

# Die Zukunft liegt im Osten

Schweizer Exporte zu stark auf EU fokussiert – Vorteile dank Qualität – Frankenstärke geringe Gefahr



BILD: BRANKO DE LANGREYSTONE

Im Basler Rheinhafen, einer Drehscheibe des schweizerischen Aussenhandels, werden jährlich 6 bis 7 Mio. Tonnen Güter umgeschlagen.

MARTIN GOLLMER

Wer weiss es nicht: Die Schweiz verdient heute mehr als jeden zweiten Franken im Ausland. Weit über die Hälfte der schweizerischen Warenexporte geht dabei in die EU-15-Länder, die Mitgliedstaaten der Europäischen Union vor der sogenannten Osterweiterung. Als Abnehmer massgeblich an Bedeutung gewonnen haben indessen die Bric-Staaten (Brasilien, Russland, Indien und China): Jeder zehnte Exportfranken wird in einem dieser vier Schwellenländer verdient. Damit kommt dieser Ländergruppe neuerdings sogar eine leicht grössere Bedeutung zu als den USA.

## Aufstrebende Bric-Staaten

Der Aufstieg der Bric-Staaten zeigt gemäss einer neuen Studie der Grossbank Credit Suisse (CS), dass in der Weltwirtschaft die ehemalige Triade EU/USA/Japan einem immer multipolareren Gebilde weicht. Neben dem Begriff Bric beginnt sich auch derjenige der Next 11 (nächste elf Schwellenländer, darunter etwa Indonesien, Korea, Mexiko, Türkei oder Vietnam) zu etablieren. Als Region mit einem hohen Wirtschaftswachstum hat sich auch Südostasien einen Namen gemacht.

In Kombination mit dem erwarteten Potenzialwachstum dieser Länder bzw. Ländergruppen haben die CS-Ökonomen unter Leitung von Nicole Brändle Schlegel ein Potenzialwachstum für die schweizerischen Exporte in die verschiedenen Märkte geschätzt. Danach dürften die Ausfuhren in die Bric-Länder, in die Next 11 sowie nach Südostasien jährlich 11 bis 19% steigen. Das bedeutet, dass sich zum Beispiel die Exporte in die Bric-Staaten innerhalb von fünf Jahren beinahe verdoppeln, binnen sieben Jahren fast verdreifachen dürften.

Setzt sich diese Entwicklung bis 2030 fort, erreichen die Bric-Staaten dann zum einen Anteil an den schweizerischen Exporten von 45%, die Ausfuhren nach Südostasien dürften von heute 2,5 auf über 8% wachsen, diejenigen in die Staaten am Persischen Golf werden den Anteil von 3,5 auf 7% verdoppeln.

Dieses hohe Wachstum bedingt auf der anderen Seite einen Rückgang. Besonders eindrücklich zeigt sich der Bedeutungsverlust der EU-15: Zwar dürften auch im Jahr 2030 rund ein Viertel der schweizerischen Ausfuhren Westeuropa zum Ziel haben, im Vergleich zum heutigen Anteil von knapp 65% nimmt sich das aber bescheiden aus.

Die Extrapolation zeigt, dass die Zukunft des schweizerischen Aussenhandels vor allem im Nahen und Fernen Osten liegt. Würden die hiesigen Exporteure dieses Potenzial nicht nutzen und an ihrer heutigen geografischen Diversifizierung festhalten, dann würden gemäss CS-Prognosen BIP (+1,6%) und Exporte (+2,1%) der Schweiz bis 2030 jährlich deutlich langsamer wachsen als in den anderen – westlichen, industrialisierten – OECD-Staaten (+1,9 resp. +2,4%).

## Geografische Defizite

Vergleicht man die aktuelle geografische Diversifikation der schweizerischen Exporte mit denjenigen der Nachbarländer sowie mit den USA und Grossbritannien, dann herrscht laut CS Nachholbedarf. Am wenigsten diversifiziert seien die Branchen Medizinaltechnik und Metallindustrie. Gut sehe die Situation dagegen bei der Pharma- und der Uhrenindustrie aus.

Hapert es in Bezug auf die geografische Diversifizierung noch, so verfügt die schweizerische Exportindustrie gleichwohl über einen Trumpf, der häufig sticht:

Qualität. Auf diesen setzen heute gemäss CS 63% der Unternehmen (vgl. Grafik). 1990 lag dieser Wert erst bei 45%. Die grosse Mehrheit der Betriebe – 60% – verfügt dabei auch tatsächlich über einen Qualitätsvorteil. Besonders erfolgreich schneiden im Qualitätswettbewerb gemäss CS die Pharma- und die Uhrenindustrie sowie Unternehmen im Bereich der Mess- und Kontrollinstrumente ab.

Bei den 37% der Exporteure, die im Preiswettbewerb tätig sind, hat hingegen nur eine kleine Minderheit von 4% einen Preisvorteil. Besonders schlecht sieht die Situation im Preiswettbewerb laut CS für die Textil- und Bekleidungsindustrie, die Chemie, die Kunststoffhersteller sowie die Medtech-Unternehmen aus.

## Weltkonjunktur vorrangig

Die Auswirkungen der Frankenstärke auf die schweizerischen Ausfuhren halten die Credit-Suisse-Ökonomen für begrenzt. Nominal habe sich der Franken über die vergangenen zehn Jahre zwar 30% aufgewertet, real gesehen habe jedoch nur ein Plus von 13% resultiert. Weil die Schweiz auf den Qualitätswettbewerb setze, sei der Preis ein wenig entscheidender Faktor. Zudem hänge die Exportnachfrage kurzfristig gesehen viel mehr von der derzeit anziehenden Weltkonjunktur ab als vom Wechselkurs. «Die Frankenstärke wird nicht so weh tun», sagte CS-Chefökonom Martin Neff anlässlich der Präsentation der Studie.

Dem starken Franken begegnen die Exporteure mit Massnahmen zur Kostensenkung und Ertragssteigerung. Auf der Kostenseite dominiert dabei der Einkauf in Fremdwährungen (vgl. Grafik). Auf der Ertragsseite stehen Investitionen in die Erschliessung neuer ausländischer Märkte an erster Stelle.

# Wichtige Handelsabkommen

Die Einbindung der Schweizer Dienstleistungsunternehmen in die Weltwirtschaft – durch Exporte und durch direkte Auslandaktivitäten – ist noch nicht so ausgeprägt wie die der stark globalisierten Industriebetriebe. Die wichtigsten Gründe für den Unterschied sind die geringere Handelbarkeit von Dienstleistungen, die im tertiären Sektor höheren Handelsschranken und der geringere geografische Aktionsbereich der oft kleinen Dienstleistungsbetriebe. Dennoch beträgt der Anteil exportierender Dienstleistungsunternehmen 30%; 12% sind direkt im Ausland präsent. In der Industrie sind die Anteile doppelt so hoch.

Auslandaktivitäten, vor allem die direkte Präsenz, sind sehr grössenabhängig. Zudem zeigt sich, dass 25% aller im Jahr 2010 direkt im Ausland aktiven Gesellschaften nach 1990 erstmals im Ausland investiert haben; bei den kleinen Betrieben und den wissensintensiven Dienstleistungsunternehmen sind es sogar 50%.

Eine Forschergruppe der Konjunkturforschungsstelle der ETH Zürich unter der Leitung von Spyros Arvanitis hat untersucht, welches die Bestimmungsfaktoren der Auslandaktivitäten von Dienstleistungsunternehmen sind. Danach spielt eine Kombination von firmenspezifischen Charakteristika wie Innovationsfähigkeit, gut ausgebildetes Personal oder Ausländerfahrung die wichtigste Rolle. Nachteilige standortspezifische Faktoren wie hohe Lohnkosten oder starke Marktregulierung haben demgegenüber eine untergeordnete Bedeutung. Damit scheint bei den Dienstleistungen ähnlich wie im Bereich der Industrie das Ausnutzen von Qualitätsvorteilen das trei-

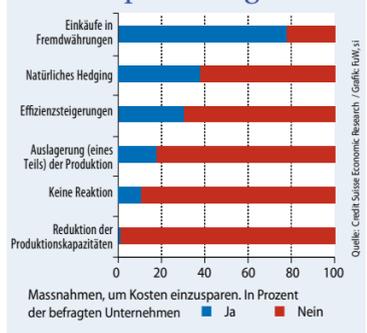
bende Element im Auslandgeschäft zu sein. Dennoch spielen Deregulierung und Liberalisierung im Export von Dienstleistungen eine hervorragende Rolle. Das haben Peter Egger und Georg Wamser von der Konjunkturforschungsstelle der ETH Zürich in einer weiteren Untersuchung herausgefunden. Ein Kernergebnis ist, dass sich der Abschluss von internationalen Wirtschaftsabkommen günstig auf den Dienstleistungshandel (und auf Direktinvestitionen) auswirkt. Die beiden Forscher fordern, dass die Schweiz mit Ländern, mit denen sie kein Investitionsschutz-, Doppelbesteuerungs- und Freihandelsabkommen abgeschlossen hat, ein solches Abkommen anstrebt.

Trotz Abkommen bleiben Marktzutrittsbarrieren bestehen. Das zeigt das Personenfreizügigkeitsabkommen der Schweiz mit der EU, das im Bereich der Dienstleistungen die 90-Tage-Regel eingeführt hat. Danach dürfen Personen aus der Schweiz bis zu neunzig Kalendertage jährlich grenzüberschreitend Dienstleistungen in der EU anbieten. Eine Untersuchung von Panagiotis Delimatsis und Pierre Sauvé vom World Trade Institute in Bern zeigt, dass schweizerische Dienstleistungsanbieter trotzdem Schwierigkeiten im Marktzugang in der EU haben. Grund ist, dass seit Unterzeichnung des Personenfreizügigkeitsabkommens mehr als zehn Jahre vergangen und seither in der EU in Bezug auf Regulierung der Dienstleistungsmärkte bedeutende Änderungen eingetreten sind. Die beiden Autoren schlagen daher die Schaffung einer Internet-Plattform vor, die Informationen über Marktzutrittsbarrieren und Umgehungsmöglichkeiten bündelt. MG

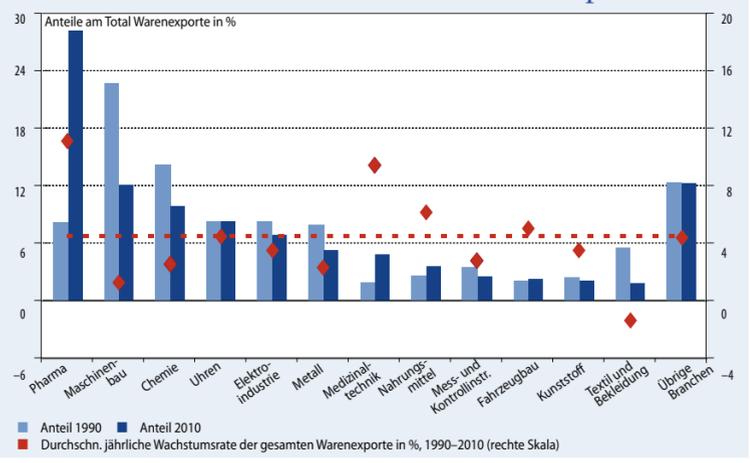
## Exportiert wird Qualität



## Kostenparstrategien



## Pharma dominiert schweizerische Warenexporte



## Exportmeister



Die Pharmaindustrie ist die wichtigste Exportbranche der Schweiz (vgl. Grafik oben). Novartis, das zweitgrösste Pharmaunternehmen der Welt, steht für diese Bedeutung. Der Basler Konzern ist gegenwärtig allein für 14% des Exportvolumens der Schweiz verantwortlich. Er stellt Arzneimittel, Impfstoffe, Diagnostika, Generika und Biosimilars (Sandoz), Tiergesundheitsprodukte sowie Augenheilmittel (Alcon) her. Das Unternehmen betreibt Konzerngesellschaften in 140 Ländern. Dort arbeiten 90% der Angestellten von Novartis. 99% des Umsatzes werden im Ausland verbucht. Die Schweiz ist aber immer noch wichtiger Produktions- und Forschungsstandort von Novartis. Davon zeugen die Investitionen in Sachanlagen, bei denen die Schweiz einen Anteil von 29% hat, und die Forschungsausgaben, die zu 36% in der Schweiz anfallen.

## Lift nach oben



Der Maschinenbau hat in den vergangenen zwanzig Jahren im Aussenhandel der Schweiz stark an Bedeutung verloren, ist aber immer noch die zweitwichtigste Exportbranche des Landes (vgl. Grafik). Ein auf den Weltmärkten nach wie vor sehr erfolgreiches Unternehmen in diesem Sektor ist Schindler. Die Ebikonener verstehen sich als ein global aktiver Anbieter von Mobilitätslösungen. Sie sind der weltweit grösste Lieferant von Rolltreppen, der global zweitgrösste Produzent von Aufzügen und ein internationaler tätiger Hersteller von Laufbändern. Diese Produkte transportieren jeden Tag eine Milliarde Personen. Wie auslandorientiert Schindler ist, zeigt der Umstand, dass 91% des Personals in den rund tausend über die ganze Welt verstreuten Filialen arbeiten. Im Ausland erzielt Schindler 90% des Umsatzes.

## Chemie stimmt



Auch wenn die Chemie in den vergangenen zwei Jahrzehnten im schweizerischen Aussenhandel an Bedeutung verloren hat, ist sie immer noch eine Branche mit überdurchschnittlicher Exportorientierung (vgl. Grafik). Das lässt sich auch für Ems-Chemie sagen. Das Unternehmen hat 25 Produktionsstandorte in sechzehn Ländern und ist weltweit mit eigenen Verkaufsgesellschaften vertreten. Die Hälfte der Produktion findet in der Schweiz statt – 95% des Umsatzes werden aber im Ausland erzielt. Dort arbeiten auch 55% der Angestellten von Ems-Chemie. Der Konzern ist in den Geschäftsbereichen Polymere Werkstoffe sowie Feinchemikalien/Engineering tätig. Er produziert etwa Hochleistungspolyamide, Klebstoffe, Abdichtmaterialien, Fasern und Anzündkerzen für Airbag-Gasgeneratoren.

## Uhren ticken



Die Uhrenindustrie gilt als Branche, die ihre Exporte geografisch vorbildlich breit diversifiziert hat (vgl. Haupttext). Die Erfolge, die sie heute weltweit feiert, haben einen Namen: Swatch. Der Konzern aus Biel hat Ende der Siebziger-, Anfang der Achtzigerjahre die Wiederauf-ersterung der schweizerischen Uhrenindustrie eingeleitet. Er hat gezeigt, dass es möglich ist, im Hochlohnland Schweiz eine Billiguhr herzustellen und erfolgreich zu exportieren. Heute sind unter dem Dach der Swatch Group Uhrenmarken aller Preissegmente vereint. Darüber hinaus produziert und verkauft das Unternehmen Schmuck. Weitere Aktivitäten sind Herstellung und Kommerzialisierung von elektronischen Komponenten sowie Zeitmessung an Sportveranstaltungen. Swatch erzielt 85% des Umsatzes im Ausland.

## Unter Strom



Die Elektroindustrie ist sozusagen Mittelmass: Ihr Anteil am schweizerischen Aussenhandel von 7% entspricht genau dem Durchschnitt aller Branchen. Herausragendes Mitglied dieses Sektors ist ABB. Der Badener Konzern ist ein global führendes Unternehmen in Elektro- und Automationstechnologien, die es Stromversorgern und Industriekunden erlauben, ihre Leistung zu erhöhen. Er ist in über hundert Ländern tätig und verfügt in 87 dieser Staaten über Vertretungen. Er beschäftigt weltweit 117 000 Personen, darunter 6000 Entwickler in sieben Forschungszentren. Zusammenarbeitet wird mit siebzig Universitäten rund um den Globus. ABB erzielt 39% des Umsatzes in Europa (inklusive Schweiz), 28% in Asien, 20% in Nord- und Südamerika sowie 13% im Nahen Osten und in Afrika. MG