

Herausforderung Japan

Global Player Trotz der stabilen Freundschaft muss die Länder-Zusammenarbeit verbessert werden.



Tokio mit seinem unendlichen Häusermeer, dem Skytree-Turm und dem Fuji.

DANIEL TSCHUDY

Dominique Ursprung, der Geschäftsführer der Schweizerisch-Japanischen Handelskammer SJCC, muss es regelmässig wiederholen: «Es stimmt, dass die Vereinigten Staaten und China die noch grösseren Wirtschaftsmächte sind, aber Japan spielt doch seit langem erfolgreich in dieser Topliga. Zudem ist Japan ein zuverlässiger Partner, den wir hier in der Schweiz sehr freundlich schätzen.»

Zwar hält das Staatssekretariat für Wirtschaft Seco in einem Marktbericht fest, dass es zwischen den beiden Ländern seit 2009 ein Freihandels- und wirtschaftliches Partnerschaftsabkommen (FHWPA) gibt, aber dass nach dem jüngeren Abkommen zwischen der EU und Japan «die

Wettbewerbsvorteile für Schweizer Exporte zusehends erodieren».

Persönlicher Austausch

Schweizer KMU mit Wirtschaftsinteressen in Japan sind hin- und hergerissen. Dem Potenzial mit Tradition und Freundschaft steht der kräftige Konkurrenz- und Preisdruck von allerlei Seiten gegenüber. Nur, die Zusammenarbeit mit japanischen Firmen war schon immer anspruchsvoll, sei es wegen der kulturellen Unterschiede, der Sprache oder des hohen Qualitätsanspruchs, der in diesem Markt gefordert wird.

Die meisten Schweizer Unternehmen haben gelernt, dass man in Japan nur dann erfolgreich ist, wenn man qualitativ hochstehende Produkte produziert und sie dann, sofern notwendig, dem Markt anpasst. Um aber die Vorgaben richtig

umsetzen zu können, muss man vor Ort sein. Dominique Ursprung hadert da im Moment: «Die anhaltenden Reisebeschränkungen, auch wenn nachvollziehbar, sind für Geschäftsleute eine grosse Herausforderung.»

Wie die SJCC berichtet, liegt das Handelsvolumen seit einigen Jahren stabil zwischen 12 und 13 Milliarden Franken, wobei die Schweiz jeweils einen Handelsüberschuss ausweist. Die zwei wichtigsten Güter, die mehr als die Hälfte der Schweizer Exporte ausmachen, sind chemische und pharmazeutische Produkte sowie Uhrenwaren.

Bei den bilateralen Investitionen ist das Bild umgekehrt: Der Bestand der japanischen Direktinvestitionen in der Schweiz hat stark zugenommen, was auch mit Hitachis Übernahme der Stromnetzsparte von ABB zu tun hat. Heute betragen die ja-

panischen Direktinvestitionen in der Schweiz rund 44 Milliarden Franken. Der Kapitalbestand der Schweizer Direktinvestitionen in Japan liegt bei 18 Milliarden Franken.

Das Freihandelsabkommen aufdatieren

Einige Branchen können also profitieren oder planen neue oder verstärkte Zusammenarbeiten; so beispielsweise im Bereich Bildung und Forschung.

Andere Branchen haben zu beissen. Die EU profitiert seit zwei Jahren von einem in vielen Bereichen besseren Freihandelsabkommen mit Japan, was für Schweizer Exporteure zu einem Problem werden kann. Beim Käseexport beispielsweise, immerhin ist Japan der weltweit grösste Käseimporteur, schlägt sich das in der Performance nieder. Seit 2019 haben die Schweizer Käseexporte nach Japan

jährlich um 10 Prozent abgenommen. Dies, während die Europäische Union ihre Exporte nach Japan um 13 Prozent verbessern konnte.

Die Politik ist also gefordert. Die SJCC muss weiterhin versuchen, die Behörden und Wirtschaftsorganisationen beider Länder zusammenzubringen und dabei nicht nur Freundschaft zu pflegen, sondern die gemeinsamen Kooperationsbedingungen zu verbessern und auszubauen. Erstes Ziel ist also, das in die Jahre gekommene Freihandelsabkommen zwischen der Schweiz und Japan aufzudatieren.

www.sjcc.ch

Mit Krisenerfahrung durch die Pandemie

Resilienz Japan wird immer wieder von Katastrophen heimgesucht. Das kommt dem Inselreich dank den Tugenden nun zugute.

GABRIEL KNUPFER

Vom beflaggten Stand neben dem Nachbarschaftsladen auf einem der Hügel Yokohamas verbreitet sich der Geruch von grilliertem Fleisch und Meeresfrüchten. Hier gibt es Takoyaki, Teigkugeln mit einem Stückchen Oktopus-Tentakel, und Yakitori, Fleisch-Spiesschen, zu kaufen. Solche Stände sieht man während der Pandemie häufiger.

Denn die Regierung verbot den Restaurants, Alkohol auszuschenken. Vielen Izakayas, wie die Kneipen hier genannt werden, bleibt nichts anderes übrig, als die Stände im Freien, mit denen sie sonst an Festivals erscheinen, zu ihrer Hauptverkaufsstelle zu machen.

Die Pandemie ist auch für das katastrophenerprobte Japan eine Herausforderung. Damals, am 11. März 2011, erschütterte eine gewaltige Dreifachkatastrophe



Fussgängerstreifen vor dem Bahnhof JR Shinjuku in Tokio, Ende Januar 2021.

das Land. Mehr als 22 000 Menschen starben in der Flutwelle und im Atomkraftwerk Fukushima Daiichi kam es zur Kernschmelze. Aber im Unterschied zu heute war 2011 mit Tohoku nur eine Randregion betroffen. Zwar wurden die lokale Landwirtschaft und Fischerei schwer geschädigt und der Tourismus brach vorübergehend ein. Aber trotz den gewaltigen Kosten, an die bis heute eine landesweite Sondersteuer erinnert, ging das Leben im restlichen Japan weitgehend normal weiter. Auf's Gesamtjahr stagnierte zwar die

Wirtschaft, aber die Arbeitslosigkeit ging sogar zurück.

Jetzt in der Corona-Krise sind es die Zentren des Landes, die am stärksten betroffen sind. Von rund 800 000 Fällen entfielen fast 40 Prozent auf die Hauptstadtregion Kanto. Und auch die zweitgrösste Metropolregion Kansai ist stark betroffen. Doch die japanische Regierung hat rechtlich keine Möglichkeit, Massnahmen wie Ausgangssperren oder Zwangsquarantäne zu verhängen. Anstelle von Lockdowns wie in Europa gab es nur sogenannte Notstände, die meist eng begrenzt waren. Dies führte dazu, wie die Wirtschaftszeitung «Nikkei» berichtete, dass Tausende Firmen ihr Hauptquartier aus Tokyos 23 Bezirken in die Vorstädte und umliegenden Präfekturen verlagerten.

Der Fokus Japans liege auf der «Verhinderung der Ausbreitung von Covid-19 bei gleichzeitiger Aufrechterhaltung der wirtschaftlichen Aktivität durch die Nutzung wissenschaftlicher Erkenntnisse», erklärte Yasutoshi Nishimura, der für Corona zuständige Minister. Dabei kann die Regierung auf die Disziplin der Bevölkerung

zahlen: Ausserhalb der eigenen vier Wände sieht man kaum jemanden ohne Maske. Und praktisch alle Shoppingcenter, Einkaufsläden und Restaurants bieten beim Eintritt Desinfektionsmittel an.

Arbeitslosigkeit unter Kontrolle

Hat sich die Strategie bewährt? Die Arbeitslosigkeit stieg im vergangenen Jahr von 2,4 Prozent auf 2,8 Prozent, was international gesehen noch niedrig ist. Doch diese Statistik zeigt laut Internationalem Währungsfonds kein komplettes Bild. Denn nachdem die Anzahl Erwerbstätiger in den letzten Jahren regelmässig zugenommen hat, ging sie 2020 um eine halbe Million zurück.

Dabei muss man beachten, dass der Konsum schon Ende 2019 einbrach, nachdem die Regierung die Mehrwertsteuer erhöht hatte. Tatsächlich sank das Bruttoinlandprodukt im vierten Quartal 2019 stärker als im bereits von Corona belasteten ersten Quartal 2020. Insgesamt schrumpfte die japanische Wirtschaft im letzten Jahr um 4,8 Prozent, und das ist weniger als in der Finanzkrise 2009. Mitgeholfen haben

2020 gab es so wenig Konkurse wie seit dreissig Jahren nicht mehr.

Massnahmen wie eine einmalige Barauszahlung von rund 830 Franken pro Person und die «Go To Travel»-Kampagne, wo der Staat die Hälfte der Kosten von Inlandreisen übernahm.

Und wie in der Schweiz gibt es auch in Japan Profiteure dieser Krise. Lieferdienste beispielsweise erleben einen Boom; die eckigen Uber-Eats-Liefertaschen gehören zum fixen Strassenbild. Auch Fahrradverkäufe sind in die Höhe geschossen, und Velohändler Kosuke Oone erklärt, «es ist schwierig, Ersatzteile zu finden. Wegen der grossen Nachfrage aus Europa wird ein kleiner Markt wie Japan kaum mehr beliefert.» An Sonntagen macht der Familienvater zusätzlichen Umsatz mit dem Verkauf von Pita-Sandwiches.

Die Menschen wehren sich – und das offensichtlich erfolgreich. Eine Erhebung von Tokyo Shoko Research zeigt, dass es im Fiskaljahr 2020, das bis Ende März 2021 dauerte, so wenig Firmenkurse gab wie seit dreissig Jahren nicht mehr. Bis Ende März dieses Jahres gingen 17 Prozent weniger Firmen bankrott als im Vorjahr. Und obwohl der internationale Tourismus quasi stillsteht, sank die Anzahl Schliessungen von Restaurants und Bars. Resilienz ist definitiv eine Tugend der Japaner.