



an	KH	HL					
Datum	29.10.	30.10.					
Visa	///	///					
EPD		28.10.75			17		
Ref.	S.C.H. Afr.S. 100.0.						

23. Oktober 1975

551.2.- STR/pj  
ad: U/Z: A/Fy-le

S.C.H. Afr.S. 111.0 ✓

Schweizerische Zentrale für  
Handelsförderung  
Stampfenbachstrasse 85

8035 Z ü r i c h

Herr Direktor,

In Ihrem Schreiben vom 1. September 1975 werfen Sie eine ganze Reihe von Fragen auf zum Thema, welche geeigneten Werbeanstrengungen schweizerischerseits zur weiteren Erschliessung des südafrikanischen Marktes unternommen werden könnten. Da der Unterzeichnete erst seit kürzerer Zeit in Südafrika weilt, wollte er vor Beantwortung Ihres Schreibens die Stellungnahmen der Konsulate in Johannesburg und Kapstadt abwarten. Infolge Ferienabwesenheit eines Konsuls hat sich in der Beantwortung deshalb eine leichte Verzögerung ergeben.

Grundsätzlich ist aus hiesiger Sicht festzuhalten, dass Südafrika ein für schweizerische Produkte bereits gut erschlossener Markt darstellt. Der Ruf der schweizerischen Produkte ist im allgemeinen überdurchschnittlich. Mit einem Exportergebnis im Jahre 1974 von über einer halben Milliarde Franken liegt die Schweiz hinter der Bundesrepublik, Grossbritannien, den USA, Japan, Italien, Frankreich und den Niederlanden an achter Stelle aller Lieferantenländer. Wie Ihnen bekannt ist, verfügen die bedeutendsten schweizerischen Firmen in Südafrika auch über lokale Niederlassungen oder ein bereits gut ausgebautes Vertreternetz. Der Konkurrenzdruck auf dem hiesigen Markt ist sehr gross und die Sättigung des



von der Bevölkerungszahl her beschränkten "weissen" Marktes hat einen derartigen Grad erreicht, dass nur gut angelegte und über längere Zeit durchzuhaltende Werbekampagnen es ermöglichen dürften, neue Marktanteile zu erobern. Der an Bedeutung zunehmende Markt der farbigen Bevölkerungsgruppen zeichnet sich aus durch geringe individuelle Kaufkraft und starkes Traditionsbewusstsein.

Die südafrikanische Wirtschaft befindet sich überdies gegenwärtig an einem Punkt, wo der Kompass nicht auf Expansion steht. Die weltwirtschaftliche Rezession im Verein mit lokalen Faktoren (Goldpreisentwicklung, wirtschaftliche Auswirkungen der Apartheid etc.) hat zur höchsten Inflationsrate (15 %) seit Jahren und zu einer Verschlechterung der Zahlungsbilanzsituation geführt und die Regierung zu einer massiven Abwertung des Rand (17.8 %) veranlasst, deren Auswirkungen auf Struktur und Fortentwicklung der südafrikanischen Wirtschaft gegenwärtig noch nicht voll abzusehen ist. Immerhin ist mit einer Verschärfung der Inflationslage, mit einem Druck auf die Konsumgewohnheiten und mit Strukturveränderungen im Markte zu rechnen.

Unter diesen Umständen ist die handelspolitische Kleinarbeit für die schweizerischen Exporteure wichtiger denn je, weil nur sie geeignet ist, die Folgen des rapiden Verlustes an Konkurrenzfähigkeit aufzufangen, dem schweizerische Produkte vor allem infolge der Verschiebungen auf dem Währungssektor ausgesetzt sind. Pflege, Auf- und Ausbau eines geeigneten Vertreternetzes ist unter diesen Umständen das wichtigste Instrument, um unsere Positionen so gut als möglich zu behaupten. Ein Ausbau dürfte allerdings infolge der gesamtwirtschaftlichen Situation schwierig sein.

Das politische Element darf im Zusammenhang mit dem Handel mit Südafrika nie völlig ausser acht gelassen werden. Es bestimmt, zum Teil in irrationeller Weise, das Handeln anderer Regierungen, beeinflusst die Entscheidungen Privater und wirkt sich namentlich auch aus auf die Rezeptivität offizieller und privater südafrikanischer Kreise. In der südafrikanischen Realität ist die Trennung zwischen Politik und Wirtschaft übrigens keineswegs in einer Art verwirklicht, wie man das von einer durch und durch nach kapitalistischen Grundsätzen organisierten Wirtschaft eigentlich erwarten würde. So erhalten ausländische Handelsinitiativen in Südafrika nur allzu rasch einen politischen Anstrich, weil sie von offiziellen Stellen und von der Presse dazu benützt werden, um das politische Image von Südafrika aufpolieren zu helfen. Dieser Umstand hat zahlreiche Länder, die ihr Missfallen mit der innenpolitischen Situation in Südafrika unterstreichen möchten, veranlasst, ihr offizielles Engagement auf Sparflamme zu setzen was allerdings nicht bedeutet, dass auf privater Basis nicht durchaus bestehende Handelsbeziehungen gepflegt werden. Welche Unterschiede in den Haltungen der einzelnen Länder bestehen, geht aus dem beiliegenden Bericht unseres Konsulates in Kapstadt hervor, der im grossen ganzen auch die Verhältnisse widerspiegelt, wie sie in Johannesburg bestehen.

./.

Wie Sie diesem Bericht von Konsul Isaak entnehmen können, versuchen andere Staaten mit der Entsendung von offiziellen und halboffiziellen Handelsdelegationen und gezielten Show-Effekten für ihre Produkte zu werben. Es sind aber gerade diese Manifestationen, die politisch hochgespielt werden können, wobei dies in durchaus diskreter Weise geschehen kann. Nach der Auffassung von Generalkonsul Rist ist die handelspolitische Werbewirkung solcher Unternehmungen indessen

./.

fragwürdig und höchstens kurzfristig von Nutzen. Wanderausstellungen andererseits bedingen einen kostspieligen Propagandaaufwand, damit bei der mit materiellen Gütern reich gesegneten weissen Käuferschicht ein gewisser Publikumerfolg gewährleistet ist. Besonders in Johannesburg müsste Aussergewöhnliches geboten werden, um ein Teilnahmeinteresse von Geschäftsleuten zu wecken, dem sie gewillt wären beispielsweise eine Tennis- oder Golfpartie zu opfern. Die Werbung arbeitet in diesem Land denn auch noch mit recht groben Mitteln und das breite Publikum ist voll darauf eingestellt.

Nachdem ich dieser Tage selbst Gelegenheit hatte, mich mit Mitgliedern einer grossen flämischen Delegation von Geschäftsleuten zu unterhalten, kann ich mich des Eindrucks nicht erwehren, dass zahlreiche der dieses Land bereisenden "Wirtschafts-Delegationen" den touristischen und exotischen Aspekten mehr Gewicht beimessen als der Gelegenheit zur Förderung der Geschäftsbeziehungen. Wie unsere Handelszahlen zeigen, dürften deshalb die im Stillen gepflegten, gezielten Kontakte schweizerischer Geschäftsleute mehr konkrete Wirkung entfalten.

Generalkonsul Rist in Johannesburg regt aufgrund seiner langjährigen Erfahrung an, die OSEC möchte im Verein mit Exportförderungsorganisationen anderer Länder prüfen, ob nicht gemeinsam zu geeigneter Zeit eine "European Industrial Exhibition" organisiert werden könnte, um so den Anstrengungen Japans und der USA begegnen zu können.

Er gibt weiter zu bedenken, dass für eine nachhaltige Unterstützung von Werbeanstrengungen auf wirtschaftlichem Gebiet die personelle Basis unserer beiden Konsulate sehr schwach ist. Dies trifft erst recht für diese Botschaft zu.

Zahlreiche Konkurrenten-Länder sind in dieser Beziehung personell und organisatorisch wesentlich besser ausgerüstet. In Johannesburg haben die Engländer z.Z. beispielsweise zwei Konsuln und drei Vizekonsuln, welche die Wirtschafts- und Handelsangelegenheiten bearbeiten, Frankreich und Oesterreich verfügen über je 4 "gradierte" Beamte für diesen Zweck, während unser Land diese Aufgaben in Teilarbeit bewältigt. Für grössere Initiativen bleibt unter diesen Umständen kaum Spielraum.

Ich hoffe, dass Ihnen diese Gedanken erlauben, sich ein realistisches Bild von der gegenwärtigen Lage zu machen und stehe Ihnen für eine Weiterführung dieses Dialogs jederzeit wieder zur Verfügung.

Ich versichere Sie, Herr Direktor, meiner vorzüglichen Hochachtung.

Der Schweizerische Geschäftsträger a.i.

(Strauch)

Beilage erw.