

Schweiz verliert Vorteile

Japan Die drittgrösste Wirtschaftskraft der Welt ist aus der Stagnation erwacht. Auch für die Schweiz ist das Land ein bedeutender Partner. Umso wichtiger ist das bilaterale Freihandelsabkommen mit Japan.

DANIEL TSCHUDY

Ende Dezember 2018 rapportierte die Schweizer Botschaft in Tokio in ihrem «Economy Report», dass Japans Wirtschaft 2017 mit 1,7 Prozent solide gewachsen sei. Und erinnerte gleichzeitig daran, dass das Land der aufgehenden Sonne mit seinem BIP von 4872 Milliarden Dollar weiterhin die drittgrösste Wirtschaftskraft der Welt ist.

Die Entwicklung im Jahre 2018 war dann aber weniger gut – es wird ein Wachstum von circa 1,0 Prozent erwartet. Und für das laufende Jahr soll es gar eine weitere leichte Abschwächung geben. Trotzdem, die Wachstumsstrategie der Regierung von Premierminister Shinzo Abe habe, so die Schweizer Botschaft, die japanische Wirtschaft aus einer langjährigen Stagnation geführt.

Arbeitsmarkt unter Druck

Die Alterung der japanischen Gesellschaft und der damit verbundene fortschreitende Bevölkerungsrückgang stellt das Land seit längerem vor enorme Herausforderungen. Als Reaktion darauf beschloss das japanische Parlament vor wenigen Wochen unter anderem, dass man in Zukunft vermehrt ausländische Arbeitskräfte ins Land bringen will, was aber gesellschaftlich durchaus umstritten ist. Zudem dürfte es den unzähligen Kleinbetrieben nicht viel nützen, denn sie leiden unter Nachwuchssorgen und können diese nicht einfach mit ausländischen Hilfskräften beseitigen.

Die Schweiz beobachtet die Entwicklung in Japan gespannt, denn der Markt ist für unser Land nicht unerheblich. 2017 machte Japan mit 7,47 Milliarden Franken rund 2,5 Prozent der Schweizer Warenexporte aus. Die zwei wichtigsten Industrien waren dabei die Pharmabranche mit 41 Prozent und die Uhrenindustrie mit 16,5 Prozent. Der Markt ist also wichtig genug, dass sich beispielsweise die Swiss-Japanese Chamber of Commerce dafür einsetzt, für ihre 300 Mitglieder ein bestmögliches Klima zu schaffen.

Momentum für die EU

Zumal die Schweizer Exporteure in Japan mit dem Inkrafttreten des Freihandelsabkommens zwischen der EU und Japan vor wenigen Tagen mit Diskriminierungen rechnen könnten. Dies sieht mindestens Martin Herb, Präsident der Handelskammer Schweiz-Japan, so: «Leider haben wir es verpasst, das bilaterale Freihandelsabkommen von 2009 zu aktualisieren, und so dürften Schweizer Unternehmen in Japan nach diesem EU-Abkommen Wettbewerbsvorteile verlieren.» Herb gibt ein Beispiel: «Mit dem neuen Abkommen FHA-EU erlangen EU-Unternehmen das Recht, sich in rund fünfzig sogenannten Kernstädten Japans bei Aufträgen zu bewerben. Sie dürfen so bei öffentlichen Ausschreibungen von Spitalern oder akademischen Einrichtungen mitbieten.»

Nationalrätin Elisabeth Schneider-Schneiter, Präsidentin der parlamentarischen Gruppe Schweiz-Japan, trug das gleiche Anliegen nach Bundesbern und

kürzlich auch nach Davos. Am traditionellen Japanabend am WEF im Central Sporthotel nahmen nicht nur Topvertreter der zwanzig grössten japanischen Konzerne teil, sondern auch Premierminister Shinzo Abe.

Zwar ergaben sich keine Verhandlungsmomente, aber man konnte in kurzen Gesprächen doch auf die Schweiz hinweisen und auf die Bedürfnisse der Schweizer Unternehmen. Denn das FHA-EU beinhaltet doch mehrere Elemente, die den Schweizer Exportfirmen in die Quere kommen. So konnte die EU beispielsweise auch im Bereich der Landwirtschaftsgüter relevante Vorteile aushandeln. Nicht alle Elemente des EU-Japan-Agreements sind schlecht für die Schweiz; im Textilbereich gibt es jetzt konsolidierte Vorgaben, die sich auch für Schweizer Firmen positiv auswirken können.

Martin Herb hält dennoch fest: «Wir werden in Japan zwar sehr geschätzt und können auf eine langjährige freundschaftliche Beziehung zählen. Das heisst allerdings nicht, dass wir uns nicht für unsere Interessen einsetzen sollen. Gegenüber den Wirtschaftsgiganten China, USA und EU sind wir ein kleiner Player, was uns deshalb auch zwingt, uns proaktiv zu wehren. Wir brauchen ein überarbeitetes Freihandelsabkommen mit Japan, um mindestens auf gleicher Stufe wie die EU arbeiten zu können.» Doch es gibt auch weitere Optionen. Nationalrätin Schneider-Schneiter schlug vor, dass der Bundesrat neu auch einen Beitritt zum von Japan angeführten multilateralen Freihandelsabkommen CPTPP prüft. Das Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership ist erst seit Ende 2018 in Kraft und umfasst neben Japan weitere Staaten, darunter Australien, Kanada, Singapur und Vietnam. Derzeit wird auch ein Beitritt Grossbritanniens geprüft.

Nicht im Schatten Chinas

Der wirtschaftliche Aufstieg Chinas wird in Tokio von vielen Leuten auch als Chance gesehen. China ist seit 2007 der wichtigste Handelspartner für Japan und der Tourismusbomb in Japan ist zum grössten Teil auf die kaufkräftigen Chinesen zurückzuführen. Das politische Verhältnis zu China und zu anderen Nachbarländern ist gerade unter der älteren Bevölkerung nach wie vor angespannt. Aber für Geschäftsleute und die jungen Generationen X und Y hat die «asiatische Globalisierung» Vorrang.

Viele Einwohner wollen in Japan aufbrechen, sich international engagieren und weltweit Partnerschaften eingehen. Oftmals fehlt in Japan allerdings eine offene und direkte Kommunikation, um diesbezüglich erfolgreich zu sein. An dieser Herausforderung arbeiteten entsprechend die jungen Generationen. Zwei Veranstaltungen, die in diesem Zusammenhang durchaus als internationale Plattformen dienen können, stehen bald an. Im Sommer 2020 finden die Olympischen Sommerspiele in Tokio statt und 2025 die Weltausstellung in Osaka. Die Schweiz wird sich bei diesen Events sicher erneut in bestem Licht präsentieren – auch aus rein wirtschaftlichen Interessen.



Katalin Dreher-Hajnal:
Österreich

Wie gelingt der Markteintritt in Ihren Markt und wie können sich Schweizer KMU in diesem wettbewerbsstarken Umfeld langfristig behaupten?

In unserem östlichen Nachbarland geniessen Schweizer Produkte einen guten Ruf und sind sehr geschätzt. Allerdings reicht dies nicht aus, um im österreichischen Markt erfolgreich zu sein. Dafür ist der Markt zu gesättigt und es sind zu viele Alternativen vorhanden. Um sich in Österreich behaupten zu können, brauchen Schweizer KMU einerseits ein klares Alleinstellungsmerkmal des Produktes oder der Dienstleistung. Andererseits ist die Marktbearbeitung vor allem zu Beginn aufwendig, da sich Exporteure Zeit nehmen müssen, um in gute Kontakte zu investieren und die Kunden kennenzulernen. Ein Aufwand, der sich lohnt. Immerhin gehört Österreich zu den wichtigsten Exportmärkten für Schweizer Unternehmen innerhalb Europas und zeichnet sich durch ein stabiles Wirtschaftsumfeld aus.

CREDIT SUISSE

Wachstum über den heimischen Markt hinaus.

Als Bank für Unternehmer bringen wir Sie international weiter.
credit-suisse.com/unternehmeninternational

Copyright © 2019 Credit Suisse Group AG und/oder mit ihr verbundene Unternehmen. Alle Rechte vorbehalten.