

EIDGENOESSISCHES DEPARTEMENT FUER AUSWAERTIGE ANGELEGENHEITEN

Bern, im November 1985

EXPORTFOERDERUNGSSEMINAR THUN

1. - 5. Juli 1985

S E M I N A R B E R I C H T

Verfasst von den Diplomatenstagiaires:

Aeschbacher Martin
Antonietti Markus
Bonhôte Christian
de Cerjat Bénédict
Dardenne Eric
Furgler Dominik
Regli André

I N H A L TSeiteMontag, 1. Juli 1985

Prof. Dr. W. Wittmann: "Entwicklungstendenzen in der Schweizerischen Volkswirtschaft" (Zusammenfassung)	1
Dr. Felix Wehrle: "Die sechste Schweiz" (Zusammenfassung)	2
<u>Das "offizielle schweizerische Exportförderungsdispositiv"</u>	
1. M. Jaeger: Allgemeines; Struktur und Probleme	3
2. M. Ludwig: Funktion und Aufgaben der Schweizerischen Zentrale für Handelsförderung (SZH)	5
3. P. Saladin: Funktion und Bedeutung der Exportrisikogarantie	6

Dienstag, 2. Juli 1985Die Exportförderung durch die Privatwirtschaft

1. Aufgaben und Funktionen des Vororts und der Verbände	8
2. Die Rolle der Banken	9
3. Tätigkeit der privaten Exportförderungsorganisationen	9
4. Fallstudien bei der Firma LASAG AG, Thun	10

Mittwoch, 3. Juli 1985

Seite

W. Fust: Beobachtungen und praktische Erfahrungen beim Aufbau und bei der Leitung eines Wirtschafts- und Handelsdienstes an Aussenposten (Referat, Ergebnisse der Gruppenarbeiten) 11

Fragen der Zusammenarbeit zwischen der SZH und den Aussenposten (Referate von Vertretern der SZH) 14

Gruppendiskussionen:

1. Informationen über ausländische Märkte 15
2. Mandatsreisen 16
3. Propaganda und Informationen über die Schweiz 18
4. Nachweisdienst / Vertretervermittlung 18

Donnerstag, 4. Juli 1985

Fallstudien und Gruppendiskussionen

- Gruppe 1: Exportförderung in insolventen bzw. hochverschuldeten Ländern 20
- Gruppe 2: Probleme mit Staatshandelsländern 21
- Gruppe 3: Probleme im Zusammenhang mit Mischkrediten 23
- Gruppe 4: Exporte als Resultate von Beteiligungen an Messen und Ausstellungen 24

Die Aufgaben der schweizerischen Handelskammern im Ausland und ihre Zusammenarbeit mit den Aussenposten 26

Präsentation der Schweizerischen Verkehrszentrale 27

Freitag, 5. Juli 1985

Fallstudien und Gruppendiskussionen

Vorschläge als Ergebnisse der Diskussionen 28

Entwicklungshilfe und Exportförderung 29

Montag, 1. Juli 1985

EROEFFNUNG

- Herr Botschafter R. Wermuth heisst die Teilnehmer des dies-jährigen Seminars herzlich willkommen und wünscht allen eine erfolgreiche Woche. Er dankt besonders Herrn Dr. P. Saladin, Herrn R. Bodenmüller, Herrn Jaeger, den Herren der SZH, dem Generalsekretariat sowie den Referenten für ihre Mitarbeit.

- Herr Dr. P. Saladin begrüsst die Anwesenden. Er nennt als Zielsetzungen dieser Woche:
 - a) Auffrischung der Kenntnisse über die Schweizer Wirtschaft und ihre Institutionen

 - b) Praktische Anleitungen für die Exportförderungsarbeit, v.a. durch Gruppenarbeiten.

Prof. Dr. W. Wittmann: "ENTWICKLUNGSTENDENZEN IN DER SCHWEIZERISCHEN VOLKSWIRTSCHAFT"

Prof. Wittmanns (W) Ausführungen stehen unter dem Grundsatz, dass Problemlösungen langfristig angegangen werden müssen.

Drei Elemente bestimmen die wirtschaftliche Entwicklung: Arbeit, Kapital und - als unbestritten entscheidender Faktor - der technische Fortschritt. Diese Entwicklung spielt sich in langen Wellen von 20-30 Jahren ab. Dynamischer Aufschwung wird mit der Zeit von Sättigung, Verdrängungswettbewerb, Preiszerfall und Ueberkapazitäten bedroht. In dieser Situation hilft der Staat oft, die Nachfrage zu stimulieren, was Inflation und Verschuldung zur Folge hat. Zu einem neuen Aufschwung sind aber technische Fortschritte und "ideale" Rahmenbedingungen nötig (z.B. Abbau Protektionismus). Hier sieht W aber für die Schweiz im Moment schwarz: Anpassungsrückstände, rasanter Anstieg der Steuerbelastung, enorm hohe Sozial-

abgaben (Belastungen total bis 60 %); Nachwehen der 60er-Jahre: zuwenig realitätsbezogene Ausbildung, Stabilität - die Kreativität nicht gerade fördert - extremes Sicherheitsdenken und dadurch immer mehr Zwangssparen. Da von 1979 bis 1983 praktisch kein reales Wirtschaftswachstum zu verzeichnen war und die Abgaben stiegen, schrumpften Erträge, Reserven, Eigenfinanzierung, Arbeitsplätze. Das Aussteigen vieler Unternehmer sowie fehlende Möglichkeiten der Risikokapitalfinanzierung halten junge Unternehmer von Neuerungen ab.

Die Zukunft sieht nach W dementsprechend düster aus. Arbeitsplätze können nach W in grossem Umfang nur durch technologische Neuerungen geschaffen werden. Es ist umstritten, ob die Schweiz schon "abgehängt" ist oder nicht. Ferner ist die Schaffung von Arbeitsplätzen bei neuen Dienstleistungen, die exportiert werden können, möglich. Bestehende Branchen - wie Tourismus, Gesundheitswesen, Banken - sind aber an Grenzen gestossen. Die unerlässliche Rationalisierung wird noch Arbeitsplätze kosten.

Unerlässlich sind für W eine Umstrukturierung der Ausbildung, eine effiziente Forschung (in die richtige Richtung...), der Abbau von Staatseingriffen und Abgaben für Unternehmer, das Zurverfügungstellen von genügend Risikokapital. Das Hauptproblem besteht aber darin, dass es ohne eine Aenderung unserer Politik im allgemeinen auch keine wirtschaftspolitische Wendung geben kann. Nach dem gegenwärtigen Stand der Dinge ist für W eine politische Wende aber unwahrscheinlich.

Dr. Felix Wehrle: "DIE SECHSTE SCHWEIZ"

Pour M. Wehrle, auteur avec le Professeur Silvio Borner d'un livre intitulé justement "Die sechste Schweiz" (Orell Füssli, 1984), la survie de l'économie suisse dans le contexte actuel dépend non seulement de la capacité d'exportation des entreprises industrielles actives en Suisse, mais aussi, et de plus en plus, de leur capacité à produire à l'étranger.

Les grands groupes suisse - qu'il s'agisse de Nestlé, des trois "bâlois" (Ciba-Geigy, Roche, Sandoz) ou des principales entreprises de la métallurgie et de la mécanique (BBC, Alusuisse, Oerlikon-Bührle, Sulzer, Georg Fischer, etc.) - sont déjà fortement implantés à l'étranger. En 1980, les 15 plus grands groupes suisses occupaient au total 644'000 salariés, dont 483'000 à l'étranger, ceux-là même qui constituent "la sixième Suisse".

Par contre, les petites et moyennes entreprises de notre pays n'ont souvent pas encore fait le pas de produire à l'étranger. Il faut les y aider, car la politisation des relations économiques internationales, avec toutes les mesures nationalistes (protectionnisme, ...) qu'elle entraîne, les obligera à s'adapter toujours plus à l'internationalisation de l'industrie. L'arrivée sur les marchés, comme concurrents actifs, des entreprises japonaises et originaires des nouveaux pays développés (Hong Kong, Taïwan, Corée du Sud, Singapour, etc.) leur demande en outre de retrouver une dynamique propre et d'apprendre à mieux coopérer avec leurs partenaires étrangers (joint ventures, cessions de licence, etc.).

Lors de la discussion, il apparaît qu'un séminaire sur la promotion des investissements suisses à l'étranger se justifierait aujourd'hui.

Herr Max Jaeger: "DAS OFFIZIELLE SCHWEIZERISCHE EXPORTFOERDERUNGSDISPOSITIV;
Allgemeines, Struktur und Probleme

Wettbewerbsfähigkeit und Export sind für die Schweiz lebenswichtig. 80 % unserer Exportwirtschaft besteht aus kleinen und mittleren Unternehmen. Hier muss unsere Förderung ansetzen!

Der Staat muss auf 3 Stufen Rahmenbedingungen schaffen:

1. Binnenwirtschaft

Hier muss schon auf Export hingearbeitet werden (z.B. Innovationsrisikogarantie, Ausbildung, Steuersystem usw.)

2. Aussenwirtschafts-
politik Multilaterale und bilaterale Beziehungen: Hauptaufgabe des BAWI. Haupterfolg: Freihandelsvertrag mit EG. Hauptprobleme: Protektionismus, Verschuldung, Konkurrenz.
3. Prakt. Exportförderung - nur flankierend (primär Unternehmerfunktion).
- Milizsystem.
- 3 Instrumente: ERG, SZH, Botschaften/Konsulate.
- Postulat: Unterstützung auch der "6. Schweiz". Exportförderung wird so zunehmend umfassende Aussenwirtschaftsförderung.

Die Aufgaben der Botschaften/Konsulate im Speziellen

1. Unterstützung und Kooperation mit der SZH (Information über ausl. Märkte, Zusammenarbeit bei Messen, Mandatsreisen, Vertreter- u. Partnersuche, Firmenbesprechungen, Publikationen).
2. Autonome Tätigkeiten: Direkte Unterstützung Privater (aber möglichst Zentralisierung bei SZH!)
3. Grundsätze:
 - Unterstützung flankierend, Hauptlast bei Unternehmern
 - Firmenneutralität
 - Keine Verpflichtungen zulasten des Bundes (rechtlich, moralisch, finanziell)
 - Spezifität der Unterstützung: Ort, Zeit, Mittel u. Umstände beachten
 - Entgeltlichkeit: Hilfe gegen Gebühr!
4. Tips:
 - Exportförderungskonzept erarbeiten
 - massgeschneidertes Vorgehen durch Wichtigkeitsabstufung
 - Information ist dazu conditio sine qua non! (intensive Kontakte mit Geschäftsleuten am Platz, z.B. durch Businesslunches).

M. Mario Ludwig (Direktor, SZH): "FUNKTION UND AUFGABEN DER SCHWEIZERISCHEN ZENTRALE FUER HANDELSFOERDERUNG (SZH)"

M. Ludwig présente l'Office Suisse d'Expansion Commerciale comme une organisation de droit privé qui regroupe aujourd'hui environ 2'200 membres, soit près de 75 % de l'ensemble des entreprises suisses exportatrices. La Confédération participe actuellement, pour environ 38 %¹⁾, au budget de base de l'OSEC, qui atteint près de 18 millions Fr. par an. Les cotisations des membres couvrent 10 % du budget, alors que les 50 % restant sont couverts par le revenu des prestations de service fournies par l'Office.

L'OSEC a pour but de promouvoir les exportations suisses au sens large. C'est dire qu'il s'agit aussi bien des exportations des biens, que des exportations de services, ou même des investissements suisses à l'étranger (encore que les conseils dans ce dernier domaine relèvent plutôt du secteur bancaire).

Pour atteindre son objectif, l'OSEC offre des services très variés: information sur les marchés étrangers, conseil et assistance à l'exportation, entremise des représentants, organisation de participations officielles suisses à des foires et expositions à l'étranger, publicité et information sur la Suisse, publication de documents sur les produits et services suisses à l'exportation, formation de spécialistes pour le commerce extérieur.

M. Ludwig rappelle pour terminer les points forts du programme d'activités de l'OSEC pour la période 1986-1988. Les zones d'actions prioritaires ont été fixées dans les pays industrialisés (USA et Japon en particulier), mais l'Office sera également très actif dans les "nouveaux pays industrialisés" (Hong Kong, Taïwan, Singapour, Corée du Sud) et dans les pays membres de l'ASEAN. Les participations traditionnelles à des foires internationales seront maintenues mais pas accrues. On s'efforcera bien plus de développer la participation à des foires professionnelles et à des semaines

1) Maximum 45 % fixé par loi.

techniques. En ce qui concerne les publications, le programme engagé (les brochures "La Suisse-votre partenaire" en sont par exemple à leur troisième série) sera poursuivi, en relation avec des manifestations internationales pouvant en augmenter l'impact.

Herr Dr. P. Saladin, BAWI: "FUNKTION UND BEDEUTUNG DER EXPORT-RISIKOGARANTIE (ERG)"

1. Grundlagen und Funktionieren der ERG gemäss ERG-Gesetz und Verordnung.
2. Konkrete Zahlen: Rechnung 1984; vgl. "Pressemitteilung" in Beilage 1.
3. Hauptprobleme:
 - Finanzlage: nach Gesetz Eigenwirtschaftlichkeit vorgeschrieben; Bundesvorschuss heute Fr. 600 Mio.; gegen 1987 wahrscheinlich bei Fr. 1 Mia.
 - Gebühren auf 1.4.85 stark gestiegen: ERG wird im Auslandvergleich relativ teuer.
 - Deshalb tragen Unternehmer heute mehr Risiken selber; Gefahr, dass ERG vor allem schlechte Risiken bekommt.
 - Privates Delkredere nicht abgedeckt (im Gegensatz zu gewissen ausländischen Institutionen).
 - Währungsgarantie auf 1.4.1985 sistiert; Banken machen Währungsabsicherung, je nach Währung, bis ca. 5 Jahre. Langfristige Währungsgarantien sind erhältlich bei ERG.
 - Garantiesätze: bei Mischkrediten bis 95 %; Durchschnitt 1985 rund 77 %, was international eher tief ist. Aber Gesamtpolitik muss betrachtet werden.
 - Internationaler Kreditwettbewerb: OECD-Konsensus betr. Exportkredite zu wenig strikt eingehalten. Schweiz kennt keine Soft-Funds zur Kreditverbilligung. Mischkreditrahmen eng.
4. Wie können die Aussenposten der ERG helfen?
 - Mitarbeit bei Länderinformationsdienst
 - Konjunkturberichte an SZH
 - Berichte über Verschuldungslage, Konsolidierungsverhandlungen
 - Information der Unternehmer über ERG
 - Berichte über ERG-Institute anderer Länder
 - Hintergrundberichte über angebliche Verletzungen des OECD-Konsensus über Exportkredite
 - Einzelfallbearbeitung auf Instruktion der Zentrale.

FRAGEN, DISKUSSION ZU DEN NACHMITTAGS-THEMEN (PANELGESPRÄCH)

Lors de la discussion d'ensemble sur les thèmes abordés par MM. Jaeger, Ludwig et Saladin, les participants montrent beaucoup d'intérêt à l'égard des services de l'OSEC et pour la collaboration des postes à l'étranger avec cet office. M. Ludwig a ainsi l'occasion de préciser les grandes lignes de la politique de l'OSEC et d'apporter quelques informations complémentaires sur les services offerts à Zurich et à Lausanne. Il évoque les difficultés que rencontrent parfois ses collaborateurs pour obtenir une claire définition des besoins des entreprises et rappelle que l'OSEC est obligé de fixer des priorités dans ses activités. Ces priorités n'empêchent pas les Ambassades de prendre des initiatives, dans le domaine des manifestations à l'étranger en particulier, et l'OSEC s'efforce alors de fournir le matériel de promotion nécessaire.

MM. Jaeger et Ludwig ont l'occasion d'échanger quelques propos sur l'attitude de l'administration en général, et des postes à l'étranger en particulier, à l'égard des entreprises suisses qui utilisent leurs services. Des "recommandations" sont possibles, mais il faut alors se montrer prudent et n'utiliser que des références connues. Il ne faut pas oublier une éventuelle concurrence entre entreprises suisses et respecter dans la mesure du possible un bon équilibre en évitant toute discrimination. Les agents à l'étranger doivent néanmoins se sentir assez libres de s'engager s'ils gardent à l'esprit le but de leurs actions: promouvoir les exportations suisses.

Quelques sujets sont abordés plus rapidement: l'intégration européenne de la Suisse, la promotion des importations étrangères en Suisse en tant qu'instrument de la coopération au développement et les crédits mixtes.

Dienstag, 2. Juli 1985

DIE EXPORTFOERDERUNG DURCH DIE PRIVATWIRTSCHAFT

1. Aufgaben und Funktionen des Vororts und der Verbände

Die folgenden Verbände wurden durch ihre Vertreter kurz vorgestellt:

Vorort (Herr Hutzli), VSM (Herr Horat), Schweizerische Gesellschaft für Chemische Industrie (Herr Schenk), Fédération Horlogère (Herr Kellerhals), Verein Schweizerischer Textilindustrieller (Herr Nef), Konferenz der Schweizerischen Nahrungsmittelindustrie (Herr Hodler).

- Sämtliche Verbandsvertreter betonten die Bedeutung der Information durch die schweizerischen diplomatischen Vertretungen (auch für Unternehmen, die ihre eigenen Auslandsniederlassungen haben).
- Diese Information wird immer verarbeitet und soweit nötig vertraulich behandelt.
- Obwohl der Vorort eine eigene Verteilung vornimmt, ist es aus zeitlichen Gründen sinnvoll, die Information auch direkt den interessierten Fachverbänden zukommen zu lassen (mit Verteilerliste).
- Die Information sollte möglichst frühzeitig erfolgen und kann knapp gehalten sein.
- Kommentare sind sehr wünschbar und sollten als solche kenntlich sein.
- Themen der gewünschten Information: Massnahmen des Gaststaates (Erlasse über Zölle, Steuern, Soziales usw.); Marktanalysen; Marktzugangsbedingungen; öffentl. Ausschreibungen; Verhalten der Konkurrenz; Organisation Vertriebssystem; Probleme mit Schweizer Produkten.

- Auch Informationen über Investitionsbedingungen und -gelegenheiten sind erwünscht (wobei die Kleinstruktur der schweizerischen Industrie berücksichtigt werden muss).

2. Die Rolle der Banken

Herr Hennemet, 1. Sekretär der Schweiz. Bankiervereinigung, stellte kurz diesen Verband vor und berichtete über die verschiedenen Entwicklungen in der Exportfinanzierung durch die Banken.

Die Schweiz. Bankiervereinigung ist von unseren diplomatischen Vertretungen insbesondere an Informationen in folgenden Gebieten interessiert:

- Gesetzliche Änderungen im Bereich Finanzen und Banken
- Presseartikel über Schweizer Banken (Imagepflege).

3. Tätigkeit der privaten Exportförderungsorganisationen

In kurzen Referaten stellten die einzelnen Vertreter der privaten Exportförderungsorganisationen ihre Organisation vor: d.h. Swissrail, Muba, Swexco, Buchhändler, Swissexport, Telesuisse, Swisscom und SIDI.

Alle Referenten wiesen auf die Wichtigkeit von Informationen über Projekte, Ausschreibungen, neue Gesetze, Zeitungsausschnitte etc., die sie aus dem Ausland erhalten, hin.

Aus der nachfolgenden Diskussion ging hervor, dass die Informationen weiterhin auf den bisherigen Kanälen, wie es in der Weisung 953 vorgesehen ist, zu erfolgen hat. Es steht jedem Botschaftsvertreter jedoch frei, neben den obligatorischen Informationsstellen (BAWI/SZH) auch den privaten Exportförderungsorganisationen die Informationen zukommen zu lassen.

Fallstudie "LASAG AG"

Nach einer kurzen Vorstellung der LASAG AG (die grösste Laserfirma Europas, die auf dem Medizinal- und Industriebereich tätig ist), zeigten die Firmenvertreter anhand eines konkreten Beispiels die Probleme bei der Erschliessung eines neuen Marktes (USA) auf.

Aufgrund der Schwierigkeiten, die die LASAG bei der Erschliessung des USA-Marktes antraf, traten die Vertreter der LASAG mit einer "Wunschliste" für die Assistenz durch Schweizerische-Ausland-Vertretungen auf:

1. Verteilung eines Merkblattes über den Zoll (Guidelines)
2. Probleme mit der FDA (Food & Drug Administration):
 - Vermittlung von CH-Firmen, welche die Prozedur bis zum "premarket approval" bestanden haben.
 - Zugriff zur FDA-Datenbank (progress reports)
 - Teilnahme der diplomatischen Vertretung an FDA-Panel-Meetings
 - Editierung eines Merkblattes über FDA-Bestimmungen.
3. Promotion
 - Vermittlung medizinischer (Hi-Tech) Behandlungen in der CH (z.B. bei Professor Fankhauser, Augenspezialist)
 - Verteilung von Informationen an interessierte Kreise (z.B. Schweizer im Ausland)
 - Imageförderung der Schweiz als innovatives Hochtechnologieland
 - Aktive Unterstützung zur Sicherung von "prime site" an Kongressen und Messen, z.B. geschlossene nationale Präsenz
 - Förderung der Kooperation von CH-Firmen (über Vertretungen) im Ausland.

Anhand eines anderen konkreten Falles (Lasertechnologieexport in die Sowjetunion) wurde auf die Probleme beim Export in einen "schwierigen" Markt hingewiesen und für die schweizerischen diplomatischen Vertretungen folgende "Wunschliste" erstellt:

- Auskünfte über Partner-Unternehmen, Kreditwürdigkeit, Zahlungsmentalität
- Merkblatt über Geschäftsbedingungen (z.B. Rabatte), Liefer- und Zahlungsbedingungen, Geschäftsabwicklung
- Information über einzelne Branchen, Firmen, Produkte, Umsätze, "Ansehen".

Anschliessend fand eine Betriebsbesichtigung bei der Firma LASAG AG statt.

Mittwoch, 3. Juli 1985

Referat W. Fust "BEOBACHTUNGEN UND PRAKTISCHE ERFAHRUNGEN BEIM AUFBAU UND BEI DER LEITUNG EINES WIRTSCHAFTS- UND HANDELSDIENSTES AN AUSSENPOSTEN"

Ausgehend von seinen Erfahrungen in einem Staatshandelsland im Mittleren Osten und einem hochentwickelten Land im Fernen Osten legt der Referent eine Liste und Vorschlägen vor. Diese werden anschliessend in Arbeitsgruppen untersucht und ergänzt.

Exportförderung ist anstrengende Kleinarbeit. Die Grundlagen: Weisungen 953 und 954. Sie sind das Sicherheitsnetz für die Arbeit am Trapez. Die Arbeitsinstrumente müssen immer wieder auf Vollständigkeit, Verfügbarkeit und Verwendbarkeit überprüft werden. Rasche Aneignung von Grundkenntnissen ist wichtig. Darunter fallen u.a. Strukturen, Wirtschaftsdaten, Analyse der Aussenhandelsstatistiken, Bezugsquellenübersicht, schweiz. Exportstatistik für das Gastland, Dienstleistungen und Investitionstätigkeit.

Die Unterlagen des Vorgängers sind wichtig. Noch wichtiger das Kontaktnetz, welches 2/3 der Arbeit ausmacht: Kontakt-Management! Ueber diese Kontakte Buch führen. Lokale Handelsassistenten: nicht im luftleeren Raum arbeiten lassen. Sie sollen ins Botschaftsleben integriert werden.

Was die Beobachtungen über Entwicklungen im Gastland betrifft, so unterscheiden wir drei Aspekte:

- a) das Land als Exportmarkt unserer Wirtschaft
- b) das (Industrie) Land als Konkurrent
- c) Vorkehrungen des Gastlandes, um auf Drittmärkten erfolgreich zu sein.

Die Existenz und Effizienz des Handelsdienstes allein sollte Werbung für die Schweiz sein.

Die Zusammenarbeit mit der SZH ist wichtig: Grundlage ist eine echte Partnerschaft. Die Handelskammern im Ausland tragen zu

unserem erfolgreichen Wirken bei. Für die Botschaften sind gute Beziehungen zu diesen Interessenvertretern erstrebenswert.

Wir sollten versuchen, bei der Diskussion um die Exportförderung die vorhandenen Strukturen zu fördern und zu nutzen. Es ist eine Chance, die mikroökonomische Ebene besser kennenzulernen. Die Arbeit ist mühsam und aufwendig aber sicherlich befruchtend!

Dieser Vortrag (mit Beilagen) ist an alle Aussenposten verschickt worden.

Im Rahmen von Arbeitsgruppen werden anschliessend die Anregungen des "Berichtes Fust" besprochen und ergänzt.

Vorschläge zur Verbesserung

1. An BAWI/EDA

- Erstellen einer Sachregistratur um die Kontinuität beim Wechsel eines Mitarbeiters zu sichern (speziell auf Handelsfragen abgestimmt)
- Schaffung eines "Manuals"; spezifisch auf den Arbeitsablauf im Wirtschaftsdienst unserer Vertretung im Ausland ausgerichtet. (Grundlage: Fust-Folien).
- Vermehrte Flexibilität des Missionschefs bei der Gewährung von Dienstreisen zu Wirtschaftszwecken.
- Repräsentationsbudget zuhanden der Handelsabteilung der Botschaft erwünscht; bisher nur dem ersten Mitarbeiter zugeteilt.
- Mitteilungen an lokale Handelsassistenten wenn möglich in Landessprache (unbedingt für Handelsassistenten englischer Sprache). Mühselige Uebersetzungsarbeit kann erspart werden.
- Durchführung von Ausbildungskursen für im Ausland tätige Sekretariatsmitarbeiter des EDA, welche in der Handelsabteilung selbständig Informationsarbeit leisten.

2. An EDA

- Botschaften sollten Informationen an wichtige Konsulate weiterliefern, um diesen den Zugang zu den Quellen zu verbessern.
- Bessere Registrierung und feinere Aufschlüsselung.

3. Préparation d'un collaborateur chargé des affaires économiques/commerciales avant le départ de Suisse

Prendre contact avec:

- l'OFAEE

- le responsable de la zone géographique,
- le responsable du Service du développement (crédit mixte, si le futur pays de résidence pourrait entrer en considération).

- l'OSEC

- Lausanne:
 - le Délégué compétent pour la zone géographique.
 - le Chef du Département de la promotion du commerce extérieur.
 - le responsable du service de la documentation.
- Zürich:
 - le Chef du service des "représentations";
 - le responsable du Département "Foires et expositions".

- la DDA (pour autant qu'elle soit active dans le futur pays de résidence)

- les différentes Associations (Vorort, VSM, FH, etc).

- l'ONST
- le Chargé des affaires commerciales de la représentation diplomatique en Suisse du futur pays de résidence;
- le collègue de qui l'agent reprend la fonction à l'étranger;
- (avec une grande réserve) les plus importantes maisons suisses actives dans le futur pays de résidence.

FRAGEN DER ZUSAMMENARBEIT ZWISCHEN DER SZH UND DEN AUSSENPOSTEN

Herr Sutter von der SZH betont bei der einleitenden Vorstellung die Scharnierfunktion der SZH zwischen Staat und Privatindustrie. Die rund 2'200 Mitglieder erfahren pro Jahr einen Zuwachs von 150 Neumitgliedern, während ca. 100 Abgänge zu verzeichnen sind. Das Ziel ist verstärkte Kundennähe und ein verstärktes Feedback der Firmen. Anschliessend stellen sich die einzelnen Dienste vor.

Herr Gugolz präsentiert den Produktenachweis. Bessere Information, Grundlageplanung, Informationsbeschaffung, Aufbereitung, Verarbeitung und Verwendung sind die Ziele. Die Bezugsquellenvermittlung und das "Swiss Export Directory" bilden Schwerpunkte. Die Datenbank der SZH weist 1985 9000 Firmen auf (1982: 4000 Firmen). Auch das Exporthandbuch soll ausgebaut werden. 1986: 9000 Firmen mit 10'000 Produkten (1982: 4200 Firmen mit 6'000 Produkten). Das Exporthandbuch soll neu alle zwei Jahre erscheinen.

Herr Levkowicz befasst sich mit der Vertretervermittlung. Das Anbieten qualifizierter und kontrollierter Geschäftspartner ist wichtig. Für Vertreter ist eine Checkliste vorhanden, welche auch auf Englisch erhältlich ist.

Herr Bühler erklärt die Messen und Sonderaktionen. Es erfolgt eine Rollenplanung auf drei Jahre. Zweimal jährlich wird ein internationaler Messekalender produziert.

Monsieur Piotet présente le cadre de la promotion du commerce extérieur s'articulant autour d'activités sur le terrain (voyages à mandat, délégation d'hommes d'affaire) et d'activités. Il relève l'utilisation par l'OSEC de banques de données informatiques dans la recherche d'informations.

Monsieur Dentan rappelle que plusieurs départements de l'OSEC tirent leurs principales sources d'informations des représentations diplomatiques et consulaires à l'étranger. Il distribue à cet effet une liste des besoins de l'OSEC en matière d'informations sur les marchés étrangers et relève les possibilités de valorisation du travail offertes par différentes revues (bulletin hebdomadaire, collection d'études des pays à marché, business guide).

Monsieur Peitrequin dresse un panorama des moyens d'information et de propagande de l'OSEC permettant de faire connaître les produits suisses à l'étranger, moyens reposant essentiellement sur la communication écrite. (1984: 12 publications représentant 400'000 exemplaires, principalement les périodiques "La Suisse votre partenaire" et "Nouvelles économiques de la Suisse"). Il émet le souhait que soient communiquées plus tôt les informations concernant les délégations de visiteurs (objectifs, composition) - 6 à 8 semaines à l'avance.

Travaux et discussions en groupes:

1. Informations sur les marchés étrangers

Foires

Il s'avère que la diffusion des rapports de postes sur les foires à l'étranger est limitée. Le système pourrait être amélioré en intégrant une rubrique spéciale dans le bulletin "Marchés étrangers".

Appels d'offre

L'OSEC regrette que les informations concernant les appels

d'offre n'arrivent souvent qu'au dernier moment. L'impact du bulletin est étroitement lié au respect de certains délais. En fait, il s'avère que les Ambassades, elles-mêmes, reçoivent les informations très tard. Pour l'OSEC, l'information écrite sur les appels est un appoint. Elle ne publie les appels d'offre que si les délais sont suffisants, c'est-à-dire laissant aux entreprises de 3 à 4 semaines pour répondre dès la publication dans le bulletin. Certains se demandent si les ambassades ne pourraient pas adresser les appels d'offre directement aux entreprises susceptibles d'être intéressées. L'OSEC n'y est pas favorable.

2. Promotion du commerce extérieur

Les participants à ce groupe de travail ont procédé à un tour d'horizon sur les expériences faites par les représentations avec les délégués en voyage à mandat. Dans ce contexte les points forts de la discussion peuvent être résumés de la manière suivante:

Moyens dont dispose l'OSEC: 5 délégués ayant la possibilité d'accepter environ 200 mandats par année.

Rayon d'action des délégués: Monde entier à l'exception de l'Europe, de l'Amérique du Nord, du Japon (qui n'est pas couvert pour des difficultés liées à la pénétration de ce marché).

Résultat des missions: Selon l'OSEC les délégués arrivent en général à accomplir les missions qui leur sont confiées. Cependant des difficultés se font jour à différents niveaux:

- a) au niveau de la préparation de la mission
- b) au niveau du déroulement de la mission

a) Préparation de la mission

- il s'agirait de faire davantage de publicité pour amorcer la visite des délégués (à qui, comment, à bref délai, etc.)
- problèmes inhérents à la multiplicité et à la diversité des mandats (doutes de la part des partenaires quant aux connaissances techniques des délégués de l'OSEC)

- temps que les préparatifs peuvent occasionner. Dans certains cas ce temps est si important que les représentations suisses sont de l'avis qu'elles pourraient elles-mêmes remplir le mandat. L'OSEC pense que dans une telle éventualité la représentation serait handicapée du fait qu'elle ne connaît pas la société suisse exportatrice et les aspects techniques de la marchandise.

b) Déroulement de la mission

- rencontres de contact dépendant du hasard
- représentations suisses rarement en contact avec les sociétés locales qui acceptent le mandat
- délégués ne connaissant pas suffisamment le pays. Pour OSEC, missions sont importantes justement dans cette perspective. Il s'agit en premier lieu de mettre un outil à disposition des PME pour débroussailler le chemin.

Principales critiques:

- La principale critique de la part des représentations concerne le manque de feed-back quant au résultat de la mission. L'OSEC éprouve la même frustration, l'information dépendant des entreprises. Le fait que des mandats sont confiés à intervalles réguliers à l'OSEC par les mêmes entreprises est néanmoins un indice témoignant du besoin de telles missions.
- Manque de motivation des entreprises pour procéder immédiatement au travail de follow-up.
- Aspect méthodique. L'exportateur ne devrait-il pas aller sur place, une fois le contact établi, s'il veut valablement travailler le marché? Pour l'OSEC, des problèmes d'effectifs de personnel et de disponibilité ne permettent pas aux PME d'y procéder (entreprises à one-man show).

3. Propagande et information sur la Suisse

Brochure "La Suisse votre partenaire"

Les participants ont tous fait part d'échos extrêmement favorables. L'OSEC est consciente qu'on touche pour le moment plus de gens intéressants qu'intéressés. Les ouvrages ont davantage un caractère promotionnel.

"Nouvelles économiques" de Suisse

L'OSEC souhaite améliorer la diffusion en concentrant le tout sur les ambassades. Les enquêtes faites en Suisse révèlent de bons résultats. La brochure a davantage de crédibilité du fait qu'elle n'apparaît pas trop comme un support publicitaire.

Affiches

Le but de faire connaître le niveau des arts graphiques en Suisse.

Textiles suisses

Certains participants considèrent que c'est du gaspillage alors que d'autres en font bon usage en diffusant la revue auprès de la presse spécialisée.

4. Bei der Diskussion um den Nachweisdienst wurde der Wunsch nach einer qualitativen und quantitativen Verbesserung geäußert. Auf den Botschaften sollten mehr Quellen ausgearbeitet werden. Bei der Qualitätsseite ist eine vermehrte Anwendung des gelben Blattes wünschbar. Die Messeberichterstattung erfordert nach Wunsch der Diskussionsteilnehmer eine Checkliste. Hier sollen die Punkte von Bedeutung bei der Abfertigung von Rapporten aufgelistet werden. Die Behandlung von Problemfällen bei der Vertretervermittlung ergab eine animierte Diskussion. Es

kristallisierten sich sechs Problemkreise heraus:

1. Die vorhandenen Unterlagen reichen nicht immer aus bei der Vertretersuche. Hier wurde mehr Professionalität verlangt.
2. Die sogenannte passive Vermittlung und Probleme des mangelnden Feedbacks der Schweizer Exporteure. In diesem Zusammenhang wurde auch die Frage der regelmässigen Auskünfte der SZH an die Auslandvertretungen oder interessierte Schweizerfirmen angeschnitten.
3. Aufträge von Firmen an die SZH zur Suche neuer Agenten unter der Auflage, dass der gegenwärtige Vertreter nicht berücksichtigt werde, sollten nicht angenommen werden.
4. Lokale Handelsassistenten sollen in der Sprache des Landes benachrichtigt werden. Dies erspart Mühe bei den Uebersetzungsarbeiten. Die SZH denkt dazu einen Zirkularbrief an die Auslandvertretungen zu senden. Dieses Thema wurde früher aufgebracht und ist weder neu noch originell, aber nach wie vor aktuell.
5. Bei Produktion für den Export ist oft unklar, um was es sich handelt. Hier können direkte Rückfragen bei der SZH per Telex hilfreich sein.
6. Die Firmen im Handbuch sind - nach eigenen Auskünften - durchaus exportwillig. Es stellt sich natürlich die Frage, ob das Handbuch ein Firmenverzeichnis oder ein Exportfirmenverzeichnis sein soll.

Donnerstag, den 4. Juli 1985

Herr Saladin begrüsst die Teilnehmer und Wirtschaftsvertreter, stellt die in Gruppen zu behandelnden Fallstudien zu den vier Themenkreisen vor und gibt die Gruppeneinteilung bekannt.

Diese Themenkreise sind:

- Gruppe 1: Exportförderung in insolventen Ländern, bzw. hochverschuldeten Ländern
- Gruppe 2: Probleme mit Staatshandelsländern
- Gruppe 3: Probleme im Zusammenhang mit Mischkrediten
- Gruppe 4: Exporte als Resultate von Beteiligungen an Messen und Ausstellungen.

Zwischen 08.15 h und 11.00 h diskutierten die Gruppen und legten zwischen 11.00 h und 12.00 h dem Plenum ihre Schlussfolgerungen vor.

Folgerungen aus den Gruppenarbeiten:

Gruppe 1: Exportförderung in insolventen bzw. hochverschuldeten Ländern (Vorsitz: R. Kummer, BAWI)

Aus der Diskussion, die anhand des Beispiels von Südamerika geführt wurde, ergaben sich kurz zusammengefasst folgende praktische Anregungen:

- a) Die Beurteilung von Länderrisiken wird mehr und mehr zu einer Aufgabe der Botschaften und Konsulate. Die ERG-Kommission ist auf diese Angaben dringend angewiesen.
- b) Die Tätigkeit der schweizerischen Vertretungen als Inkassostellen ist problematisch. Sie wird bejaht bei Geschäften mit ERG-Deckung, da die Schweiz involviert ist. Bei rein privaten Geschäften sollte Zurückhaltung geübt werden. Da diesbezüglich bei den Vertretungen (und der Zentrale ...?) Unsicherheiten bestehen, müssen unbedingt Abklärungen bezüglich der Inkassoweisungen vorgenommen werden.

- c) Gegengeschäfte sind offiziell unerwünscht, drängen sich in der Praxis jedoch immer mehr auf. Allgemein ist zu wenig bekannt, wie man sich gegenüber der Möglichkeit solcher Geschäfte verhalten soll. Deshalb sind die Instruktionen bezüglich der Gegengeschäfte zu überprüfen.
- d) Auf die Frage der aktiven und passiven Exportförderung der Aussenposten muss dringend zurückgekommen werden.

Gruppe 2: Probleme mit Staatshandelsländern
(Vorsitz: R. Laub, BAWI)

Der Vorsitzende der Gruppe macht zunächst auf den Umstand aufmerksam, dass der Osthandel 3-3,5 % der schweizerischen Exporte ausmacht. Aus dem weiten Umfeld sind vier Problemkreise näher behandelt worden:

1. Information
2. Kurierbenützung
3. Gemischte Kommissionen, Besuchsdiplomatie
4. Cocom

1. Information

Auf der Seite der Staatshandelsländer hat sich seit der KSZE-Akte von Helsinki die Lage nicht verbessert, sondern zum Teil verschlechtert. Die Informationsbeschaffung bleibt schwierig. Auf der schweizerischen Seite besteht ein Problem darin, dass die Botschaften zu wenig Informationen über die Firmen verfügen und diese sich erst in einer schwierigen Situation an die Botschaften wenden. Hier wird das Anliegen vorgebracht, den Botschaften mehr Informationen zukommen zu lassen.

Im Bereich der Information besteht nach wie vor das Holprinzip. Da die Endkontakte mit den Abnehmern schwierig, zum Teil untersagt sind, bestehen die besten Kontaktmöglichkeiten an Messen, Symposien und Seminarien.

2. Die Benützung des Kuriers durch schweizerische Unternehmen:

Von verschiedenen Teilnehmern wird dieses Anliegen vorgebracht, doch stellen sich dabei technische Probleme. Die Schwierigkeit liegt weiter darin, in welcher Form diese die Wiener Konvention tangierende Uebermittlungsmöglichkeit den Unternehmern mitgeteilt werden soll, ohne dadurch mit der Wiener Konvention in Konflikt zu geraten.

3. Gemischte Kommissionen, Besuchsdiplomatie

Es wird das Anliegen nach einer Intensivierung der Besuchsdiplomatie erhoben, doch soll dabei selektiv vorgegangen werden.

4. Cocom

Im Rahmen des Gesamtexportes von etwa 50 Mia. Fr. fällt 1 o/oo unter die Cocom-Bestimmungen. Von diesen sind Geschäfte im Umfang von 15 Mio Fr. kritische Fälle. Es wird in der Gruppe auf den Multiplikatoreffekt der Cocom-Bestimmungen hingewiesen für die Fälle, da nur ein Teil einer Gesamtlieferung von diesen Bestimmungen erfasst wird. Bei den Cocom-Bestimmungen darf die Grundproblematik - die Verantwortbarkeit des Osthandels - nicht vergessen werden.

Ein weiteres Problem stellt das Verhältnis zu den Vereinigten Staaten dar, mit denen ein modus vivendi gefunden werden muss. Von Teilnehmern der Gruppe wird hervorgehoben, dass in einer allfälligen Abwägung zwischen Ost- und Westhandel auf den ersteren verzichtet würde.

Gruppe 3: Probleme im Zusammenhang mit Mischkrediten

(Vorsitz: N. Imboden, BAWI)

Einigkeit besteht in dieser Gruppe darüber, dass die Zielsetzung der Mischkredite entwicklungspolitischer Natur ist, während in der Frage, ob die Mischkredite exportfördernd seien, eine eher negative Antwort vorherrscht.

Die von dieser Gruppe besprochenen Problemkreise:

1. Konkurrenzfähigkeit
2. Preisgestaltung
3. Strukturhaltung
4. Projektidentifikation

1. Konkurrenzfähigkeit

Nach Meinung des BAWI bildet das "International Competitive Bidding" (ICB) das beste Instrument, während die Vertreter der Industrie im ICB eine begrenzte Nützlichkeit sehen und ein besseres Mittel in begrenzten Ausschreibungen (Preisqualifikation) erblicken. Für die Botschaften stellt sich die Frage, ob diese fähig sind, Entscheidungshilfe zu leisten.

2. Preisgestaltung

Die Industrie will die Preisfestlegung aufgrund einer Reihe von Kriterien festlegen (Markt, Währung), da die Verträge oft vor Kenntnis der Bedingungen der Finanzierung durch die Mischkredite ausgehandelt werden.

3. Strukturhaltung

In der Auseinandersetzung, ob die Mischkredite der Entwicklungspolitik oder der Arbeitsplatzsicherung dienen, gibt das BAWI der Entwicklungspolitik die Priorität, wobei der politische Bereich nicht ausser Acht gelassen werden darf. Nach Meinung der Industrie dürfen die Mischkredite nicht der Strukturhaltungspolitik dienen.

4. Projektidentifikation

Hier bestehen mehrere Probleme: der Empfängerstaat ist oft überfordert und das BAWI nimmt keine Projektidentifikationen vor. Für die Industrie sind es oft Kosten à fonds perdu. Ausserdem besteht ein Wirbel, indem eine Regierung oftmals sagt: "Projekte unter der Bedingung von Mischkrediten", während das BAWI sagt: "Mischkredite unter der Bedingung, dass Projekte vorhanden". Kofinanzierungen, Projektlisten und Projektkredite werden von der Gruppe als Lösungsmöglichkeiten vorgeschlagen. Zusammenfassend wird die begrenzte Nützlichkeit der Mischkredite hervorgehoben und für die Zukunft eine andere Länderauswahl, eine bessere Koordination zwischen Verwaltung, Industrie und Politikern und andere Formen ("matching funds") angeregt.

P. Saladin weist auf den nächsten Rahmenkredit Ende 1985 hin und bemerkt, dass die Transparenz der Entwicklungskreditpolitik grösser werden kann. Des weiteren definiert P. Saladin den Mischkredit als in der Grenzzone zwischen Exportförderung und Entwicklungspolitik liegend.

Gruppe 4: Exporte als Resultate von Beteiligungen an Messen und Ausstellungen (Vorsitz: K. Bächler, SZH)

Die Gruppe befasste sich nicht mit obigem Thema, da das zu Beginn angeschnittene Thema "Probleme mit Messen und Ausstellungen" zu intensiver und teilweise heftiger Diskussion führte.

Wertvoll war es dabei für die Botschafts- und Konsulatsmitarbeiter vor allem, den Standpunkt der Industrievertreter zu Messen und Ausstellungen kennenzulernen.

Wichtigste Zwecke einer Messe sind für die Industrie:

- Verkaufsförderung
- Einstieg in einem Land
- PR-Aktionen, Goodwill
- Kontakte zur Konkurrenz

Die Gewichtung dieser Aspekte ist branchenabhängig, die Investitionsgüterindustrie stellt z.B. klar die Verkaufsförderung in den Vordergrund. Die Konsumgüterindustrie regt speziell die Möglichkeit von point of sale-Aktionen im Ausland an.

Ein zentrales Problem der Messebeteiligung sind die Kosten. Hier zeigt sich eine Hauptschwierigkeit bei der Zusammenarbeit zwischen den schweizerischen Vertretungen im Ausland und der Wirtschaft: Bei ersteren ist die Bereitschaft, mit Enthusiasmus und einer grossen Portion Idealismus etwas für die Schweizer Wirtschaft zu tun, unverkennbar. Sie erwarten auf ihre Bemühungen hin ein positives Echo aus der Schweiz und sind dann oft frustriert, wenn dieses ausbleibt, weil die Schweizer Firmen - aus begreiflichen Gründen - eigenwirtschaftliche Gesichtspunkte in den Vordergrund stellen und deshalb eine Beteiligung anders beurteilen. Das gegenseitige Verständnis muss deshalb gefördert werden.

Weitere Erkenntnisse und Wünsche:

- Die Botschaften und Konsulate möchten von der Industrie und SZH informiert werden, wenn Firmen an Messen in ihrem Land teilnehmen.
- Es ist nicht immer von Vorteil für ein schweizerisches Unternehmen, unter Schweizer Zeichen oder in einer Schweizer Gruppe aufzutreten. Oft zieht es z.B. die Präsentation ihres Produktes direkt neben dem Konkurrenten aus dem Ausland vor.
- Andere kleine Länder (z.B. Taiwan, Dänemark, Oesterreich) haben mit ihren Präsentationsstrategien weit höhere Erfolge als die Schweiz.

Ergebnis: Auf Anregung des Vorsitzenden schlägt die Gruppe die Schaffung einer Arbeitsgruppe, zusammengesetzt z.B. aus Vertretern von BAWI, SZH, Verbänden, Botschaften, Exporteuren, vor. Ihre Aufgabe wäre u.a. die Vornahme einer Standortbestimmung sowie das Studium neuer Formen von schweizerischen Veranstaltungen im Ausland.

DIE AUFGABEN DER SCHWEIZERISCHEN HANDELSKAMMERN IM AUSLAND UND IHRE ZUSAMMENARBEIT MIT DEN AUSSENPOSTEN

Herr P. Saladin begrüsst Herrn F. Ochsner, Präsident der Union Schweizerischer Handelskammern im Ausland, und Herrn M. Schätzle, SZH.

Herr Ochsner: Die Handelskammern sind durch ihren privatwirtschaftlichen Charakter, das kostengünstige Milizsystem und die praxisbezogene Tätigkeit gekennzeichnet.

Die Aufgaben der Handelskammern sind die Vertretung der Schweizer Wirtschaftsinteressen, die Förderung der gegenseitigen Wirtschaftsbeziehungen, die Unterstützung der Schweizer Exportwirtschaft und die Imagepflege der Schweiz.

Die Dienstleistungen der Handelskammern umfassen die wirtschaftlichen Mitteilungen über das Residenzland, Marktanalysen, Adress- und Bezugsquellennachweis, die Dokumentation, die Herausgabe von Publikationen, die Beteiligung an Messen und eine breite Palette zusätzlicher Aktivitäten.

Die Zusammenarbeit mit den Botschaften ist zum Teil schriftlich geregelt, wobei die Botschaften mehr makroökonomische, die Handelskammern eher mikroökonomische Aspekte pflegen. Zum Teil besteht im Interesse einer pragmatischen Behandlung keine feste Aufteilung. Gute menschliche Kontakte verbessern die Zusammenarbeit zwischen den Botschaften und den Handelskammern untereinander.

Herr Schätzle (SZH) weist auf die verschiedenen Grössen der Handelskammern und den Inhalt der Verträge hin, die zwischen den Botschaften und den Handelskammern geschlossen worden sind. Das Zusatzprogramm des Bundes bringt für die Jahre 1983-87 17 Mio. Fr.

Der Referent sähe als Optimum ein Vierecksverhältnis zwischen den Botschaften, den Handelskammern, der SZH und dem BAWI.

Herr P. Saladin weist auf die verschiedenen Typen von Handelskammern hin: die operationellen - mit einem Sekretariat ausgerüsteten - und die "business mens' clubs", die dem Gedankenaustausch dienen.

Diskussion:

Zentrales Thema der Diskussion war die Frage der Neugründung von Handelskammern. Hervorgehoben wurde, dass der Diplomat die Verantwortung für Neugründungen nicht übernehmen, sondern nur Private anregen kann ("Motivationsstrategie"). Allerdings müssen BAWI, SZH und Union über solche Initiativen orientiert werden (gemeinsame Sprachregelung) und sollten diesen Schritt unterstützen (SZH ist eher skeptisch im gegenwärtigen Zeitpunkt). Ein weiteres Hauptkriterium für eine Neugründung ist ihre finanzielle Tragbarkeit.

TOURISMUS

Präsentation der Schweizerischen Verkehrszentrale

Für Angaben zur Verkehrszentrale vgl. die allen Teilnehmern abgegebene, umfangreiche Dokumentation. In der Diskussion wurde die kritische Frage gestellt, ob man den Tourismus wirklich noch aktiv fördern solle, wenn man die vielen negativen Aspekte desselben betrachte. Die Vertreter der Schweizerischen Verkehrszentrale bejahten eine Förderung, wenn es um Qualitätstourismus gehe. Die Verkehrszentrale unternehme auf diesem Gebiet einiges, z.B. Organisation von Spezialausstellungen, Herausgabe von Spezialbroschüren über Hobbyferien, Kulturmöglichkeiten usw.

Vendredi 5 juillet 1985

Cas d'études - discussions en groupes: COLLABORATION ENTRE LES
DIFFERENTS PARTENAIRES CONCERNES PAR LA PROMOTION DES EXPORTATIONS

Propositions d'améliorations issues des discussions menées au sein de quatre groupes:

1. Propositions aux représentations

- Intensifier les contacts avec les ministères importants
- Montrer moins de timidité vis-à-vis des autorités locales
- Oser monter aux barricades
- Si nécessaire, aller jusqu'à user d'influence
- Suivre de près l'action des associations locales d'importateurs
- Transmettre plus rapidement les informations sur les marchés
- Faire si possible un premier tri dans les informations
- Conserver une certaine discrétion dans la diffusion des informations venant des entreprises
- Etayer les réponses aux entreprises

2. Propositions à l'OSEC

- Mieux se faire connaître
- Améliorer son image de marque
- Accélérer la transmission des appels d'offre

3. Propositions au BAWI

- Etablir un "vademecum" des services du BAWI et des représentations suisses à l'étranger, en insistant sur les procédures à suivre pour obtenir leur intervention
- Mieux renseigner les entreprises concernant les possibilités de financement
- Accuser réception des lettres des entreprises et des rapports des ambassades.

4. Propositions aux entreprises suisses

- Mieux utiliser les instruments existants
- S'orienter sur les activités de l'OSEC, de la communauté Suisseexport et des Chambres de commerce suisses à l'étranger
- Entretenir des relations régulières avec les représentations officielles suisses à l'étranger
- Présenter les problèmes de manière claire et complète (présentation des produits ou services, énumération des entreprises et produits concurrents, etc.)
- Informer les organismes officiels sur les projets en cours
- Mieux motiver les agents à l'étranger
- Ne pas oublier de les informer des résultats, positifs ou négatifs, de leur intervention (le "feedback" est très important)
- Se concerter dans la mesure du possible avec d'autres entreprises de la branche
- Penser à utiliser l'expérience des grands groupes suisses à l'étranger

"ENTWICKLUNGSHILFE UND EXPORTFOERDERUNG" aus der Sicht des BAWI
(Referat von Herrn Dr. R. Jeker, Entwicklungsdienst BAWI)

Das Ziel der Entwicklungshilfe ist die Verbesserung der Situation in den Entwicklungsländern. Durch den Einsatz von schweizerischen Gütern, Dienstleistungen und schweizerischem Know-how hat sie jedoch auch Bedeutung für die Exportwirtschaft.

Dem Entwicklungsdienst des BAWI stehen fünf Instrumente zur Verfügung:

- 1) Mischkredite
- 2) Zahlungsbilanzhilfe
- 3) Handelsförderung (Import)
- 4) Investitionsförderung
- 5) Rohstoffe

Die Mischkredite sind für die Exportwirtschaft am wichtigsten.

Zurzeit laufen 20 Mischkredite in Wert von 1,5 Mia Sfr. Die Zuteilung erfolgt nach entwicklungs- und ordnungspolitischen Kriterien.

Die Zahlungsbilanzhilfe hat in den letzten Jahren an Bedeutung gewonnen (insbesondere für afrikanische Länder). Kriterien sind 1) ein substantielles Reformprogramm, 2) internationale Unterstützung. Obwohl ungebunden, fördert die Zahlungsbilanzhilfe indirekt auch die Ausfuhr schweizerischer Güter.

Insgesamt ist der Rückfluss an Aufträgen grösser als die vergebenen finanziellen Mittel.

Die drei anderen Instrumente (Import- und Investitionsförderung, Rohstoffe) haben für die schweizerische Exportwirtschaft weniger unmittelbare Bedeutung. Langfristig sind sie jedoch (gerade im Hinblick auf die Verschuldung) durch die wirtschaftliche Stärkung der Entwicklungsländer auch für unsere Exportwirtschaft wichtig.

Für die Förderung der Importe aus den Entwicklungsländern ist die SZH zuständig.

Im Bereich der Investitionsförderung arbeitet das BAWI eng mit dem lokalen UNIDO Büro - Zürich und dem Sekretariat der "Technology for people" in Genf zusammen.

Entwicklungshilfe und Exportförderung aus der Sicht der DEH
(Referat von P. Künzi, Fachdienst Industrie, DEH)

Aufträge aus der Entwicklungszusammenarbeit (EZ) sind für die schweizerische Wirtschaft zunehmend wichtig. Die Statistik der Rückflüsse zeigt, dass der Grossteil der EZ-Aufträge an Schweizer Unternehmen von internationalen Organisationen/Entwicklungsbanken stammen. Auszahlungen, welche direkt unter der Kontrolle der DEH stehen - d.h. bei denen die DEH entscheiden kann, welche Güter oder Dienstleistungen wo gekauft werden - sind dagegen relativ klein.

Deshalb ist es für die schweizerische Privatindustrie wichtig, die Kontakte zu internationalen Organisationen und Entwicklungsbanken auszubauen. Die DEH kann ihnen dabei helfen: sie hat eine Stelle

"Beziehungen zur Privatwirtschaft" (Hr. Moser), in deren Pflichtenheft u.a. die Beratung der Schweizer Firmen gehört. Zudem hat die DEH der Weltbank eine Kreditlinie zur Verfügung gestellt, welche den Einsatz schweizerischer Consulting-Firmen bei IDA-Aufträgen finanziert. Zu erwähnen ist auch das vierteljährliche Informationsbulletin, welches über bevorstehende Projekte orientiert.

Die DEH prüft weitere Massnahmen im Rahmen einer internen Arbeitsgruppe. Vorschläge, die zur Diskussion stehen, sind z.B.: Computerisierung der Konsulentenkarten, bessere Nutzung des relevanten Länder-knowhows an Zentrale und im Feld, bessere Information der Zentralen Mitarbeiter und Koordinatoren über Potential/Spezialitäten der Schweizer Firmen, periodische Kontakte zwischen DEH und Industrien zum Abbau von gegenseitigen Vorurteilen.

Aufgabe der DEH ist jedoch nicht die Exportförderung - aber auch nicht die Exportverhinderung. Sie kann nur die Eigenanstrengungen der Privatwirtschaft unterstützen.

Diskussion:

Von einem Teilnehmer wird vorgebracht, er vermisse, dass die Publikation "Güter, Leistungen und Investitionen" den Teilnehmern, speziell denjenigen, die in Entwicklungsländern stationiert sind, und denjenigen, die in einem Sitzland einer internationalen oder regionalen Entwicklungsorganisation auf Posten sind, nicht ausgeteilt worden sei. Herr Saladin verspricht Prüfung und allenfalls Versand.

Bezüglich der Länderorientierung im nächsten Rahmenkredit würden keine grundsätzlichen Änderungen vorgenommen.

In der Frage eines stärkeren Kontaktes zwischen der DEH und der Privatwirtschaft wird der Vorschlag eines "round-table" (z.B. über Mischkredite) entgegengenommen.

Bezüglich der Kombination der Lieferung von Investitionsgütern und einem damit verbundenen Ausbildungslehrgang wird auf die Swiss-contact verwiesen.