

Wirtschaft

«Wir sind ein guter Testmarkt»: Taiwans Botschafter wirbt in Baden für Südostasien

Von Sibylle Egloff Francisco

20.03.2026, 16.18 Uhr

Taiwan und die Philippinen wollen für Schweizer Firmen als Wirtschaftspartner attraktiver werden. Am «KMU Swiss Symposium» im Trafo Baden zeigten Vertreter die Chancen in ihren Ländern auf.



«Internationale Unternehmen sehen nur den Elefanten China und ignorieren uns», sagte Steve S. W. Wang, offizieller Vertreter Taiwans in der Schweiz.

Bild: Henry Muchenberger

Darum geht es

- Vertreter aus Taiwan und den Philippinen präsentierten am «KMU Swiss Symposium» im Trafo Baden Geschäftsmöglichkeiten in Südostasien.
- Rund 300 Unternehmerinnen und Gewerbetreibende aus der Region nahmen teil.
- Taiwan positioniert sich als transparenter, regulierter Testmarkt mit hoher Kaufkraft.
- Die Philippinen bieten dank Englischkenntnissen und junger Bevölkerung einfache Zusammenarbeit.

Urlaubsparadies und Inselstaat neben China: Das kommt Leuten hierzulande wohl als Erstes in den Sinn, wenn sie an die Philippinen oder Taiwan denken. Dass sich hinter diesen beiden Ländern mehr verbirgt – vor allem aus wirtschaftlicher Sicht – versuchten Steve S. W. Wang, offizieller Vertreter Taiwans in der Schweiz, und Raymond Albert H. Batac, Handelsberater der philippinischen Vertretung bei der Welthandelsorganisation (WTO) in Genf, in Baden aufzuzeigen.

Die beiden Männer waren am Donnerstag zu Gast am Netzwerkanlass «KMU Swiss Symposium» im Trafo und sprachen vor rund 300 Gewerbetreibenden und Unternehmerinnen aus der Region über die vielfältigen Geschäftsmöglichkeiten in Südostasien. In der Podiumsdiskussion mit Moderator Hugo Bigi wurde deutlich: Die Region im Fernen Osten wird von Schweizer und europäischen Firmen sowie Investoren unterschätzt.



Von links: Taiwans Botschafter Steve S. W. Wang mit Moderator Hugo Bigi und dem philippinischen Handelsberater Raymond Albert H. Batac.

Bild: Henry Muchenberger

Ein Problem sei die geografische Nähe zu Wirtschaftsschwergewicht China, sagte Wang. «Internationale Unternehmen sehen nur den Elefanten China und ignorieren uns. Das ist sehr schade. Taiwan ist ein blühender und vielversprechender Markt», betonte der Botschafter.

Die Philippinen kämpfen indessen gegen das Image als reine Tourismusdestination. «Bei uns kann man mehr als Scuba-Diving oder Strandferien machen», sagte Batac. Rund 40 Schweizer Firmen hätten sich bereits auf den Philippinen niedergelassen. «Dazu gehört auch Nestlé. Der Konzern ist schon seit 100 Jahren vor Ort und weiss, dass der Standort Vorteile mit sich bringt.»

Wortgewandte und junge Arbeitskräfte

Ein grosser Vorzug sei die Sprache. «Englisch ist stark verbreitet und wird nicht nur als Geschäftssprache, sondern im täglichen Austausch gesprochen», betonte Batac. Das erleichtere die Kommunikation mit internationalen Unternehmen. Die guten Sprachfähigkeiten machen sich die Filipinos bereits zunutze. «Wir sind stark in Informationstechnologie und der Auslagerung von Geschäftsprozessen. Es gibt zum Beispiel viele Call-Centers», sagte Batac. Praktisch sei auch, dass die Bevölkerung mit einem Altersdurchschnitt von 26 Jahren sehr jung sei. «Es gibt genug Arbeitskräfte, um 24-Stunden-Betriebe zu ermöglichen.»



Raymond Albert H. Batac, Handelsberater der philippinischen Vertretung bei der Welthandelsorganisation (WTO) in Genf.

Bild: Henry Muchenberger

Der taiwanische Botschafter sieht seine Heimat als ideale Startposition für Geschäftsbeziehungen im asiatischen Raum. «Der Markt in Taiwan ist transparent, gut reguliert und verfügt über eine anspruchsvolle Kundschaft. Zudem haben wir die gleiche Kaufkraft wie etwa Japan oder Korea», sagte Wang.

Er erwähnte das Beispiel des französischen Grosshandelsunternehmens Carrefour, das in den 1990er-Jahren in Taiwan seinen ersten Supermarkt in Asien eröffnet hatte und danach die Expansion in China in Angriff nahm. «Wir sind ein guter Testmarkt. Wenn sich der Erfolg in Taiwan einstellt, kann man davon ausgehen, dass es auch in anderen Ländern in Südostasien funktioniert.»

Interessant für Schweizer Unternehmen und Investoren seien diverse Geschäftsfelder in Taiwan. Neben der Spitzenelektronik und der damit verbundenen Halbleiterproduktion zeichnet sich das Land durch sein Wissen in Künstlicher Intelligenz und in der Energieproduktion aus. «Wir warten nun auf internationale Firmen, die ihr Know-how und ihre Expertise mit uns teilen», sagte Wang. Der Innovationsgeist, insbesondere der jungen Generation, und auch der Wille zur Kollaboration sei ein grosses Plus. «Wenn man eine gute Strategie und ein erfolgsverprechendes Produkt hat, ist es einfach, in Taiwan langfristige Partnerschaften aufzubauen.»

«Wir Taiwaner sind sehr ungeduldig»

Doch es gebe auch kulturelle Hürden oder zumindest Unterschiede, die man beachten müsse. «Wir Taiwaner sind sehr ungeduldig», bemerkte der Botschafter mehrmals im Gespräch mit Hugo Bigi. «Wenn wir einen Gesundheitscheck brauchen, dann gehen wir ins Spital, ohne dass wir dafür zwei Monate vorher einen Termin vereinbaren müssen», gab Wang als Beispiel. Oder: «Wenn eine Maschine kaputt geht, dann ist ein Ingenieur in Taiwan auch um Mitternacht oder am Wochenende sofort zur Stelle, um sie zu reparieren. Das geht in Europa nicht.»

Als sehr westlich ausgerichtetes Land mit etwa zehn Prozent der Bevölkerung im Ausland gebe es keine kulturellen Barrieren für Nicht-Filipinos, versicherte Handelsberater Batac. Schweizer Geschäftsideen vor allem hinsichtlich erneuerbarer Energien seien im Inselstaat äusserst willkommen. «Wir möchten von den traditionellen fossilen Energieträgern wegkommen.» Da könne man von der Erfahrung der Schweizer mit Wind- Wärme- und Solar-Energie profitieren.

Und auch hinsichtlich der Landwirtschaft sieht Batac grosses Potenzial. «Auf dem Weg mit dem Zug von Genf nach Baden habe ich die Landwirtschaftsflächen und die modernen Geräte und Hilfsmittel bestaunt.» In seiner Heimat müsse die Lebensmittelproduktion weiterentwickelt und verbessert werden. «Wir hoffen, dass Schweizer Firmen uns bei diesem Vorhaben unterstützen und so den Schritt in den südostasiatischen Wirtschaftsraum wagen.»