

NEUE EXPORTOFFENSIVE 1996–1998

AUSSENWIRTSCHAFTSSTRATEGIE SETZT DREI SCHWERPUNKTE



EGON WINKLER

Dr.; geboren am 10. April 1936 in Feldkirch, Vorarlberg; 1955/59 Jusstudium an der Universität Innsbruck; 1960 nach dem Gerichtsjahr: Bezirks- und Landesgericht Feldkirch, 1 Semester King's College in Cambridge, England, Praktikum im Anwalts- und Treuhandbüro Oskar Bühler, Mauren, Liechtenstein, Société des Banques Suisse, Genf; 1963 Eintritt in die HA-Abteilung der BWK; unter anderem Sachbearbeiter Außenhandelsstelle Hongkong, Handelsdelegierter Außenhandelsstelle Los Angeles, Tokio, New York; seit 1992 Leiter der Abteilung für Außenwirtschaft, BWK

Die österreichische Leistungsbilanz, der Ausweis eines Landes beim Außenhandel mit Waren und Dienstleistungen, ist seit einigen Jahren kräftig in die rote Zone gerutscht. Im vergangenen Jahr erreichte dieser Fehlbetrag 47 Mrd. öS, oder 2 % des Bruttonationalproduktes. Da die Einkünfte Österreichs aus dem Tourismus nicht mehr, wie in der Vergangenheit, die Fehlbeträge aus Exporten und Importen decken können, ist eine österreichweite Exportoffensive nun in aller Munde.

Die österreichische Wirtschaft wurde in den letzten Jahren starken Veränderungen ausgesetzt, im Westen die EU-Mitgliedschaft, im Osten die Öffnung nach dem Fall der Berliner Mauer. Einerseits bedeutet dies gestiegene Chancen für viele Wirtschaftssektoren, andererseits die Notwendigkeit für einige Branchen, sich rasch umzustellen. Eine Exportoffensive muß daher auf diese Herausforderungen vielschichtig reagieren. Daher auch die drei Grundpfeiler unserer Strategie 96-98: Europäisierung, Globalisierung und weltweite Branchenschwerpunkte.

Ich bin überzeugt, daß wir unsere, teilweise ambitionierten Ziele der Strategie erreichen werden. Dies deshalb, weil wir über die nötige Infrastruktur im Ausland und Sachkompetenz verfügen, aber vor allem, weil sie sich an den Bedürfnissen der Firmen orientieren. Wünschenswert wäre in diesem Zusammenhang, daß der Staat seinen Teil bei der Exportoffensive einbringt, in dem er für entsprechende Rahmenbedingungen für die Wirtschaft, wie Flexibilisierung der Arbeitszeit und steuerliche

Entlastungen sorgt. Ein besonderes Anliegen der Exportwirtschaft ist hierbei die Absicherung der Finanzierungen im Export, wo in europäischen Ländern oft günstigere Bedingungen geboten werden, als es unsere Firmen erhalten.

1) EUROPÄISIERUNG DER ÖSTERREICHISCHEN WIRTSCHAFT

„Angesichts des durch den Tourismus bedingten steigenden Leistungsbilanzdefizites sehen wir uns in Zukunft auch mit einem möglichen Anstieg des Handelsbilanzdefizites konfrontiert. Steigende Importe sind von uns nicht zu verhindern, ein Exportwachstum können wir jedoch aktiv beeinflussen“, betonte Egon Winkler, Leiter der Außenwirtschaftsorganisation der Wirtschaftskammer Österreichs heute vor Journalisten. „Drei strategische Ziele für 1996 - 1998, die Europäisierung und Globalisierung der österreichischen Wirtschaft und weltweite Branchenschwerpunkte sollen einem Anstieg des Handelsbilanzdefizites entgegensteuern“, so Winkler.

„Trotz Kürzung der Mittel müssen wir noch zielgerichteter arbeiten als bisher“, so Winkler weiter. „Da unsere Zeit sehr kurzlebig geworden ist, kommt längerfristigen Strategien eine besondere Bedeutung zu“. Der EU-Beitritt Österreichs und die Ostöffnung sind die größten Herausforderungen und der wichtigste Strukturschnitt der österreichischen Wirtschaft geworden. Die Europäisierung der Wirtschaft soll mit Themenschwerpunkten wie „Planquadrat Nachbarstaaten“, „Vom Gateway zum

Highway“ und für den freien Zugang zu europäischen Ausschreibungen mit „Projektchancen durch den EU-Beitritt“ erzielt werden. Ein neues AW-Referat „EU-Förderungen“ wird die verbesserte Ausnutzung der Fördermöglichkeiten der EU garantieren. Ein „Fremdsprachenservice für das österreichische Gewerbe“ bietet ein unbürokratisches Übersetzungsservice und „Einkauf im europäischen Markt“ wird dem österreichischen Handel eine bessere Kenntnis der europäischen Beschaffungsmärkte liefern.

EUROPÄISIERUNG DER ÖSTERREICHISCHEN WIRTSCHAFT

PROJEKT	ZIELE	AKTIONEN
Planquadrat Nachbarstaaten	<ul style="list-style-type: none"> Eine Aktion zur systematischen Aufarbeitung aller Grenzregionen Österreichs und des Nachbarraumes im Sinne des Konzepts „Europa der Regionen“ Intensive Bearbeitung der Märkte vor der Haustür „Mentale Grenzen müssen fallen.“ – der Weg zu einer Selbstverständlichkeit der nachbarschaftlichen Kooperation zwischen Regionen, Städten, WKÖ, Landeskammern, Bezirksstellen, Außenhandelsstellen 	<ul style="list-style-type: none"> Ausnutzung aller bestehenden Netzwerke und Synergien (EU-Instrumente der Förderung, Landeskammern und AHST'n); regionale Förderprogramme der EU ausnutzen: INTERREG, PHARE, INTERPRISE, Forschungs Kooperation Detailprogramme der AHST'n, wie „Nachbar Italien - neue Wege für das österreichische Gewerbe im zweitwichtigsten Markt“, „Lebensmittelmärkte Bayern, Norditalien“ Grenzüberschreitende Industrie und Infrastrukturprojekte (z.B. Eisenbahnverbindung Slowakei)
Osteuropa: „Vom GATEWAY zum HIGHWAY“	<ul style="list-style-type: none"> Österreichs Vorsprung in Osteuropa ausbauen 20 % Marktanteil im Jahr 2000 Nutzung aller finanziellen Möglichkeiten der EU-Förderungen wie PHARE und TACIS 	<ul style="list-style-type: none"> Erfolgreiche Wirtschaftsmissionen in entlegene Regionen Privatisierungen in Osteuropa nutzen (Energie, Verkehr) Besuche bei Großindustrien in schwer zugänglichen Gebieten (Sibirien, Kazachstan) Wiederaufbau Ex-Jugoslawien: Österreich an vorderster Stelle Projektschäfte der EBRD und Weltbank
Projektchancen durch EU-Mitgliedschaft	<ul style="list-style-type: none"> Freier Zugang zu europäischen Ausschreibungen und Förderung des Zuganges zu EU-Ausschreibungsdatenbanken TED, TENNIS 	<ul style="list-style-type: none"> BRD: Aufträge im Zuge der Verlegung der Bundeshauptstadt von BONN nach BERLIN (Bauwirtschaft, Inneneinrichtungen) Verfolgung von Ausschreibungen, die unter EU-Schwellenwert für Amtsblattveröffentlichung liegen Systematische Aufarbeitung des Projektgeschäfts in Osteuropa unter konsequenter Einbindung der europäischen Finanzierungsinstrumente (EIB) EU-Ausschreibungsmarkt für Gewerbe und Handwerk
Geld aus Brüssel: neues AW-Referat: EU-Förderung	<ul style="list-style-type: none"> Stark verbesserte Ausnutzung der Fördermöglichkeiten der EU 	<ul style="list-style-type: none"> Verbindungsstelle in Wien einrichten, die österreichischen Firmen unbürokratisch Informationen beschafft, durch Kontakte und Lobbying mehr herausholt und bei den täglichen Problemen (Formularwesen, Anträgen und Verfahrensabwicklung etc.) hilft
Fremdsprachenservice für das österreichische Gewerbe	<ul style="list-style-type: none"> „Damit Ihnen bei Ihrem nächsten Geschäftskontakt Chinesisch nicht Spanisch vorkommt“ 	<ul style="list-style-type: none"> Ein unbürokratischer Übersetzungsservice für die wichtigsten Sprachen der Welt
Einkauf im europäischen Markt	<ul style="list-style-type: none"> Verstärkte Einbindung des Handels in unsere Förderungsaktivitäten 	<ul style="list-style-type: none"> Initiative für besseren Kenntnis der europäischen Beschaffungsmärkte
Teilnahme an Kontaktbörsen der EU	<ul style="list-style-type: none"> Gewinnung von Geschäftspartnern (Kooperation, Verkauf/Einkauf) im Rahmen von EU-Veranstaltungen in der EU, in Mittel- und Osteuropa und im Mittelmeerraum wie Europartenariat, Interprise und Medpartenariat, ECIP, CDI u.a. 	<ul style="list-style-type: none"> Österreichische Firmen treffen am Veranstaltungsort Firmen des Gastlandes sowie anderer EU-Länder und Drittstaaten zu persönlichen Gesprächen

2) GLOBALISIERUNG DER ÖSTERREICHISCHEN WIRTSCHAFT

„Aufgrund dieser Herausforderung, der neuen Technologien und der raschen Kommunikation weltweit haben wir diese drei strategischen Ziele gesetzt“, begründete Egon Winkler die Außenwirtschaftsstrategie 1996 - 1998. Für die „Europäisierung“ und „Globalisierung“ der österreichischen Wirtschaft sowie für die „weltweiten Branchenschwerpunkte“ wurde gemeinsam mit allen Fachorganisationen und Außenhandelsstellen ein umfangreiches Detailprogramm erarbeitet.

GLOBALISIERUNG DER ÖSTERREICHISCHEN WIRTSCHAFT

PROJEKT	ZIELE	AKTIONEN
„Neue Chancen in der Neuen Welt“	<ul style="list-style-type: none"> Die USA als dominierender Wirtschaftsraum und Trendsetter in High-Tech ist dennoch für viele noch ein weißer Fleck Absatz- und Investitionsmarkt für österreichische Firmen stärker erschließen 	<ul style="list-style-type: none"> Rediscover America: maßgeschneidertes Service und Marktschließung bei Fachmessen zur Eröberung dieses Marktes Service total für Neueinsteiger Technologie-Offensive Nordamerika: Die USA sind die führende Nation in den wichtigsten Zukunftstechnologien. Wir führen unsere Firmen in diese Zukunftsindustrien, wie Multimedia, Rapid Prototyping, Teleworking, etc. ein Positionierung Österreichs als Standort für US-Investitionen und als Brücke zu EU und den Reformstaaten Osteuropas.
Fokus Mittelmeerraum	<ul style="list-style-type: none"> Die EU hat eine völlig neue Mittelmeerinitiative gestartet Das bedeutet: Wegfall der meisten Zollschranken und Handelshemmnisse, sowie konkrete Finanzierungszusagen der EU 	<ul style="list-style-type: none"> Gemeinsame Außenhandelstagen „Mittelmeerraum“ mit Projektinformationen über EU-Förderungen (65 Mrd. öS) Beratung und Information über Förderprogramme zur Gründung von Niederlassungen und gemeinsamen Vertriebsfirmen Teilnahme an MEDPARTENARIATEN der EU
Entwicklungs- und Schwellenländer in Asien, Lateinamerika und Afrika	<ul style="list-style-type: none"> Hoffungsmarkt südliches Afrika: Nachholbedarf bei Ausstattungen und Industrielieferungen Einbindung österreichischer Firmen in Projekte der Entwicklungszusammenarbeit der EU sowie der internationalen Entwicklungsbanken 	<ul style="list-style-type: none"> Kontakte der AHST'n vor Ort mit den jeweiligen EU-Verantwortlichen, „nationalen Anweisungsbefugten“ und Repräsentanten der Entwicklungsbanken
EU-Veranstaltungen	<ul style="list-style-type: none"> Präsenz von Firmen aus der EU im gesamten Mittelmeerraum und in den angrenzenden Staaten Mittel- bzw. Osteuropas 	<ul style="list-style-type: none"> Medpartenariate, Interprise u. ä. in den Zielländern

GLOBALISIERUNG DER ÖSTERREICHISCHEN WIRTSCHAFT

PROJEKT	ZIELE	AKTIONEN
Schwerpunkt Lateinamerika	<ul style="list-style-type: none"> • Südamerika ist der zweitwichtigste Wachstumsmarkt der Welt; verbesserte Erschließung der Absatzmöglichkeiten 	<ul style="list-style-type: none"> • Intensive Firmenbetreuung, Beratung über Förderprogramme zur Gründung von Niederlassungen; gemeinsame Vertriebsfirmen in den Boommärkten
Arabischer Raum:	<ul style="list-style-type: none"> • Die sehr gute Marktposition Österreichs im Nahen Osten jetzt ausnützen; ein kapitalkräftiger und aufnahmefähiger Absatzmarkt direkt vor der europäischen Tür 	<ul style="list-style-type: none"> • Investorenaktion „arabischer Raum“ • Technologietransfer hat besondere Bedeutung; kapitalkräftige Investoren mit österreichischen Firmen zusammenbringen • Beratung und Information über Förderprogramme zur Gründung von Niederlassungen und gemeinsamen Vertriebsfirmen
Netzwerk Asien	<ul style="list-style-type: none"> • Der asiatische Wirtschaftsraum ist der größte Wachstumsmarkt der Welt. Die Dynamik der Region stellt alles bisher Bekannte in den Schatten • Aufbau einer starken regionalen Präsenz in den größten Wachstumsmärkten der Welt • Die AHST'n in Asien sind Teile eines Netzwerks, welches österreichischen Firmen für kostengünstige Markterhebungen und Produktionsverlagerungen zur Verfügung steht und den Firmen hilft, das Risiko zu minimieren • Massiver Ausbau der Informationstätigkeit für österreichischen Firmen • Erhöhung der Exporte nach Japan • Steigerung österreichischen Investitionen in Asien • Österreichischen Firmen „Global Sourcing“ näherbringen 	<ul style="list-style-type: none"> • Erfahrungsbörse Asien: Der Handelsdelegierte ist Zentrum eines lokalen Netzwerks und vermittelt Experten mit langjähriger Erfahrung in Asien für Fragen in den Bereichen Marketing, Steuerrecht, Verzollung, Transport, Firmenrecht, Bankwesen, die ohne Kosten meist in deutscher Sprache zur Verfügung stehen und den sofortigen Markteintritt erleichtern • Monatliche Branchentelegramme über die wichtigsten Industriezweige Asiens und regionale Übersichten zu wichtigen Themen (Firmengründung, Steuerproblematik, Importregime), die schnellen Vergleich und Wertungen ermöglichen • Die AHST'n der größten Länder der Region geben regelmäßig Länderberichte, z.B. „China Nachrichten“, „Indien Panorama“ heraus • Zukauf aus Asien „Global Sourcing“ wird immer mehr zum entscheidenden Faktor im internationalen Wettbewerb. Die AW bietet kleinen und mittleren Unternehmen Zugang zu Lieferanten aus asiatischen Niedriglohnländern • Aktion „Successful in Japan“, branchenbezogenes Exportförderungsprogramm für den Markteintritt in Japan • EU-Exportförderungsprogramm „Gateway to JAPAN“ mit EU-geförderten Wirtschaftsmissionen und Messebeteiligungen • Beratung und Information über Förderprogramme zur Gründung von Niederlassungen und gemeinsamen Vertriebsfirmen • Spezielle Branchensymposien • Investitionsbörse für China in Singapur

3) WELTWEITE BRANCHENSCHWERPUNKTE

„Die größten Wachstumsregionen der Welt liegen derzeit in den Zonen Asiens und Amerikas. Der Schritt dorthin ist für die österreichische Wirtschaft nach Ansicht Winklers heute unverzichtbar, wenn auch mit höheren Risiken verbunden. Die Globalisierung der österreichischen Wirtschaft wird mit den Projekten „Neue Chancen in der Neuen Welt“, dem „Schwerpunktprogramm Lateinamerika“ und dem „Netzwerk Asien“ angestrebt. Zusätzlich werden der arabische Raum, der Mittelmeerraum und die Entwicklungs- und Schwellenländer in Asien, Lateinamerika und Afrika vermehrt bearbeitet.

„Die besonderen Stärken der österreichischen Wirtschaft liegen in den Bereichen Umwelt, Nahrung und Genußmittel, Bauindustrie, Tourismus und KFZ-Zulieferungen. In diesen fünf Branchen werden wir zusammen mit den Fachorganisationen und den Außenhandelsstellen den österreichischen Firmen gezielte Aktivitäten anbieten“, skizziert Winkler das dritte strategische Ziel der weltweiten Branchenschwerpunkte.

WELTWEITE BRANCHENSCHWERPUNKTE

PROJEKT	ZIELE	AKTIONEN
Umwelt	<ul style="list-style-type: none"> • Erfassung des Angebotes an Umwelttechnologien, Planungsleistungen, Anlagen, technischen Leistungen, Software, Vormaterialien • Präsentation auf ausgewählten Märkten 	<ul style="list-style-type: none"> • Erstellung eines branchenübergreifenden Angebotes an österreichischen Umwelttechnologien • Definition der Zielmärkte mit den betroffenen Fachverbänden, Innungen • Präsentationen, Wirtschaftsmissionen, Fact-Finding-Reisen in Zielmärkte
Nahrung und Genußmittel	<ul style="list-style-type: none"> • Förderung dieser Branche um Chancen durch EU-Beitritt besser zu nützen • Durch den EU-Beitritt eröffnen sich völlig neue Möglichkeiten 	<ul style="list-style-type: none"> • Firmenberatung vor Ort über EU-Programme, Marktchancen etc. • Zusammenstellung von Gruppenangeboten • Verkostungen, Messeeteilnahmen
Bauindustrie	<ul style="list-style-type: none"> • Osterweiterung bietet großes Potential bei Infrastrukturusbau • Teilnahme an EU-Ausschreibungen erhöhen 	<ul style="list-style-type: none"> • Österreichische Angebote in Branchen (z.B. Hotelseinrichtungen, Spitalsbedarf, Infrastruktur) zusammenstellen • Maßgeschneiderte Aktivitäten für die jeweiligen Angebotgruppen • Hoch- und Tiefbauprojekte fördern
Tourismus	<ul style="list-style-type: none"> • Ausbau der AW-Leistungen in diesem Bereich 	<ul style="list-style-type: none"> • Verstärkung des Service für Tourismusbetriebe • Gezielte Informationstätigkeit
Zulieferungen KFZ, Elektro-, Elektronikindustrie, Energie, Verkehr	<ul style="list-style-type: none"> • Bessere Vermarktung der zahlreichen Spitzenleistungen • Wachstumsmärkte in Asien, Amerika, Osteuropa • Sicherung von Arbeitsplätzen in Schlüsselindustrien • Anhebung des Exportes von High-Tech-Gütern 	<ul style="list-style-type: none"> • Zusammenstellung von Branchenpräsentationen (CD ROM) • Kontakte zu wichtigen internationalen Konserven und Zulieferern • Informationen über weltweite Entwicklung der Branchen • Vermittlung und Kontakte zwischen Forschung und Wirtschaft