



21. Januar 1970

512.211 - BO/mr

An die Handelsabteilung des  
Eidgenössischen Volkswirtschafts-  
departements

3003 B e r n

Uhrenindustrie in Indien  
Besprechungsnotiz

an	RL 5/1			a/a
Datum	27.1.1970			28.1
Visa	h. H.			H.
EPD	26.1.70		17	
Ref.	S.C.H. Ind. 100.0.			

Herr Botschafter,

(S.C.H. 107.22. (15))

Herr K.C. Jain (J) der Jayna Time Industries Ltd. Delhi, und Herr Huber (H) der Zeller Radium AG, 9053 Teufen führten im Büro meines ersten Mitarbeiters ein Gespräch, das Ihnen nachfolgend zusammengefasst wiedergegeben werden soll.

(1) Anteil der schweizerischen Uhren am indischen Markt.

J betont, dass noch vor 5 Jahren 95 % aller nach Indien geschmuggelten Uhren aus der Schweiz gekommen seien. Heute wäre es umgekehrt. Die Japaner allein schon lieferten 75 %. (M.P. Narayanan Pillai wusste aber in der Far Eastern Economic Review (FEER) vom 18. Dezember 1969 zu berichten, dass der "schwarze Markt" (90 % des gesamten Marktes) in Indien immer noch durch schweizerische Uhren beherrscht werde). Nach J sind nun auch die japanischen Marken Seiko und Rhiko die meistbekanntesten (und meistgefälschten) Marken in Indien.

## (2) Indische Fabrikation.

J erklärte weiter, dass die Indo-French, die einzige indische Uhrenfabrik im privaten Sektor, nach wie vor nur Wecker herstelle (nach FEER 68'268 Stück 1968/9). Seit 1964/5 hätte sie sich, wie man wisse, vergeblich bemüht, in Indien selbst Bestandteile herzustellen. Die indische Regierung könnte nun auf der von der Uhrenfabrik übernommenen Verpflichtung beharren, nicht nur zu montieren, sondern sukzessive alle Bestandteile im Lande selbst herzustellen und dies durch die schrittweise Verweigerung weiterer Importlizenzen erzwingen. Das Unternehmen könnte sich diesem Druck schlimmstenfalls aber durch Aufgabe des Betriebes entziehen, meint J; andere Fabrikanten hätten dies schon zuvor getan. Die Hindustan Machine Tools ihrerseits importiert nach J ebenfalls heute noch viel mehr Bestandteile aus Japan als offiziell zugegeben wird (FEER: 16 % müssten noch aus Japan importiert werden).

## (3) Neue Fabriken ausländischer Firmen.

Die deutsche Firma Junghans hat nach J und H den Indern eine Fabrikationsanlage für ein Wecker-Modell verkauft, das das deutsche Unternehmen selbst nicht mehr fabriziert. Die Maschinen zur Fabrikation der Bestandteile (tools) wären für die Deutschen wertlos geworden. Nun hätten sie jedoch dafür einen Betrag in bar erhalten und für die Produktion werde ihnen eine Lizenzgebühr von 5 % zufließen (es ist dies der höchste von der indischen Regierung gestattete Gebühren-Satz). Nach J ist ein anderes indisches Unternehmen, die TIWAC in Dharwar nun mit Louis Schwab in Moutier in Verhandlungen, um eine vollständige Fabrikationsanlage für eine das schweizerische Unternehmen nicht mehr interessierende Uhr zu kaufen.

## (4) Schwierigkeiten der Fabrikation in Indien.

H erklärte, dass die indischen Kunden seiner Firma ihm regelmässig zu verstehen gäben, dass es für sie vor allem

schwierig sei, das zur Uhrenfabrikation erforderliche Messing guter Qualität zu kaufen, das man in Indien kaum finden könne. J bestätigt, dass die Rohstoffbeschaffung die wichtigste Schwierigkeit einer Uhrenfabrikation in Indien darstellt. Dazu kommt nach J diejenige der Kosten. Er fabriziere beispielsweise Wecker, die man in Deutschland für DM 4.-- bis 5.-- haben könne, zu Selbstkosten von mindestens DM 10.--. Dafür seien die Kosten der Rohmaterialbeschaffung und die allgemeinen Produktionsbedingungen in Indien verantwortlich. Man könne diese Produktionsvoraussetzungen nur über lange Jahre hin ändern. J betont, dass nach ihm die indische Regierung dies übersehe, wenn sie darauf dringe, dass möglichst von Anfang an eine volle Fabrikation der Uhr aufgezogen werden müsse. Man werde in Indien vorteilhafterweise mit einer Chablonnage beginnen und schrittweise Bestandteile herstellen, bis die volle Fabrikation im Inlande erfolgen könne.

(5) Uhrenfabrikation für den Export aus Indien.

H führt an, dass aus den Verkäufen seiner Firma (Leuchtstoffe und Maschinen zum Herstellen von Zifferblättern) hervorgehe, wie sehr die Länder in Asien, die indische Uhren kaufen könnten, schon mit eigenen Industrien versehen sind. Die amerikanische Timex vor allem fabriziere in Südkorea, Taiwan und Hongkong, wo ihr Programm insgesamt jährlich 2 Millionen Uhren erreiche. In Bangkok habe man mit Chablonnage begonnen, so dass man auch dorthin kaum von Indien aus verkaufen könne. Somit bleiben für Indien nach H nur gewisse Chancen in Afrika. J erklärt, dass heute 20 % des Exportwertes an Subsidien zu erhalten seien. Wahrscheinlich wäre die indische Regierung auch bereit, den Zuschuss auf 30 % zu erhöhen.

(6) Gebrauch der Marke einer in Indien fabrizierten ausländischen Uhr.

J sähe den grössten indischen Vorteil darin, dass die Verwendung der ausländischen Marke in einem Lizenzvertrag zu-

- 4 -

gesichert würde. Er denkt dabei vor allem an den (subventionierten) Export, der vom Vorspann einer international anerkannten Marke nur profitieren könnte. H erwähnt, dass in Hongkong in ähnlichen Fällen die Uhren mit dem entsprechenden Vermerk versehen würden, der zum Beispiel laute: Hongkong made dial, Swiss movement.

Sie erhalten dieses Schreiben in zwei Exemplaren. Eine weitere Kopie geht zur Kenntnisnahme an die Abteilung für Politische Angelegenheiten des Eidgenössischen Politischen Departements.

Ich versichere Sie, Herr Botschafter, meiner vorzüglichen Hochachtung.

Der Schweizerische Botschafter: