

EIDGENOESSISCHES DEPARTEMENT FUER AUSWAERTIGE ANGELEGENHEITEN

Bern, Oktober 1987

Wirtschafts- und Exportförderungsseminar 1987

Thun, 29. Juni - 3. Juli

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

verfasst von den Diplomatenstagiaires:

ALTERMATT, Claude

BORER, Thomas

BURKHARD, Peter

DAHINDEN, Martin

ESCHER, Regina

GUBLER, Benedict

HAFFNER, Walter

HUSY, Stephan

KUNZ, Kurt

MAURER, Peter

SEGER, Paul

VOGELSANGER, David

WITTWER, Alexander

Inhaltsübersicht

| | Seite |
|--|-------|
| I Eröffnung des Seminars durch Vertreter des EDA und des BAWI | 3 |
| II Gruppe A | 4 |
| 1. Schweizerisches Exportförderungsdispositiv | |
| 2. <u>Exportrisikogarantie - Investitionsrisikogarantie</u> | 5 |
| 3. Funktion und Aufgaben der Schweiz. Zentrale für Handelsförderung (OSEC) | |
| 4. Aufbau und Aufgaben der Handelsdienste der Aussenposten | 7 |
| a) aus der Sicht der Privatwirtschaft | |
| b) aus der Sicht der Aussenposten | 8 |
| III Gruppe B | 9 |
| Aufgaben und Probleme des Exportmarketing. Vertiefung des Verständnisses für die Probleme von exportabhängigen Klein- und Mittelfirmen und deren Bedürfnisse für die Handelsförderung | |
| IV Einführung in das Instrumentarium der Entwicklungshilfe: | 12 |
| Technologietransfer - Zahlungsbilanzhilfe - Mischkredite | |
| V Investitionsförderung in der Schweiz durch Bund und Kantone | 13 |

| | | |
|------|---|----|
| VI | Aufgaben und Funktion des Vorortes und der Verbände bei der Exportförderung | 13 |
| VII | Die Rolle der Banken bei der Exportförderung | 15 |
| VIII | Tätigkeit privater Exportförderungsorganisationen | 17 |
| IX | Konkurrenzfähigkeit der Schweiz im High-Tech-Bereich | 18 |
| X | Präsentation der Schweizerischen Verkehrszentrale | 19 |
| XI | Probleme der schweizerischen Multinationalen | 21 |
| XII | Besondere Fragen der Zusammenarbeit zwischen der OSEC, der Handelskammern und den Aussenposten | 22 |
| XIII | Bearbeitung von Fallstudien nach Ländergruppen | 23 |

Anhänge:

- I Programm
- II Liste der Teilnehmer EDA/BAWI
- III Industrieteilnehmer
- IV Kurzbericht

Montag, 29. Juni 1987

I Eröffnung des Seminars durch
Vertreter des EDA und des BAWI

Das Seminar wird durch den Stellvertreter des Generalsekretärs, Herrn B. Freymond eröffnet. Der Redner weist auf die Bedeutung hin, die dem EDA in der Handelsförderung, namentlich in Zeiten abnehmenden Wirtschaftswachstums, zukommt. Der Dialog zwischen den Aussenposten des Staates und den Spitzenverbänden der Wirtschaft ist notwendig, er fördert den Absatz schweizerischer Güter und die Inanspruchnahme schweizerischer Dienstleistungen. Die Beurteilung der wirtschaftlichen Lage durch die Aussenvertreter soll der Exportwirtschaft zugute kommen. Die Dienste der staatlichen Aussenposten werden vor allem von Klein- und Mittelbetrieben beansprucht, da diese, im Gegensatz zu den Schweizer Multis, nicht über die entsprechende Infrastruktur verfügen.

Herr Freymond erwähnt ausserdem die grosse Arbeitsüberlastung, welche teilweise bedenkliche Ausmasse angenommen hat und das gute Funktionieren der Aussenposten zu gefährden droht.

Herr M. Jaeger, Leiter des Exportförderungsdienstes im BAWI betont seinerseits in seinem Eintrittsreferat die Notwendigkeit der Kontaktpflege zwischen BAWI und dem Aussendienst. Er unterstreicht dabei insbesondere die ausserordentliche Bedeutung, die dem Aussenhandel in der Schweiz zukommt. Das BSP beträgt gegenwärtig ungefähr 250 Mia SFr. im Jahr, davon entfallen 100 Mia auf den Aussenhandelsbeitrag. Die Verflechtung mit dem Ausland hat demnach einen sehr hohen Stand erreicht und nimmt weiterhin zu. Während der traditionelle Fehlbetrag in der Handelsbilanz der Schweiz kaum ins Gewicht fällt, spricht besonders der eindruckliche Ueberschuss der Ertragsbilanz (+ 20 Mia SFr.) für die Stärke unserer Wirtschaft.

Nicht hoch genug können die Schweizer Direktinvestitionen im Ausland eingeschätzt werden; so erzeugen beispielsweise die Niederlassungen schweizerischer Multis jährlich für 100 Mia Sfr. Waren im Ausland.

II Gruppe A

1. Schweizerisches Exportförderungsdispositiv

Herr Jaeger erwähnt einleitend die Kernelemente der Schweizer Exportindustrie:

- hoher Anteil der Klein- und Mittelbetriebe
- sozialer Frieden
- hoher Bildungs- und Ausbildungsstand
- hoher Stand der Forschung und Entwicklung

negative Elemente:

- zunehmende Ueberalterung
- Ausländerpolitik
- "Besitzstanddenken", wenig Innovationsfreude.

Die heutige Zeit wird dadurch geprägt, dass die Politik immer stärker die internationalen Handelsströme bestimmt. Die Gefahr des Protektionismus wächst und dieser nimmt die vielfältigsten Formen an.

Da die schweizerische Aussenhandelspolitik in erster Linie günstige Rahmenbedingungen schaffen will, wirkt sie auch auf die Binnenpolitik ein. Was die Exportförderung betrifft, so gelten in diesem Bereich die folgenden Grundsätze:

- flankierende Hilfe
- subsidiär (Mittel: ERG, OSEC, Aussendienst EDA)
- Verfolgung der Handelsverhältnisse im Gastland;

Zwischenglied zwischen Kunde und Schweizer Geschäftsleuten (vgl. dazu EDA-Weisung 951); dies gilt auch in denjenigen Staaten, in denen Handelskammern bestehen.

2. Exportrisikogarantie - Investitionsrisikogarantie

Herr K. Schärer, BAWI, stellt das System der 1934 gegründeten ERG ("Exportrisikogarantie", Rechtsgrundlage: BG 26.2.1958, Verordnung vom 15.1.1969), dar. Er zeigt den Ablauf eines Gesuchs an die ERG: zuerst erfolgt die grundsätzliche Anfrage, nach gründlicher Prüfung durch die Geschäftsstelle in Zürich entscheidet die paritätisch zusammengesetzte Kommission, ob dem Gesuch stattgegeben wird. Bei wichtigen Projekten stellt sie auch den Antrag an die Bundesbehörden. Herr Schärer erörtert auch die schwierige Finanzlage der ERG. Die Nachfrage nach Versicherungsgarantie hat sich in den letzten Jahren zurückgebildet.

Die Sanierung der ERG-Finanzlage könne nur über eine Ausweitung der Versicherungsleistungen erfolgen.

Der Referent weist im übrigen auf die internationale Vernetzung der staatlichen Exportrisikoversicherung hin (GATT, EFTA, OECD, Berner Union, Pariser Club). Schliesslich wird noch die relativ unbedeutende, ausschliesslich als Mittel der Entwicklungszusammenarbeit vorgesehene IRG ("Investitionsrisikogarantie") kurz vorgestellt. Der Anwendungsbereich dieses auf einem BG von 1970 fussenden Instruments beschränkt sich auf die Entwicklungsländer.

3. Funktion und Aufgaben der Schweizerischen Zentrale für Handelsförderung (OSEC)

Referent: Direktor W. Fust

Die OSEC bildet ein Bindeglied zwischen der staatlichen Exportförderung und den privaten Unternehmern. Zugleich kommt ihr eine Drehscheibenfunktion zu, indem sie schweizerischen Exporteuren Absatzmöglichkeiten im Ausland zugänglich macht.

1987 erhielt die Schweiz. Zentrale für Handelsförderung eine neue Struktur, um an Kundenmärkten zu gewinnen, marktgerechtere Problemlösungspakete anbieten zu können, die internen Kommunikationswege zu verkürzen, die interne Führung zu verstärken.

Die OSEC bietet eine ganze Reihe von Dienstleistungen, insb. Nachweisdienst, Exportberatung, Information über Auslandsmärkte, Anbahnen von Geschäftsmöglichkeiten, Messe-Dienstleistungen.

Durch den Nachweisdienst soll eine ausländische Nachfrage mit einem schweizerischen Angebot optimal zusammengebracht werden. Ein wichtiges Hilfsmittel hierfür bildet der Swiss Export Directory (Handbuch mit allen Informationen).

Die OSEC vermittelt ferner konkrete Geschäftsmöglichkeiten, indem sie als Drehscheibe zwischen Anfragen von schweizerischen Exporteuren und von Anfragen von ausländischen Interessenten nach Geschäftspartnern, Lizenz- und Vertretungsmöglichkeiten dient.

Die OSEC leistet dem schweizerischen Exporteur bei Ausstellungen und Fachmessen gute Dienste (Beratung, Vermittlung).

Schliesslich gibt die OSEC eine ganze Reihe von Publikationen heraus (Switzerland-Your Partner, Textiles Suisses, Sonderpublikationen, Sonderbeilagen, Swiss Business). Neuestes Werk ist der in Zusammenarbeit mit EDA und BAWI publizierte Exportförderungs-Newsletter zuhanden aller schweizerischen Botschaften und Konsulate. Diese nützliche, zusätzliche Informationsquelle erscheint viermal pro Jahr.

4. Aufbau und Aufgaben der Handelsdienste der Aussenposten

a) Aus der Sicht der Privatwirtschaft

Referent: Direktor P. Blöchlinger

Der Referent legt in Form mehrerer Gebote seine Forderungen an die Handelsdienste dar. So erwartet er zuallererst gründliche Kenntnisse der schweizerischen Wirtschaft (Verbände, Vereinigungen, Firmen, Produkte, Nachschlagewerke) als Vorbedingung erfolgreicher Arbeit im Gastland. Diese besteht zunächst einmal im Liefern von Informationen: das Interesse reicht von der allgemeinen wirtschaftlichen Lage, dem juristisch-politischen Umfeld über das lokale wirtschaftliche Geschehen bis hin zur Lieferung guter Adressen von Vertretern oder Rechtsberatern. Des Weiteren sollen Kontakte vermittelt und auch angeknüpft werden. Wichtig sind gute Beziehungen zu Behördenstellen und staatlichen Organen, ganz besonders aber zu Entscheidungsträgern. Diese müssen nicht zuletzt durch Einladungen auf hohem Niveau, d.h. möglichst unter "Schirmherrschaft" des Botschafters, angebahnt werden. Allenfalls sind auch Reisen in die Schweiz (wo industrieseits der Empfang organisiert wird) einzufädeln. Zuguterletzt muss von den Handelsdiensten manchmal auch ganz praktische Hilfe, das Ueberlassen nachrichtentechnischer Infrastruktur (und sei es eine Schreibmaschine an einem Sonntagmorgen) etwa, erwartet werden können. Seine auf Erfahrung basierenden Ratschläge zusammenfassend relativiert der Referent diese etwas, indem er bedauernd auf die personellen Engpässe der Aussenposten hinweist. Nicht Gebote aber doch Wünsche bilden für den Referenten ausserdem die politisch neutrale Haltung der in den Handelsdiensten Beschäftigten, die Aussicht auf offene Türen auch zu "unmöglicher" Zeit und allgemein professionelle Mitarbeit. Von den Handelsdiensten dürfe aber keinesfalls erwartet werden, dass diese für die Industrie "die Hausaufgaben lösen sollen" oder gar für sie verkaufen können.

b) Aus der Sicht der Aussenposten

Referent: J. C. Richard, dipl. Mitarbeiter EDA

Basierend auf seinen Erfahrungen in Belgrad und Kopenhagen, beides Posten mit einem lokalen Handelsassistenten, stellt Herr Richard anhand konkreter Beispiele seine Arbeit vor. Er sieht diese auf vier Ebenen plaziert. 1. Die makroökonomische Ebene: Bruttosozialprodukt, Wachstumsrate, Inflationsrate, Arbeitslosenquote, oeffentlicher Haushalt, Handelsbilanz, Aussenschuld und Währungsreserven, alles wichtige Grössen, deren Kenntnis (absolut und die Veränderungen) - der Referent illustriert dies für Jugoslawien an Beispielen - Voraussagen über Exportmöglichkeiten ermöglichen. 2. Die Firmenebene: Auf dieser habe der lokale Handelsassistent sein Tätigkeitsgebiet. 3. Die sektorielle Ebene: Auf diesem Gebiet sei es, im Gegensatz zu den beiden vorhergehenden, recht schwierig, die Daten zu erfassen. Wichtig ist vor allem, zu sehen, wo Entwicklungsabsichten beständen. 4. Die Ebene der operationellen Tätigkeit: Hier ist vor allem die Kontaktpflege zu erwähnen, zu wichtigen Leuten in Ministerien, Zollbehörden, National- und Handelsbanken, Handelsdiensten anderer Staaten, zu Vertretern schweizerischer Firmen, dann der Besuch von Messen und nicht zuletzt ab und zu ein Gang mit offenen Augen durch die örtlichen Warenhäuser und Geschäfte.

III Gruppe B

Aufgaben und Probleme des Exportmarketing. Vertiefung des Verständnisses für die Probleme von exportabhängigen Klein- und Mittelfirmen und deren Bedürfnisse für die Handelsförderung

Leitung: Dr. E. Goldberger (G), Unternehmensberater

Ausgangslage: Problem der Kommunikation zwischen Aussenposten und exportierendem Unternehmen.

Ziele des Seminars: Besseres Verständnis für die Belange der Unternehmer. Nach Herrn Goldbergers Erfahrung sind in der Tat 80 % der von exportierenden Unternehmern an Exportförderer gerichteten Fragen falsch gestellt. Die Aussenposten überschätzen oft den Kenntnisstand der Unternehmer. Sie müssen lernen, die ihnen vorgelegten Probleme kritisch zu bewerten.

Die Teilnehmer sollen:

- die Fähigkeit erwerben, die ihnen gestellten Aufgaben von der Seite des hilfesuchenden Unternehmens aus zu betrachten;
- in die Lage versetzt werden, die gestellten punktuellen Aufgaben im Gesamtrahmen der unternehmerischen Exportproblematik zu sehen;
- praktische Hinweise zur effizienten Erbringung der gewünschten Dienstleistungen erhalten.

Zu diesem Zweck wurden im Seminar insbesondere folgende Elemente der Systematik eines Exportgeschäftes diskutiert:

1. Zielsetzung und betriebswirtschaftliche Bedeutung des Exportes für das Unternehmen

- Erfüllung des notwendigen Produktions- und Umsatzvolumens;
- Begegnung mit anderen Technologien, Konkurrenten, schafft Vergleichsmöglichkeiten, stärkt Innovationskraft;
- sichert Spezialisierung, da Schweizer Markt meist zu klein;
- geographische Risikoverteilung;
- dient Firmenimage und erleichtert Personalaquisition.

2. Der Grundsatzentscheid für den Export ist äusserst wichtig, wird jedoch vom Unternehmen nicht immer gefasst und tatsächlich verinnerlicht: Das Unternehmen muss von der Exportfähigkeit seines Produkts und seiner Strategie überzeugt sein. Der Grundsatzentscheid setzt organisatorische, finanzielle und personelle Kapazitäten voraus. Botschaften müssen notfalls auf solche fehlende Voraussetzungen hinweisen. Symptome eines fehlenden Grundsatzentscheides für den Export: Export als Lückenbüsser oder zur Verhörerung von Ladenhütern, Vorrangstellung der Inland- vor den Auslandskunden; Kettenbriefe an Aussenposten.

3. Exportmentalität und Exportpsychologie

Exportmentalität zeigt sich im Rahmen einer klar definierten Unternehmensstrategie (unrealistische Erwartungshaltungen als Symptom fehlender Exportmentalität). Exportpsychologie bedeutet die Anwendung interpsychischer Verhaltensweisen auf das Exportgeschäft. Nach Ansicht von Herrn Goldberger wurde dieser Faktor bis anhin unterschätzt. Er dient hauptsächlich der Förderung gegenseitigen Vertrauens, des Abbaus von Vorurteilen (bspw. gegen best. Ausländer), der Schaffung einer inneren Einstellung zum Export.

4. Exportsortiment und Preispolitik

Inlandsortiment lässt sich selten tel quel exportieren. Beachtung spezifischer Warenvorschriften im Ausland. Zielgerichtete Sortimentspolitik im Hinblick auf spezifische Markterfordernisse im Ausland wichtig.

Preise: Exportgemeinkosten (Personal, Lokalitäten, Unterlagenbeschaffung, Sortimentsbereinigung). Marktspezifische Kosten: Reisen, Messebeteiligung. Preispolitik kann nicht kostendeterminiert sein. Markt, Konkurrenz entscheidend. Notfalls auch Verkauf zu oder unter Selbstkostenpreis, um Marktzugang zu sichern. Dank höherer Produktion durch Export niedrigere Stückkosten und damit höherer Gewinn im Inland möglich.

5. Geeignete Exportunterlagen

Nützlichkeit der Informationen für den Kunden muss im Vordergrund stehen. Informationen über den Ausländer selbst sind wichtig, fehlen aber oft (Company profile).

6. Planung des Export-Marketing = Entscheid, welche Bedeutung Export im Unternehmen haben soll: welche Märkte? Welcher Aufwand für welche Märkte? Zielsetzungen? Häufigster Planungsfehler: Zu viele Märkte auf einmal anvisiert.

7. Budget. Wichtig: Erstellung eines jährlichen Exportbudgets mit getrennter Auflistung der Exportgemeinkosten, der Kosten für Marktbearbeitung und der Exportsonderkosten (Lieferung, Nebenleistungen, Inkasso).

8. Die Erschliessung von Exportmärkten

Informationen und geeignete Kontakte sind die wesentlichen Elemente zur Exportmarkterschliessung.

generelle Marktinformationen = Grösse des Landes, Bevölkerung, BSP, Kaufkraft, Konjunktur, pro-Kopf-Einkommen.

Produkt- oder branchenspezifische Information = Mitarbeiter, Grösse des Marktes, Verbrauch, inländische Produktion, Marktzugangsbestimmungen, etc.

Fragestellung zur Informationsgewinnung: Wer verfügt über Informationen? Wie komme ich dazu? Bsp. von Informationsquellen: Redaktoren von Fachzeitschriften, potentielle Kunden (versuchsballon starten), Branchenverbände, andere Branchenkenner, Marktanalysen ausländischer Anstalten (Bundesanstalt für Wirtschaftsförderung in BRD, Foreign Economic Trends, USA).

9. Problem der Informationskanalisierung: Der Referent vertritt die Ansicht, dass sich zu viele Organisationen direkt oder indirekt mit Exportförderung (BAWI, Verbände, SZH, Handelskammern, SNB etc.) befassen und schlägt daher die Kanalisierung aller Informationsbedürfnisse und -ströme der OSEC vor.

Dienstag, 30. Juni 1987

IV Einführung in das Instrumentarium der Entwicklungshilfe:
Technologietransfer - Zahlungsbilanzhilfe - Mischkredite

Referenten: Herren W. Jaggi, H. Escher, H. Bruggmann, BAWI

Die zuständigen Dienstchefs des BAWI weisen auf folgende Aktionsbereiche des wirtschafts- und handelspolitischen Instrumentariums der Entwicklungshilfe hin: Massnahmen im Rohstoffsektor helfen den Entwicklungsländern, ihre Exporterlöse zu erhöhen bzw. zu stabilisieren und die lokale Verarbeitung ihrer Rohstoffe zu fördern. Im Rahmen der Handelsförderung zugunsten der Entwicklungsländer wird diesen Ländern der Zugang zu Auslandmärkten, insbesondere zum schweizerischen Markt, erleichtert (z.B. indem die Beteiligung eines Landes an einer schweizerischen Handelsmesse mitfinanziert wird). Massnahmen auf dem Gebiet der Industrialisierung unterstützen durch Förderung von Direktinvestitionen und Technologietransfers die Entwicklungsländer in ihren Bestrebungen, ihre Produktionsstruktur zu diversifizieren, den Mehrwert ihrer Ausfuhrerzeugnisse zu erhöhen, das Produkteangebot zu erweitern und damit durch die Exporterlöse zu vermehren.

Eine besonders wichtige Rolle spielen die schweizerischen Vertretungen bei der Abwicklung der Zahlungsbilanzhilfe und der Mischkredite. Diese beiden Instrumente waren auch Themen von zwei Arbeitsgruppen.

Mit der Zahlungsbilanzhilfe wird die Einfuhr wichtiger Produktionsmittel und Ersatzteile finanziert; sie hat zum Ziel, ein in akute finanzielle Schwierigkeiten geratenes Land in seinen Anstrengungen zu unterstützen, Produktionsengpässe zu überwinden und wirtschaftspolitisch notwendige Anpassungen besser zu verkraften.

Mit dem Mischkredit erhält die Regierung eines Entwicklungslandes oder eine staatliche Organisation (z.B. eine nationale Entwicklungsbank) einen Kredit in Schweizer Franken, der es ihr erlaubt, die für prioritäre Entwicklungsprojekte nötigen schweizerischen Güter und Dienstleistungen zu finanzieren.

V Investitionsförderung in der Schweiz durch Bund und Kantone

Trotz wirtschaftlicher Strukturänderungen kommt der Industrie in der Schweiz weiterhin erhebliche Bedeutung zu. Wegen den besonderen Produktionsvoraussetzungen des Industriestandards Schweiz (hohe Löhne, dichte Besiedlung, usw.) werden nicht beliebige Investitionen angestrebt, sondern solche mit hoher Wertschöpfung, guten Wachstumsaussichten, umweltschonender Produktion, ressourcenschonenden Anlagen oder hohen Anforderungen an die Qualität der Arbeit. Neuansiedlungen von Industrien bringen oft der ansässigen Industrie und dem Gewerbe Aufträge. Der Abbau räumlicher Disparitäten ist oft nur über Neuansiedlungen lösbar.

Investitionsförderung in der Schweiz ist in erster Linie Aufgabe der Kantone, die vom Bund unterstützt werden (beispielsweise über die Auskunftstelle des BIGA). An das Referat von Herrn T. Brauchle (BIGA) schlossen sich Beiträge von Kantonsvertretern an (W. Steinmann, BL; E. Farine, JU; H. Kobelt, SG). Die Referate zeigten, wie unterschiedlich die Anforderungen der Kantone an mögliche Investoren sind.

VI Aufgaben und Funktion des Vorortes und der Verbände bei der Exportförderung

1. VORORT (M. Dérobert)

La mission du Vorort est de faire la synthèse des intérêts de ses membres, soit des différentes associations de l'industrie et du commerce en Suisse. La politique du Vorort est basée sur le libéralisme et sur le partage net entre les tâches de l'état et les tâches privées.

In der Folge legen die Repräsentanten der einzelnen Verbände ihre spezifischen Exportförderungsdispositive dar.

2. VEREIN SCHWEIZERISCHER MASCHINENINDUSTRIELLER (Dr. M. Erb)

Ein Grossteil der Produktion der Maschinenindustrie wird exportiert. Demzufolge nimmt die Exportförderung innerhalb der Verbandsarbeit einen wichtigen Stellenwert ein. Das Schwergewicht legt der Verband allerdings auf die Verbesserung der Rahmenbedingungen für die Maschinenindustrie in der Schweiz. Als direkte exportfördernde Dienstleistungen bietet der Verband u.a. verschiedene Informationsbroschüren an und gewährt den Unternehmen Beratung und Unterstützung. Darüber hinaus tätigt er eigentliche Werbemassnahmen für den schweizerischen Export. Bei all diesen Aktivitäten ist die gut funktionierende Zusammenarbeit mit den schweizerischen Vertretungen im Ausland von grosser Bedeutung.

3. SCHWEIZ. GESELLSCHAFT FUER CHEMISCHE INDUSTRIE (Dr. B. Moser)

Die Mitgliedfirmen des Verbandes verfügen zum grossen Teil über Niederlassungen oder Tochterunternehmen im Ausland. Exportförderungsmassnahmen im üblichen Sinn erübrigen sich deshalb. Dies auch deswegen, weil die hauptsächlichen Abnehmer der Branche staatliche Institutionen sind, so dass die üblichen Massnahmen nicht greifen. Das Schwergewicht der aussenwirtschaftlichen Verbandstätigkeit liegt somit bei der Forschungsförderung und der Beseitigung und Verhinderung von protektionistischen Markthindernissen.

4. VEREIN SCHWEIZ. TEXTILINDUSTRIELLER (Direktor E. Nef)

Die Textilindustrie zeichnet sich durch eine besonders hohe Produktivitätszunahme aus. Der rasche Strukturwandel erschwert für viele Betriebe die Wettbewerbsbedingungen. Infolge der zunehmenden Kapitalintensität geht der relative Anteil der Löhne an den Kosten zurück. Als wichtiges Instrument zur Förderung der Textilexporte ist die Broschüre "Swiss Fabric" zu nennen. Insgesamt waren die Förderungsbemühungen erfolgreich, hat sich doch die schweizerische Textilindustrie gegenüber der harten ausländischen Konkurrenz behaupten können. So wurden 1986 von der Schweiz mehr Textilien exportiert als importiert.

5. VERBAND DER SCHWEIZ. UHRENINDUSTRIE (Président A. Margot)

La compétitivité de l'industrie horlogère suisse est améliorée par la paix sociale qui règne depuis 50 ans dans notre pays et qui a comme effet de minimiser les grèves. En dépit de la crise du dollar, les exportations ne sont que 4% en-dessous des chiffres de l'année précédente. La promotion de l'industrie horlogère est avant tout une question de marques. Les informations concernant ce domaine, fournies par les ambassades et consulats suisses, sont précieuses. L'industrie est aussi fortement intéressée par le travail de la Suisse au sein du GATT. Parmi les services offerts par l'Association à ses membres se trouvent notamment les centres d'information à l'étranger.

6. FOEDERATION DER SCHWEIZ. NAHRUNGSMITTELINDUSTRIE
(Fürsprecher G. Emmenegger)

Die Exportförderung durch diesen Verband umfasst vor allem den Kampf für günstige Rahmenbedingungen. Es geht insbesondere darum, Handelsrestriktionen des Auslandes wie Importquoten und Zölle zu verhindern. Des weiteren verfolgt der Verband die Entwicklung des Lebensmittelrechts im Ausland mit und erfüllt Aufgaben im Bereich des Markenschutzes. In all diesen Bereichen vermögen die diplomatischen und konsularischen Vertreter wertvolle Informationen zu liefern.

VII Die Rolle der Banken bei der Exportförderung

Referent: Monsieur G. Hennet, Schweiz. Bankiervereinigung

On a pu constater un accroissement des crédits à l'exportation accordés par les banques suisses, à moyen et à long terme.

C'est grâce à la place financière suisse, qui offre suffisamment de possibilités de crédits, qu'une instance étatique de financement des exportations n'est pas nécessaire. La concurrence des places financières étrangères risque de devenir plus forte. Pour

maintenir la place financière suisse, il faut donc accroître son attractivité. Des problèmes d'actualité sont la nouvelle convention de diligence, qui entre en vigueur le 1er octobre 1987, la norme fédérale pour les opérations des initiés, les droits de timbre et les normes prévues par le Conseil de l'Europe et l'OCDE en matière d'aide internationale dans le domaine fiscal.

Mittwoch, 1. Juli 1987

VIII Tätigkeit privater Exportförderungsorganisationen

Stichwortartige Darlegung der Schwergewichte

1. Swiss Industrial Development Institute (Herr Fischer)

Aus- und Weiterbildung von Führungskräften und Berufsfachleuten in Schwellen- und Entwicklungsländern (Software-Export)

2. Télé Suisse (Herr Desmeules)

Vermittlung von know-how im Telekommunikationsbereich (Software-Export)

3. Swisscom (Herr R. Niederhäuser)

Exportförderungsorganisation der schweizerischen Fernmeldeunternehmen (Hardware-Export)

4. Schweiz. Buchhändler- und Verlegerverband (Herr Oprecht)

Exportförderung des schweizerischen Buches / Vermittlung schweizerischer Kultur

5. Swissrail Export Association (Herr Opitz)

Exportförderung im Eisenbahnbereich (Ausstellungen, Studien, Information)

6. Swiss Exporting Consultants (Herr Chavannes)

Exportförderung von Ingenieurleistungen (Software-Export)

7. Swissexport (Herr Marazzi)

Exportverband kleiner und mittelgrosser Firmen verschiedener Branchen

8. MUBA (Herr Mamie)

Sortiments-, Informations- und Kontaktgrossveranstaltung im Zeichen der Auslandsverflochtenheit.

IX Konkurrenzfähigkeit der Schweiz im High-Tech-Bereich

Referent: Dr.h.c. H. Locher, Präsident des Verwaltungsrates der Reishauer AG (Der volle Wortlaut dieses Referates kann bei der Sektion Rekrutierung und Ausbildung des Personals der DVA angefordert werden)

1. Allgemeine Situation:

- Schweiz kann mit den Mitteln, welche andere Nationen für High-Tech Forschung ausgeben, nicht mithalten (z.B. Japan, USA).
- Auch Westeuropa immer stärker im Kampf der Giganten Japan und USA einbezogen.
- Seit 1975 Schwierigkeiten der Branche (Arbeitslosigkeit, Ueberkapazität etc.), aber gleichzeitig technische Fortschritte grössten Masses.

2. Situation in Europa:

- Seit 1984 Produktionsverlagerung von USA nach Japan; EG-Handelsdefizit im High-Tech-Bereich ca. 1,5 Mia ECU für Forschungsprogramm im "Chips"-Bereich; 1987-91: 8 Mia ECU als neuer Kredit; EG will so gegenüber Japan und USA konkurrenzfähig bleiben.

3. Situation Schweiz:

- Mitarbeit der Schweiz ab 1987 z.T. projektbezogen, z.T. noch in Verhandlung; z.B. Sulzer nimmt über deutsche Tochterfirmen teil.
- EUREKA: Schweiz Vollmitglied (19 Industrieländer Westeuropas); Beitrag 50 % vom Bund, 50 % privat finanziert.
- Die Schweiz hatte in verschiedenen Bereichen noch vor wenigen Jahren erhebliche Rückstände; gewaltige Anstrengung in Forschung und Entwicklung haben es erlaubt, sehr schnell einen grossen Teil der Verspätung aufzuholen; Hauptanteil des Aufwandes von der Privatindustrie bestritten; Bund gibt nur 3,7 % seiner Gesamtausgaben für Forschung aus; wichtig

für die Schweiz: in den verschiedenen Maschinenindustrien, bei denen die Schweiz weltweit zu den führenden Nationen gehört, sind High-Tech-Produkte integriert, d.h. die Schweiz darf den Anschluss auf keinen Fall verpassen!

- Software-Kapazität der Schweiz muss verstärkt gefördert werden; ein gutes Beispiel dafür ist der Zusammenschluss ASCOM; es fehlen der Schweiz noch ca. 500 Informatiker.

X Präsentation der Schweizerischen Verkehrszentrale

Referenten: Stv. Direktor H. Klee und Sektionschef J.-P. Enzen
(Pressedienst)

- Pro Jahr werden ca. 10 Mia SFr. durch ausländische Gäste in der Schweiz ausgegeben. Die Schweiz belegt damit den 7. Rang in Europa, den 8. Rang in der Welt.
- Charakteristiken der SVZ:
 - . ca. 400 Mitglieder
 - . gegründet 1917
 - . öffentlich-rechtliche Körperschaft
 - . Hauptsitz in Zürich
 - . Vertretungen in 24 Weltstädten
 - . 260 Mitarbeiter
 - . 70 % der Einnahmen sind Bundessubventionen.
- Schweizerisches Tourismuskonzept 1979:
Qualitatives Wachstum ist flächenneutrales Wachstum.
- Aufgaben der SVZ:
 - . Öffentlichkeitsarbeit
 - . touristische Werbung
 - . Verkaufsförderung
 - . Information
- Marktforschung bildet die Grundlage der Arbeit der SVZ.
- Konzentration der Kräfte als Notwendigkeit der Arbeit der SVZ
 - . im Thema
 - . in den Märkten
 - . Transparente Mehrjahresprogramme

- Zahlen für 1986 der Tourismusbranche

- . ca. 75 Mio. ausländische Uebernachtungen (dies sind ca. 50 % der Gesamtzahl der Uebernachtungen, 50 % werden durch schweizerische Kunden getätigt)
- . davon werden 80 % durch Kunden aus Europa, 20 % durch Kunden aus Uebersee getätigt
- . pro Tag geben aus
Europäer SFr. 90.--
Uebersee-Kunden SFr. 200.--
(Schweizer SFr. 70.--)

Donnerstag, 2. Juli 1987

XI Probleme der schweizerischen Multinationalen, mit anschliessender Diskussion

Referent: Dr. J. Brunner, Ciba Geigy

Der Redner beginnt sein Referat mit der Definition einer Multi- oder Transnationalen Firma (Stammhaus + mindestens 2 Tochtergesellschaften in mindestens 2 fremden Ländern) und mit statistischen Beschäftigungs- und Produktionszahlen der drei grossen schweizerischen Chemiekonzerne, die er z.T. mit Hoechst aus der BRD vergleicht. Obwohl die Produktion an einem zentralen Produktionsort am rentabelsten wäre, sei die Internationalisierung wegen der steigenden Handelshemmnisse, dem zunehmenden Schutz lokaler Fabrikate und der unzureichenden Respektierung der Produkte- und Verfahrensrechte im Ausland vor allem seit dem 2. Weltkrieg überlebensnotwendig geworden. In 60 von 130 belieferten Ländern unterhalte die Ciba eigene Produktionsstätten. Das wichtigste strategische Instrument sei die Forschung (1986: 900 Mio Sfr. in der Schweiz und 750 Mio Sfr. im Ausland), wobei es allerdings wegen den ausländischen Steuerbehörden schwierig sei, die zur Finanzierung notwendigen Gewinntransfers von ausländischen Tochterbetrieben in die Schweiz vorzunehmen. Deshalb bestehe weiterhin ein grosses Exportvolumen aus der Schweiz (1986: 6 Mia Sfr., davon 75% mit Tochterfirmen) und sei eine komplette Auslagerung der schmutzigen Produktion unmöglich. Weitere Vorteile, die sich aus der Internationalisierung der Produktion ergeben, seien eine bessere Marktnähe und ein besseres Eingehen auf lokale Bedürfnisse. Abschliessend geht Herr Brunner auf den 1976 von der OECD erlassenen Verhaltenskodex für Multinationale und auf die dreigliedrige Grundsatzerklärung der ILO zum gleichen Thema von 1977 ein. Beide Kodexe seien von den Mitgliedstaaten akzeptiert worden und würden auch von der chemischen Industrie respektiert. Kritisch äusserte er sich hingegen zum geplanten UNO-Kodex, bei dem die Verhandlungen noch nicht abgeschlossen seien, der jedoch bei Inkrafttreten weitere Auslandengagements unrentabel machen könne. Ciba-Geigy setze grosse Hoffnungen auf die Uruguayrunde des GATT und habe folgende Maximalforderungen: a) freier Zugang zu den nationalen Märkten, b) freier Kapitaltransfer.

XII Besondere Fragen der Zusammenarbeit zwischen der OSEC,
der Handelskammern und den Aussenposten

Referenten: Direktor W. Fust, Dr. H.J. Halbheer
bzw. Herr M. Jaeger

Direktor Fust hebt einleitend hervor, dass sich OSEC, Handelskammern und Aussenposten in ihrer Arbeit komplementär ergänzen. Wirtschaftsankünfte, Geschäftspartnervermittlung und Vertreter-suche seien, so erklärt Herr Halbheer, die wichtigsten Aufgaben der auf einem Milizsystem beruhenden Handelskammern. Die Gratisarbeit, die in den 16 Vollmitgliedshandelskammern pro Jahr geleistet werde, belaufe sich auf 1.6 Mio Sfr. Herr Jaeger bemerkt, dass der Bund der Gründung von Handelskammern positiv gegenüberstehe, sie jedoch nicht subventionieren könne. Rund Sfr.300'000.- würden jedoch trotzdem pro Jahr vom Bund an bewährte Handelskammern vergütet; er unterstreicht, dass die Hauptverantwortung für die richtige Beratung und Behandlung von schweizerischen Geschäftsleuten bei der Botschaft und nicht bei der Handelskammer liege. Herrn Halbheer zufolge sehen die Statuten der Handelskammern vor, dass eine Mehrzahl der Vorstandsmitglieder Schweizer sein sollten. Die Statuten seien jedoch flexibel und das wichtigste Kriterium sei der erreichte Erfolg. Zum Abschluss erläutert Herr Jaeger kurz, dass nach der Anstellung von fünf schweizerischen Handelsdelegierten im Jahre 1976 für die Dauer von vier Jahren, 1980 30 und 1982 17 lokale Handelsassistenten eingestellt wurden. Gegenwärtig seien etwa 50 lokale Handelsassistenten an den schweizerischen Vertretungen beschäftigt.

XIII Bearbeitung von Fallstudien nach Ländergruppen

Die Diskussion der verschiedenen Beispiele erlaubte unter anderen folgende Schlussfolgerungen:

- Vertreter suche: Oft werden Botschaften/Konsulate um Hilfeleistungen angegangen, die nicht eigentlich in ihren Aufgabenbereich fallen. Zwar können die Auslandvertretungen bei der Vertreter suche behilflich sein und erste Abklärungen treffen, ob ein grundsätzliches Interesse des Importeurs an einem schweizerischen Produkt bestehe. Die eigentliche Marktabklärung gehört jedoch zu den Hausaufgaben der Wirtschaft. Es wird ange-regt, eine Liste zu erstellen mit Punkten, die eine Firma un-tersucht haben muss, bevor die schweizerische Auslandvertretung mobilisiert wird. Die Botschaften und Konsulate sollen jedoch der Wirtschaft mit Informationen helfen, die Hausaufgaben zu machen. Die Informationsmöglichkeiten der OSEC sollten eben-falls ausgeschöpft werden, bevor die Auslandvertretungen für umfangreiche Hilfeleistungen angegangen werden.
- Auf eine Breitstreuung von Gesuchen an alle Konsulate in einem von einer Firma angepeilten Markt sollte verzichtet werden; dies erfordert allerdings dringend eine verbesserte Koordi-nation zwischen den Auslandvertretungen mittels moderner Mittel (Telefax).
- Eine noch bessere Information ist auch zwischen den Auslandver-tretungen und der OSEC erwünscht: hat eine Botschaft/Konsulat eine Abklärung übernommen, sollte die OSEC über deren Resultat informiert werden, um das notwendige "follow-up" in einem be-stimmten Geschäft sicherzustellen.
- Auch wenn eine Schweizerfirma nicht mehrheitlich sondern nur zu einem hohen Prozentsatz an einem Projekt beteiligt ist, empfiehlt sich eine frühzeitige Information der Schweizerver-tretung.

- wichtige Fälle von faktischen technischen oder nichttarifären Handelshemmnissen sollten EDA und BAWI mitgeteilt werden, damit diese solche Fälle in den entsprechenden multilateralen Gremien und bilateralen Verhandlungen vorbringen können.
- Für den von politischem Lobbyismus geprägten amerikanischen Markt empfiehlt es sich - dies wird bei Grossprojekten besonders deutlich- politische Informationen in der Botschaft zu beschaffen.
- Obwohl nicht streng zum Tätigkeitsgebiet der ERG gehörend, kann diese von Fall zu Fall für die Wiederinstandstellung von Installationen beansprucht werden.
- Grundsätzlich sollten Lieferungen an "ärmste Länder" eher mit ERG-Deckung über Entwicklungskredite abgewickelt werden als mit kommerziellen Krediten. Diest entspricht auch der Auffassung anderer Länder.

*

* *

P R O G R A M M

Exportförderungsseminar 1987

Montag, 29. Juni - Freitag, 3. Juli

Hotel Freienhof, Thun

Montag, 29. Juni 1987

- 09.15 Eröffnung des Seminars durch Vertreter des EDA und des BAWI
- | | | | |
|---------------|---|---------------|---|
| | <u>Gruppe A</u> | | <u>Gruppe B</u> |
| 09.30 - 10.30 | Schweizerisches Exportförderungsdispositiv (Referent: Herr M. Jaeger, BAWI) | 09.45 - 12.00 | Seminar: Aufgaben und Probleme des Exportmarketing: Vertiefung des Verständnisses für die Probleme von exportabhängigen Klein- und Mittelfirmen und deren Bedürfnisse für die Handelsförderung (Referent: Dr. E. Goldberger, Unternehmensberater) |
| 10.30 - 10.45 | P a u s e | | |
| 10.45 - 11.45 | Exportrisikogarantie Investitionsrisikogarantie (Referent: Herr K. Schärer, BAWI) | | |
| 12.15 | M i t t a g e s s e n | | |
| 14.00 - 15.45 | Funktion und Aufgaben der schweizerischen Zentrale für Handelsförderung (OSEC) (Referent: Direktor W. Fust) | 14.00 - 18.00 | Fortsetzung und Diskussion |
| 15.45 - 16.15 | P a u s e | | |
| 16.15 - 18.00 | Aufbau und Aufgaben der Handelsdienste der Aussenposten - aus der Sicht der Privatwirtschaft (Referent: Direktor P. Blöchlinger) - aus der Sicht des EDA (Referent: Herr J.-C. Richard) mit anschliessender Diskussion | | |
| 18.15 | Empfang im Rathaus durch den Thuner Gemeinderat (Stadtpräsident Ernst Eggenberg) | | |
| 19.30 | N a c h t e s s e n | | |

Dienstag, 30. Juni 1987

- 08.00 - 08.15 Einführung in das Instrumentarium der Entwicklungshilfe
(Referent: Herr W. Jaggi, BAWI)
- 08.15 - 08.30 Technologietransfer
(Referent: Herr W. Jaggi, BAWI)
- 08.30 - 10.15 Gruppe 1 Gruppe 2
 Zahlungsbilanzhilfe Mischkredite
 (Referent: (Referent:
 Dr. H. Escher, BAWI) Dr. H. Bruggmann, BAWI)
- 10.15 - 10.30 Pause
- 10.30 - 11.00 Schlussfolgerungen und Diskussion im Plenum
- 11.00 - 12.15 Investitionsförderung in der Schweiz durch Bund und Kantone
(Vertreter des BIGA: Herr V. Kind;
 Konferenz der kantonalen Volkswirtschaftsdirektoren: Herr W. Steinmann, BL /
 Herr J. Bloque oder Herr B. Kunz, JU /
 Herr H. Kobelt, SG)
- 12.30 Mittagessen
- 14.00 - 15.45 Aufgaben und Funktion des Vorortes und der Verbände bei der Exportförderung
(Kurzreferate von max. je 10 Minuten)
1. Vorort (Dr. P. Hutzli)
 2. Verein Schweizerischer Maschinen-industrieller VSM (Dr. M. Erb)
 3. Schweiz. Gesellschaft für chemische Industrie SGCI (Dr. B. Moser)
 4. Verein schweiz. Textilindustrieller (Direktor E. Nef)
 5. Verband der schweiz. Uhrenindustrie (Präsident A. Margot)
 6. Föderation der schweiz. Nahrungsmittel-industrie (Fürsprecher G. Emmenegger)
- 15.45 - 16.00 Pause
- 16.00 - 16.30 Die Rolle der Banken bei der Exportförderung
(Herr G. Hennet, Schweiz. Bankiervereinigung)
- 16.30 - 17.30 Fragen und Diskussion zu allen Exposé des Nachmittags
- 18.00 - 19.15 Apéro im Beisein von Staatssekretär F. Blankart mit anschliessendem Nachtessen

Mittwoch, 1. Juli 1987

- 08.00 - 09.30 Tätigkeit der privaten Exportförderungsorganisationen
(Kurzreferate von max. je 10 Minuten)
1. Swiss Industrial Development Institute
 2. Télésuisse SA (Herr J.-S. Desmeules)
 3. Swisscom (Herr R. Niederhauser)
 4. Schweizerischer Buchhändler- und Verlegerverband (Herr P. Oprecht)
 5. Swiss Exporting Consultants, SWEXCO (Herr P. Chavannes)
 6. Swissexport (Herr P. Marazzi)
 7. Swissrail Export Association (Herr G. Opitz)
 8. Schweizerische Mustermesse MUBA (Direktor M. Mamie)
- 09.30 - 10.00 Pause
- 10.00 - 12.00 Referat: Konkurrenzfähigkeit der Schweiz im High-Tech-Bereich mit Diskussion
(Referent: Dr.h.c. H. Locher, Präsident des Verwaltungsrates der Reishauer AG)
- 12.00 Mittagessen
- ab 13.30 Ausflug per Bahn und Schiff zum Freilichtmuseum Ballenberg, organisiert durch die Schweizerische Verkehrszentrale
- Unterwegs, in Brienz, ca. einstündiges Referat: "Förderung des Tourismus durch die Schweizerische Verkehrszentrale"
(Stv. Direktor H. Klee und Sektionschef J.P. Enzen)
- ab 18.45 Apéro und Nachtessen im Wirtshaus
"Zum alten Bären" auf dem Areal des Museums
- 22.10 Ankunft in Thun

Donnerstag, 2. Juli 1987

| | |
|---------------|---|
| 08.00 - 09.30 | Referat: Probleme der schweizerischen Multi-nationalen, mit anschliessender Diskussion (Referent: Dr. J. Brunner, Ciba-Geigy) |
| 09.30 - 10.00 | Pause |
| 10.00 - 12.00 | Besondere Fragen der Zusammenarbeit zwischen der OSEC (Direktor W. Fust), Handelskammern (Dr. H.J. Halbheer) und Aussenposten |
| 12.15 | Mittagessen |
| 14.00 - 14.15 | Orientierung über die Bearbeitung von Fallstudien nach Ländergruppen |
| 14.15 - 15.45 | Arbeit in drei Regionalgruppen |
| 15.45 - 16.00 | Pause |
| 16.00 - 17.00 | Fortsetzung |
| 17.00 - 18.00 | Präsentation der Schlussfolgerungen im Plenum |
| 19.30 | Nachtessen |

Freitag, 3. Juli 1987

| | |
|-------------------|---|
| ca. 08.00 - 12.30 | Fallstudie 1:1: Besuch der Firma Lonza in Visp |
| 12.45 | Walliser Mittagessen daselbst |
| ca. 14.00 - 14.30 | Aussprache und Abschluss des Seminars |
| ab 14.30 | Gemeinsame Rückkehr nach Thun oder individuell direkt ab Visp |

* * *

*

Liste der Teilnehmer am
WES 1987
Thun (29. Juni bis 3. Juli)

| <u>Name</u> | <u>Vorname</u> | <u>Funktion</u> | <u>Gruppe</u> | <u>Einsatzort</u> |
|--------------|----------------|--|---------------|-------------------|
| BROHY | André | Kanzleichef/1. MA | A | Khartum |
| DÖBELI | Sonja | Sekretärin | A | Madrid |
| DÜRIG | Hans | Handelsattaché | B | Washington |
| DUNANT | Christian | 1. Mitarbeiter | B | Ottawa |
| EICHENBERGER | Ernst | kons. Mitarbeiter | A | Bern (GS) |
| FEIGENWINTER | Jörg | Kanzleivorsteher | A | Mexico |
| FENINI | Giancarlo | Kanzler | A | Maputo |
| GRUBER | Dieter | Kanzler | A | Las Palmas |
| HAGMANN | Jean-Claude | Kanzleichef | B | Addis Abeba |
| HAGMANN | Karl | Kanzler | A | Bombay |
| HIRSIGER | Markus | kons. Mitarbeiter | A | Bern (FWD) |
| HUNN | Ulrich | Vizekonsul, 1. Mitarbeiter | A | Vancouver |
| KELLER | Ernst | kons. Mitarbeiter | A | Bern (GS) |
| KNOBEL | Roland | 1. Mitarbeiter | A | Bordeaux |
| LARDI | Arnoldo | Konsul | A | Rom |
| LEUZ | Wulf | Kanzleichef | A | Budapest |
| LOELIGER | Beat | Handelsdienst/2. Sekretär | A | Brasilia |
| LOUIS | Bertrand | 2. Sekretär | B | Lima |
| LÜTHI | Erwin | Kanzleisekr. Handelsdienst | B | New York |
| RENGGLI | Josef | Kanzleichef | A | Ankara |
| RIEMER . | Andréa | Sachbearbeiterin | B | Bern (BAWI) |
| SCHÖNI | Hans Peter | Kanzleichef/1. MA | B | Antananarivo |
| SCHWALLER | Elisabeth | Sekr. Wirtschafts- und Handelsabteilung | B | London |
| SIMMEN | Walter | Kanzleichef | A | München |
| SORDET | Roger | 2. Sekretär | A | Harare |
| STÜCHELI | Rolf | 1. Mitarbeiter | B | Oslo |
| STUTZ | Marcel | 2. Sekretär | A | Lagos |
| WIRTH | Erich | kons. Mitarbeiter | B | Bern (Koko) |

Diplomatenanwärter der Volée 1987/89:

| | |
|-------------|-----------|
| ALTERMATT | Claude |
| BORER | Thomas |
| BURKHARD | Peter |
| DAHINDEN | Martin |
| ESCHER | Regina |
| GUBLER | Benedict |
| HAFFNER | Walter |
| HUSY | Stephan |
| KUNZ | Kurt |
| MAURER | Peter |
| VOGELSANGER | David |
| WITTWER | Alexander |

| | | |
|-------|------|-----------------|
| SEGER | Paul | (Volée 1986/88) |
|-------|------|-----------------|

Seminarleitung

Dr. Rolf JEKER, Vizedirektor, BAWI/EVD

Herr Max JAEGER, Leiter des Exportförderungsdienstes, BAWI/EVD

Frau Elsbeth HOTZ, Exportförderungsdienst, BAWI/EVD

*

Herr Peter von GRAFFENRIED, Sektionschef Rekrutierung und Ausbildung,
EDA

Frau F. KHOBTHANI (Sekretariat)

Wirtschafts- und Exportförderungsseminar 1987
 (29. Juni - 3. Juli, Hotel Freienhof Thun)

Industrieteilnehmer an den Fallstudien
 vom Donnerstag, 2. Juli 1987, nachmittags

(Stand 25. Juni 1987)

| <u>Firma</u> | <u>Namen</u> |
|--|--|
| Autophon, Bern | - Herr M. Graber, Vertriebsleiter |
| Brown, Boveri & Cie, BBC Baden | - Herr H.R. Haefeli, Vizedirektor Marketing, Unternehmungsereich, Informationstechnik, Baden |
| | - Herr R. Germanier, Vizedirektor, Zürich-Oerlikon |
| | - Herr K. Herrmann, Vizedirektor Funktionsbereich Finanzen, Baden |
| | - Herr R.P. Vogt, Vizedirektor Marketing Unternehmungsereich Hochspannungstechnik Zürich-Oerlikon |
| Geilinger AG., Winterthur | - Herr D. Geilinger, Direktor |
| Hasler AG., Bern | - Herr W. Gelpke, Verkaufs- u. Marketingleiter |
| | - Herr R. Thiel, Verkaufs- u. Marketingleiter |
| La Fonte Electrique, Bex | - Herr J.P. Coppey, Chef du Département commercial |
| Landis & Gyr, Zug | - Herr A. Bobbià, Vizedirektor, Verkaufsleiter, Export Elektrizitätszähler |
| Lonza AG., Basel | - Herr W. Grauwiler, Verkaufsleiter |
| OSEC | - Herr Walter Fust, Direktor - Herr Daniel Piotet - Herr Kurt Büchler - Herr René Levkowicz - Herr Ernst Gugolz - Herr Kurt Steiner |
| Schweizerische Lokomotiv- und Maschinenfabrik, SLM AG., Winterthur | - Herr W. Grütter, Vizedirektor-Verkauf |

FirmaNamen

SIG, Neuhausen - Herr H.J. Kessler, VM-Mk

Sodeco-Saia SA,
Genf - Herr W. Aeschmann, Chef Marketing
International

Studer International AG.,
Regensdorf - Herr P. Meisel, Verkaufsleiter

Swissrail, Zürich - Herr G. Opitz, Geschäftsführer

Verein Schweizerischer
Maschinen-Industrieller
(VSM) - Herr Ernst Horat

*

* *

20. Juli 1987 Er/hm

DAS EXPORTFÖRDERUNGSSEMINAR 1987 IN THUN aus der Sicht
einer Teilnehmerin

Für Exportförderungsneulinge - als 1987 ins EDA eingetretene Diplomatenstagiairin zähle ich mich dazu - bot das von EDA und BAWI gemeinsam durchgeführte Seminar Gelegenheit, sich während einer Woche mit den Möglichkeiten zur Stärkung des Absatzes schweizerischer Produkte im Ausland vertraut zu machen. Für die bereits an einem Aussenposten tätigen Teilnehmer dagegen stand wohl eher die Ergänzung und Untermauerung der bereits in der Praxis erworbenen Kenntnisse durch die Theorie im Vordergrund.

Das Seminar vermittelte eine Fülle von Kenntnissen sowohl über die Exportwirtschaft selbst als auch über private und staatliche Förderungsmassnahmen. Breiten Raum nahmen zu Recht die Darlegungen zu Struktur und Tätigkeit der OSEC ein. Als einer die finanzielle Unterstützung des Bundes geniessenden Selbsthilfeorganisation der Wirtschaft kommt ihr eine wichtige Scharnierfunktion zwischen öffentlicher und privater Exportförderung zu.

Die Förderungsmassnahmen des Bundes zielen in erster Linie auf die Schaffung günstiger Rahmenbedingungen ab. Die eigentlichen Exportanstrengungen sind von den Exporteuren selbst zu leisten. Diese Beschränkung der staatlichen Tätigkeit entspricht den Prinzipien einer liberalen, dem Protektionismus abgeneigten Marktwirtschaft. Die Beschränkung erweist sich allerdings dann als problematisch, wenn die ausländischen Konkurrenten von ihren staatlichen Organen weitergehende Hilfen erhalten. Im Verlaufe des Seminars wurde deutlich, dass hierin eines der hauptsächlichen Spannungsfelder der Exportförderung besteht. Das Spannungsfeld manifestiert sich beispielsweise bei der

Exportrisikogarantie (ERG), welche als Förderungsinstrument par excellence bereits am ersten Seminartag vorgestellt wurde. Angesichts ihres gegenwärtigen Unvermögens, die sich auf fast eine Milliarde belaufenden Vorschüsse des Bundes zurückzuzahlen, steht die ERG heute mehr denn je im Kreuzfeuer der Kritik. Die Ausführungen des Referenten zu Entstehung, Entwicklung und aktueller Lage der ERG wurden von den Seminarteilnehmern dankbar aufgenommen.

Auf ganz besonderes Interesse stiessen die vom Entwicklungsdienst des BAWI mit viel Praxisbezug vorgestellten Massnahmen der Entwicklungszusammenarbeit in Form von Mischkrediten und Zahlungsbilanzhilfen. Diese beiden Instrumente ermöglichen es den importierenden Ländern der Dritten Welt, nötige Investitionen zu tätigen (bei Mischkrediten), oder Grundstoffe und Ersatzteile für ihre Industrie einzuführen (Zahlungsbilanzhilfe). Darüber hinaus begünstigen sie auch den Export schweizerischer Produkte. Hier gehen Entwicklungszusammenarbeit und Exportförderung Hand in Hand.

Eine ganze Reihe von Vorträgen war der privatwirtschaftlichen Exportförderung gewidmet. Aus den Darlegungen von Vertretern der Wirtschaftsverbände ging deutlich hervor, wie unterschiedlich die Ausfuhrförderungsdispositive je nach Produktebranche sind. So spielt beispielsweise beim Verband der chemischen Industrie die Forschung eine zentrale Rolle, während sich die üblichen Förderungsmassnahmen grösstenteils erübrigen, weil die Mitgliedfirmen des Verbandes über eigene Unternehmen im Absatzland verfügen. Für die Uhrenindustrie als weiteres Beispiel nimmt die Bekämpfung von Fabrikatefälschungen einen wichtigen Stellenwert ein. Was die Exportfinanzierung anbelangt, so erweist es sich als grundlegend, dass die Schweiz hier dank ihres gut ausgebauten Bankensystems kaum auf Probleme stösst und deshalb auf eine staatliche Exportfinanzierungsinstitution verzichtet werden kann. Im Verlaufe des Seminars fand auch die Leistung der in der Exportindustrie tätigen Arbeitnehmer Erwähnung. Der seit 50 Jahren herrschende weitgehende soziale Frieden begünstigt die Konkurrenzfähigkeit der schweizerischen Exporte in hohem Mass.

Leider nur ein Nachmittag war für die Behandlung von Fallbeispielen aus der Exportförderungstätigkeit der schweizerischen Vertretungen im

Ausland reserviert. Die Fälle stammten aus dem Arbeitsbereich der Seminarteilnehmer und wurden auch von ihnen vorgestellt. Die Besprechung erfolgte in drei Regionalgruppen. Als Hauptthema schälten sich Fragen der Arbeitsteilung zwischen den schweizerischen Vertretungen, der OSEC und den Exporteuren heraus. Dank seiner Praxisnähe erwies sich dieser Seminarteil als besonders gewinnbringend. Von der Seite der Teilnehmer wurde denn auch der Wunsch geäussert, der Behandlung von Fallbeispielen bei künftigen Seminarien noch breiteren Raum zu gewähren.

Abgerundet wurde das Seminar durch einen informativen und interessanten Besuch bei der Firma LONZA in Visp.

FAZIT: Das Seminar hat den Teilnehmern wertvolles Rüstzeug für ihre Exportförderungstätigkeit an den schweizerischen Vertretungen im Ausland zu vermitteln vermocht.

Regina Escher