

Die Schweiz zum Anfassen

SwissWeek in Shanghai

Bereits seit zwei Jahren organisiert die Firma sim (selective international management) in Shanghai die SwissWeek China, eine einzigartige Plattform für Schweizer Firmen und Produkte, um sich direkt dem breiten Publikum in China zu präsentieren.

Mitten im Zentrum Shanghais, im Huaihai-Park, der an der gleichnamigen berühmten Einkaufs-Meile der Stadt liegt, wurde am vergangenen 28. Mai das Swiss Village vom Schweizer Vizeregeneralkonsul in Shanghai, Pascal Marmier, eröffnet. Zusammen mit Vertretern der Schweizer Botschaft in Peking, dem Vizebürgermeister des Huangpu-Distrikts der Stadt Shanghai, Vertretern aus Politik und Wirtschaft beider Länder sowie allen in Shanghai ansässigen Schweizer Institutionen fiel unter Alphorn-Klängen an diesem Abend der Startschuss zu fünf Ausstel-

lungstagen. 23 Aussteller konnten ihre Produkte während dieser Zeit im Herzen der Metropole direkt an das chinesische Publikum verkaufen. Täglich wurde über die Schweiz und über die Beziehungen der Schweiz zu China auf Foren informiert.

Mit Schweizern auf Du und Du. Laut Michael Lehmann, General Manager von sim, ist die SwissWeek China »als Plattform zu verstehen, die es Schweizer Unternehmen exklusiv erlaubt, in einem einzigartigen und äußerst attraktiven Erlebnis-Umfeld zusammen

mit anderen Schweizer Produkten ihre Marke zu promoten«. Unter dem Patronat des Schweizer Generalkonsulats in Shanghai hätten die Hersteller die Möglichkeit, »mit ihren Marken direkt auf Endkunden zuzugehen, Reaktionen zu testen und die allseits begehrten Schweizer Waren auf der Messe sogar zu verkaufen«.

In der Tat verbindet die SwissWeek auf besondere Weise verschiedene Aspekte: Sie präsentiert eine facettenreiche Schweiz, vermittelt dem chinesischen Publikum wichtiges Wissen zu Schweizer Wirtschaft, Technik und Innovation und ist gleichzeitig ein Botschafter der traditionellen und modernen Schweizer Kultur. Ein Café inmitten des Parks lädt zudem zum gesellschaftlichen Beisammensein ein.

80.000 Besucher kamen zur diesjährigen SwissWeek in Shanghai. Auf WeChat, dem chinesischen Twitter-Pendant, wurde eine eigene Plattform eingerichtet, die mehr als 60.000 Zugriffe registrierte. Von dem damit ermöglichten Cross-Marketing der verschiedenen Marken haben die Teilnehmer zusätzlich profitiert. Gleichzeitig erhalten die anwesenden Firmenvertreter von den chinesischen Konsumenten in Echtzeit ein aufschlussreiches Feedback.

Alternatives Marketing. Die Reputation von Schweizer Produkten in China ist generell sehr hoch. Die Marke »Schweiz« stehe für Qualität, Sicherheit, Luxus und Erstrebenswertes, so Michael Lehmann. Hingegen sei China für viele kleinere Anbieter aus der Schweiz »schlichtweg zu groß«, sodass Investitionen in ein konventionelles Marketing oftmals als Hindernis erachtet würden. Die SwissWeek-Plattform ist dafür eine



Foto: sim

attraktive Alternative. »Sie bringt für alle teilnehmenden Firmen die Marke ›Schweiz‹ automatisch zum chinesischen Publikum und erhöht damit die Wahrnehmung einzelner Marken.«

2015 findet in Shanghai wieder eine SwissWeek statt. Geplant ist zudem, sie auch nach Peking zu bringen, »falls die Behörden es erlauben«. Da das kommende Jahr im Zeichen des 65-jährigen Jubiläums der Aufnahme diplomatischer Beziehungen zwischen der Schweiz und China steht, stünden die Zeichen gut dafür. Die Nachfrage sei groß, erklärt Michael Lehmann, der Aufwand jedoch auch, »da sich die lokalen Behörden mit solch öffentlichen Anlässen immer noch ein bisschen schwer tun«. Solide Vorbereitung und enge Zusammenarbeit mit über zehn verschiedenen Regierungsstellen sei für den Erfolg der SwissWeek ausschlaggebend. Für die Vorbereitung der fünftägigen Ausstellung müssten in China mehrere Monate eingeplant

werden. Sorge bereitet ihm zudem, dass es immer schwieriger wird, Sponsoren zu finden. »Generell ist die Zusammenarbeit mit den Schweizer Firmen jedoch überaus erfreulich und motivierend.«

Neue Ideen. Inzwischen hat Michael Lehmann schon neue Ideen, wie er die Plattform weiterentwickeln will. Ergänzend zu den jährlichen Ausstellungen in Shanghai und demnächst vielleicht in Peking sowie in weiteren größeren chinesischen Städten soll die WeChat-Informationen-Seite noch stärker genutzt werden. Mit ihr werden Informationen über die Schweiz und die Teilnehmer der SwissWeek derzeit wöchentlich und später täglich direkt an chinesische Konsumenten gesendet. Auch ein Online-Shop ist im Aufbau, damit die immer weiter wachsende Palette der Schweizer Produkte das ganze Jahr über erhältlich ist. »Unser Ziel ist es, den Schweizer Marken ein

attraktives Netzwerk anzubieten, um den chinesischen Markt in der Breite bedienen zu können«, so der Manager, der darauf verweist, dass die nächste SwissWeek vom 13. bis 17. Mai 2015 wieder in Shanghais Huaihai-Park stattfindet. »Die Registrierung hat gerade begonnen und die ersten Interessenten haben sich bereits ihren Stand reserviert.«

Michael Lehmann ist davon überzeugt, dass die SwissWeek noch mehr Schweizer Unternehmen den Weg zu chinesischen Konsumenten öffnet. »Und zweifellos ist es für alle Beteiligten angenehm, bei heimischer Atmosphäre inmitten einer Millionenstadt beisammen zu sein und mit chinesischen und Schweizer Freunden bei einem Schweizer Bier und einem Stück Käse das geschäftige Treiben zu beobachten.« ■ cc

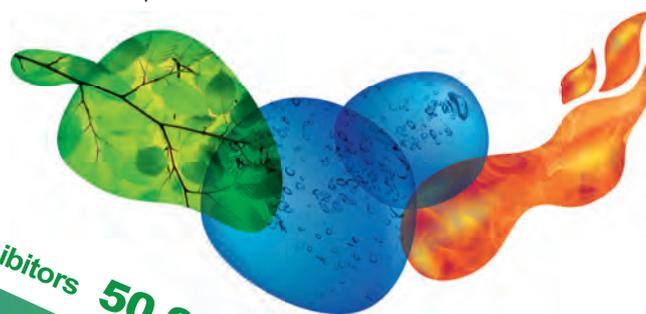
www.swissweek.com
swissweek@sim.biz



IE expo 2015

Asia's Leading Trade Fair for Environmental Technology Solutions: Water, Waste, Air and Soil

- Chinese Version of IFAT
- Go Develop Your Business in Asian Market



1,000+ Exhibitors **50,000+** Visitors **60,000+** m² Area

May 6 – 8, 2015
Shanghai New International Expo Centre (SNIEC)

APPLY NOW: www.ie-expo.com

