

4. Thema: Erfolg an den globalisierten Märkten

Erfolg an den globalisierten Märkten

In der Schweiz mit ihrer zentralen Lage im Herzen Europas ist das Ausland immer ganz nah. Durch Niederlassungen, Exporte und Direktinvestitionen ist die Schweizer Wirtschaft eng mit den Märkten in aller Welt verbunden. Die zahlreichen Handelsabkommen, der hohe Lebensstandard, eine zuverlässige Infrastruktur, sowie ein attraktives Steuersystem unterstreichen die Attraktivität des Schweizer Wirtschaftsstandortes. Aufgrund der ausserordentlich vielen Vorteile haben mehr als 850 internationale Unternehmen ihren globalen oder regionalen Hauptsitz in der Schweiz.¹

Unternehmen mit Sitz in der Schweiz arbeiten häufig mit verschiedenen Märkten und Rechtsordnungen. Die Schwierigkeiten eines Partners im Ausland, die durch einen Konjunkturabschwung, eine Pandemie, ein sich änderndes politisches Umfeld oder sogar Änderungen der lokalen Gesetze und Vorschriften ausgelöst werden könnten, können die Art und Weisewie Schweizer Unternehmen mit ihnen arbeiten von Grund auf verändern. Schon ein kleines Fehlverhalten könnte das Unternehmen in Gefahr bringen und zu einem Reputationsschaden führen.

Viele kleine und mittelständische Unternehmen suchen – oder stützen sich bereits auf – digitale Partnerschaften mit Drittanbietern, um Kunden in aller Welt zu. Allerdings sind sich die Unternehmen darin einig, dass die Zusammenarbeit mit grossen kommerziellen Plattformen und Social-Media-Playern ähnlich wie andere Partnerschaften rund um Daten, Technologie, Produkte und Services mit Chancen und Risiken verbunden sind. Durch eine Datenschutzverletzung oder einen Ausfall bei einer Drittpartei kann das Unternehmen tatsächlich in seiner Existenz bedroht sein.

Die Unternehmen müssen sich der Aufgaben und Verbindlichkeiten im Rahmen einer Partnerschaft bewusst sein und sicherstellen, dass ordnungsgemässe Sorgfaltspflichten und Schutzvorrichtungen bestehen, damit das Unternehmen nachhaltig bestehen kann.



850

Mehr als 850 internationale Unternehmen mit globalem oder regionalem Hauptsitz in der Schweiz

48%

der Schweizer KMU bewerten die Erschliessung neuer Märkte als Schlüsselstrategie zum Erhalt ihrer Wettbewerbsposition.²

¹ Switzerland Global Enterprise, 2021, Switzerland - The Ideal Location For Headquarters

² Credit Suisse, 2018, Schweizer KMU-Wirtschaft 2018

FALLSTUDIE

David von Vita Juice AG

SEIN UNTERNEHMEN

David ist der Geschäftsführer der Vita Juice AG, einem Hersteller von qualitativ hochwertigen Fruchtsäften. Bisher hat er seine Kunden im brasilianischen Markt aus Spanien heraus beliefert. Aus Kapazitätsgründen und um diesen profitablen Markt schneller, flexibler und kostengünstiger zu bedienen, hat sich die Vita Juice AG entschieden, einen neuen Produktionsstandort in Brasilien zu eröffnen.

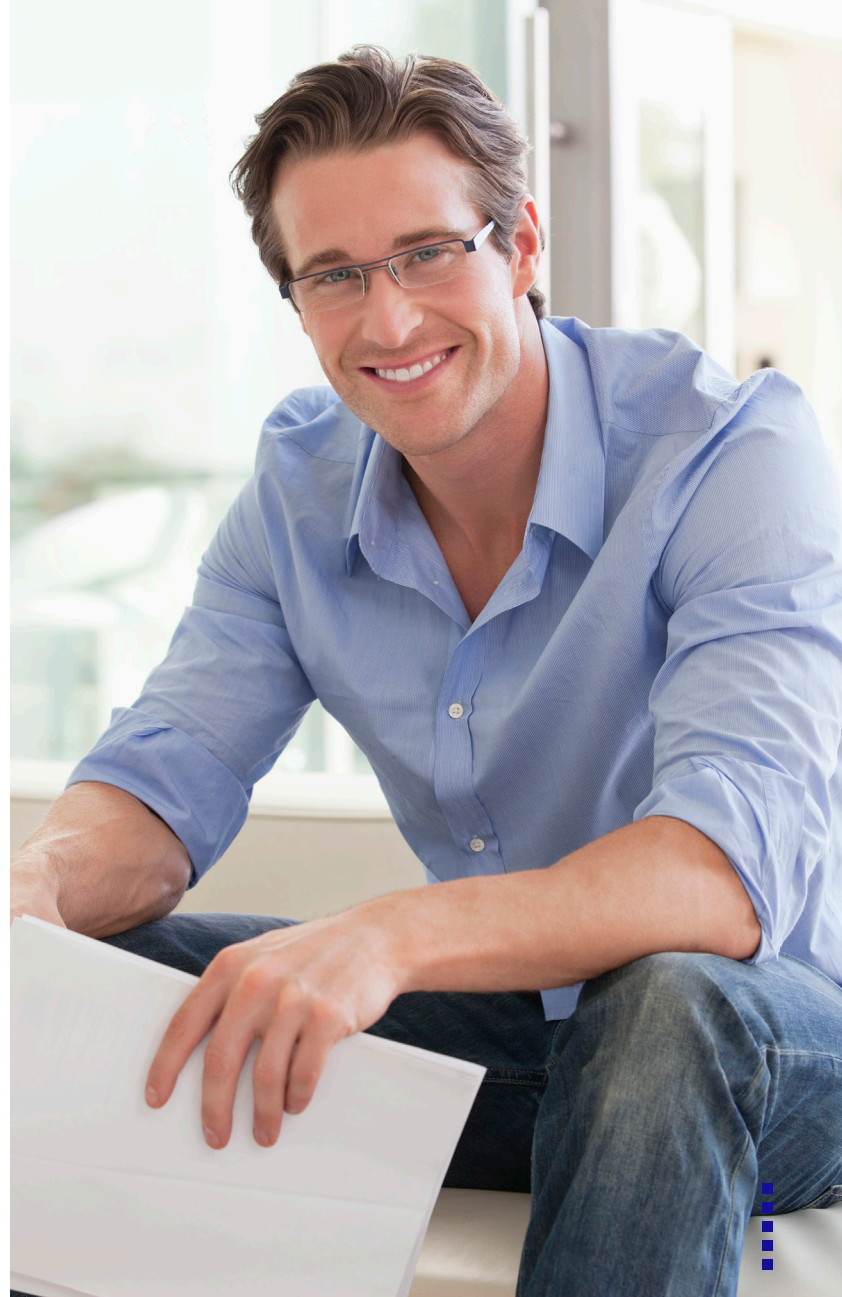
Produziert werden soll auf der in der Schweiz konzipierten und produzierten Anlage zur Herstellung, Abfüllung & Verpackung von Säften. Diese ist auf die speziellen Bedürfnisse der Vita Juice AG zugeschnitten, hat einen Gesamtwert von CHF 5 Mio. und wird zum neuen Standort in Brasilien transportiert.

WAS PASSIERT IST?

Es wurden bereits Verträge mit lokalen Grosshändlern abgeschlossen. Bei nicht rechtzeitiger Lieferung entstehen der Vita Juice AG erhebliche finanziellen Ausfälle, die sie versichern möchte.

Chubb's Deckung

Chubb versichert den Transport der Anlage, eine eventuelle Betriebsunterbrechung und die lokalen Transporte an die Grosshändler. Der Einsatz des Risk Management Teams ist Teil des Chubb Service.



«Kontaktieren Sie für eine massgeschneiderte Lösung unsere Website.

<https://www.chubb.com/ch-de/digital-business-accelerated.html>