

Notwendigkeit schweizerischer Aussenhandels-
Stützpunkte im Ausland

Referat von Herrn Ernst Nef, Direktor des Vereins schweizerischer Textilindustrieller, Zürich.

Hohe Aussenhandelsquote pro Einwohner

Es ist eine Binsenwahrheit, dass die Schweiz auf ausländische Rohstoffe, Energieträger (Kohle, Erdöl und Destillate, Gas) und Nahrungsmittel angewiesen ist und weitgehend vom Export ihrer Halb- und Fertigfabrikate lebt. Auf keinem andern Gebiet ist die Schweiz mit dem Ausland so eng verflochten wie im Aussenhandel, und ihre weltweiten wirtschaftlichen Verbindungen werden sowohl auf der Einfuhr- als auch auf der Ausfuhrseite von Jahr zu Jahr intensiver. 1974 wurden im schweizerischen Aussenhandel folgende Werte erreicht (in Mio. Fr.):

| | <u>Einfuhr</u> | <u>Ausfuhr</u> |
|--------------------------|----------------|----------------|
| Rohstoffe, Halbfabrikate | 18'855,2 | 14'736,6 |
| Energieträger | 4'196,8 | 89,6 |
| Investitionsgüter | 6'836,5 | 11'462,1 |
| Konsumgüter | 13'040,9 | 9'064,8 |
| | <hr/> | <hr/> |
| | 42'929,4 | 35'353,1 |

Die Schweiz gehört zu den Ländern mit einer hohen Aussenhandelsquote pro Einwohner; diese bezifferte sich 1974 auf 6'645 Franken bei der Einfuhr und 5'473 Franken bei der Ausfuhr, total also auf

./.

12'118 Franken.

Ueberwiegender Warenaustausch mit Industrieländern

Der schweizerische Warenaustausch erfolgt im Sektor Industrieprodukte hauptsächlich mit den traditionellen Industrieländern Westeuropas, mit Nordamerika und Japan, auf die 1974 bei der Einfuhr insgesamt 93,1 %, bei der Ausfuhr 66,6 % entfielen. Im Verkehr mit den Staatshandelsländern waren es beim Import 2,3 %, beim Export 5,8 %; der Rest für die übrige Welt, meist Entwicklungsländer, machte 4,6 % bei der Einfuhr und 27,6 % bei der Ausfuhr aus.

Bei den Textilien, die im schweizerischen Export an 4. Stelle rangieren, ist die Einseitigkeit noch krasser. 1974 setzte sich die Textil- und Bekleidungsausfuhr (ohne Spinnstoffe) von 2765,9 Mio. Fr. wie folgt zusammen:

| | Mio.Fr. | % |
|---|---------------|-------------|
| <u>Industrieländer</u> | <u>2265,3</u> | <u>81,9</u> |
| - EG/EFTA | 2041,4 | 73,8 |
| - USA | 121,6 | 4,4 |
| - Japan | 102,3 | 3,7 |
| <u>Uebrige Länder</u> | <u>500,6</u> | <u>18,1</u> |
| - Osteuropäische Staatshandelsländer | 61,4 | 2,2 |
| - Uebrige europ. Staaten (ohne EG/EFTA) | 100,2 | 3,6 |
| - Asien (ohne Japan) | 156,5 | 5,7 |
| - Afrika | 84,1 | 3,0 |
| - Amerika (ohne USA) | 62,6 | 2,3 |
| - Australien/Ozeanien | 35,8 | 1,3 |

Von Interesse ist sodann die Tatsache, dass die Schweiz 1974 nach 149 Ländern Textilien exportierte, teilweise in kleinsten Mengen, aber nur aus 105 Ländern solche importierte. Der Einfuhrüberschuss von mehr als 1 Milliarde Franken war gänzlich der Bekleidung zuzuschreiben. 1974 wies der Aussenhandel mit Textilfabrikaten (ohne Spinnstoffe, inkl. Bekleidung) folgende Gliederung auf:

| Jahresbetreffnis in Fr. | Einfuhr | | Ausfuhr | |
|----------------------------|----------------------|------------------|----------------------|------------------|
| | Beteiligte Länder | Total Mio.Fr. | Beteiligte Länder | Total Mio.Fr. |
| bis 0,1 Mio. | 39 | 0,8 | 40 | 1,3 |
| 0,1-0,5 Mio. | 9 | 1,9 | 29 | 7,7 |
| 0,5-1,0 Mio. | 9 | 6,4 | 11 | 7,2 |
| 1,0-5,0 Mio. | 13 | 34,8 | 32 | 68,7 |
| 5 -100 Mio. | 29 | 1007,2 | 28 | 766,1 |
| über 100 Mio. | 6 | 2833,1 | 9 | 1914,9 |
| Total | 105 | 3884,2 | 149 | 2765,9 |

In mehr als der Hälfte der dem GATT angeschlossenen Staaten bestehen für Textilien quantitative Einfuhrbeschränkungen oder andere staatliche Massnahmen mit gleicher Zielrichtung. Gleichwohl sollte das Exportgeschäft mit den 112 Ländern, die im vergangenen Jahr Schweizer Textilien im Werte von weniger als 5 Mio. Fr. bezogen - total 84,9 Mio. Fr. oder 3 % der Gesamtausfuhr - beträchtlich erhöht werden können.

Stützpunkte im Ausland dringend erforderlich

Die Schweiz ist, von wenigen Ausnahmen abgesehen, ein Land der Klein- und Mittelbetriebe. 10'351 Industriefirmen wiesen 1974 zusammen 805'237 Beschäftigte auf, im Durchschnitt also 78 Arbeit-

nehmer. Das Angebot an Produkten, die in jeder Hinsicht erstrangigen Anforderungen entsprechen, ist verhältnismässig gross. In den weit- aus meisten Fällen ist die Herstellung indessen nur rationell und genügend gewinnbringend, wenn die Erzeugnisse auch nach möglichst zahlreichen Ländern exportiert werden können. 1974 tätigten mehr als 10'000 schweizerische Unternehmen von Fabrikation und Handel regelmässig Exportgeschäfte. Die Zahl der Importeure ist nicht bekannt; sie dürfte ebenfalls mehrere tausend betragen.

Jedes Land ist primär am Export interessiert, während der Waren- Import in der Mehrzahl der Länder aus verschiedensten Gründen mit prohibitiv wirkenden Einfuhrzöllen oder nichttarifarischen Hemm- nissen behindert wird. Von einem freien Warenaustausch ist man jedenfalls in zahlreichen Staaten noch weit entfernt. Die Schweiz ist eines der wenigen Länder, deren Wareneinfuhr mengenmässig un- beschränkt erfolgen kann. Umgekehrt stossen ihre Exporteure in ihrem Auslandgeschäft auf Hindernisse verschiedenster Art, und es ist deshalb verständlich, dass sie sich in ihren Bemühungen auf jene Länder konzentrieren, wo allein oder doch hauptsächlich die eigene Konkurrenzfähigkeit zählt und keine staatlichen Vorschriften und Interventionen ein ausbaufähiges, kontinuierliches Geschäft zum vornherein in Frage stellen.

Die schweizerischen Klein- und Mittelbetriebe sind im Export drin- gend auf feste Stützpunkte im Ausland angewiesen. Für den wünsch- baren Auslandabsatz der an sich durchaus marktkonformen Fabrikate fehlt der Mehrzahl von ihnen begreiflicherweise eine eigene welt- umspannende Exportorganisation, wie dies bei nationalen oder in- ternationalen Grossunternehmen die Regel ist, die in ihrer Export- organisation mehr Leute beschäftigen als ein Klein- oder Mittel- betrieb insgesamt. Es wäre deshalb sinnvoll und zeitgemäss, für diese Vielzahl von Unternehmen, die im Alleingang zu schwach sind,

zusammen aber sehr stark sein könnten, gemeinsame Stützpunkte im Ausland zu schaffen. Diese müssten von hervorragenden Schweizer Fachleuten der Wirtschaft geleitet werden, und sie hätten dem Aussenhandel in beiden Richtungen zu dienen. Die Schweizerische Zentrale für Handelsförderung besitzt keine Stützpunkte mehr im Ausland, während die Schweizer Botschaften und Konsulate in erster Linie für den diplomatischen und konsularischen Dienst bestimmt sind. Die Schweiz befindet sich in der Handelsförderung über Stützpunkte im Ausland stark im Rückstand, den es sobald als möglich aufzuholen gilt.

Ausländische Beispiele

Von den zahlreichen ausländischen Beispielen mit moderner Exportförderung seien nachstehend deren drei kurz gestreift.

Dass Oesterreich im Aussenhandel sehr erfolgreich ist, hat dieses europäische, mit der Schweiz am besten vergleichbare Binnenland in hohem Masse seinen 80 Aussenhandelsstellen in aller Welt zu verdanken. Die seit 1946 sukzessive geschaffenen und ausgebauten Stützpunkte mit je einem Handelsdelegierten an der Spitze sind in allen wichtigen Ländern oder Ländergruppen etabliert; während die Handelsdelegierten nur einige Jahre im gleichen Lande tätig sind, bildet das vom betreffenden Land stammende Fachpersonal den festen Stock der Aussenhandelsstellen. Die in ihrer Tätigkeit selbständigen österreichischen Handelsdelegierten sind nicht den österreichischen Botschaften angegliedert; sie waren von Anfang an der Bundeswirtschaftskammer direkt unterstellt, deren Aufsichtsbehörde das Bundesministerium für Handel, Gewerbe und Industrie ist. Dieses Ministerium entspricht weitgehend dem Eidg. Volkswirtschaftsdepartement.

Die österreichischen Aussenhandelsstellen sind mit dem Computer

ihrer Zentrale, der Bundeswirtschaftskammer, über Telex verbunden und können so innert Minuten jede Anfrage über die Liefermöglichkeiten irgend eines irgendwo in der Welt gesuchten österreichischen Artikels beantworten. Die dank den einheimischen Mitarbeitern auf gute Kenntnisse von Land und Wirtschaft gestützte Arbeit der Aussenhandelsstellen erschöpft sich aber keineswegs in der Auskunftserteilung, Vermittlung von Adressen und Beratung in allen Aussenhandelsfragen, sondern es werden auch systematisch Messen, Ausstellungen und Modeschauen organisiert, österreichische Exportzeitschriften an die richtigen Adressen geleitet, intensive persönliche Kontakte - besonders auch mit Vertretern der Massenmedien - gepflegt. Man weiss um die Bedeutung guter Public Relations und tut neben der praktischen Arbeit für die Wirtschaft auch viel für das Image des Heimatlandes.

Die Finanzierung der Aussenhandelsstellen ist durch eine gesetzlich vorgeschriebene Gebühr von 3 Promille auf allen österreichischen Ein- und Ausfuhren (inkl. Rohstoffe) gewährleistet. Sie wird von den Zollorganen erhoben und der Bundeswirtschaftskammer direkt überwiesen. Dieser in die sechs Sektoren Handel, Gewerbe, Industrie, Verkehr, Tourismus, Bank-, Kredit- und Versicherungswesen aufgeteilten Kammer sind sämtliche österreichischen Firmen von Gesetzes wegen angeschlossen, welche für ihre ausserhalb der Aussenhandelsförderung erfolgenden Tätigkeiten und daraus entstehenden Kosten einen nach Grösse abgestuften, festen Jahresbeitrag, die sog. Kammerumlage, zu entrichten haben. Die Erhebung der Import- und Exportgebühr, die 1974 allein rund 140 Mio. Fr. einbrachte, stellt keine staatliche Aussenhandelsförderung im klassischen Sinne dar und verstösst gegen keine GATT-Regel, da dieses Entgelt vollständig für die Finanzierung der Kosten der österreichischen Aussenhandelsförderung, sowohl für den Import als auch den Export, verwendet wird.

In Schweden wurde 1971 der Schwedische Exportrat gegründet, die zentrale Stelle der schwedischen Exportförderung, in welcher der Staat durch das Handelsministerium und die Wirtschaft durch die allgemeine Exportvereinigung vertreten sind. Die rechtliche Grundlage bildet eine Vereinbarung zwischen Staat und Wirtschaft; erst 1976 soll entschieden werden, ob sich das vierjährige Provisorium bewährt habe und weitergeführt werden soll. Die Finanzierung des Exportrates wird hauptsächlich vom Staat besorgt. Mit den zur Verfügung gestellten Mitteln konnte eine Organisation aufgebaut werden, deren Zentrale in Stockholm 180 Personen umfasst, während auf den Stützpunkten im Ausland ungefähr 250 bestens ausgebildete Fachleute für den schwedischen Export im Einsatz stehen.

Die schwedischen Handelssekretäre im Ausland werden zwar von der Regierung bestimmt, erhalten die Anweisungen aber direkt vom Exportrat. Nur an Orten, wo noch keine Büros von Handelssekretären bestehen, sind die Botschaften für die exportfördernden Bemühungen gemäss den Richtlinien des Exportrates verantwortlich. Die Handelssekretäre bekleiden ihren Posten während vier Jahren. Der Exportrat schlägt die Kandidaten vor; den Vorzug erhalten Leute, die früher einen führenden Posten in der Industrie innehatten und gute Kenntnisse in internationalen Wirtschaftsfragen haben. Dazu werden jedes Jahr Praktikanten angestellt, um den Nachwuchs sicherzustellen. Die schwedische Exportförderung über den Exportrat ist im Vergleich zur österreichischen noch jung, doch wird ihr bereits attestiert, dass sie wesentlich rationeller und erfolgreicher arbeite als alle früheren Institutionen.

Nach der Erlangung der vollen Souveränität nach dem letzten Weltkrieg errichtete Kanada in allen wichtigen Ländern diplomatische Vertretungen und gliederte ihnen gleichzeitig eine Handelsabteilung mit einem "commercial officer" an, der administrativ zwar dem höchsten Diplomaten unterstellt ist, in seiner praktischen Tätig-

keit jedoch dem Handels- und Industriedepartement in Ottawa direkt verantwortlich ist und auch von ihm seine Instruktionen erhält. In einzelnen Ländern gibt es sogar nur eine Handelsabteilung, nicht aber eine Botschaft. Und auf den Botschaften dieses jungen Landes ist die Handelsabteilung, von wenigen Ausnahmen abgesehen, mit bedeutend mehr Personal dotiert als der diplomatische Dienst. Die Handelsräte der gegenwärtig 86 kanadischen Aussenposten sind drei Jahre lang am gleichen Ort tätig, während die Fachleute aus der Wirtschaft des betreffenden Landes für unbeschränkte Zeit angestellt sind. Die Finanzierung der Handelsräte und ihrer Büros erfolgt durch den Staat, der auch die Rekrutierung und die Ausbildung des Personals besorgt.

Wenn diplomatische Vertretungen anderer Länder auf die sie "belästigenden" Landsleute oft sauer reagieren, falls ihnen zugemutet wird, den "Geschäftlimachern" Unterstützung zu leihen, so hat Kanada seine Handelsabteilungen von Anfang an einzig und allein zum Zwecke eingerichtet, seiner Wirtschaft und ihren Vertretern im Exportgeschäft in jeder denkbaren Weise zu helfen. Und keine kanadische Firma, die schriftlich oder persönlich mit der Handelsabteilung einer ihrer Botschaften irgendwo in der Welt in Verbindung tritt, hat für deren umfassenden Auskünfte und Ratschläge, die sie prompt erhält, auch nur einen Rappen zu bezahlen. Die beispielhafte Kooperation zwischen der kanadischen Wirtschaft und ihren Handelsabteilungen im Ausland ist so selbstverständlich, dass sich die kanadischen Firmen ihrer kaum bewusst sind und es fast nicht glauben können, dass es bei andern Ländern nicht so sein soll.

Dass die diplomatischen Vertretungen grosser Industrieländer wie Grossbritannien, Frankreich und die Vereinigten Staaten in wichtigen Ländern von jeher mit grossen Aussenhandelsabteilungen versehen waren, sei lediglich am Rande erwähnt. Die Bundesrepublik Deutschland fördert ihren Aussenhandel ihrerseits über 36 Auslands-

handelskammern, die ihren festen Sitz ausserhalb der diplomatischen Vertretungen haben; sie stehen über die Bundesstelle für Aussenhandelsinformation mit dem Bundeswirtschaftsministerium in enger Verbindung.

Der schweizerische Weg

Die Notwendigkeit, in der schweizerischen Aussenhandelsförderung neue Wege einzuschlagen, dürfte unbestritten sein. Der Weg, den Oesterreich vor dreissig Jahren beschritten hat, führte dieses Land im Aussenhandel rasch zu bedeutenden Erfolgen. Die Art der Finanzierung der nicht mehr wegzudenkenden österreichischen Aussenhandelsstellen wäre in der Schweiz jedoch kaum durchführbar. Die Schaffung von Stützpunkten ausserhalb der diplomatischen Vertretungen, wie sie auch von Schweden vorgenommen wurde, wäre mit Kosten verbunden, für welche das nötige Geld zurzeit nicht erhältlich sein dürfte. Die kanadische Lösung scheint für unser Land - mindestens für den Anfang - die zweckmässigste und billigste zu sein. Wir verfügen im Ausland bereits über ein dichtes Netz gemeinsamer schweizerischer Stützpunkte, nämlich in Form von 87 Botschaften, 39 Generalkonsulaten und 61 Konsulaten. In den schweizerischen Botschaften - in den grossen Ländern ausserdem in einzelnen Generalkonsulaten - sollte auch für eine Handelsabteilung à la Kanada Platz sein; wo nicht, müsste er geschaffen werden. Wichtige Einrichtungen wie zum Beispiel der Telex sind bereits vorhanden; die erforderlichen Fachleute sollten heute leichter und schneller zu finden sein als noch vor 1-2 Jahren. Der vorgeschlagene Ausbau von Botschaften und Konsulaten mit der damit verbundenen Aufwertung hätte für den Bund selbstverständlich ebenfalls einige finanzielle Konsequenzen; er würde auch bei den eidgenössischen Parlamentariern eine Neuorientierung erfordern.

Auf einigen wenigen Schweizer Botschaften der bedeutendsten Staaten

gibt es Verteidigungsattachés, mit den wirtschaftlichen Angelegenheiten betraute Botschaftsräte, Landwirtschafts-, Kultur- und Wissenschaftsräte. Was eindeutig fehlt, sind kommerzielle Abteilungen, die man auch für den unsichtbaren Schweizer Export, nicht zuletzt den Tourismus, einsetzen könnte. Und diese würde man überall brauchen, sei es zur Verstärkung bisheriger Positionen, sei es zur Erschliessung neuer Märkte. Selbstverständlich wären bei deren Schaffung gewisse Schwerpunkte zu setzen und Prioritäten festzulegen. Jedenfalls ist nicht daran zu zweifeln, dass der Schweizer Export in allen Sparten erheblich ausgedehnt werden könnte, wenn man die angeregten Stützpunkte im Ausland besässe, und dass damit auch den Schweizer Importeuren in mannigfacher Weise gedient wäre, versteht sich von selbst.

Der Export wird in Zukunft noch mehr unser Schicksal sein als bisher; es darf deshalb keine Zeit versäumt werden, den in der Handelsförderung gegenüber dem Ausland eingetretenen Rückstand durch gezielte Massnahmen innert nützlicher Frist aufzuholen. Die dazu am besten geeignete Form zu finden wird gemeinsame Aufgabe von Bund und Wirtschaft sein; ein kleines Gremium kompetenter Fachleute dürfte relativ rasch ein zweckmässiges Konzept zu präsentieren vermögen, in welchem auch die Rolle der Schweizerischen Zentrale für Handelsförderung und der in einer Union zusammengefassten schweizerischen Handelskammern im Ausland - sie alle sind wegen knappen Geldmitteln in ihrer Tätigkeit eingeschränkt - ihren Niederschlag fände.

Von den vielen Aufgabenbereichen der kommerziellen Aussenposten zuhanden der daran interessierten Schweizer Unternehmen und Branchen seien nachstehend nur einige wichtigere genannt:

- kommerzieller Auskunftsdienst
- Handelspflege und -förderung auf Grund persönlicher Kontakte mit Firmen des betreffenden Landes

- allgemeine und besondere Wirtschaftsinformation
- legislativer und administrativer Auskunftsdienst
- Rechtshilfe
- Messewesen
- wirtschaftliche Oeffentlichkeitsarbeit
- Teilnahme an Aussenhandelsseminarien im Heimatland

Wie ein solcher Aussenhandelsstützpunkt in entscheidender Weise zur Erschliessung neuer Märkte beitragen kann, hat sich am neuesten grossen Stickereigeschäft der Oesterreicher mit Nigeria erwiesen. Viel schneller als die Schweizer waren die Vorarlberger über diesen Markt im Bilde, und sie erteilen den Schweizer Stickern zur Bewältigung des Nigeria-Geschäftes nun Lohnaufträge ...

Der Aufbau von speziellen kommerziellen Abteilungen in Schweizer Botschaften und Generalkonsulaten im Ausland und einer entsprechenden Organisation in der Schweiz, der selbstverständlich eine gewisse Zeit erfordert, würde eine nutzbringende Synthese zwischen Dienstleistungen für die einzelnen Unternehmen und gesamtwirtschaftlichen Aufgaben darstellen. Das Beispiel Schweden zeigt indessen, dass eine wirkungsvolle Organisation relativ rasch zum Funktionieren gebracht werden kann. Ausserdem ist zu bedenken, dass man, falls man das Bestehende ausbaut, statt wie Oesterreich und Schweden ausserhalb der diplomatischen Vertretungen stehende Stützpunkte zu errichten, über viele Grundlagen, Einrichtungen und teilweise auch Personal - vor allem der unteren Stufen - bereits verfügt. Nicht wenige Schweizer Botschaften und Konsulate haben ja auch auf dem wirtschaftlichen Gebiet schon bisher Leistungen erbracht; diese kamen oft unter sehr schwierigen Voraussetzungen zustande und verdienen umsomehr den Dank und die Anerkennung der schweizerischen Wirtschaft.

Die in überwiegender Masse mittelständische Struktur der schweizerischen Wirtschaft wird auch in Zukunft einem ständigen Wandel unterworfen sein. Schon aus staatspolitischen Ueberlegungen kann die Schweiz jedoch kein Interesse daran haben, dass ihre Wirtschaft schlussendlich einseitig aus nationalen oder multinationalen Grossunternehmen besteht und von ihnen mehr oder weniger beherrscht wird. Auch werden wir nicht, wie man in euphorischer Verblendung schon glaubte annehmen zu müssen, nur noch know how exportieren können - so viel gescheiter als das Ausland sind wir denn doch nicht -, sondern zur Erhaltung möglichst vieler Arbeitsplätze wird es weiterhin nötig sein, dass wir auch Produkte herstellen und teilweise ins Ausland verkaufen. Wir benötigen möglichst viele gesunde Klein- und Mittelbetriebe, und damit sie gesund bleiben, müssen sie auch besser ins Auslandgeschäft eingeführt werden. Die Schweiz tut mit der Schaffung von Aussenhandels-Stützpunkten im Ausland nichts Ausserordentliches, sondern füllt lediglich eine Lücke aus, die früher oder später gefährliche Auswirkungen zeitigen müsste, wenn man sie belässe. Es ist klar, dass von schweizerischen Aussenhandelsstellen nur leistungsfähige Unternehmen profitieren würden, denn die erste Voraussetzung für ein kontinuierliches Geschäft über die Staatsgrenzen hinweg ist und bleibt eine international hervorragende Konkurrenzfähigkeit der privaten Unternehmen. Es geht bei der Schaffung von kommerziellen Aussenposten nicht um Staatskrücken für eine lahme Wirtschaft, sondern um eine zukunftsgerichtete, sinnvolle Kooperation von Staat und Wirtschaft zur Aufrechterhaltung der schweizerischen Wohlfahrt.

Zusammenfassung

1. Für die Prosperität der Schweiz ist ein reger internationaler Warenaustausch von hoher Bedeutung. Die Ausweitung des Exports ist für die Erhaltung guter Arbeitsplätze besonders wichtig.
2. Der schweizerische Aussenhandel erfolgt bei den Fertigfabrikaten in überwiegendem Masse mit den hochentwickelten Industrieländern; beim Export solcher Produkte entfallen zwei Drittel auf diese zwanzig Staaten, der Rest von nur einem Drittel auf insgesamt 130 Länder.
3. Diese Einseitigkeit im schweizerischen Export ist teilweise auf die in zahlreichen Ländern bestehenden staatlichen Importhemmnisse zurückzuführen, nicht minder indessen auf das Fehlen schlagkräftiger Exportorganisationen bei Tausenden von schweizerischen Klein- und Mittelbetrieben, die zwar durchaus konkurrenzfähige Artikel herstellen, aber nicht über die nötigen Mittel für die Abklärung der Exportmöglichkeiten und den Aufbau einer entsprechenden Verkaufsorganisation verfügen.
4. Für die Konkurrenz der Industrieländer liegen die Verhältnisse an sich ähnlich, abgesehen davon, dass die Aufnahmefähigkeit ihres Binnenmarktes in vielen Fällen jene des schweizerischen um das Mehrfache übertrifft. Ihre Regierungen haben indessen für Aussenhandels-Stützpunkte im Ausland gesorgt, denen vornehmlich die Aufgabe zufällt, der Exportwirtschaft im Heimatland zum Auf- oder Ausbau ihres Exportgeschäftes in jeder Hinsicht maximale Dienste zu leisten. Sie tun dies nicht nur in den in Entwicklung begriffenen Ländern zur Erschliessung neuer Märkte, sondern sind auch in den Industrieländern sehr aktiv, selbst in der kleinen Schweiz.
5. Die Schweiz besitzt keine derartigen Auslands-Stützpunkte für den Aussenhandel. Sie wird aber solche schaffen müssen, um den Warenexport aufrechterhalten und erweitern zu können. Der einfachste und billigste und vorläufig wohl auch beste Weg wäre der entsprechende Ausbau unserer diplomatischen Vertretungen im Ausland, die schon bisher auch für Aussenhandelsfragen beansprucht wurden; aus organisatorischen und vor allem personellen Gründen waren sie in diesem Dienstleistungssektor jedoch von jeher stark eingeschränkt. Den Botschaften - in den grösseren Ländern auch einzelnen Generalkonsulaten - sollten kommerzielle Abteilungen angegliedert werden, und jede Schweizer Firma sollte direkt an sie gelangen und von ihnen alle das Exportgeschäft betreffenden Auskünfte und Ratschläge innert nützlicher Frist

gratis erhalten können. Das gleiche Recht hätte selbstverständlich auch für den Import zu gelten.

6. Die Mittel- und Kleinbetriebe sind in der Schweiz vorherrschend. Viele von ihnen beschäftigen in ihren Unternehmen insgesamt jedoch weniger Leute, als bei einer nationalen oder multinationalen Grossfirma allein in der Exportorganisation tätig sind. Die Mehrzahl der Unternehmen unserer weiterhin einem laufenden Wandel unterworfenen mittelständischen Wirtschaft ist in Zukunft auf effiziente schweizerische Aussenhandels-Stützpunkte im Ausland besonders angewiesen. Die Einrichtung kommerzieller Abteilungen in den in Betracht fallenden Botschaften und Generalkonsulaten sollte in Zusammenarbeit mit der Wirtschaft so bald als möglich an die Hand genommen und sukzessive realisiert werden.
7. Ein solches Netz von Aussenhandels-Stützpunkten im Ausland erfordert einen gut ausgebauten Hauptsitz in der Heimat, der ebenfalls mit besten Fachleuten des Aussenhandels und zur Bewältigung und zweckmässigen Verwertung der Informationsflut mit einem leistungsfähigen Computer versehen sein müsste. Der Hauptsitz wäre einerseits für Organisation und Betrieb der Stützpunkte im Ausland verantwortlich und würde andererseits den schweizerischen Import- und Exportfirmen im Inland in allen Aussenhandelsfragen zur Verfügung stehen. Erwünscht wären auch laufende Kurzinformationen über den Aussenhandel an die Wirtschaft, wie sie zum Beispiel die Bundeswirtschaftskammer in Wien den österreichischen Firmen in vorbildlicher Weise übermittelt.
8. Die Schaffung von kommerziellen Abteilungen in Schweizer Botschaften und Generalkonsulaten im Ausland und einer entsprechenden Organisation in der Schweiz (die selbstverständlich eine gewisse Zeit beansprucht) würde eine nutzbringende Synthese zwischen Dienstleistungen für die einzelnen Unternehmen und gesamtwirtschaftlichen Aufgaben darstellen. Für den Bund ergäben sich einige finanzielle Konsequenzen; bei Regierung und Parlament wäre eine Neu-Orientierung nötig. Und den kleineren und mittleren Unternehmen wäre zu empfehlen, im Aussenhandel in vermehrtem Masse partnerschaftlich zu kooperieren.