

TORONTO

OKTOBER 1976

EXPORTFOERDERUNG UND DER KANADISCHE MARKTEinleitung:

Wenn die schweizerische Statistik steigende Exportzahlen aufweist, dann wurde vielleicht mehr oder zu hoeheren Preisen geliefert, ob beim Exporteur etwas haengen blieb, ist eine andere Frage. Schweizerische Lieferanten von Kraftwerk- und andern Grossanlagen wissen um diese schmale, oft verschwindende Marge im Geschaeft mit Kanada. - Bekanntlich kam es an der Generalversammlung der Schweizerischen Gesellschaft fuer chemische Industrie zu einer Kontroverse zwischen einem hohen Bundesbeamten und einem Chemiedirektor, der erklaerte, die blossen Exportzahlen spiegeln den Margendruck nicht korrekt wider und viele Geschaefte wuerden bloss zur Markterhaltung getaetigt. Neben dem Waehrungsproblem sind Schweizerfirmen auch Opfer von Modetrends geworden, die z.B. einem Westschweizer Unternehmen Anlass zu Personalentlassungen gaben, weil die betreffenden Maschinen zur Zeit nicht abgesetzt werden koennen. Das Ausweichen auf andere Maerkte, z.B. auf Kanada, ist in solchen Faellen kaum moeglich, weil die Fabrikate zur Zeit nicht gefragt sind.

Ausweichmoeglichkeiten:

Waehrend die schweizerische Grossindustrie inklusive die multinationalen Unternehmen auf eigene Werke oder Zulieferanten in Niedriglohnlaendern ausweichen, um sich auf dem kanadischen Markt halten zu koennen, sind die nur in der Schweiz produzierenden Betriebe preislich weniger flexibel, obschon mehr und mehr Schweizerbetriebe sich mit auslaendischem Zubehoer aus dem EFTA-Raum oder aus dem Common Market einzudecken beginnen. Im gleichen Sinne duerften die in Kanada und in den USA etablierten kapitalkraeftigeren Schweizerfirmen eine Fabrikationsumlagerung von der Schweiz nach Nordamerika vornehmen. Dies ist z.B. der Fall bei

voluminoesen Einrichtungen - wo nur noch die arbeitsintensivsten Praezisionsteile oder die technisch an einen Fabrikationsort gebundenen Stuecke aus der Schweiz stammen. Sogar Forschung und Entwicklung werden von Schweizerfirmen teilweise ins Ausland verlegt. Kurz gesagt, das Kuragefaelle, das frueher den Amerikanern Anlass gab, in Europa forschen, entwickeln oder fabrizieren zu lassen, beguenstigt jetzt im umgekehrten Sinne die Ausfuehrung in Nordamerika.

Zuerst einige Bemerkungen zum kanadischen Aufnahmepotential: Die Exportmoeglichkeiten fuer Schweizerfabrikate werden durch die Natur des kanadischen Marktes eingeschraenkt. Im Landwirtschaftssektor kann die Schweiz keine Einrichtungen anbieten. Fuer Oelfoerderung und Bergbau ist das schweizerische Warenangebot unbedeutend, wenn man von der Kraft- und Elektrizitaetsuebertragung oder vom Lueftungssektor absieht, wo die Schweizerindustrie sporadisch Lieferungen ausfuehrt. Fuer die Holzgewinnung ist die Schweiz in kanadischen Augen kein Lieferant von Holzernte-Anlagen. Die mehrheitlich auf Luxusgewebe ausgerichtete schweizerische Textilindustrie findet in Kanada ebenfalls nicht die zahlungskraeftige Kundin, und wenn, dann bleibt der kleine Markt auf Montreal, Toronto, Calgary und Vancouver beschraenkt.

Obschon die Schweiz viele Produkte nicht herstellt, die in den kanadischen Warenkorb passen, andererseits die kanadischen Abnehmer fuer viele auf Qualitaet und Praezision ausgerichtete Schweizerprodukte fehlen, ist es erstaunlich, wenn es die Schweiz im Export nach Kanada auf 435 Millionen Franken bringt. Tatsaechlich gibt es Ausnahmen, die die Regel bestaetigen - so die demnaechst erfolgende Lieferung von 10 Trams fuer die Stadt Toronto, die anschliessend nach Schweizermodell weitere 190 Einheiten baut.

Der exportwillige Europaeer soll auch nicht vergessen, dass der Kanadier suedlich seiner Grenze praktisch in gleicher Waehrung alles findet, was er in englischer Sprache ueber das

- 3 -

Telefon zur prompten Lieferung per Lastwagen, Bahn oder Flugzeug bestellen mag. Dazu kommen viele technische Spezifikationen, die vom einen oder andern Land mit minimen Aenderungen uebernommen worden sind.

Die Taetigkeit der offiziellen Vertretungen:

Wenn man deshalb von Exportfoerderung Schweiz - Kanada spricht, dann sollte man die Ziele auch im richtigen Verhaeltnis zu den Moeglichkeiten abstecken. Im Rahmen dieser Moeglichkeiten sind die Konsulate durchaus in der Lage, Vertretervorschlaege zu machen, Adressen zur Geschaeftsanbahnung zu nennen oder bei der Ermittlung von Schweizerprodukten die kanadischen Interessenten zu beraten. Die Vorbereitung von Besuchen bei kanadischen Importeuren erspart den in Ontario weilenden schweizerischen Exporteuren viel Zeit und Umtrieb.

Was nun die Bonitaet kanadischer Vertreter-Interessenten anbetrifft, so ist eine vorsichtige Beurteilung am Platz. Die Konsulate duerften vorziehen, etablierte Firmen als Vertreter zu empfehlen. Vielfach koennen diese jedoch aus Konkurrenzgruenden keine zusaetzlichen Lieferanten ins Auge fassen.

Man gibt sich in der Schweiz kaum Rechenschaft, wie schwierig es ist, in Kanada Vertreter zu finden. Der Stock-Kanadier ist nicht besonders ruehrig, und das Importgeschafft aus Europa ist schon waehrungstechnisch kompliziert. Die Vorschriftenflut, die sich von Ottawa uebers Land ergiesst, entmutigt selbst Importeure, die schon seit Jahren im Geschaefst stehen. Ausser bei Uhren und Esswaren ist das Importvolumen pro Artikel eher klein und die Gewinnaussichten entsprechend gering.

Auf dem Textil- und Geschenkartikelsektor finden sich meist nur noch Ostafrikaner indischer Herkunft, die sich mit dem Musterkoffer in die kanadische Kaelte wagen. Marktaussichten allein genuegen deshalb nicht, wenn sich kein Vertreter finden laesst.

- 4 -

In den Praerieprovinzen konnte noch nie ein Importeur gefunden werden, weil der Absatz pro Provinz viel zu klein ist.

Wirtschaftliche Organisationen:

Die schweizerisch-kanadischen Vereinigungen befassen sich nicht aktiv mit der Foerderung des schweizerischen Exportes. Mit der Veroeffentlichung von Waren- oder Vertreterangeboten ist es nicht getan. Auch sind die wenigsten Mitglieder der etablierten Vereinigungen im Import taetig. Sind es Grossfirmen mit eigenem Apparat in Kanada, dann finden sie kaum Verstaendnis fuer die Wuensche einer andern Schweizerfirma. Dies soll an dieser Stelle doch einmal unterstrichen werden, weil unserem Departement intern dargelegt werden soll, dass es die offiziellen Vertretungen sind, die sich um die Waren- und Vertretervermittlung bemuehen.

Keine staatliche Handelsfoerderung kann jedoch die Eigeninitiative des Exporteurs ersetzen. In den 60er und anfangs der 70er Jahren waren es die Kanadier, die in der Schweiz die Kontakte und die Ware suchten. Dies ist heute kaum mehr der Fall. Einige Schweizerfirmen haben gluecklicherweise umgeschaltet, aber es sind vorerst nur wenig Exporteure, die zur Zeit den kanadischen Markt persoendlich aufsuchen oder an Ausstellungsbeteiligungen denken.

In Bezug auf das Ausstellungswesen gibt es in Kanada zwei Glaubensrichtungen. Im Osten des Landes sieht man die Schweiz eher in der Form eines Pavillons vertreten, was von der Zentrale fuer Handelsfoerderung unterstuetzt wird. Im "goldenen Hufeisen", d.h. von Toronto bis Niagara oder Windsor, gehoeren Laenderausstellungen der Vergangenheit an. Dass dem so ist, beweist die jaehrlich von 2 - 3 Millionen Menschen besuchte Canadian National Exhibition in Toronto, an welcher frueher 10 - 20 Nationen mit Pavillons in der Laenderhalle teilnahmen. Man findet heute weder die USA noch die Westeuropaeer darin vertreten, weil sich der Aufwand trotz der hohen Passantenzahl nicht lohnt.

- 5 -

Ich gehe deshalb mit der Ansicht des Importhandels einig, dass nur Fachausstellungsbeteiligungen die Kosten rechtfertigen. In diesem Sinne kann ich nur die Branchenmessen empfehlen, deren in Toronto 5 - 8 pro Jahr stattfinden. Hier kommt der ausstellende Vertreter oder Schweizerexporteur jeweils mit 20 - 30'000 potentiellen Kunden in Beruehrung. Der bescheidene Aufwand von \$ 600 - 1000 inklusive Standkosten und Hotelspesen zu Fr. 2.55 pro Dollar lohnt sich.

Wenn in einem frueheren Abschnitt auf die Schwierigkeiten, in Kanada Vertreter zu finden, hingewiesen wurde, dann sollte abschliessend auch dargelegt werden, dass es die Provinzregierungen selbst sind, die mit ihren Finanzspritzen die Importkanale in kanadische Fabrikations-Einheiten umwandeln wollen. Ontario hat bereits zwei Manufacturing Opportunities Exhibitions durchgefuehrt, mit welchen der auslaendische Fabrikant oder Erfinder direkt aufgefordert wird, in der Provinz zu produzieren oder auf 50/50-Beteiligungen mit Kanadiern einzugehen. Im gleichen Zug wird auch dem Importhandel schmackhaft gemacht, wie er - vielleicht billiger und mit Hilfe von beträchtlichen Regierungsmitteln - das importierte Produkt nachahmen kann. Unter dem Deckmantel von Lizenzabkommen usw. soll der auslaendische Fabrikant zur Herstellung in Ontario animiert werden und es sind bereits einige Firmen bekannt, die auf Lokalfabrikation umstellten, weil die finanziellen Zuwendungen der Regierung recht attraktiv waren.

Man koennte das Gesagte in drei Abschnitten zusammenfassen:

- Der schweizerische Export nach Kanada beweist das kolossale Einfuehlungsvermoegen des schweizerischen Unternehmertums.
- Trotz vieler Schwierigkeiten finden zahlreiche Schweizerfirmen eine Nische im Geschaef mit Kanada, und die offiziellen schweizerischen Vertretungen duerften im Stande sein, die sporadisch anfallenden Exportwuensche tatkraeftig zu unterstuetzen, wenn der Exporteur auch eine anstaendige englische Offerte mit Richtpreisen vorlegen kann.

- Die grossten Einfuehrungschancen fuer ein Schweizerprodukt bieten die Beteiligungen an Branchen-Ausstellungen. Dort liessen sich auch Vertreter finden und gleichzeitig koennte abgeklart werden, ob das Produkt technisch auf der Hoehe und preislich konkurrenzfaehig ist.

Wenn in einem fruheren Abschnitt auf die Schweizerischen in Kanada Vertreter zu finden, hinzuweisen wurde, dann sollte abschliessend auch darauf hingewiesen werden, dass es die Provinzregierung ist, die mit ihren Finanzabteilungen die Importkennlinie in kanadische Patente-Richtlinien umzusetzen wollen. Gerade das besteht aus zwei Hauptbestandteilen: einerseits die Durchfuhrung mit welchen der auslandischen Vertreter oder Exporteur direkt aufgefuehrt wird, in der Provinz zu registrieren oder auf 50/50-Beteiligungen mit kanadischen einzugreifen. In gewissen Faelen wird auch der Importhandel schliesslich gewaerleistet, wie er - vielleicht billiger und mit Hilfe von entsprechenden Regierungsmitteln - das importierte Produkt nachahmen kann. Unter dem Deckmantel von Lizenzabkommen usw. soll der auslandische Fuhrmann zur Herstellung in Ontario animiert werden und es sind bereits einige Firmen bekannt, die auf lokalisierte Produktion umstellen, weil die finanziellen Bedingungen der Regierung recht attraktiv waren.

Man koennte das Gesagte in drei Abschnitten zusammenfassen:
 - Der schweizerische Export nach Kanada beweist das kolossale Einfuehrungsvermoegen des schweizerischen Unternehmens.
 - Trotz vieler Schwierigkeiten finden zahlreiche Schweizerfirmen eine Nische im Geschaeft mit Kanada, und die offiziellen schweizerischen Vertretungen duerften im Grunde sein, die zunaechst anfallenden Exportversuche raschnoetig zu unterstützen, wenn der Exporteur auch eine anstandslos ergaenzliche Offerte mit Bieten preislen vorlegen kann.