungsverfügung eVV. Die Veranlagungsverfügungen müssen elektronisch abgeholt und elektronisch unversehrt archiviert werden. Im Falle einer MWST-Revision müssen die Verfügungen elektronisch vorliegen und den Prüfern ist ein Zugang zu den entsprechenden Datenträgern (z. B. Festplatte, Server) zu gewähren.

Freihandelsabkommen: Ursprungsregeln / Ursprungsnachweise

Ursprung

Der Ursprung einer Ware ist nach einheitlichen Kriterien, sogenannten Ursprungsregeln, einem einzigen Staat zugeteilt. Vereinfacht ausgedrückt wird eine Ware – wie eine Person – mit einer Nationalität (= Ursprung) und einem Identitätsausweis (= Ursprungsnachweis) ausgestattet. Dabei gilt es zu unterscheiden, ob Güter aus dem Ausland importiert oder Produkte ins Ausland exportiert werden.

Ursprung im Rahmen der Freihandelsabkommen (präferenzzieller Ursprung)

Die Schweiz hat mit verschiedenen Staaten Freihandelsabkommen abgeschlossen. Dabei können für Waren, welche die Ursprungsregeln erfüllen, ermässigte Zollansätze oder Zollbefreiung im Einfuhrland beantragt werden. Die Zolleremässigung bzw. Zollbefreiung ist jedoch nur dann gewährleistet, wenn die vertraglichen Ursprungsbestimmungen des betreffenden Freihandelsabkommens erfüllt sind und ein formell gültiger Ursprungsnachweis vorliegt. Waren ohne formell gültigen Ursprungsnachweis können nicht von tieferen oder befreiten Zöllen (so genannten Präferenzzöllen) profitieren und müssen zum höheren Zoll - dem Normaltarif - veranlagt werden.

Ursprung im Rahmen des Allgemeinen Präferenzsystems für Entwicklungsländer APS/GSP Form. A (Zollpräferenzen für Entwicklungsländer / nur Import Schweiz)

Die Schweiz fördert die Wirtschaft der Entwicklungsländer, indem sie im Rahmen des allgemeinen Präferenzsystems einseitige Zollpräferenzen im Import (Einfuhr in die Schweiz) gewährt. Im Gegensatz zu den Freihandelsabkommen erhält die Schweiz dafür keine Gegenleistung in Form von tieferen / wegfallenden Zöllen beim Export (Ausfuhr) in diese Entwicklungsländer.

Für die Freihandelsabkommen und die Zollpräferenzen für die Entwicklungsländer ist die Zollverwaltung zuständig.

Nicht-präferenzzieller Ursprung

Der nicht-präferenzzielle Ursprung findet dort Anwendung, wo bei der Warenein- und -ausfuhr ausserwirtschaftliche Massnahmen (z.B. Antidumpingabgaben, Kompensationsabgaben, Handelsembargos, Schutzmassnahmen, Mengenbeschränkungen, tarifäre Kontingente, Bestätigung des Ursprungs usw.) angewendet werden. Die Bestätigung des nicht-präferenzziellen Ursprungs kann die Auswirkungen der Massnahmen reduzieren oder sogar befreien. Die ausserwirtschaftlichen Massnahmen stehen jedoch nicht in Verbindung mit Präferenzzöllen.

Für den nicht-präferenzziellen Ursprung ist die am Sitz der Firma ansässige Handelskammer zuständig.

Ursprungsdokumente

Übersicht

	Präferenzialer Ursprung	Nicht-präferenzialer Ursprung
Anwendungsfall	Präferenzabkommen (Freihandelsabkommen)	kein Präferenzabkommen (kein Freihandelsabkommen, ausserwirtschaftliche Massnahmen)
Grundlagen	<ul style="list-style-type: none"> • Listen-/Ursprungsregeln (Bedingungen gemäss Freihandelsabkommen für präferenzielle Behandlung / D30 [Dienstdokument]: Freihandelsabkommen, Zollpräferenzen und Warenursprung) • In der Regel die HS-Position (erste vier Nummern des Zolltarifs) 	<ul style="list-style-type: none"> • Bestimmungen und Regeln der "Verordnung des EVD über die Beglaubigung des nichtpräferenziellen Ursprungs VUB-EVD"
Ursprungszertifikate	<ul style="list-style-type: none"> • Warenverkehrsbescheinigungen (WVB; EUR.1) • GSP Form A (nur aus Entwicklungsländern) • Ursprungsnachweise (bestimmter Freihandelsabkommen) • Ursprungserklärung auf der Rechnung 	<ul style="list-style-type: none"> • Ursprungszeugnisse (UZ) • Ursprungsbeglaubigungen

Als Ursprungsnachweise können folgende Dokumente nach den geltenden Regeln eingesetzt werden:

Warenverkehrsbescheinigungen (WVB) EUR.1, UZ und weitere

Anwendung	präferenzialer Ursprung	
Ausstellung	Expporteur	
Beglaubigung	Zollbehörden	
mögliche Dokumente	EUR.1	<ul style="list-style-type: none"> • im Verkehr mit EU / EFTA oder mit anderen bestimmten Ländern mit entsprechendem Freihandelsabkommen • keine Wertlimite
	EUR-MED	<ul style="list-style-type: none"> • im Verkehr mit afrikanischen und arabischen Mittelmeeranlieger-Ländern • keine Wertlimite
	EUR.1 CN-CH	<ul style="list-style-type: none"> • im Verkehr mit China • keine Wertlimite
	Ursprungszeugnis Japan-Schweiz (oder EUR.1)	<ul style="list-style-type: none"> • im Verkehr mit Japan
	Ursprungszeugnis GCC-EFTA (oder EUR.1)	<ul style="list-style-type: none"> • im Verkehr mit GCC-Staaten (Bahrain, Katar, Kuwait, Oman, Saudi-Arabien, Vereinigte Arabische Emirate):
	Form. A	<ul style="list-style-type: none"> • für Importe von Waren aus Entwicklungsländern • Liste der Entwicklungsländer mit Zollpräferenzen im Zolltarif

Ursprungserklärungen

Ursprungserklärungen können auf Rechnungen, Lieferscheinen oder einem anderen Handelspapier angebracht werden. Damit sie anerkannt werden, sind Vorgaben in Bezug auf Wortlaut, Sprache und Form unbedingt einzuhalten. Informationen dazu finden sich im "Merkblatt über die Ausstellung und Verwendung von Ursprungsnachweisen" der Eidg. Zollverwaltung.

Anwendung	präferenziieller Ursprung	
Ausstellung	Exporteur	
mögliche Dokumente	<u>Ermächtigter Ausführer (EA)</u> (Unternehmen mit vielen Exporten, Bewilligung der Zollbehörden notwendig)	Ursprungserklärung mit EA-Bewilligungsnummer im Text auf Rechnung oder Lieferschein <ul style="list-style-type: none"> • Wortlaut / Sprache gemäss Vorgaben der Zollverwaltung • ohne Wertlimite • keine handschriftliche Unterzeichnung notwendig
	<u>nicht ermächtigte Ausführer</u>	Ursprungserklärung auf Rechnung, Lieferschein oder anderem Handelspapier <ul style="list-style-type: none"> • Wortlaut / Sprache gemäss Vorgaben der Zollverwaltung • mit Wertlimite: max. CHF 10'300 oder € 6'000 (Gesamtwert der Sendung) • original handschriftlich zu unterzeichnet • Aufbewahrungspflicht Rechnerkopie mind. 3 Jahre

Beispiel Text in verschiedenen Sprachen

Deutsch

«Der Ausführer der Waren, auf die sich dieses Handelspapier bezieht, erklärt, dass diese Waren, soweit nicht anders angegeben, präferenzbegünstigte (Land/Zone) Ursprungswaren sind.

.....(Ort und Datum)

.....(Unterschrift)»

(Unterschrift des Ausführers und Name des Unterzeichners in Druckschrift).

Englisch

The exporter of the products covered by this document declares that, except where otherwise clearly indicated, these products are of (country/zone) preferential origin.

Französisch

L'exportateur des produits couverts par le présent document déclare que, sauf indication claire du contraire, ces produits ont l'origine préférentielle (pays/zone).

Italienisch

L'esportatore delle merci contemplate nel presente documento dichiara che, salvo indicazione contraria, le merci sono di origine preferenziale (paese/zona).

Ursprungszeugnisse

Die Beglaubigungsstellen (Handelskammern) stellen Ursprungszeugnisse und -beglaubigungen für Personen oder Unternehmen aus, welche Waren herstellen oder damit Handel betreiben und deren Sitz oder Wohnsitz in ihrem Zuständigkeitsgebiet liegt. Diese Ursprungszeugnisse und -beglaubigungen können nicht für die Inanspruchnahme einer präferenziellen Zollveranlagung verwendet werden, unabhängig davon, ob die Schweiz mit dem Einfuhrland ein Freihandelsabkommen abgeschlossen hat.

Anwendung	Nicht-präferenzieller Ursprung
Ausstellung	Exporteur
Beglaubigung	Handelskammern der Schweiz und Liechtensteins
mögliche Dokumente	<ul style="list-style-type: none"> • Ursprungsbescheinigungen (Stempelaufdruck auf Handelsrechnung) • Ursprungszeugnisse (Formular) • Inlandbeglaubigungen (auf Handelsrechnungen oder anderen Handelsdokumenten durch Lieferant ausgestellt, nur als Vordokument im Inland)

Die Eidgenössische Zollverwaltung EZV stellt auf ihrer Webseite (www.ezv.admin.ch) Informationen, Dokumentationen, Merkblätter und Formulare zur Verfügung sowohl für den Import von Waren in die Schweiz als auch für den Export von Gütern in andere Länder.

Fragen zum Aussenhandel

Welches sind die Ziele des Europäischen Binnenmarktes?

Warum muss die Schweiz notwendigerweise Güter importieren? Geben Sie zu jedem Grund ein Beispiel an.

Nennen Sie je einen Vorteil und einen Nachteil des Freihandels.

Vorteil:

Nachteil

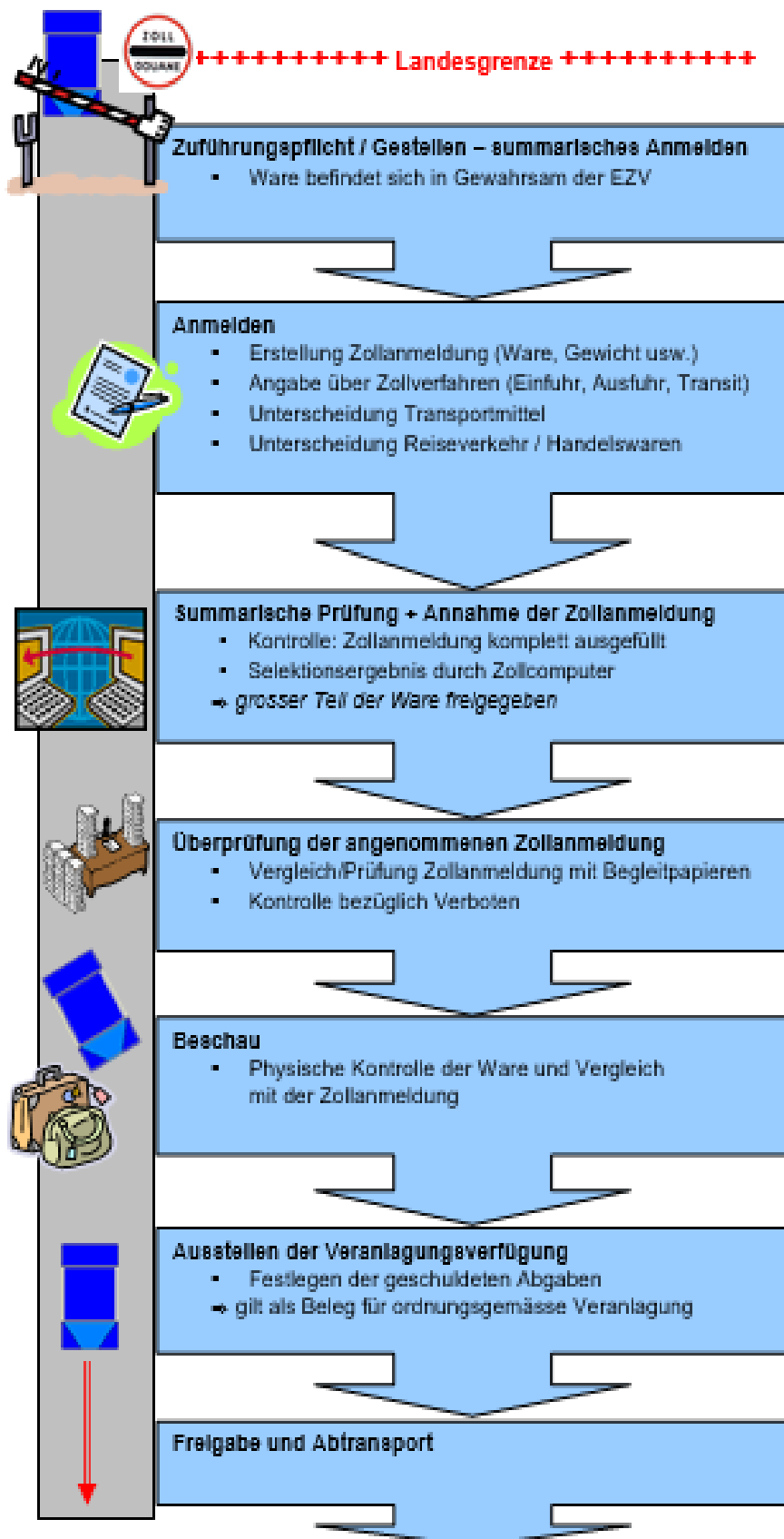
Was ist die Aufgabe der Inkassobank beim Dokumentarinkasso?

Was ist ein Zahlungsrisiko?

Wird auf Güter, die zollfrei eingeführt werden dürfen, trotzdem die Mehrwertsteuer erhoben? Begründen Sie die Antwort.

Erklären Sie den Unterschied zwischen Reiseverkehr und Handelswarenverkehr.

Aussenhandel / Zoll-Dokumente



Ursprung

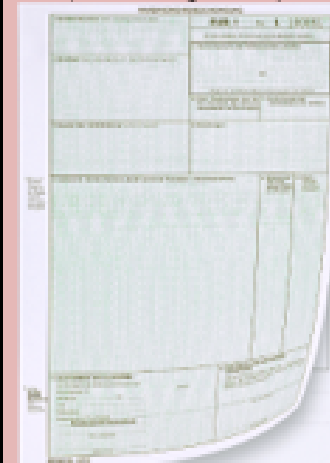
präferenzzieller Ursprung:

Voraussetzung:

- Freihandelsabkommen

mögliche Dokumente:

- WVB EUR. 1, EUR-MED, EUR. 1 CN-CH
- UZ Japan-CH
- UZ GCC-EFTA
- Ursprungserklärung auf der Rechnung
- Form. A (Entwicklungsländer)

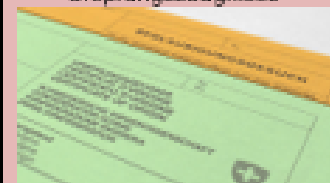


nicht präferenzzieller Ursprung:

kein Freihandelsabkommen, ausenwirtschaftliche Massnahme

mögliche Dokumente:




- Ursprungsbeglaubigungen
- Ursprungszeugnisse




Warenverkehrsbescheinigung EUR. 1 (Export)

WARENVERKEHRSBESCHEINIGUNG CERTIFICAT DE CIRCULATION DES MARCHANDISES	CERTIFICATO DI CIRCOLAZIONE DELLE MERCI MOVEMENT CERTIFICATE
<p>1) Bei unversehrt verpackten Waren ist die Anzahl der Gegenstände oder "lose geschüttet" anzugeben.</p> <p>1) Pour les marchandises non emballées, indiquer le nombre d'objets ou mentionner "en vrac".</p> <p>1) Per le merci non imballate, indicare il numero degli oggetti o indicare "alla rinfusa".</p> <p>1) If goods are not packed, indicate number of articles or state "in bulk" as appropriate.</p>	<p>EUR. 1 N° N 0212895</p> <p>Vor dem Ausfüllen Anmerkungen auf der Rückseite beachten / Consulter les notes au verso avant de remplir le formulaire / Prima di compilare il formulario consultare le note al retro / See notes overleaf before completing this form</p>
<p>3 Empfänger (Name, vollständige Anschrift, Staat) (Ausfüllung freigestellt) / Destinataire (nom, adresse complète, pays) (mention facult.) / Destinatario (nome, indirizzo completo, paese) (indicazione facolt.) / Consignee (name, full address, country) (Optional)</p>	<p>2 Bescheinigung für den Präferenzverkehr zwischen der Schweiz / Certificato utilizzato negli scambi preferenziali tra la Svizzera / Certificato used in preferential trade between</p> <p style="text-align: center;">SCHWEIZ / SUISSE / SVIZZERA / SWITZERLAND</p> <p style="text-align: center;">UND / ET / E / AND</p> <p style="text-align: center;">SIEHE FELD 5 / VOR RUBRIQUE 5 / CF RUBRICA 5 / SEE COLUMN 5</p>
<p>6 Angaben über die Beförderung (Ausfüllung freigestellt) / Informations relatives au transport (mention facult.) / Informazioni riguardanti il trasporto (indicazione facolt.) / Transport Details (Optional)</p>	<p>4 Ursprungsstaat* / Pays d'origine* / Paese d'origine* / Country of Origin*</p> <p>5 Bestimmungsstaat* / Pays de destination* / Paese di destinazione* / Country of destination*</p>
<p>8 Laufende Nummer; Zeichen, Nummern, Anzahl und Art der Packstücke; Warenbezeichnung / N° d'ordre, marques, Numéros, nombre et nature des colis; Désignation des marchandises / N. d'ordine; Marche, numero/numero e natura dei colli; Designazione delle merci / Item number; Marks and numbers; Number and kind of packages; Description of goods</p>	<p>7 Bemerkungen / Observations / Osservazioni / Remarks</p>
<p>2) Nur ausfüllen, wenn nach den internen Rechtsvorschriften des Ausfuhrstaates oder -gebietes erforderlich.</p> <p>2) A remplir seulement lorsque les règles nationales du pays ou territoire d'exportation l'exigent.</p> <p>2) Da riempire solo quando le norme nazionali del paese o territorio d'esportazione lo richiedono.</p> <p>2) Complete only where the regulations of the exporting country or territory require.</p> <p>3) Staat, die Staatsgruppe oder das Gebiet, als dessen bzw. deren Ursprungswaren die Waren gelten.</p> <p>3) Le pays, le groupe de pays ou le territoire dont les produits sont considérés comme originaires.</p> <p>3) Il paese, il gruppo dei paesi o il territorio di cui i prodotti sono considerati originari.</p> <p>3) Country, group of countries or territory in which the products are considered as originating.</p>	<p>9 Rohmasse / Masse brute / Massa lorda / Gross weight (mass) (kg oder / ou / o / or l, m³, etc. / etc.)</p> <p>10 Rechnungen / Factures / Fatture / Invoices (Ausfüllung freigestellt / mention facult. / indicazione facolt. / Optional)</p>
<p>11 SICHTVERMERK DER ZOLLBEHÖRDE / VISA DE LA DOUANE / VISTO DELLA DOGANA / CUSTOMS ENDORSEMENT Die Richtigkeit der Erklärung wird bescheinigt / Déclaration certifiée conforme / Dichiarazione certificata conforme / Declaration Certified</p> <p>Ausfuhrpapier* / Document d'exportation* / Documento d'esportazione* / Export Document*</p> <p>Art. / Modèle / Modello / Form _____ N° _____ Stempel / Cachet / Timbro / Stamp vom / de / del / from _____</p> <p>Zollbehörde / Bureau de douane / Ufficio doganale / Customs office: Ausstellender Staat: SCHWEIZ Pays de délivrance: SUISSE Paese in cui è stato rilasciato: SVIZZERA SWITZERLAND</p> <p>(Datum / Date / Data / Date)</p> <p>Unterschrift / Signature / Firma / Signature</p>	<p>12 ERKLÄRUNG DES AUSFÜHRERS / DECLARATION DE L'EXPORTATEUR / DICHIARAZIONE DELL'ESPORTATORE / DECLARATION BY THE EXPORTER Der Unterzeichner erklärt, dass die vorgenannten Waren die Voraussetzungen erfüllen, um diese Bescheinigung zu erlangen / Je soussigné déclare que les marchandises désignées ci-dessus remplissent les conditions requises pour l'obtention du présent certificat / Io sottoscritto dichiaro che le merci di cui sopra soddisfano alle condizioni richieste per ottenere il presente certificato / I, the undersigned, declare that the goods described above meet the conditions required for the issue of this certificate.</p> <p>(Ort und Datum / Lieu et date / Luogo e data / Place and date)</p> <p>Unterschrift / Signature / Firma / Signature</p>



Ursprungszeugnis

Exporteur Exportateur Esportatore Exporter	Schindler Elevator Ltd. Zugerstrasse 13 CH-6030 Ebikon	0075115454	Nr. No.	001614
Empfänger Destinataire Destinatario Consignee	0000400012 PT BERCA SCHINDLER LIFTS Menara Rajawali 5th Floor Podium Jl.Mega Kuningan Lot 5.1 12950 JAKARTA-KAWASAN MEGA KUNINGAN INDONESIA	URSPRUNGSZEUGNIS CERTICAT D'ORIGINE CERTIFICATO D'ORIGINE CERTIFICATE OF ORIGIN		ORIGINAL
		SCHWEIZERISCHE EIDGENOSSENSCHAFT CONFÉDÉRATION SUISSE CONFEDERAZIONE SVIZZERA SWISS CONFEDERATION		
		Ursprungsland Pays d'origine Paese d'origine Country of origin	Switzerland	
Angaben über die Beförderung (Ausfüllung freigestellt) Informations relatives au transport (mention facultative) Informazioni riguardanti il trasporto (indicazione facoltativa) Particulars of transport (optional declaration)		Bemerkungen Observations Osservazioni Observations		
Seafreight				
Zeichen, Nummern, Anzahl und Art der Packstücke; Warenbezeichnung Marques, numéros, nombre et nature des colis; désignation des marchandises Marche, numeri, numero e natura dei colli; designazione delle merci Marks, numbers, number and kind of packages; description of the goods		Nettogewicht Poids net Peso netto Net weight kg, l, m ³ etc./ecc.	4'820.00 kg	
PT BERCA SCHINDLER LIFTS 2 Package(s) WTC II 4546012359/4600301/SF01 5060421/1.2 JAKARTA/INDONESIA ELEVATOR MATERIAL				
		Bruttogewicht Poids brut Peso lordo Gross weight	5'370.00 kg	
Die unterzeichnet Handelskammer bescheinigt den Ursprung oben bezeichneter Ware La Chambre de commerce soussignée certifie l'origine des marchandises désignées ci-dessus La sottoscritta Camera di commercio certifica l'origine delle merci summenzionate The undersigned Chamber of commerce certifies the origin of the above mentioned goods				
Luzern, Lucerne, Lucerna,		24. Feb. 2011		
Zentralschweizerische Handelskammer Chambre de commerce de la Suisse centrale Camera di commercio della Svizzera centrale Chamber of commerce of Central-Switzerland				

Einfuhrzollanmeldung am Beispiel Herrenhemden

<p>GESTELLUNG Zollstelle CH001571 Basel St. Jakob UBF Annahmedatum: heute</p>	<p>FREI OHNE</p>	<p style="text-align: right;">Einfuhrliste Definitiv</p>  <p style="text-align: right;">13CHEI000041653956.1</p>	
<p>Versender: Adresse</p>	<p>Versendungsland: IN Positionen: 1 Packstücke: 331 Rohmasse gesamt: 3'120.0 MWST-Wert gesamt: 128'392 MWST-Nr.: Kontonummern Konto Zoll: Konto MWST: Rechnungswährung: Schweizer Franken (CHF) Incoterms: FOB</p>	<p>Transport (Verkehrszweig, Typ, Land, Kennzeichen): Bahnverkehr, —, —, BAHN Container: TTNU 456 Vorpapiere (Art, Nummer, zusätzliche Angaben): Frachtbrief CIM, 387440 Besondere Vermerke: /// CONTAINER GEWOGEN ///</p>	
<p>Importeur: Adresse</p>			
<p>Empfänger: Adresse</p>			
<p>Spediteur: Adresse</p>			
<p>Sped-Nr./TINAUID: 53 Anmeld. Nr.: 005354100000 Ref-Nr.: 41023000</p>			
<p>1 (1) FREI OHNE</p> <p>HEMDEN AUS LEINEN 6205.9010</p>			
<p><input checked="" type="checkbox"/> Handelswaren <input type="checkbox"/> Präferenz: IN Eigenmasse: 2535.000 Rohmasse: 3120.0 Zusatzmenge: 9'940</p>	<p>Veranlagungstyp: Normalveranlagung Stat. Wert: 127'698 Zollansatz: 280.00 MWST-Wert: 128'392 MWST [%]: 8</p>		
<p>Packstücke (Art, Anzahl, Nummer): Karton, 331</p>	<p>Unterlagen (Art, Nummer, Datum, zusätzliche Angaben): Handelsrechnung, EXP/257</p>		
<p>Zollanmeldungsnummer: 13CHEI000041653956 Zugangscode: Bezug der elektronischen Veranlagungsverfügung Unter dem Link https://e-dec-web.ezv.admin.ch/e-decZugangscodeGui/ können Sie die elektronische Veranlagungsverfügung herunterladen. Sie benötigen dazu die vorstehend erwähnte Zollanmeldungsnummer und den Zugangscode.</p>			
<p>Seite 1 von 1</p>			

Veranlagungsverfügung Zoll (VVZ)

 <p style="font-size: small;">Schweizerische Eidgenossenschaft Confédération suisse Confederazione Svizzera Confederaziun svizra</p> <p style="font-size: small;">Eidgenössisches Finanzdepartement SFD Éidgenössische Zollverwaltung EZV</p>	<p>Import Definitiv</p>  <p>13CHE1000041653956.1</p>															
<h2>VERANLAGUNGSVERFÜGUNG ZOLL</h2>																
<p>Annahmedatum: Ausstellungsdatum: Basel St. Jakob UBF St. Jakobs-Strasse 226 CH 4052 Basel</p>																
<p>Versender:</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; min-height: 30px;">Adresse</div>	<p>Bordereanummer: 2492 Versendungsland: IN Positionen: 1 Konto Zoll: <div style="border: 1px solid black; padding: 2px 10px;">Nummer</div></p>															
<p>Importeur:</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; min-height: 60px;">Adresse</div>	<p>Transport (Verkehrszweig, Typ, Land, Kennzeichen): Bahnverkehr, --, --, BAHN</p> <p>Container: TTNU 456</p>															
<p>Empfänger:</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; min-height: 60px;">Adresse</div>	<p>Vorpapier (Art, Nummer, zusätzliche Angaben): Frachtbrief CIM, 387 440</p> <p>Besondere Vermerke: /// CONTAINER GEWOGEN ///</p>															
<p>Spediteur:</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; min-height: 30px;">Adresse</div>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 60%;">Einnahmeart:</th> <th style="width: 40%;">Betrag [CHF]:</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Zollabgaben:</td> <td style="text-align: right;">8'736.00</td> </tr> <tr> <td>Gesamtbetrag:</td> <td style="text-align: right;">8'736.00</td> </tr> </tbody> </table>	Einnahmeart:	Betrag [CHF]:	Zollabgaben:	8'736.00	Gesamtbetrag:	8'736.00									
Einnahmeart:	Betrag [CHF]:															
Zollabgaben:	8'736.00															
Gesamtbetrag:	8'736.00															
<p>Anmeld. Nr.: 005354100000 Ref. Nr.: 41023000</p>																
<p>1 HEMDEN AUS LEINEN 6205.9010</p> <p style="text-align: center;"><input type="checkbox"/> Präferenz: IN Veranlagungstyp: Normalveranlagung</p>																
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 25%;">Einnahmeart:</th> <th style="width: 25%;">Bemessungsgrundlage:</th> <th style="width: 10%;">Vbl.-%:</th> <th style="width: 20%;">Ansatz [CHF]:</th> <th style="width: 20%;">Betrag [CHF]:</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Zollabgaben</td> <td>3'120.0 bruttokg</td> <td></td> <td>280.00 je 100 kg brutto</td> <td style="text-align: right;">8'736.00</td> </tr> <tr> <td colspan="4"></td> <td style="text-align: right;">8'736.00</td> </tr> </tbody> </table>		Einnahmeart:	Bemessungsgrundlage:	Vbl.-%:	Ansatz [CHF]:	Betrag [CHF]:	Zollabgaben	3'120.0 bruttokg		280.00 je 100 kg brutto	8'736.00					8'736.00
Einnahmeart:	Bemessungsgrundlage:	Vbl.-%:	Ansatz [CHF]:	Betrag [CHF]:												
Zollabgaben	3'120.0 bruttokg		280.00 je 100 kg brutto	8'736.00												
				8'736.00												
<p>Eigenmasse: 2535.000 Zusatzmenge: 9'940</p> <p>Packstücke (Art, Anzahl, Nummer): Karton, 331 Unterlagen (Art, Nummer, Datum, zusätzliche Angaben): Handelsrechnung, EXP/257</p>																
<p>Rechtsmittelbelehrung: Diese Veranlagungsverfügung kann innert 60 Tagen ab Ausstellungsdatum durch eine Verwaltungsbeschwerde bei der Zollkreisdirektion Basel angefochten werden.</p> <p style="text-align: right; font-size: small;">Seite 1 von 1</p>																

Veranlagungsverfügung MWST (VVM)

Schweizerische Eidgenossenschaft Confédération suisse Confederazione Svizzera Confederaziun svizra	Eidgenössisches Finanzdepartement EFD Eidgenössische Zollverwaltung EZV	Import	Definitiv																
<h2>VERANLAGUNGSVERFÜGUNG MWST</h2>		13CHEI000041653956.1																	
Annahmedatum: Ausstellungsdatum: Basel St. Jakob UBF St. Jakobs-Strasse 226 CH 4052 Basel																			
Versender: <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: 100%;">Adresse</div>	Bordereaummer: 2508 Versendungsland: IN Positionen: 1 Konto MWST: <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; width: 100%;">Nummern</div> MWST-Nr.:																		
Importeur: <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: 100%;">Adresse</div>	Transport (Verkehrszweig, Typ, Land, Kennzeichen): Bahnverkehr. --, --, BAHN																		
Empfänger: <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: 100%;">Adresse</div>	Container: TTNU 456																		
Spediteur: <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: 100%;">Adresse</div>	Vorpapiere (Art, Nummer, zusätzliche Angaben): Frachtbrief CIM, 387440																		
		Besondere Vermerke: /// CONTAINER GEWOGEN ///																	
		Gesamtbetrag MWST [CHF]:	10'970.25																
Anmeld. Nr.: 0053541000001947 Ref-Nr.: 41023000																			
1 HEMDEN AUS LEINEN		6205.9010																	
<input type="checkbox"/> Präferenz: IN		Veranlagungstyp: Normalveranlagung																	
	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 50%;"></th> <th style="width: 15%;">Betrag [CHF]:</th> <th style="width: 15%;">Ansatz [%]:</th> <th style="width: 20%;">MWST [CHF]:</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>MWST Wert:</td> <td style="text-align: right;">128'392.00</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Abgaben gemäss separater Veranlagungsverfügung Zoll:</td> <td style="text-align: right;">8'736.00</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Bemessungsgrundlage MWST:</td> <td style="text-align: right;">137'128.00</td> <td style="text-align: center;">8</td> <td style="text-align: right;">10'970.25</td> </tr> </tbody> </table>		Betrag [CHF]:	Ansatz [%]:	MWST [CHF]:	MWST Wert:	128'392.00			Abgaben gemäss separater Veranlagungsverfügung Zoll:	8'736.00			Bemessungsgrundlage MWST:	137'128.00	8	10'970.25		
	Betrag [CHF]:	Ansatz [%]:	MWST [CHF]:																
MWST Wert:	128'392.00																		
Abgaben gemäss separater Veranlagungsverfügung Zoll:	8'736.00																		
Bemessungsgrundlage MWST:	137'128.00	8	10'970.25																
Eigenmasse: 2535.000		Zusatzmenge: 9'940																	
Packstücke (Art, Anzahl, Nummer): Karton, 331		Unterlagen (Art, Nummer, Datum, zusätzliche Angaben): Handelsrechnung, EXP/257																	
Rechtsmittelbelehrung: Innert einer Frist von 5 Jahren, gerechnet ab Ende des Kalenderjahres, in dem diese Verfügung erlassen wurde, kann die Festsetzung der MWST bei der Zollkreisdirektion Basel angefochten werden. Dagegen gilt eine Frist von 60 Tagen ab Ausstellungsdatum dieser Verfügung für Beschwerden, die Verfahrensversäumnisse betreffen oder die nicht die Festsetzung der MWST zum Gegenstand haben.																			
Seite 1 von 1																			

Strategisches Management

Erfolg ist planbar

«Ein Ziel ohne Plan ist nur ein Wunsch.»

Eine Strategie definiert, wo die eigene Unternehmung in ein paar Jahren stehen soll und mit welchen Massnahmen die Ziele erreicht werden. Diesbezüglich stehen Handelsunternehmungen vor grossen Herausforderungen, zumal Kundenverhalten je länger je weniger planbar ist.



Pixabay, Adriano Gadini

Inhalt

üK-Leistungsziele _____	2
Wichtig: Worauf muss ich beim Lesen des Branchenkundetextes achten?! _____	2
Strategisches Management _____	3
Was ist strategisches Management? _____	3
Von der Vision zur Strategie _____	4
Von der Strategie in die Organisation _____	5
Fragen zum Branchenkundetext _____	7

üK-Leistungsziele

Zum Strategischen Management bestehen keine üK-Leistungsziele.

Strategisches Denken und Entscheiden für einen längeren Zeitraum ist allerdings Voraussetzung für die operative Tätigkeit – das Tagesgeschäft – in einem Handelsunternehmen. Deshalb werden in den üK 2 – 6 verschiedene Aspekte des Strategischen Managements thematisiert. Basis dafür bildet dieser Branchenkundetext.

Bitte bringen Sie diesen Text auch in alle nachfolgenden üK mit.

Wichtig: Worauf muss ich beim Lesen des Branchenkundetextes achten?!

Der Text hat jeweils rechts freien Platz für Ihre Notizen. Bearbeiten Sie den Text, indem Sie Markierungen setzen und Symbole als Gedankenstütze benutzen:

? Ich habe eine Frage, welche ich im üK stelle.

! Das muss ich mir merken, das scheint mir besonders wichtig.

Beispiel Dazu habe ich ein Beispiel aus dem Lehrbetrieb.

Sie können selbstverständlich weitere / andere Symbole einsetzen.

Bearbeiten Sie abschliessend die Fragen zum Branchenkundetext auf der letzten Seite.

Strategisches Management

Was ist strategisches Management?

Eine Strategie ist ein genauer Plan für ein Verhalten, das dazu dient, ein bestimmtes Ziel zu erreichen. Das Wort stammt aus dem Griechischen und wurde vor allem auch in im Zusammenhang mit militärischen und politischen Zielen verwendet.

Der Begriff 'Management' ist aus dem lateinischen von lateinisch manus (Hand) und agere (führen) abgeleitet. Im englischen Sprachgebrauch heisst Management so viel wie Steuerung oder Verwaltung.

Die **strategische Ebene** ist die oberste Ebene jeder Unternehmung. Im Rahmen des **strategischen Managements** wird die **Langfrist-Perspektive** betrachtet. So befasst sich die Geschäftsleitung unter anderem mit den Fragen, wo die Unternehmung in ein paar Jahren stehen soll, inwiefern die Einzigartigkeit der eigenen Unternehmung (bzw. der Produkte und Dienstleistungen) gehalten bzw. ausgebaut werden kann, welche Ziele in der nächsten Periode erreicht werden müssen und anhand von welchen Kennzahlen das Unternehmen gemessen und gesteuert werden soll.

In diesem Zusammenhang muss sich eine Unternehmung bzw. dessen Geschäftsleitung und Führungspersonen unter anderem mit den folgenden Fragen auseinandersetzen:

- Welche Stakeholder (Anspruchsgruppen: Kunden, Mitarbeitende, Lieferanten, Kapitalgeber, Mitbewerber, Staat, NGO [Nicht-Regierungsorganisationen]) haben welche Ansprüche an die eigene Unternehmung und wie kann bzw. will die Unternehmung diese erfüllen?
- Wie müssen die Prozesse Unternehmensintern gestaltet werden, sodass ein grösstmöglicher Output (Umsatz, Kundenzufriedenheit) bei geringstmöglichem Ressourceneinsatz (Personal, Kapital, Material) erlangt werden kann?
- Welche Stärken und Schwächen hat das eigene Unternehmen bzw. welchen Chancen und Gefahren ist das eigene Unternehmen ausgesetzt?

Insbesondere aufgrund des zunehmend hybriden (unberechenbaren, gemischten) Kundenverhaltens, der sich stetig verändernder Märkte und deren Dynamiken und des zunehmenden Kostendrucks in allen Bereichen ist das Geschäft je länger je weniger langfristig planbar. Vor diesem Hintergrund empfiehlt es sich, zwar in einem Langfristhorizont zu denken und planen, aber die Strategien in regelmässigen, z.B. jährlichen Abständen, auf Aktualität zu prüfen.

Somit kann festgehalten werden, dass sich **strategisches Management** mit sämtlichen Aktivitäten in Bezug auf die Leitung, Organisation und Planung zur Gewährleistung eines nachhaltigen Unternehmenserfolgs befasst.

Im Gegensatz zur strategischen Ebene umfasst die **operative Ebene** sämtliche Massnahmen im Kurzfristbereich, also das eigentliche Tagesgeschäft, wie z.B. Entgegennahme von Bestellungen, Versand von Rechnungen, Abwicklung von Kundenreklamationen usw.

Von der Vision zur Strategie

Die **Vision** gibt die Leitplanken für die Strategieformulierung vor. Es geht um grundsätzliche Fragen wie «Wer sind wir? Was tun wir? Wohin steuern wir?» Die Vision soll zwar Wegweiser sein, aber letztendlich doch möglichst unerreichbar bleiben. So formulierte zum Beispiel Bill Gates, Gründer von Microsoft, 1975 seine Vision: «Ein Computer auf jedem Schreibtisch und in jedem Zuhause».

Die Vision sollte allen Mitarbeitenden bekannt sein. So ist es hilfreich, die Vision in einem **Leitbild** schriftlich festzuhalten. Durch die Schriftlichkeit wird dem Unternehmen eine Identität gegeben, gegenüber den Mitarbeitenden wird Transparenz geschaffen und die Kommunikation und Koordination zwischen den Abteilungen wird gefördert.

Jede Handelsunternehmung hat jederzeit interne wie auch externe Herausforderungen zu bewältigen. Nebst den Ansprüchen der verschiedenen Stakeholder (Kunden, Lieferanten, Mitarbeitende usw.) ist eine Unternehmung auch diversen Abhängigkeiten (Ressourcen, gut ausgebildetes Personal, technologische Entwicklung usw.) ausgesetzt. Damit eine Handelsunternehmung diese Herausforderungen nicht willkürlich, sondern geplant angehen kann, werden Ziele und Massnahmen im Rahmen einer **Strategie** festgehalten. Eine Strategie befasst sich insbesondere mit zwei Themen:

- Stärken (Strengths) und Schwächen (Weaknesses) der eigenen Unternehmung. Diese können direkt beeinflusst werden, z. B. indem die Unternehmung eigene Patente entwickelt.
- Chancen (Opportunities) und Gefahren (Threats) der eigenen Unternehmung. Diese kommen von aussen und können durch eine Unternehmung nicht direkt beeinflusst werden, jedoch muss das Unternehmen entscheiden, wie Chancen genutzt und wie Gefahren abgewendet werden können. Beispiele sind die technologische Weiterentwicklung (Chance) oder die weltweite Ressourcenknappheit (Gefahr).

Aus der Kombination dieser Themen ergibt sich die sogenannte **SWOT** Analyse:

Interne Faktoren	
Stärken (Strengths)	Schwächen (Weaknesses)
Was können wir gut / besser als andere?	Was fällt uns schwer?
Was trägt zu unserem Erfolg bei?	Wo passieren welche Fehler in welcher Häufigkeit?
Was machen wir richtig?	In welchen Bereichen sind Mitbewerber stärker?
Womit haben wir Erfolg?	

Externe Faktoren	
Chancen (Opportunities)	Gefahren (Threats)
Was verändert sich in unserem Umfeld?	Worunter könnte unsere Wettbewerbsfähigkeit leiden?
Welche neuen Geschäftsmodelle werden eingesetzt?	Welche Entwicklungen in den moralisch-ethischen Vorstellungen der Gesellschaft könnten problematisch sein für uns?
Welche neuen Technologien sind verfügbar?	Womit müssen wir in Zukunft rechnen bei den gesetzlichen Vorgaben?
Wie entwickelt sich der Markt, in welchem wir aktiv sind?	

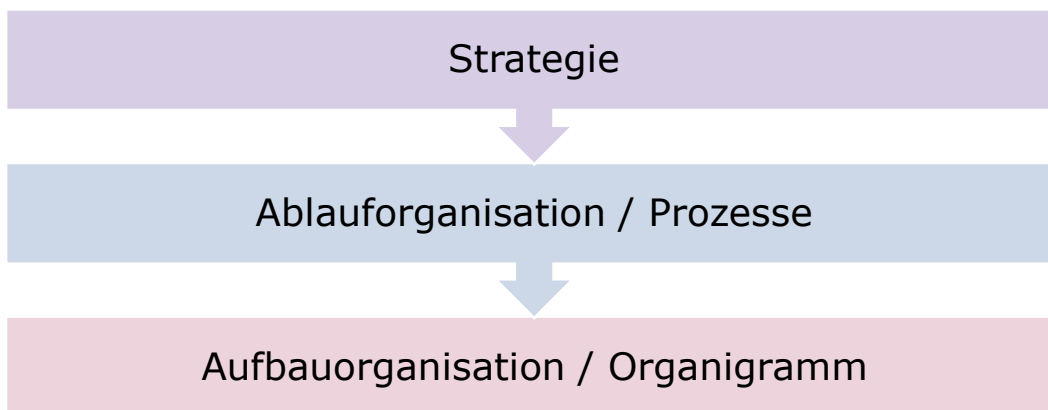
Basierend auf dieser Analyse werden **strategische Ziele** definiert. Diese müssen messbar sein und sollten gleichzeitig erreichbar und realistisch sein.

Strategien können sowohl auf der Ebene der Unternehmung (Unternehmensstrategie) als auch auf Ebene der jeweiligen Bereiche (Beschaffungs-Strategie, Logistik-Strategie, Marketing-Strategie, Verkaufs-Strategie, ...) erstellt werden.

Von der Strategie in die Organisation

Bei einer Rudermannschaft ist es wichtig, dass alle Ruderer auf den Steuermann hören, im gleichen Takt ziehen und in dieselbe Richtung fahren. Dasselbe gilt auch für eine Unternehmung. Für eine Maximierung der Ergebnisse müssen alle Mitarbeitenden über die Strategie informiert sein und mit den entsprechenden Werkzeugen (Informationen, Arbeitsinstrumente) ausgestattet sein, um effizient und zielgerichtet arbeiten zu können.

Nachdem die Strategie definiert ist, muss in einem ersten Schritt überprüft werden, ob die **Ablauforganisation** (Prozesse) neu ausgerichtet werden muss. In einem zweiten Schritt muss überprüft werden, ob die **Aufbauorganisation** (Organigramm) so den definierten Prozessen entspricht.



Zusammenfassend kann gesagt werden, dass die Aufbauorganisation (Organigramm) an der Ablauforganisation (Prozesse) ausgerichtet werden muss, welche sich ihrerseits wiederum der Strategie orientieren muss. In der Konsequenz kann jede Änderung der Strategie neue Prozesse und ein neues Organigramm bedeuten. Insbesondere in Grossunternehmungen wird dann vielfach von 'Reorganisation' gesprochen.

Aussenhandelsstrategie

Gute Wirtschaftsbeziehungen sind das wichtigste Fundament für die Unternehmen, die Handel über die Landesgrenzen hinaus betreiben. Die Aussenhandelsstrategien werden über den Staat gefördert zugunsten der Handelsbetriebe, um Geschäfte mit Produzenten und Unternehmen anderer Staaten zu tätigen.

Die Rahmenbedingungen der Handelsbeziehungen zwischen der Schweiz und der EU sind über die bilateralen Verträge geregelt. Zudem ist die Schweiz Mitglied in vielen multilateralen Wirtschaftsorganisationen wie der WTO, der EFTA, der Weltbank und der OECD. Diese Organisationen setzen sich für einen fairen und freien Handel ein und erleichtern ihn zwischen den jeweiligen Mitgliedstaaten. Die Schweiz hat (neben der EFTA Konvention und dem Freihandelsabkommen mit der EU) 32 Freihandelsabkommen mit 42 Partnern abgeschlossen. Normalerweise werden solche Abkommen im Rahmen der Europäischen Freihandelsassoziation (EFTA) abgeschlossen. Allerdings hat die Schweiz auch eingeständig Abkommen abgeschlossen wie beispielsweise mit Japan (seit 2009) und China (seit 2014).

Brexit: Die Schweiz hat 2019 mit dem Vereinigten Königreich (UK) ein neues Handelsabkommen abgeschlossen, welches anfangs 2021 in Kraft getreten ist. Somit können

Schweizer Firmen auch nach dem Austritt des Vereinigten Königreichs aus der EU weiterhin geregelt Waren dorthin exportieren oder von dort importieren.

Eine strategische Möglichkeit für Schweizer Firmen für den Import sind also die zahlreichen Handelsabkommen und Freihandelsabkommen, welche durch die Schweizer Politik abgeschlossen worden sind. Die Schweizer Handelsbetriebe profitieren dadurch vom Abbau von tarifären und nicht-tarifären Handelshemmnissen. Dies wiederum trägt dazu bei, dass Schweizer Handelsbetriebe profitabler arbeiten können und somit wettbewerbsfähiger sind.

Trotz den Erleichterungen durch die Politik gibt es für Handelsbetriebe Problemstellungen, die es zu beachten gibt:

- Währungsschwankungen
- Handelshemmnisse
- Strafzölle
- Finanzielle Risiken
- Protektionistische Massnahmen
- Kaufkraft

Natürlich kann der Aussenhandel auch reguliert werden durch einseitige politische Entschiede wie zum Beispiel durch Einführung von Kontingenten zum Schutz der eigenen Wirtschaft oder durch Subventionen der einheimischen Firmen. Dem gegenüber gibt es für den Aussenhandel auch Gefahren wie politische Unruhen, Naturkatastrophen oder Streiks.

Fragen zum Branchenkundentext

Warum setzen Handelsunternehmen Ihre Produkte im Ausland ab? Nennen Sie 4 Gründe:

1.
2.
3.
4.

Welche Kenntnisse müssen Handelsunternehmen haben, bevor Sie ihre Produkte absetzen?

5.
6.
7.
8.

Von welchen Vorteilen profitieren Handelsbetriebe, wenn sie ihre Produkte im Ausland verkaufen möchten? Nennen Sie 4 Vorteile.

1.
2.
3.
4.

Welche Herausforderungen müssen Handelsbetriebe berücksichtigen, wenn sie ihre Produkte im Ausland verkaufen möchten? Nennen Sie 4.

1.
2.
3.
4.

Branche & Unternehmen III

Umfeld der Branche Handel

Entwicklungen und Trends

Staatliche Vorschriften



Pixabay, Gerd Altmann

Inhalt

Wichtig: Worauf muss ich beim Lesen des Branchenkundentextes achten?!	2
Umfeld der Branche Handel	3
Umweltsphären	3
Anspruchsgruppen	4
Entwicklungen und Trends	6
Trends	6
Wirtschaftliche Entwicklung	6
Haushaltsausgaben	7
Staatliche Vorschriften	8
Wirtschaftsfreiheit versus staatliche Vorschriften	8
Konsumentenschutz	9
Ladenöffnungszeiten	14
B&U III: Fragen zum Text	16

üK-Leistungsziele

1.1.8.3.1 Kenntnisse über die Branche (K2)
Rechtliche Rahmenbedingungen
Entwicklungen / Trends

1.1.8.3.2 Umfeld der Geschäftstätigkeit und dessen Entwicklung (K2)

Wichtig: Worauf muss ich beim Lesen des Branchenkundetextes achten?!

Der Text hat jeweils rechts freien Platz für Ihre Notizen. Bearbeiten Sie den Text, indem Sie Markierungen setzen und Symbole als Gedankenstütze benutzen:

? Ich habe eine Frage, welche ich im üK stelle.

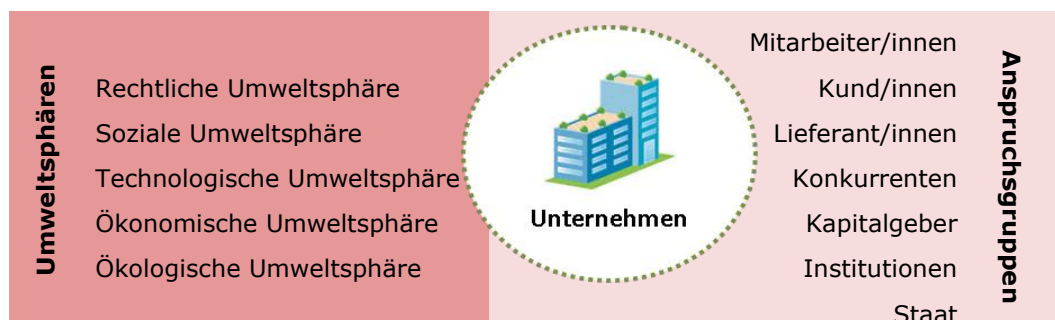
! Das muss ich mir merken, das scheint mir besonders wichtig.

Beispiel Dazu habe ich ein Beispiel aus dem Lehrbetrieb.

Sie können selbstverständlich weitere / andere Symbole einsetzen.
Bearbeiten Sie abschliessend die Fragen zum Branchenkundetext auf der letzten Seite.

Umfeld der Branche Handel

Aus der Wirtschaftslehre ist das Unternehmungsmodell bekannt:



Umweltsphären

Die Unternehmung wird beeinflusst und ist abhängig von den Entwicklungen der Umwelt. Aus den verschiedenen Umweltsphären ergeben sich für Handelsbetriebe z. B. folgende Einflüsse:

Umweltsphären	mögliche Einflüsse / Entwicklungen
Rechtliche Sphäre	<ul style="list-style-type: none"> • Kaufmännische Führung des Unternehmens: Vorschriften zu Buchführung, Rechnungslegung und Aufbewahrungsfristen • Rechtsformen: mögliche Rechtsformen, Folgen für Organe und Aufbauorganisation • Regelungen und Reglemente, die einen Einfluss auf die Handelstätigkeit haben: Arbeitsrecht, Umweltbestimmungen, Sicherheitsvorschriften, Ausbildungsvorgaben, Bauvorschriften usw.
Soziale Sphäre	<ul style="list-style-type: none"> • Soziale Veränderungen: Wertvorstellungen, Social Media, Kommunikationsstil und -möglichkeiten, usw. • demografische Entwicklung: Überalterung der Gesellschaft, andere Haushaltsformen usw. • Arbeit: Arbeitsbedingungen und -modelle, Nachwuchsförderung usw.
Technologische Sphäre	<ul style="list-style-type: none"> • Innovationen bei Produktionsverfahren und Absatzwegen: Online-Handel, Smartphones, automatisierte Lager usw. • Produktinnovationen: Trends, Produktlebenszyklen usw. • Ressourcen: neue Materialien, optimaler Rohstoffeinsatz usw.
Ökonomische Sphäre	<ul style="list-style-type: none"> • Wirtschaftsentwicklung: Wirtschaftswachstum, Konsumentenstimmung, Arbeitslosigkeit, Teuerung usw. • Beschaffungssituation: Preisentwicklung, Löhne, Kapitalzinsen usw. • Aussenhandel: Kursentwicklung, Kursstabilität usw. • Neue Handelsformen: Online-Handel, neue Betriebsformen (Concept-Stores, Pop-Up-Stores) usw.

Ökologische Sphäre	<ul style="list-style-type: none"> • Trends: naturnah produzierte Lebensmittel, Rückverfolgbarkeit, nachhaltiger Ressourceneinsatz, fairer Handel, Verzicht auf Fleischprodukte usw. • Wertstoffnutzung: Vermeidung von Abfällen, Recycling von wiederverwertbaren Stoffen, Upcycling von Gebrauchsgütern usw.
---------------------------	--

Anspruchsgruppen

Auf der anderen Seite haben die verschiedenen Anspruchsgruppen Erwartungen und Ansprüche an Handelsunternehmungen. Aber auch die Handelsunternehmungen haben Ansprüche an die einzelnen Anspruchsgruppen:

Anspruchsgruppe	Anspruchsgruppe erwartet von der Handelsunternehmung ...	Handelsunternehmung erwartet von der Anspruchsgruppe ...
Mitarbeiter	<ul style="list-style-type: none"> • sichere Arbeitsplätze • faire Entlohnung • gute Sozialleistungen • motivierende Arbeitsbedingungen • Wertschätzung 	<ul style="list-style-type: none"> • Treue und Loyalität zur Unternehmung • Ehrlichkeit und Verlässlichkeit • gute Arbeitsleistungen
Kunden	<ul style="list-style-type: none"> • gute Qualität • umweltschonende Produkte • faires Preis-/Leistungsverhältnis • guten Service • gute Zahlungs- und Lieferkonditionen • einfache Bestellvorgänge • Einhaltung der Lieferfristen 	<ul style="list-style-type: none"> • fristgerechte Bezahlung der Rechnungen • Kundentreue • ehrliches Feedback • regelmässige Einkäufe / Bestellungen
Lieferanten	<ul style="list-style-type: none"> • regelmässige Bestellungen • pünktliche Zahlungen • Zusammenarbeit im Bereich von Produktinnovationen / Marktforschung / Prozessoptimierungen usw. 	<ul style="list-style-type: none"> • pünktliche und korrekte Lieferungen • gutes Preis-/Leistungsverhältnis • langjährige Zusammenarbeit
Konkurrenten	<ul style="list-style-type: none"> • faires Verhalten im Wettbewerb (Preise, Werbung) 	<ul style="list-style-type: none"> • fairer Wettbewerb • Einhaltung von Marken- und Produkterechten
Kapitalgeber (Banken, Aktionäre)	<ul style="list-style-type: none"> • Zinszahlungen für Kredite • Ausschüttung von Gewinnen und Dividenden • Informationen zum Geschäftsgang • Mitsprache 	<ul style="list-style-type: none"> • langfristige Kredite • faire Zinsen • langfristiges Investment
Institutionen (z.B. Verbände, Vereine, Parteien, Medien usw.)	<ul style="list-style-type: none"> • Informationen • Zusammenarbeit, z.B. in den Bereichen Umweltschutz, Tierschutz, Arbeitsbedingungen • finanzielle Unterstützung (z.B. Sponsoring) 	<ul style="list-style-type: none"> • gute Beziehungen • Zusammenarbeit bei Problemlösungen

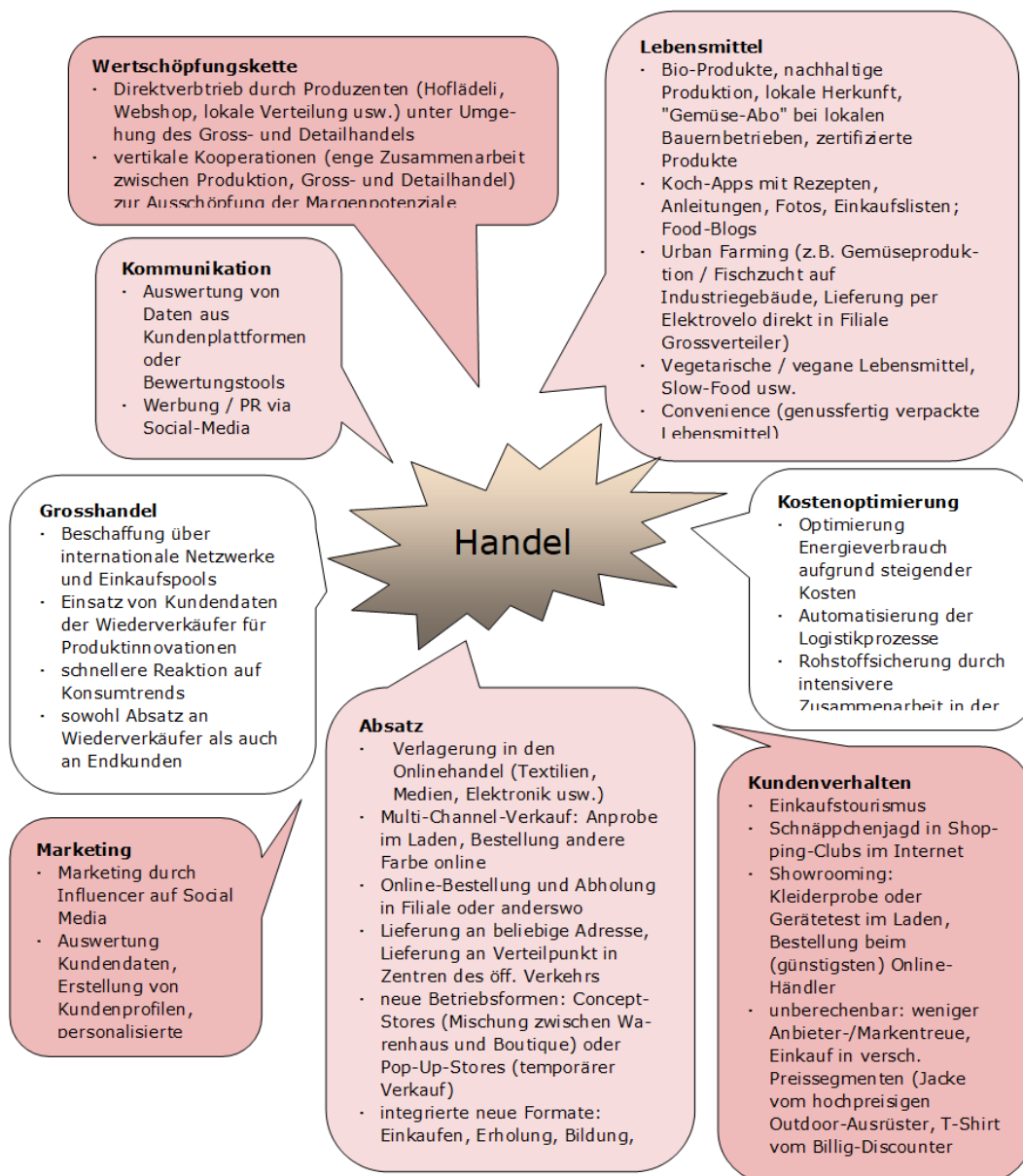
Staat (Bund, Kantone und Gemeinden)	<ul style="list-style-type: none">• Einhaltung von Gesetzen und Vorschriften• pünktliche Steuerzahlungen	<ul style="list-style-type: none">• gute Infrastruktur (Verkehrswege, Energieversorgung usw.)• wirtschaftsfreundliche Rahmenbedingungen (Öffnungszeiten, Bauvorschriften, Freihandelsabkommen usw.)• günstige Unternehmenssteuern• unternehmerfreundliche Gebühren und Abgaben
--	---	---

Wer am Markt bestehen will, kommt nicht darum herum, die Umweltsphären und Anspruchsgruppen laufend und regelmässig zu beobachten und sich vorausschauend anzupassen oder selbst neue Entwicklungen anzustossen und / oder zu unterstützen.

Entwicklungen und Trends

Trends

Die Branche Handel ist eine innovative und dynamische Branche. Genauso wie sich das Warenangebot ständig entwickelt, entwickeln sich die Prozesse und Abläufe in der Branche stets weiter.



Viele Entwicklungen im Handel sind eng verknüpft mit technologischen Neuerungen: gerade die Informationstechnologie hat viel zu neuen Angebotsformen (Online-Handel) und Prozessoptimierungen (Just-in-Time, Supply-Chain-Management usw.) beigetragen.

Wirtschaftliche Entwicklung

Hinsichtlich des Wachstums profitiert vor allem die Logistik vom stetig wachsenden internationalen Warenaustausch. Auf der anderen Seite ist beim Detailhandel aufgrund der grossen Marktdurchdringung nur noch ein geringes Wachstum möglich.

Durch die Abdeckung des täglichen Grundbedarfs profitiert der Einzelhandel zwar von einer gewissen Resistenz gegen Konjunkturschwankungen, verfügt jedoch gleichzeitig nur über ein beschränktes Wachstumspotenzial. Dabei kommt es u. A. auf den Standort an: Innenstädte und klassische Einkaufszentren verlieren an Attraktivität – seit Jahren sinkende Umsätze und leerstehende oder gar nie vermietete Flächen zeugen davon. Die fehlenden Umsätze führen zu Schliessungen und Übernahmen. Umgekehrt profitieren Lagen nahe an den Pendlerströmen (z. B. in Bahnhöfen, an Flughäfen und grossen Umsteigepunkten im Busnetz) und neue, unkonventionelle Verkaufskonzepte: die Verbindung von Ladengeschäft und Gastronomie (Buchhandlung und Café) oder Zentren mit einer Vielzahl von Waren- und Dienstleistungsangeboten (Supermarkt, Fitness, Wäscherei, Weiterbildungsangebote, Kinderbetreuung usw.).

Haushaltsausgaben

Vergleicht man die Wirtschaftszahlen von heute mit jenen der 70er-Jahre, so stellt man innerhalb der drei Jahrzehnte einige interessante Details fest:

Zu Beginn der 70er-Jahre gab der Konsument für Güter noch wesentlich mehr Geld aus als für Dienstleistungen. Von einem Franken flossen rund zwei Drittel für Food und Non-Food in den Detailhandel. Dieses Zahlenverhältnis änderte sich allmählich und verschob sich seit 1980 zusehends zugunsten der Ausgaben für Dienstleistungen.

Stagniert demnach der Detailhandel oder wird er sich in Zukunft gar rückläufig entwickeln? Damit ist nicht zu rechnen, denn Konsum ist zu einem menschlichen Grundbedürfnis geworden. Er ist Ausdruck für Lebensgestaltung und Selbstverwirklichung. Deshalb wird die Konsumnachfrage langfristig nicht nachlassen.

Allerdings wird die Nachfrage einen qualitativen Wandel erfahren und der Konsument wird sich in Zukunft weniger als bisher nach klaren Mustern verhalten. Dies verlangt vom Handel vermehrte Dynamik und Beweglichkeit. Andererseits eröffnen sich ihm eine Fülle neuer Marktsegmente (= Bereiche des Marktes) und Marktchancen für Ideen aller Art.

Staatliche Vorschriften

Wirtschaftsfreiheit versus staatliche Vorschriften

In der Schweizerischen Bundesverfassung BV und in verschiedenen Gesetzen sind die Grundlagen unserer wirtschaftlichen Ordnung geregelt:

Wirtschaftsfreiheit

Bundesverfassung BV	Art. 26 Eigentumsgarantie Art. 27 Wirtschaftsfreiheit
OR	Vertragsfreiheit

Grundsätzlich bestehen grosse Freiheiten für die privatwirtschaftliche Tätigkeit in der Schweiz: der Beruf und die Art der Erwerbstätigkeit, die Unternehmensform, Zeit und Ort einer Tätigkeit, die Geschäftsbedingungen, die Werbung – in vielen wichtigen Bereichen haben wir die Wahl.

In Art. 36 der BV wird allerdings festgelegt, dass die Wirtschaftsfreiheit aus bestimmten Gründen und auf gesetzlichen Grundlagen eingeschränkt werden kann. Solche Beschränkungen sind zulässig zum Schutz der sogenannten Polizeigüter:

Einschränkungen zum Schutz der Polizeigüter

Polizeigut	Einschränkung z. B.
Gesundheit	Medikamente müssen eine Zulassungsprüfung bestehen.
Ordnung und Sicherheit	Nicht jedermann darf mit Waffen oder Sprengstoffen handeln.
Ruhe	Lärmintensive Produktionsstätten dürfen nicht in Wohnquartieren geplant werden.
Sittlichkeit	Eine Peepshow darf nicht in einem Schaufenster stattfinden.
Treu und Glauben	Werbung darf nicht irreführend sein.

Die Bundesverfassung regelt im Weiteren einige andere Bereiche des Wirtschaftslebens. Zudem gibt es gesetzliche Grundlagen, die auch für Handelsbetriebe von Bedeutung sind:

Bundesverfassung BV	Art. 94 Grundsätze der Wirtschaftsordnung Art. 96 Wettbewerbspolitik Art. 97 Schutz der Konsumentinnen und Konsumenten Art. 100 Konjunkturpolitik
Gesetze (Beispiele)	Mehrwertsteuergesetz MWStG Arbeitsgesetz ArG Berufsbildungsgesetz BBG Gesetz über die berufliche Vorsorge BVG Unfallversicherungsgesetz UVG Gesetz über Schuldbetreibung und Konkurs SchKG Datenschutzgesetz DSG Erwerbsersatzgesetz EOG usw.

Zu den meisten Gesetzen existieren zusätzliche Verordnungen, Ausführungsbestimmungen und andere Unterlagen. Obwohl also in der Verfassung die Wirtschaftsfreiheit garantiert ist, können die Behörden diese (massiv) einschränken, sofern die

Einschränkung begründbar ist. Dies führt mitunter zu grossen Belastungen für die Unternehmen, die sich mit Formularen, Terminen und Kontrollen konfrontiert sehen. Wer sich allerdings diesem Vorgehen widersetzt, muss mit Bussen oder Strafen rechnen.

Fazit

Die Freiheit, Waren und Dienstleistungen zu produzieren und anzupreisen, ist somit nicht grenzenlos; die verfassungsmässig garantierte Wirtschaftsfreiheit wird durch Vorschriften zum Schutz der Polizeigüter eingeschränkt. Ob dies nötig ist, weil nicht alle Wirtschaftsteilnehmer nach folgender Maxime handeln?

Die Freiheit des Einen endet dort, wo die Freiheit des Anderen beginnt.
(Immanuel Kant, Philosoph)

Konsumentenschutz

Die Grundlage zum Konsumentenschutz findet sich in Art. 97 der Bundesverfassung und bezweckt den Schutz der Konsumenten bzw. Endverbraucher / Käufer vor Gefahren, insbesondere für ihre Gesundheit. Zum Erlass von Vorschriften sind verschiedenste Behörden zuständig:

Bund	z. B. Lärmemissionen
Kantone	z. B. pharmazeutische Vorschriften
private Organisationen	z. B. elektrotechnische Normen

Die Massnahmen können produkte- und personenbezogen in unterschiedlichster Form erfolgen:

freiwillige Deklaration	z. B. Pflegekennzeichnung von Textilien
Typenprüfungen	z. B. Autos, elektrische Geräte, Fernmeldeapparate
Gewerbe- und Berufsausübungsbewilligungen	z. B. Apotheker, Fabriken, Transportunternehmen, Hausierer, Strassenmusikanten
Monopole	z. B. Kehrrichtabfuhr, Schlachthäuser, Plakatanschlag, Einfuhr ausländischer Reben, Installation von Wasser, Gas und Elektrizität
Verbote	z. B. Brutalo-Filme, Waffenbesitz

Konsumentenschutzvorschriften sind in den verschiedensten Bereichen der schweizerischen Gesetzgebung enthalten:

• Lebensmittel	• Datenschutz
• Alkohol	• Krankheitsbekämpfung
• Energie	• Unfallverhütung
• Masse und Gewichte	• Preisbekanntgabe
• Produkthaftungspflicht	• unlauterer Wettbewerb
• Verkehr mit Giften	• Produktesicherheit

Nachfolgend werden einige wichtige Vorschriften für den Konsumentenschutz näher erläutert.

Lebensmittelgesetzgebung

Das Lebensmittelgesetz LMG sowie die entsprechenden Verordnungen haben zum Zweck, den Konsumenten vor den Gefahren im Umgang und insbesondere beim Konsum von Lebensmitteln zu schützen.

Ziele	<ul style="list-style-type: none"> • Schutz der Gesundheit • Sicherstellung des hygienischen Umgangs mit Lebensmitteln • Schutz vor Täuschungen
Vorschriften	<p>Wer Lebensmittel herstellt, behandelt, lagert, transportiert oder abgibt, muss dafür sorgen, dass diese:</p> <ul style="list-style-type: none"> • sauber und geordnet gelagert werden; • so gelagert, transportiert oder abgegeben werden, dass sie nicht von gesundheitsgefährdenden Stoffen oder sonst wie nachteilig beeinflusst werden können; • nur mit sauberen und in gutem Zustand gehaltenen Gefässen, Packmaterialien, Einrichtungen, Werkzeugen und dergleichen in unmittelbare oder mittelbare Berührung kommen; • nur in Räumen gelagert oder in Fahrzeugen transportiert werden, die sauber, genügend gross und für eine geordnete Lagerung zweckmässig eingerichtet sind; • soweit möglich nicht durch Schädlinge und Parasiten beeinträchtigt werden.
Mindestanforderungen an Lebensmittel	<p>Lebensmittel</p> <ul style="list-style-type: none"> • müssen gesundheitlich unbedenklich und vollwertig sowie nicht verunreinigt oder verdorben sein. • sollen aus unbedenklichen Rohstoffen (pflanzliche wie tierische) bestehen (z. B. ohne Antibiotikarückstände). • dürfen beim üblichen Gebrauch die Gesundheit nicht gefährden.
Kennzeichnung vorverpackter Ware	<p>auf Packungen und / oder Etiketten an gut sichtbarer Stelle in leicht lesbarer Schrift:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sachbezeichnung (ausser wenn Lebensmittel / Sorte ohne Mühe erkennbar ist) und Zusammensetzung • Datierung • Aufbewahrungstemperatur • Produktionsland, Name des Produktions-, Import- oder Abpackbetriebes • Alkoholgehalt • Hinweis auf Behandlung (Pasteurisation, Tiefkühlung) oder spezielle Herkunft (GVO-Erzeugnis [genveränderter Organismus])
Kennzeichnung Offenverkauf	<p>zwingend folgende schriftliche Angaben:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Produktionsland • Hinweis auf Strahlenbehandlung oder GMO-Erzeugnis

Chemikalienrecht

Das Chemikalienrecht regelt den Umgang mit gefährlichen Chemikalien. Der Handel ist für den sachgemässen Umgang und für den Schutz der Konsumenten verantwortlich. Einzig für die ungefährlicheren Gifte ist der Verkehr frei, wenn auch nicht in allen Verkaufsformen. So sind bestimmte Textilfarben für das Färben zuhause in der Waschmaschine nur in der Drogerie und nur mit Beratung erhältlich.

Masse und Gewichte

Das Bundesgesetz über das Messwesen bestimmt:

- die in der Schweiz verbindlichen Masseinheiten (Meter m, Kilogramm kg, Sekunden s, Ampere A usw.).
- die Pflicht zur Verwendung der gesetzlichen Einheiten.

- die Typenzulassung und Eichung der Messmittel, die in Handel und Verkehr sowie im Dienst der Gesundheit und der öffentlichen Sicherheit verwendet werden,
- und - für den Handel am wichtigsten - die Pflicht, bei messbaren Massen in Handel und Verkehr Mengen und Preise anzugeben.

Preisbekanntgabe

Die Preisbekanntgabe-Verordnung PBV regelt, wo und in welcher Form die Preise anzuschreiben sind.

Ziele	<ul style="list-style-type: none"> • Preisklarheit • Vergleichbarkeit der Preise • Verhinderung irreführender Preisangaben
Geltungsbereich	<ul style="list-style-type: none"> • für das Angebot von Waren zum Kauf (im Laden, im Schaufenster) • für das Angebot von Dienstleistungen wie z. B. im Coiffeurgewerbe, im Gastgewerbe und in der Hotellerie, im Unterhaltungsgewerbe (Theater, Kino usw.) • die Werbung mit Preisangaben und Preisreduktionen für sämtliche Waren und Dienstleistungen
Form der Preisbekanntgabe	<p>welcher Preis?</p> <ul style="list-style-type: none"> • tatsächlich zu bezahlendem Preis in CHF inklusive Mehrwertsteuer (=Detailpreis) • für messbare Waren Grundpreis angeben: Preis je kg, l, m, m² usw. • bei vorverpackten Waren Detail- und Grundpreis angeben (z. B. Birchermüsli 300g = CHF 4.50, 100g = CHF 1.50). <p>wo?</p> <ul style="list-style-type: none"> • am Produkt selbst oder unmittelbar daneben • Ausnahmen: Preisanschrift am Regal / Anschlag von Preislisten / Auflage von Katalogen sind möglich, wenn direkte Preisanschrift wegen der Vielzahl preisgleicher Waren oder aus technischen Gründen nicht möglich ist <p>Anschrift, wie?</p> <ul style="list-style-type: none"> • leicht sichtbar, gut lesbar • Bezug Detailpreis – Produkt / Stück / Liter / Meter klar erkennbar • im Schaufenster: Angabe Detailpreis, bei offen verkaufter Ware Angabe Grundpreis, alle Preise müssen von aussen gut lesbar sein

Produkthaftungsgesetz

Mit der Einführung des Produkthaftung-Gesetzes PrHG waren Befürchtungen verbunden, dass es in der Schweiz zu Fällen mit hohen Entschädigungssummen wie in den USA kommen könnte. Da aber in der Schweiz Anwälte nicht wie in den USA mit einem (hohen) Erfolgshonorar arbeiten, ist eine Welle von Produkthaftungsklagen ausgeblieben.

Haftungskette in der Produkthaftung	<ul style="list-style-type: none"> • Hersteller der Ware – Importeur / Grosshändler – Lieferant / Detailhändler • Der Konsument wendet sich im Schadenfall an den Verkäufer des Produktes und ist nicht gezwungen, einen (ausländischen) Hersteller zu belangen.
Deckung	<ul style="list-style-type: none"> • Folgeschäden (Personen- oder Sachschäden) • Selbstbehalt CHF 900 zur Verhinderung von sinnlosen Klagen

	<ul style="list-style-type: none"> • Verjährungsfrist 10 Jahre • Schäden am Produkt selbst: Regelung durch Vertrags- oder Deliktsrecht
Voraussetzungen	<ul style="list-style-type: none"> • fehlerhaftes Produkt (Produkt bietet nicht die Sicherheit, die man unter Berücksichtigung aller Umstände erwarten darf) • Eintritt eines Schadens: <ul style="list-style-type: none"> • Tod oder Verletzung einer Person • Sachschaden im Privatbereich (Brandlöcher, Schäden an Möbeln usw.)
Pflichten Hersteller	<ul style="list-style-type: none"> • Produkt muss sicher gestaltet werden (bekannte Fehler sind behoben, Materialien müssen dem vorgesehenen Verwendungszweck entsprechen usw.) • Produkt muss mit Instruktionen versehen sein (Gebrauchsanweisungen, Bedienungsanleitungen, Warnhinweise usw.) • Produkt muss versprochene Eigenschaften aufweisen und entsprechend präsentiert werden: Sicherheitsglas, welches auf einer Sicherheitsfachmesse angeboten wird, muss anderen Anforderungen genügen als solches, welches als Bestandteil eines Fensters an einer Publikumsmesse verkauft wird • Hersteller muss berücksichtigen, <ul style="list-style-type: none"> • dass Käufer das Produkt auch anders einsetzen kann als vorgesehen (so sind Stühle zum Sitzen gedacht, der Hersteller muss aber in Betracht ziehen, dass allgemein auch häufig auf Stühle gestanden wird und den Stuhl dementsprechend auch für diesen Gebrauch auslegen) • Zeitpunkt des Verkaufes • Preis (teurere Produkte sollen berechtigterweise höheren Anforderungen an Qualität, Stabilität usw. genügen)
mögliche Produkt-Fehlerquellen	<ul style="list-style-type: none"> • Konstruktionsfehler (grundlegender Fehler in der Bauweise eines Produktes) • Herstellungs- oder Fabrikationsfehler (Fehler an einem einzelnen Produkt, entstanden im Produktionsprozess) • Instruktionsfehler (mangel- oder fehlerhafte Gebrauchsanweisung, fehlende Sicherungsmassnahmen für bestimmte Käufergruppen, fehlende Warnhinweise am Produkt usw.)
Massnahmen des Herstellers zur Vermeidung von Haftpflichtfällen	<ul style="list-style-type: none"> • Marktbeobachtung (Produkt wird von welcher Käufergruppe wie benutzt, Reklamationen auswerten, Erkenntnisse anderer Hersteller berücksichtigen usw.) • technische Vorschriften einhalten • vollständige und fehlerfreie, verständliche Bedienungsanleitungen • Warnhinweise am Produkt anbringen • Qualitätssicherung in der Produktion • Qualitäts- und Funktionskontrollen vor dem Verkauf • Beratung und Verkauf durch qualifiziertes Personal • wenn Fehler / Probleme erkannt werden: <ul style="list-style-type: none"> • Information der Kunden in den Medien oder durch persönlichen Brief • Verkaufsstopp • Rückrufaktionen
Pflichten Käufer	<ul style="list-style-type: none"> • Produkt bestimmungsgemäss benutzen (z.B. darf ein Rasenmäher nur für diesen Zweck eingesetzt werden)

- Instruktionen und Warnhinweise des Herstellers / Verkäufers beachten
- Bedienungsanleitungen lesen, Informationen zum Produkt beschaffen

Unlauterer Wettbewerb

Einander konkurrenzierende Unternehmen (sog. Wettbewerber) sind immer wieder versucht, die Konkurrenten mit unfairen Mitteln auszustechen. Das Bundesgesetz über den unlauteren Wettbewerb UWG will dies verhindern und soll für fairen Wettbewerb sorgen. Unter anderem dient es dazu, das Schlechtmachen des Konkurrenten, die Herabsetzung seiner Leistung und das übertriebene Selbstlob zu verhindern. Der Konsument soll geschützt werden, indem z.B. keine Verwechslungsgefahren geschaffen und Tatsachen verschleiert werden dürfen. Vergleichende Werbung ist nur zulässig, wenn diese objektiv, nicht unnötig herabsetzend und auch nicht irreführend ist.

- Vergleichende Werbung gilt als unzulässig, wenn sie mittels falscher oder irreführender Äusserungen mit anderen Waren vergleicht.
- Werbung, die ein Geschlecht diskriminiert, indem sie die Würde von Mann und Frau herabsetzt, ist unlauter.
- Gratis-Gutscheine zu Werbezwecken, die zum verbilligten oder kostenlosen Bezug von Waren berechtigen, müssen auf dem Gutschein selber die Bedingungen enthalten, zu denen die Waren erhältlich sind.
- Kunden dürfen nicht mit besonders aggressiven Verkaufsmethoden zu einem Kaufentscheid gedrängt oder in ihrer Entscheidungsfreiheit beeinträchtigt werden.
- Gewinne dürfen nur versprochen werden, wenn mit der Einlösung nicht z. B. die Teilnahme an einer Werbefahrt oder der Anruf auf eine kostenpflichtige Nummer verbunden ist.

Datenschutz

Das Datenschutzgesetz DSG ist ein wichtiger Bestandteil des Konsumentenschutzes. Es regelt nicht den Umgang mit Waren, sondern mit den Personendaten des Konsumenten. Geschützt werden Personendaten (Angaben zur Person wie Alter, Geschlecht, Wohnort usw.) und besonders schützenswerte Personendaten (Religion, politische Anschauungen, Gesundheit, Intimsphäre usw.).

- Daten dürfen nur rechtmässig beschafft werden (z.B. im Rahmen einer Umfrage oder von Kundenbindungsprogrammen).
- Besonders schützenswerte Daten dürfen nicht Dritten bekanntgegeben werden (z.B. dürfen Ärzte keine Details der Krankengeschichte an Arbeitgeber weitergeben).
- Daten dürfen nur zu dem Zweck bearbeitet werden, der bei der Beschaffung angegeben wurde (z.B. Adressangabe auf einem Wettbewerbstalon → Verwendung für Wettbewerb).
- Daten dürfen nicht gegen den ausdrücklichen Willen einer Person bearbeitet werden.

Fazit

Beim Handel mit Waren aller Art müssen verschiedenste Vorschriften eingehalten und unzählige Regeln beachtet werden. In verschiedenen Bereichen finden zu diesen Vorgaben Kontrollen statt (z.B. Lebensmittelkontrolle). Die Verantwortung für die Einhaltung der Vorschriften liegt teilweise beim Grosshandel, teilweise beim Detailhandel; in gewissen Bereichen (z.B. bei der Produktedeklaration) müssen sich beide Handelspartner darum kümmern.

Ladenöffnungszeiten

Die Liberalisierung (Befreiung von Einschränkungen) der Ladenöffnungszeiten ist in der Schweiz immer wieder ein Thema. Das Stimmvolk hat einer allgemeinen Liberalisierung der Ladenöffnungszeiten sowohl in der jüngeren Vergangenheit auf kantonaler Ebene (z. B. in den Kantonen Freiburg und St. Gallen) als auch 1996 auf eidgenössischer Ebene eine Absage erteilt. Der Vorschlag des Bundesrates für eine schweizweit gleiche, relativ liberale Gesetzeslösung wurde im Sommer 2016 von den eidgenössischen Räten zurückgewiesen.

Ausgangslage

Durch neue Verkaufsformen werden die geltenden, durch jeden Kanton geregelten Ladenöffnungszeiten unterwandert. So ist der Konsument beim Einkauf im Internet an keine Öffnungszeiten gebunden und kann zu jeder Tages- und Nachtzeit Bücher, CDs, Elektronikartikel oder Wein einkaufen oder Reisen und Veranstaltungstickets buchen. Der Anbieter andererseits kann die Bestellungen ebenfalls zu jeder gewünschten Zeit ausführen - also auch am Sonntag oder nachts.

Tankstellenshops oder Geschäfte in Bahnhöfen sind trotz gegenteiliger Abstimmungsergebnisse beliebt. Am Sonntag ist der Umsatz laut Ladeninhabern im Hauptbahnhof Zürich bis zu 20% grösser als unter der Woche. Der Umsatz von Tankstellenshops ist ebenfalls stetig zunehmend. Neben Geschäften in Bahnhöfen und Flughäfen profitieren heute in vielen Kantonen etwa Familienbetriebe, Kioske, Bäckereien, Blumen- und Milchläden oder Verkaufsstellen auf Bauernhöfen von Sonderbestimmungen. Ausnahmen werden insbesondere auch in Tourismus- und Grenzregionen gewährt.

Die kantonalen Regelungen sind sehr unterschiedlich: sie gehen von grossen Freiheiten für die Ladeninhaber bis zu Regelungen zwischen den Geschäftsinhabern vor Ort ohne Einflussnahme des Staates. In verschiedenen Kantonen stehen Lockerungen zur Debatte.

Einflüsse auf die Ladenöffnungszeiten

Arbeitnehmerschutz	Der Schutz des Verkaufspersonals ist im eidgenössischen Arbeitsgesetz geregelt. Der Arbeitnehmerschutz ist von kantonalen Ladenschlussgesetzen deshalb nur indirekt betroffen. Der bewilligungsfreie Arbeitszeitrahmen dauert von 6.00 – 23.00 Uhr. Nachtarbeit ist grundsätzlich bewilligungspflichtig. Einzelne Branchen sind von der Bewilligungspflicht für Nacht- und Sonntagsarbeit ausgenommen.
Immissionen (Lärm, Dreck usw.)	Der öffentlich-rechtliche Lärmschutz ist heute im Bundesgesetz über den Umweltschutz und in der eidgenössischen Lärmschutz-Verordnung geregelt. Als Massnahme gegen Immissionen können die Betriebszeiten eingeschränkt werden; in der Nacht gelten strengere Immissionsgrenzwerte als am Tag.
Gesellschaft	Sonn- und Feiertage haben einen eigenen Wert als Tage der Besinnung, Zeit für familiäre und soziale Bindungen. Sie haben auch der Erholung zu dienen. Kirchliche Kreise sprechen sich gegen eine Liberalisierung der Ladenöffnungszeiten aus. Die Bedeutung des Sonntags reiche weit über die innerkirchlichen Belange hinaus, er habe „einen fundamentalen Stellenwert für das gesellschaftliche Zusammenleben“.

Heutige Situation

Häufig werden die kantonal erlaubten Öffnungszeiten dennoch nicht voll ausgenützt. Auch wenn sie eigentlich länger öffnen dürften – in den meisten Kantonen und Gemeinden haben die normalen Geschäfte werktags bis 18.30 oder 19 Uhr geöffnet., Sobald Ladenbesitzer erkennen, dass die Kosten für die längeren Öffnungszeiten den erzielten Umsatz übertreffen, kürzen sie die Ladenöffnung wieder auf die tatsächlich nachgefragte Zeit.

Samstags schliessen die meisten Läden zwischen 16 oder 17 Uhr, vereinzelt um 18 Uhr. In zahlreichen Kantonen und Gemeinden können die Konsumenten ihre Einkäufe zudem ein- oder zweimal pro Woche auf den Abendverkauf verlegen, der mehrheitlich bis 21 Uhr dauert.

Liberalisieren oder nicht?

Es gibt Argumente für längere Ladenöffnungszeiten, aber auch Argumente dagegen:

Für die Freigabe der Ladenöffnungszeiten spricht,	Für staatlich geregelte Ladenöffnungszeiten spricht,
... dass die gesellschaftlichen Bedürfnisse sich geändert haben, der sonntägliche Kirchgang gehört längst nicht mehr zum wöchentlichen Pflichtprogramm.	... dass das – meist schlecht bezahlte Personal – nicht gezwungen ist, von 5 Uhr morgens bis 24 Uhr nachts zu arbeiten.
... dass die Menschen mobiler und konsumorientierter geworden sind.	... dass die Verlängerung der Arbeitszeiten bis in die Nacht einer weiteren Verschlechterung der Arbeitsbedingungen entspräche.
... dass die Konsumenten selber darüber entscheiden sollen, ob längere Öffnungszeiten ein Bedürfnis darstellen oder nicht.	... dass Nachtarbeit nicht nur soziale Nachteile mit sich bringt, sondern erwiesenermassen auch gesundheitsschädlich ist.
... dass der Schutz der Arbeitnehmenden ausreichend im Arbeitsgesetz geregelt ist. Wer nachts und am Wochenende arbeitet, erhält dafür den obligatorischen Lohnzuschlag.	... dass eine weitere Ausbreitung der Arbeit auf Abruf verhindert wird.
... dass ein Arbeitgeber, wenn er die Ladenöffnungszeiten verlängern will, zusätzliches Personal einstellen muss.	... dass der Sonntag als Tag für Erholung, Ruhe und Einkehr bestehen bleibt.
... dass die heutigen Regelungen in vielen Kantonen ungerechte Ausnahmen enthalten. Es sollten für alle die gleichen Regelungen (= gleich lange Spiesse) gelten.	... dass Grossverteiler mit einer Liberalisierung bevorzugt würden, denn nur sie wären in der Lage, längere Öffnungszeiten zu bewirtschaften. Dorf- und Quartierläden sowie Fachgeschäfte wären in ihrer Existenz gefährdet.
... dass das Ruhebedürfnis von Anwohnern über die Lärmschutzverordnung berücksichtigt wird.	... dass das Familien- und das soziale Leben des Verkaufspersonals nicht beeinträchtigt wird. Vereinstätigkeiten, Sport, Weiterbildung und Teilnahme am politischen Leben sind für das Verkaufspersonal weiterhin möglich.
... dass mit einer Aufhebung der Einschränkungen alle Gewerbetreibenden gleich behandelt werden und so auf die Bedürfnisse der Bevölkerung flexibel reagieren können.	... dass sich grundsätzlich die Frage stellt, ob wir wirklich alles zu jeder Zeit haben müssen. Kaufsucht und Überschuldung nehmen zu – eine Ausweitung des Angebotes begünstigt diese Entwicklung.

B&U III: Fragen zum Text

Was kann ein Hersteller vorkehren, um nicht einen Produkthaftpflichtfall zu erleben?

Was wäre, wenn Art. 27 nicht in der Bundesverfassung stehen würde?

Welche Ziele verfolgt das Lebensmittelgesetz?

Welcher Preis muss auf einem Becher Früchtequark in Selbstbedienung angegeben sein?

Welches sind die fünf Polizeigüter?

-

-

-

Fragen?

Notieren Sie hier alle Fragen, die Sie noch zu diesem Text haben (mindestens eine).

Beraten & Verkaufen

Reklamationen bearbeiten

Kaufleute treten mündlich in Kontakt mit Kunden, Lieferanten, Mitarbeitenden und weiteren Gesprächspartnern. Gespräche spielen eine wichtige Rolle in der Beziehung zu Kunden und anderen Geschäftspartnern. Eine professionelle Gesprächsführung fördert den Verkauf, die Kundenbindung und die Zusammenarbeit.

Leistungsziel üK

Leistungsziel üK

1.1.3.4.1

Kundenreklamationen (K2)

1.1.2.2.1

Beratungs- oder Verkaufsgespräche (K5)



Business24.ch

Inhalt

Reklamationen bearbeiten _____	2
Gründe für Reklamationen _____	2
Ziele der Reklamationsbearbeitung _____	3
Vorgehen bei der Bearbeitung von Reklamationen _____	3
Rechtliche Situation _____	5
Checkliste Reklamationsbearbeitung _____	6

Dieser Branchenkundetext ist die Fortsetzung der Branchenkundetexte *Beraten & Verkaufen - Professionelle Gesprächsführung, Verhandeln sowie Einwände entkräften – Probleme lösen*. Das Wissen aus den vorhergehenden Branchenkundetexten wird für das Verständnis der nachfolgenden Ausführungen vorausgesetzt.

Reklamationen bearbeiten

Kaufleute sind Fachleute für mündliche und schriftliche Kommunikation. Bei der Bearbeitung von Reklamationen sind eine professionelle Kommunikation und hohe soziale Kompetenz unabdingbar, damit die Kunden- oder Lieferantenbeziehung nicht Schaden nimmt oder sogar ganz aufgekündigt wird.

Gründe für Reklamationen

Eine Reklamation (oder Beschwerde) ist eine negative Äusserung von Kunden, Lieferanten oder anderen Geschäftspartnern. Reklamationen können mündlich (z. B. am Telefon) oder schriftlich (z. B. per E-Mail) erfolgen.

Gründe für Reklamationen

- Gerät / Produkt funktioniert nicht / ist fehlerhaft / defekt / unvollständig / schmutzig / unbrauchbar usw.
- Transportschäden, falsche Verpackung
- zu späte Lieferung / Lieferung ausstehend
- Lieferung entspricht nicht Erwartungen / der Bestellung (Grösse, Farbe, Qualität, Menge)
- Daten / Angaben fehlen / sind fehlerhaft / unvollständig / unleserlich
- Termine nicht eingehalten
- Unterlagen unvollständig / fehlerhaft / falsch, Dokumente stimmen nicht überein (z.B. Lieferschein mit Rechnung)
- schlechter Service, unfreundliche Bedienung, nicht kundenorientierte Beratung, falsche Auskünfte usw.

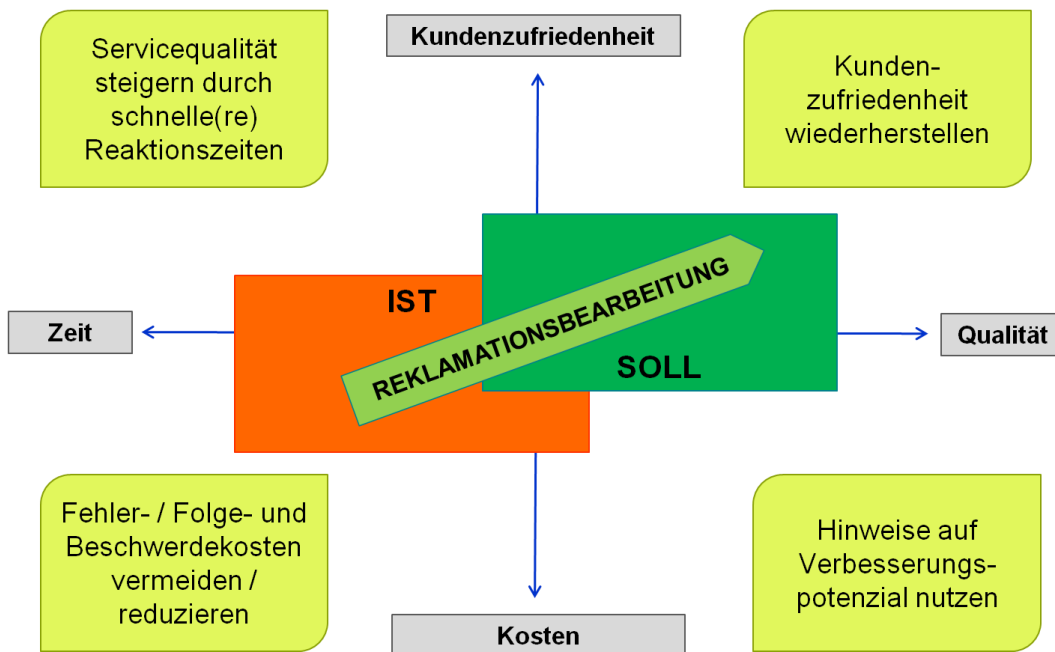
Die reklamierende Person verbindet mit ihrer Reklamation meist ein konkretes Ziel:

- Korrektur eines Fehlers (Daten, Unterlagen, Lieferung usw.)
- Revision einer Entscheidung (Preis, Konditionen, Sortiment usw.)
- Rückerstattung von Aufwendungen und Ersatz von Schäden (Reparaturen, Kosten für Ersatz usw.)
- Entschuldigung für ein als nicht angemessen empfundenen Verhalten

Darüber hinaus zielen Reklamationen möglicherweise auf Produkt-, Sortiments- oder Arbeitsprozessänderungen ab.

Reklamationen und Beschwerden sind ein Zeichen des aktiven Interesses der Geschäftspartner am Unternehmen und seinen Produkten. Sie bilden ein wertvolles Feedback bezüglich der Verbesserungspotenziale im Unternehmen (siehe Branchenkundetext *Qualitätsmanagement & Umweltschutz*). Und sie bieten die Chance, die Kundenbeziehung durch eine schnelle, sachgerechte und kulante Regelung zu stärken.

Ziele der Reklamationsbearbeitung



Wikipedia.org

Im Rahmen der Reklamationsbearbeitung soll ein nicht zufriedenstellender IST-Zustand in einen zufriedenstellenden SOLL-Zustand überbracht werden. Dabei sind die Faktoren Qualität, Kosten und Zeit einzubeziehen. Und nicht zuletzt können während des ganzen Prozesses – allenfalls nach einer Reihe von gleichartigen Reklamationen – Verbesserungspotenziale ausfindig gemacht werden.

Vorgehen bei der Bearbeitung von Reklamationen

Die Bearbeitung von Reklamationen lässt sich in sechs Schritte unterteilen:

1. Schritt	Sehen – Wahrnehmen Nehmen Sie den Kunden, der reklamieren möchte, wahr; beachten und begrüßen Sie ihn. Wenden Sie sich ihm zu, sofern er persönlich vorbeikommt. Schenken Sie dem Kunden Ihre volle Aufmerksamkeit.
2. Schritt	Zuhören – Verstehen Haben Sie Verständnis für sein Anliegen und seinen Ärger. Hören Sie ihm zu und lassen Sie ihn ausreden. Versuchen Sie das Problem zu verstehen oder finden Sie heraus, wo das Problem liegt. Erfassen Sie das Problem möglichst genau und systematisch inkl. aller wichtigen Details (siehe Checkliste Reklamationsbearbeitung).
3. Schritt	Bedauern – Lösungen suchen Geben Sie dem Kunden zu verstehen, dass Sie das Problem ernst nehmen und dass Sie das Vorkommnis bedauern: "Es tut mir leid, dass Sie solche Unannehmlichkeiten haben mit unserem Produkt." – "Ich verstehe, dass Sie verärgert sind nach diesem Erlebnis." Seien Sie aber vorsichtig mit Schuldeingeständnissen und Versprechen bezüglich Kostenübernahmen oder Schadenersatzzahlungen. Versuchen Sie herauszufinden, welche Lösung der Kunde anstrebt. Zeigen Sie auf, welche Möglichkeiten von Seiten des Unternehmens bestehen (falls Sie dazu die Kompetenz haben) oder welche Schritte Sie unternehmen können, um eine Lösung zu finden (weiterverbinden, abklären, nachfragen, Rückruf organisieren usw.). Versichern Sie dem Kunden, dass Sie sich um das Problem kümmern, allenfalls unter Einbezug von weiteren Stellen oder Personen.

4. Schritt	Entscheiden Klären Sie rasch ab, wer das Problem lösen kann und wie lange es dauern wird, bis das Problem gelöst ist. Versuchen Sie eine Lösung zu finden, die sowohl für den Kunden als auch für das eigene Unternehmen akzeptabel ist.
5. Schritt	Handeln Setzen Sie die vereinbarte Lösung sofort um. Mit raschem Handeln können Sie oft den entstandenen Ärger wiedergutmachen und neuen Ärger vermeiden.
6. Schritt	Bedanken Betrachten Sie eine Reklamation als konstruktive Kritik und als wichtige Rückmeldung, die dem Unternehmen hilft, seine Produkte und Dienstleistungen zu verbessern. Danken Sie dem Kunden, dass er Ihnen / dem Unternehmen mitgeteilt hat, wie Produkte oder Prozesse verbessert werden können.

Vermeiden Sie im Gespräch mit reklamierenden Kunden folgende Aussagen:

Aussage	Mögliche Interpretation des Kunden
« Was Sie sagen, kann nicht sein! »	Sie sind ein Lügner.
« Das ist noch nie vorgekommen! »	Sie sind ein Querulant.
« Da haben Sie was falsch gemacht! »	Sie sind nicht fähig, dies richtig zu benutzen.
« Da müssen Sie sich täuschen! »	Sie sind nicht ganz bei Trost.
« Dafür kann ich nichts, das hat unser Büro verbockt! »	Der Kundenberater fühlt sich nicht verantwortlich und schiebt die Schuld lieber auf andere.

Beispiel: Gespräch zwischen einer Kundin und der Sachbearbeiterin Verkauf Innendienst des Lieferanten:

Ausgangslage	Bei der Lieferung eines Multifunktionsdruckers wurden die zusätzliche Papierkassette und der farbige Toner vergessen. Frau Petermann, die Kundin, ruft umgehend beim Lieferanten an. Sie wird mit Patrizia Küng verbunden und reklamiert bei ihr die mangelhafte Lieferung.
1. Schritt	"DocuPrint AG, Patrizia Küng, was kann ich für Sie tun?" – "Guten Tag Frau Petermann."
2. Schritt	"Verstehe ich das richtig: Zwar wurde der Drucker geliefert, aber die Zubehörteile fehlen?" – "Wann wurde der Drucker geliefert?" – "Haben Sie mir Ihre Kundennummer"
3. Schritt	Patrizia Küng notiert alle wichtigen Angaben zu diesem Problem (siehe auch Checkliste Reklamationsbearbeitung) "Ja, das tut mir nun sehr leid, dass Sie im Moment noch nicht alle Möglichkeiten des neuen Druckers nutzen können. Ich weiss nicht, warum die beiden Zubehörteile fehlen. Ich kümmere mich sofort persönlich darum, dass Sie die Papierkassette und den Toner so schnell wie möglich erhalten. Ach, Sie müssen bereits morgen farbige Ausdrucke erstellen? Lassen Sie mich bitte im Lager nachfragen, ob Ihnen ein Servicetechniker noch heute Nachmittag die fehlenden Teile liefern könnte. Ich rufe Sie in einer halben Stunde zurück."
4. Schritt	Patrizia Küng informiert ihren Vorgesetzten über das Problem und die vorgesehene Problemlösung. Sie ruft den Service-Disponenten an und fragt, ob am Nachmittag eine Servicetour in die Gegend der Kundin führt. Dann klärt sie im Lager ab, ob die Teile lieferbar sind.

5. Schritt	Inzwischen hat der Disponent bereits einem Techniker den Auftrag gegeben, im Lager die Teile abzuholen und diese zwischen zwei Serviceaufträgen bei der Kundin vorbeizubringen.
6. Schritt	Patrizia Küng ruft die Kundin zurück, kündigt die Lieferung auf den Nachmittag an und bedankt sich bei ihr, dass sie dem Unternehmen die Gelegenheit gegeben hat, die mangelhafte Lieferung zu verbessern.

Rechtliche Situation

Eine Reklamation ist gerechtfertigt, wenn die betreffende Ware oder Dienstleistung einen Mangel aufweist. Dies bedeutet, dass gewisse zugesicherte oder zu erwartende Eigenschaften, die dem Käufer nutzen könnten, nicht vorhanden sind. Das ist zum Beispiel der Fall, wenn ein Gerät einen technischen Defekt aufweist.

Der Verkäufer des defekten Gerätes hat nun mehrere gesetzliche Möglichkeiten, den Mangel zu beseitigen:

Ersatz	Der Verkäufer tauscht das defekte Produkt gegen ein einwandfreies Produkt um.
Minderung	Der Verkäufer gewährt einen Preisnachlass für den Mangel.
Wandelung	Der Käufer tritt vom Kaufvertrag zurück und erhält den Kaufpreis erstattet.

Bei diesen Vorgaben aus dem Obligationenrecht OR handelt es sich allerdings nicht um zwingende Bestimmungen; Anbieter können beliebige Abänderungen machen und diese z. B. in ihren Garantiebestimmungen oder in den Allgemeinen Verkaufsbedingungen festhalten.

Unter dem Aspekt der Kundenbindung kann sich der Lieferant auch für ein kulanteres Vorgehen entscheiden: er wählt eine kundenfreundliche Lösung, um den Kunden in diesem Problemfall zufriedenzustellen. Der Kunde hat damit ein positives Erlebnis mit diesem Anbieter und wird wahrscheinlich weiterhin hier einkaufen. Gerade Reklamationen, die kleine Summen betreffen, sind auf diese Weise kostengünstiger aus der Welt zu schaffen als eine längere, zeit- und kostenintensive Auseinandersetzung.

Kulanz: Entgegenkommen, Grosszügigkeit, Kompromissbereitschaft

Folgen einer erfolgreichen Reklamationsbearbeitung

Wenn das Problem im Rahmen der Reklamationsbearbeitung zeitnah, kostengünstig und zur Zufriedenheit des Kunden gelöst werden kann, wird dieser Kunde mit anderen Konsumenten über seine Erlebnisse mit dem Unternehmen sprechen und seine positive Erfahrung herausstreichen. Im Idealfall wird dieser Kunde sogar neue Kunden für das Unternehmen werben. Eine gelungene Reklamationsbearbeitung stellt also einen Wettbewerbsvorteil dar.

Umgekehrt wird ein Kunde, dessen Problem (noch) nicht gelöst werden konnte, ebenfalls mit anderen Personen darüber sprechen – mehr noch, als wenn er zufriedengestellt worden wäre, denn eigentlich ist er immer noch verärgert über die ausgebliebene oder sich hinziehende Problemlösung. Im schlimmsten Fall wird er sogar abwandern zur Konkurrenz. Diesen Kunden zurück zu gewinnen, wird teuer: gemäss Untersuchungen kostet die Gewinnung eines Kunden zwei bis fünf Mal mehr als die Pflege bestehender Kunden.

Hier gilt es zu bedenken, dass Kundinnen und Kunden heute nicht mehr nur in ihrem Freundes- und Bekanntenkreis über solche Erfahrungen sprechen, sondern über Kommentarfunktionen, Online-Foren und Bewertungsportale im Internet einem grösseren Kreis von Interessierten ihre Erlebnisse zugänglich machen können.

Checkliste Reklamationsbearbeitung

Es lohnt sich, für die Bearbeitung von Reklamationen eine Checkliste zu erstellen. Diese hilft bei der korrekten, systematischen und möglichst umfassenden Erfassung der Reklamation und unterstützt alle Beteiligten darin, das Problem möglichst schnell, einfach und kostengünstig zu lösen.

Wichtige Punkte bei der Reklamationsbearbeitung

- Datum, Uhrzeit Anruf
- Firma, Adresse Kundennummer
- Name des Anrufers, Telefonnummer, Mobile, mögliche Rückrufzeit
- beanstandetes Produkt / beanstandete Dienstleistung, Artikelnummer, wann / wo gekauft, Beratung durch wen
- Auftragsnummer, Kommission. Rechnungsnummer
- Problem (was genau? wann zum ersten Mal aufgetreten? wo? mit welchen Folgen?
mit wem gesprochen? welche weiteren Schritte unternommen? usw.)
- Ereignis (was ist geschehen? wer war beteiligt? wo? wann? wie ist es genau passiert?
was wurde seither unternommen? usw.)
- mögliche Ursachen
- mögliche Lösungsansätze (Vorstellung Kunde, unsere Möglichkeiten, bisher vereinbart, bisher bereits veranlasst usw.)
- Reklamation entgegengenommen durch ..., weitergeleitet an ..., erledigt durch ... am

Die Checkliste kann beliebig auf die Situation des Unternehmens und die vorkommenden Reklamationen angepasst werden. Dadurch wird es möglich, betriebsspezifische Auswertungen über die Menge und Art der Reklamationen zu erstellen und daraus Verbesserungspotenziale abzuleiten.