

Dr. Vito Bobek

auserordentlicher Professor

Wirtschaftsfakultät der Universität Maribor, Slowenien

e-mail: vito.bobek@uni-mb.si

Dr. Shapour Zafarpour

auserordentlicher Professor

Wirtschaftsuniversität Wien, Österreich

e-mail: zafarp@wu-wien.ac.at

VERGLEICH DER EXPORTFÖRDERUNGSSYSTEME IN ÖSTERREICH, ITALIEN, SLOWENIEN UND KROATIEN¹

UDK/UDC: 339.5

JEL klasifikacija/JEL classification: F13, F14

Pregledni rad/Review

Primljeno/Received: 23. svibnja 2000./May 23, 2000

Prihvaćeno za tisak/Accepted for publishing: 18. srpnja 2000./July 18, 2000

Zusammenfassung

Das Ziel dieser Forschung ist der Vergleich der Exportförderungssysteme in den vier Alpen-Adria-Ländern: Österreich, Italien, Slowenien und Kroatien. Der Versuch, die Formen der Exportförderung zu erfassen und von ähnlichen Erscheinungen abzugrenzen, wird erschwert durch die Vielfalt ineinander übergehender Maßnahmen und das in fast allen Ländern feststellbare Bestreben, diese Maßnahmen möglichst wenig sichtbar werden zu lassen. Weil im folgenden die Exportförderung nur im Hinblick auf Betriebe untersucht wird, die Außenhandelfunktionen ausüben, wird auf indirekte Mittel der Exportförderung nicht eingegangen. Im Mittelpunkt steht die direkte Förderung des Exports als einer volkswirtschaftlichen Aufgabe.

Der Vergleich wurde in zwei Schritten ausgeführt: (i) die Definierung der Gemeinsamen Charakteristiken der Exportförderungssystemen in 4 Länder und (ii) die Definierung der Unterschiede zwischen 4 Ländern mit besonderer Rücksicht an die Dauer der EU- bzw. OECD-Mitgliedschaft (im Falle

1 Forschung im Rahmen des Internationalen Sommerhochschulkurses "Alpen-Adria Sommeruniversität 1999", an der Wirtschaftsfakultät Split vom 18. Juli bis 30. Juli 1999.

Österreich und Italien) bzw. an die Nichtmitgliedschaft in der EU bzw. OECD (Slowenien und Kroatien).

Zusammenfassend kann man feststellen, daß wegen der fortschreitenden europäischen Integration in allen vier Ländern trotz der verschiedenen Gegebenheiten eine allgemeine Tendenz zur Harmonisierung der Exportförderungssysteme zu beobachten ist.

Schlüsselwörter: Außenhandelspolitik, Exportförderung, Alpen-Adria-Länder

1 EINFÜHRUNG

1.1 Definition des Forschungsobjekts

1.1.1 Bedeutung des Außenhandels

Jede Volkswirtschaft ist bestrebt, bestimmte ökonomische Ziele zu erreichen, wie beispielsweise Vollbeschäftigung, Preisniveaustabilität, Wirtschaftswachstum oder Außenhandelsgleichgewicht. Die Außenhandelspolitik ist ein wichtiges Instrument zur Realisierung dieser Ziele, da der Export der beste Weg ist, Kapital zu erwirtschaften.

Außenhandel ist besonders bedeutend für kleine Staaten, die einen verhältnismäßig kleinen Binnenmarkt haben, wie die seit kurzem unabhängigen Staaten in der Adria-Region, die geschichtlich mit Österreich und Italien eng verflochten sind. Für diese Transformationsländer ist der Außenhandel ein wichtiges Instrument, ihre Wirtschaft anzukurbeln und den wirtschaftlichen Vorsprung der EU-Alpen-Adria-Länder (Österreich, Italien) aufzuholen².

Für kleine Staaten sind die Instrumente der Außenhandelspolitik wichtig, weil die Exporte ihre Wettbewerbsfähigkeit stärken und das Wirtschaftswachstum fördern.³

Wegen der zunehmenden Internationalisierung und Globalisierung der Märkte sind folgende Gründe von besonderer Bedeutung:

- Förderung der ökonomischen Entwicklung eines Landes
- Förderung der Wettbewerbsfähigkeit⁴ der einheimischen Unternehmen im Außenhandel.

2 Vgl. Bobek, Vito et al. 1996. Slovenia - Strategy of International Economic Relations. From Associated to Full-Fledged Membership in the European Union. Ljubljana: Ministry of Economic Relations and Development.

3 Vgl. Bobek, Vito und Leo Gusel. 1998. Politika mednarodne menjave. Maribor: Wirtschaftsfakultät, Teil I, Kapitel 4.

4 Mehr über Wettbewerbsfähigkeit in Zafarpour, Shapour und Vito Bobek. 1997. Außenhandelsstruktur der Alpen-Adria Länder. Tourism and Hospitality Management, Wien/Opatija: Wifi und Universität Rijeka, (3) 1, S. 101 - 158.

Dabei ist in Betracht zu ziehen, daß die Exportförderung von den Besonderheiten eines Landes abhängt. Hinzu kommen kulturelle, politische und wirtschaftliche Aspekte.

1.1.2 Exportförderung als wichtiges Element der Außenhandelspolitik

Der Versuch, die Formen der Exportförderung zu erfassen und von ähnlichen Erscheinungen abzugrenzen, wird erschwert durch die Vielfalt in einander übergehender Maßnahmen und das in fast allen Ländern feststellbare Bestreben, diese Maßnahmen möglichst wenig sichtbar werden zu lassen.⁵

Bei weitester Fassung des Begriffs können darunter alle einzel- und gesamtwirtschaftlichen Maßnahmen zur Förderung des Exports verstanden werden. In den Regel soll er aber nur solche Maßnahmen umfassen, die nicht vom exportierendem Betrieb selbst, sondern von Betriebszusammenschlüssen (Exportgemeinschaften, Verbänden) und vom Staat getroffen werden; letzter wiederum kann unmittelbar durch Behörden oder durch beauftragte Unternehmen, die völlig oder teilweise nach staatlicher Weisung und auf staatliche Rechnung tätig werden, wirken.⁶

Noch enger wird der Begriff dann gefaßt, wenn er nur die vom Staat ergriffenen oder angeregten Maßnahmen bezeichnen soll. Hier sollen ihrer Bedeutung wegen die staatlichen Maßnahmen im Mittelpunkt stehen.

Weil im folgenden die Exportförderung nur im Hinblick auf Betriebe untersucht wird, die Außenhandelfunktionen ausüben, wird auf indirekte Mittel der Exportförderung (wie etwa die Subventionen, die der Seeschifffahrt gewährt werden) nicht eingegangen. Im Mittelpunkt steht die direkte Förderung des Exports als einer volkswirtschaftlichen Aufgabe.

1.1.3 Drei Gruppen der Exportförderungsmaßnahmen

Ausübung von Außenhandelfunktionen oder von Außenhandelsfördernden Funktionen durch Förderungsinstitutionen

Die Übernahme von Handelsfunktionen durch staatliche Behörden, Gesandtschaften oder Konsulate beschränkt sich in erster Linie auf die Übernahme allgemeiner Marktforschung und die Weitergabe der Ergebnisse durch Auskünfte und Informationen zur Unterstützung der Geschäftsbahnung.

Die abnehmerbezogene Marktforschung konzentriert sich auf allgemeine Informationen über die Grundlagen des Marktgeschehens (Rechtsordnung, allgemeine Wirtschaftslage) und fundiert oder ergänzt damit die einzelbetriebliche

5 Seringhaus, Rolf F.H. und Philip J. Rosson. 1989. Government Export Promotion - A Global Perspective. London and New York: Routledge.

6 Camino, David. 1991. Export Promotion Policies in Spain and Other EEC Countries: Systems and Performance. In: Seringhaus, Rolf F.H. und Philip J. Rosson, (Eds.). Export Development and Promotion: The Role of Public Organizations. Boston: Kluwer Academic Publishers.

- produkt- oder sortimentbezogene - Marktforschung. Im Vordergrund der Tätigkeit dieser Institutionen steht die Versorgung der Außenhandel treibenden Unternehmungen mit Nachrichten ueber Exportmärkte.⁷

Die Förderungscharakter derartiger Maßnahmen liegt einmal in der Funktionszentralisierung begründet; dann aber auch in der Erleichterung der Funktionsausübung als Folge ihrer Verbindung mit diplomatischer Tätigkeit der Auslandsvertretungen, aber auch mit "bilateralen" Handelskammern, und der kostenlosen bzw. verbilligten überlassung der Dienste an die Exporteure.

Förderungsmaßnahmen im Bereich der Exportfinanzierung

Während die kurzfristige Exportfinanzierung überwiegend mit Hilfe der Geschäftsbanken bzw. aus eigenen Mitteln der Exporteure möglich ist, bedienen sich viele Staaten fuer die langfristige Exportfinanzierung besonderer - oft öffentlich-rechtlicher - Kreditinstitute (in den USA Export-Import-Bank, in GB das staatliche Export Credits Guarantee Departments, in der BRD Ausfuhrkredit AG,...).

Derartige Institute refinanzieren in der Regel die exportierenden Betriebe direkt oder über deren Hausbanken; sie selbst erhalten ihre Mittel auf dem Kapitalmarkt, durch Refinanzierungsmaßnahmen der Zentralbanken oder aus staatlichen Mitteln.

übernahme von Exportrisiken durch Förderungsinstitutionen

Soweit Risiken nicht aus dem Wege gegangen werden kann, müssen die Exporteure Vorsorge treffen, um im Falle des Eintritts von Verlusten gerüstet zu sein. Einen Teil der Risiken können sie anderweitig versichern (Kursrisiko durch Kurssicherungsgeschäfte, Bonitätsrisiko - zum Teil - durch private Kreditversicherung, Transportrisiko durch Transportversicherung). Alle jene Risiken aber, deren Höhe direkt oder indirekt durch das Verhalten oder Handeln von Staaten bestimmt wird, können wegen der Risikonzentration und der nicht kalkulierbaren Risikenhöhe nicht von privaten Versicherungen übernommen werden, jedenfalls nicht ohne staatliche Stützung.

1.2. Ziel der Forschung

Das Ziel dieser Forschung ist der Vergleich der Exportförderungssysteme in den vier Alpen-Adria-Ländern: Österreich, Italien, Slowenien und Kroatien. Folgende Antworten werden gesucht:

- Welche Gruppen der Exportförderungsmaßnahmen stehen den Exporteuren zur Verfügung (Definierung und Klassifizierung der Exportförderungsmaßnahmen)?

⁷ Beispiele solcher Institutionen: Deutsche Bundesstelle für Außenhandelsinformationen, schweizerische Zentrale für Handelsförderung, französisches Centre National du Commerce Extérieur, britisches Export Council for Europe...

- Wie werden die Exportförderungsmaßnahmen organisatorisch ausgeführt (rechtliche Formen, Zugänglichkeit)?

- Wie intensiv (qualitativ und quantitativ) werden die Exportförderungsmaßnahmen ausgeführt?

- Wie können die Effekte des Exportförderungssystems beurteilt werden?

Der Vergleich soll in zwei Schritten ausgeführt werden:

- Die Definierung der Gemeinsamen Charakteristiken der Exportförderungssystemen in 4 Länder

- Die Definierung der Unterschiede zwischen 4 Ländern mit besonderer Rücksicht an die Dauer der EU-Mitgliedschaft (im Falle Österreich und Italien) bzw. an die Nichtmitgliedschaft in der EU (Slowenien und Kroatien).

1.3. Methoden und Einschränkungen

Exportförderung kann vom exportierenden Betrieb, von Exportgemeinschaften, sowie vom Staat betrieben werden. Die staatliche Exportförderung kann unmittelbar von staatlichen Behörden oder von beauftragten Unternehmen durchgeführt werden. In diesem Projekt werden wir uns auf die staatlichen Exportförderungsmaßnahmen im Rahmen wirtschaftspolitischer Handlungen beschränken. Weiters können direkte und indirekte Exportförderungsmaßnahmen unterschieden werden. Unter indirekter Exportförderung versteht man die Menge aller Maßnahmen (wie beispielsweise den Ausbau der Infrastruktur), die nicht die direkt im Außenhandel operierenden Betriebe betreffen. Auf diese Instrumente soll nicht näher eingegangen werden.

2. GEMEINSAME CHARAKTERISTIKA UND UNTERSCHIEDE DER 4 LÄNDER

2.1 Die historische Entwicklung des Außenhandels im Alpen-Adria Raum⁸

Wir können feststellen, daß bereits in der Antike im heutigen Alpen-Adria-Raum intensive Handelskontakte vorhanden waren: So drangen Handelsgüter aus der Steiermark bis weit in den Süden des adriatischen Raumes vor. Man denke in diesem Zusammenhang beispielsweise an das legendäre norische Eisen, welches im gesamten Römischen Imperium ein gesuchtes Produkt war und von den römischen Schriftstellern geradezu

8 Mehr darüber in Zafarpour, Shapour und Vito Bobek. 1997. Außenhandelsstruktur der Alpen-Adria Länder. Tourism and Hospitality Management, Wien/Opatija: Wifi und Universität Rijeka, (3) 1, S. 101-158, S. 102-104.

verherrlicht wurde. Es wäre ferner auch auf den steirischen Speik zu verweisen, eine Pflanze, die als Grundstoff für die Herstellung von Parfums verwendet wurde und über Italien bis nach Nordafrika gelangte und welcher man lange Zeit hindurch geradezu magische Kräfte zugeschrieben hat. Oder als ein anderes Beispiel sei der alpenländische Loden erwähnt. Er fand bereits Aufnahme in einem frühen Beleg für staatliche Eingriffe in die Wirtschaft: In den unter Kaiser Diocletian erlassenen Höchstpreisverordnungen schienen bereits Tarife für den aus Loden verfertigten norischen Mantel (Wetterfleck) auf.

Doch bekanntlich ist der Handel nie eine Einbahnstraße. Wir sehen, daß in der Gegenrichtung die Steiermark (Styria) aus dem oberitalienischen Raum und aus Istrien beispielsweise mit Amphoren voller Köstlichkeiten versorgt wurde. Das reiche Angebot reichte von Oliven, über Olivenöl bis zu den schon damals in unseren Gegenden begehrten guten Weinen des Südens. Aber auch das Geschirr, auf dem man zu speisen pflegte, wie etwa die berühmte "Terra Sigillata", zählte zu den Importprodukten; welche eine willkommene Bereicherung für das heimische Warenangebot darstellten.

In der Zeit nach dem ersten Weltkrieg versuchte die Entente, zusätzlich zu den Hochschutzzöllen der Nachfolgerstaaten, durch Ein- und Ausfuhrverbote den Warenhandel zwischen den Nachfolgerstaaten und der Republik Österreich zu reduzieren, also die alten Handelströme versickern zu lassen.

Die ersten Versuche diese fast aussichtslose Situation zu verbessern, bildeten die sogenannten Kompensationsverträge: Österreich schloß die ersten schon im November und Dezember 1918 mit Ungarn, Polen, Jugoslawien (SHS-Staat) und der Tschechoslowakei ab. Waren wurden dabei Zug um Zug getauscht. Um die Valuta-Schwierigkeiten zu überwinden und zur gegenseitigen Rückversicherung, wurden die Kompensationslieferungen stets mit Waren bzw. mit Arbeitsleistungen bezahlt.

Dem Handelsvertrag mit Jugoslawien kam innerhalb der Handelspolitik Österreichs entscheidende Bedeutung zu. Zum einen hatte Österreich gerade durch den erfolgreichen Vertragsabschluß die Zollmauern zu den Nachbarstaaten durchbrochen, zum anderen war gerade dieser Handelsvertrag und die angelaufenen Verhandlungen mit anderen Nachbarstaaten (etwa mit Ungarn) mitentscheidend für die Aufhebung der Völkerbund-Finanzkontrolle im Herbst 1925 gewesen. Weitere Handelsverträge Österreichs folgten. Hier sei vor allem auf den Handels- und Schiffsverkehrsvertrag mit Italien von 1923 hingewiesen. Dieser Vertrag - noch kein regulärer Handelsvertrag, weil ja Österreich die Fünfjahresfrist der Alliierten einzuhalten hatte - spiegelt die handelspolitische Einengung Österreichs wider: Italien versagte die allgemeine Meistbegünstigung, die Österreich gewähren mußte. Der Vertrag enthielt Vereinbarungen über die Meistbegünstigung hinsichtlich der Zölle,

Zollformalitäten Ein-, Aus- und Durchfuhrverbote, Tarifbindungen, ein Zollkartell, Ein- und Ausfuhrkontingente usw.⁹

1928, zum Zeitpunkt des am stärksten entwickelten Welthandels der Zwischenkriegszeit, wiesen Österreich, Ungarn, Jugoslawien und die Tschechoslowakei weltweit die zweithöchste relative Integrationsrate der wichtigsten Handelsstaaten auf.

Nach dem zweiten Weltkrieg nahm eine Sonderstellung im österreichischen Außenhandel ein. Denn es galt nicht nur, Kompensationsverträge abzuschließen, sondern auch die vereinbarten Lieferungen rasch durchzuführen, hing doch von der raschen Erledigung der Vereinbarungen oft die Sicherung der Versorgung Tausender Menschen, aber auch der Wirtschaft ab. Italien war vom August 1945 bis Mai 1946 nicht nur das drittichtigste Handelspartnerland für Österreich geworden; Italien war vor allem jenes Land, das einen sehr hohen Prozentsatz der Abschlüsse auch rasch durchführte.

Heute stellt Italien als zweitichtigster und Österreich als drittichtigster Handelspartner Sloweniens dar. Slowenischer Markt ist für Österreich wichtiger als z.B. russischer.

2.2. Gemeinsame Charakteristika

Die untersuchten Länder (Österreich, Italien, Slowenien und Kroatien) bilden nicht nur eine Alpen-Adria-Region, sie haben auch viele andere Gemeinsamkeiten. So weisen deren Handelsbilanzen jeweils Defizite auf, sind alle Haupthandelspartner EU-Mitgliedstaaten (besonders Deutschland), und alle sind finanziellen Beschränkungen unterworfen. Letztere Restriktionen sind entweder die Folge von Kriegen, von der Umstellung auf ein anderes Wirtschaftssystem oder von Bemühungen die Konvergenzkriterien für den Beitritt zur Wirtschafts- und Währungsunion zu erfüllen.

Auch in bezug auf die Exportförderungsprogramme existieren viele Gemeinsamkeiten. Diese sind zum einen auf internationale Übereinkommen (OECD/Consensus- Übereinkommen, WTO- Übereinkommen über Subventionen und Ausgleichsmaßnahmen), zum anderen auf die Mitgliedschaft bei diversen Organisationen und Institutionen (EU, Berner Union) zurückzuführen. So hat zum Beispiel die EU die OECD-Vereinbarungen als für die EU-Mitgliedstaaten verbindliche Richtlinien adaptiert¹⁰. Diese wurde dann von den Mitgliederstaaten in nationales Recht transformiert.

9 Karner, S. 1992. Österreichs Außenhandel im 20. Jahrhundert. In: 11. Graz: Internationales Wissenschaftliches Symposium Alpen-Adria. Dokumentation der Tagung, S. 122.

10 EU auf Internet. Available. <http://www.europa.eu.int>

So wurde in Österreich zum Beispiel mit der Novellierung der Ausfuhrförderungsverordnung die EU-Richtlinie zur Harmonisierung der wichtigsten Bestimmungen über die Exportkreditversicherung zur Deckung mittel- und langfristiger Geschäft umgesetzt und Anpassungen als Folge der Einführung des Euro vorgenommen. Ebenso brachte der österreichische Beitritt zur dritten Stufe der Wirtschafts- und Währungsunion (WWU) einen rechtlichen Anpassungsbedarf im Ausfuhrfinanzierungsbereich mit sich. Mit der Novellierung des Ausfuhrfinanzierungsförderungsgesetzes (AFFG) wurde sichergestellt, daß nach Eintritt in die dritte Stufe der WWU auch während der Übergangszeit Kreditoperationen nach dem AFFG sowohl in Form der Schilling-Einheit als auch der Euro-Einheit abgewickelt werden können.

Kroatien und Slowenien weisen bezüglich gleicher Rechtsvorschriften noch eine Besonderheit auf. Als ehemalige Teilrepubliken Jugoslawiens sind auch noch heute einige Gesetze aus dem Bereich der Exportförderungsmaßnahmen übereinstimmend in Geltung. Jedoch muß man beachten, daß seitdem einige Novellierungen vorgenommen wurden und sich diese beiden Länder bereits an die bestehenden rechtlichen Vorschriften der EU anzupassen beginnen.

Doch nicht nur hinsichtlich der rechtlichen Rahmenbedingungen findet man in den vier von uns in dieser Arbeit behandelten Ländern Übereinstimmungen. So sind einerseits die Wirtschaft- und Handelskammern:

- Camera di Commercio Italiana,
- österreichische Wirtschaftskammer,
- Gospodarska zbornica Slovenije,
- Hrvatska gospodarska komora

der einzelnen Länder mit Exportförderungsmaßnahmen betraut, andererseits wurden von den einzelnen Länder spezielle Institutionen geschaffen und spezielle Programme eingeführt, um die heimischen Unternehmen beim Export ihrer Waren ins Ausland zu unterstützen. Solche speziellen Institutionen sind zum Beispiel in Österreich die OeKB (österreichische Kontrollbank AG), die Exportfonds, die Bürges Förderungsbank und die FGG Finanzierungsgarantie GmbH, in Italien ICE (Istituto per il Commercio Estero), in Slowenien SID (Slovenska izvozna družba), TIPO (Trade and Investments Promotion Office) und in Kroatien HBOR (Hrvatska banka za obnovu i razvoj).

Die Wirtschafts- und Handelskammern und die oben genannten speziellen Institutionen sind mit der Durchführung einer Fülle von exportunterstützenden Maßnahmen betraut. Zu deren Aufgaben zählen zum Beispiel die Exportfinanzierung, die Risikoabsicherung, die Markterschließung und die Informationsbereitstellung (Studien, Datenbanken).

Zusätzlich gewähren alle Länder den Unternehmen für die exportierten Waren Steuerleichterungen und unterstützen die Exportwirtschaft durch spezielle Programme (z.B. die "Exportoffensive" in Österreich). Ebenso haben alle

Länder Konsulate und/oder Wirtschaftsvertretungen geschaffen und fördern die Teilnahme an Fachmessen, um die heimischen Exporteure in den Zielländern effizient zu unterstützen.

2.3. Die Unterschiede

Durch die Analyse der Exportförderungssysteme in vier verschiedenen Ländern (Italien, Kroatien, Österreich und Slowenien) kann man zum Schluß kommen, daß es sehr viele Unterschiede zwischen diesen Ländern gibt, die auf verschiedene Faktoren (wie Tradition, Naturbesonderheiten, geographische Lage, politische und historische Verbundenheit mit den Nachbarländern) zurückzuführen sind.

Als wichtigste Ursache für die Differenzen kann die Mitgliedschaft bzw. Nicht-Mitgliedschaft in der Europäischen Union genannt werden. Italien und Österreich sind Mitglieder der EU, wobei Italien ein Gründungsland ist und Österreich erst bei der letzten Erweiterungsrunde beigetreten ist. Slowenien und Kroatien waren Teilrepubliken vom ehemaligen Jugoslawien und erst nach dem Zerfall der Föderation wurden sie souveräne Staaten. Die Loslösung von Jugoslawien hat nicht nur die Unabhängigkeit, sondern auch einen großen Marktverlust mit sich gebracht, der durch eine starke Exportförderung kompensiert werden soll. Im Hinblick auf die aktuelle wirtschaftliche Lage muß auch in Betracht gezogen werden, daß Kroatien seine Souveränität durch einen Krieg erkämpft hat. Slowenien und Kroatien befinden sich derzeit im Übergang von der Planwirtschaft zur Marktwirtschaft. In Slowenien ist die Transformation der Wirtschaft fortgeschrittener als in Kroatien, und es hat gute Chancen, bei der nächsten Erweiterungsrunde der EU ein vollberechtigtes Mitglied zu werden. Kroatien wird diesen Schritt aufgrund der derzeitigen wirtschaftlichen Situation wahrscheinlich erst ein paar Jahre später tätigen können.

Italien und Österreich haben sich mit ihren Gesetzen, mit ihrer Wirtschaftspolitik, Zollpolitik, Devisenpolitik, Fiskalpolitik, Monetärpolitik und Außenhandelspolitik der EU anpassen müssen. All diese Gesetze wurden in Übereinstimmung mit dem Rechtswesen der EU gebracht und auch das ganze Exportförderungssystem dieser zwei Länder steht im Einklang mit internationalen Vereinbarungen. In Kroatien und Slowenien werden diese Gesetze schrittweise angepaßt.

Als Folge des Binnenmarktes haben Italien und Österreich einen großen Vorteil gegenüber Slowenien und Kroatien in der Außenhandelspolitik, da sie ihre Produkte in einem um einiges größeren Markt absetzen können. Letzteren Länder müssen um Marktanteile in Westeuropa hart kämpfen und wenden sich daher immer noch den Märkten ihrer Nachbarländer und anderer Reformstaaten zu. (Slowenien ist zum Beispiel Mitglied in der CEFTA¹¹).

11 Central European Free Trade Agreement.

3. ANALYSE DER EXPORTFÖRDERUNGSSYSTEME IN 4 LÄNDER

3.1. Österreich

Um österreichische Unternehmen bei ihrer Exporttätigkeit zu unterstützen, wurde auf Initiative der österreichischen Bundesregierung ein Programm unter dem Namen "Exportoffensive"¹² mit einem Budget von ATS 300 Mio für den Zeitraum 1998 bis 2000 entwickelt. Es handelt sich um folgende Aktivitäten:

Weiterentwicklung der heimischen Exportförderungsinstitutionen

Die Exportoffensive zielt auf der Weiterentwicklung der heimischen Exportförderungsinstitutionen und deren Instrumente ab. Dazu wurden insbesondere folgende Maßnahmen umgesetzt:

- Flexibilisierung der Auslandsanteilsregelung. Im Zuge der Globalisierung und Internationalisierung der Wirtschaft spielen oftmals Auslandsanteile neben der österreichischen Wertschöpfung eine bedeutsame Rolle. Daher wurde unter anderem für Leistungsexporte die Mitversicherung und damit auch die Mitfinanzierung von ausländischen Zukäufen erleichtert.

- Flexibilisierung des Wechselbürgschaftsentgeltes. Bei Haftungsübernahmen durch Wechselbürgschaften mit Besicherung durch Bankenhaftung wird eine Verrechnung risikogerechter, reduzierter Entgelte möglich und somit können der Exportwirtschaft kostengünstigere Kredite zur Verfügung gestellt werden.

- Schaffung eines Studienfinanzierungsprogrammes. Für dieses Programm werden vom Bund zunächst auf drei Jahre befristet insgesamt ATS 120 Mio zur Verfügung gestellt. Es finanziert die Erstellung von Studien von gesamtwirtschaftlicher Bedeutung als Entscheidungsgrundlage für die Exportwirtschaft. Das Bundesministerium für Finanzen beauftragte die OeKB¹³ mit der Abwicklung dieses Programmes. Die im Wege dieses Programmes finanzierten Studien stehen im gesamtwirtschaftlichen Interesse und sind daher nach ihrer Fertigstellung öffentlich zugänglich.

- Schaffung von Markterschließungsinstrumenten. Die sollen vor allem für kleine und mittlere Unternehmen (KMU) Anreize zu vermehrten Exportaktivitäten auf neun Märkten außerhalb der EU schaffen. Das Konzept beruht auf einem Absicherungsinstrument und einem Finanzierungsinstrument, wobei grundsätzlich auf die möglichst subventionsfreie und selbsttragende Ausgestaltung dieser Maßnahme Wert gelegt wurde. Eine Markterschließungsgarantie ermöglicht KMU, die Aufwendungen (z.B. Marktstudien, Beraterhonorare, Reisekosten, Werbeaufwendungen, Übersetzungen etc.), die bei der Erschließung neuer Märkte und bei der Bearbeitung von bestehenden Märkten anfallen, gegen das Risiko des Nichterreichens von Umsatzzielen abzusichern.

12 Initiative der österreichischen Bundesregierung - "Exportoffensive". 1999. Available: <http://www.exportoffensive.at>

13 Österreichische Kreditbank. 1999. Available: <http://www.oekb.co.at>

Exportoffensive im Bereich Marketing

Dieses Programm deckt schwerpunktmässig sechs verschiedene Bereiche ab. Zuständig für die Realisierung dieses Projekt sind die Wirtschaftskammer Österreich¹⁴ (WKO) bzw. deren Außenwirtschaftsabteilung und das Wirtschaftsförderungsinstitut Österreich. Es handelt sich um folgende Aktivitäten:

- Cluster Firmenkooperationen. Unter Clusterbildung versteht man einen Netzwerkaufbau oder eine Firmenkooperation zum grösstmöglichen Nutzen von allen Beteiligten. Mit Clustern will man die Ressourcen mehrerer Betriebe bündeln und die Chancen für einen erfolgreichen Marktauftritt steigern. Die Außenwirtschaftsstelle übernimmt hier in der Startphase die Organisation und fungiert als Informationschnittstelle. Spätestens nach einem Jahr müssen sich die Cluster verselbstständigen und ein eigenes Clustermanagement entwickelt werden.

- Exportmarketing. Im Rahmen von Exportmarketing werden branchen- und marktspezifische Informationen zur Verfügung gestellt, damit der Zugang zu ausländischen Märkten erleichtert wird und die bestehenden Exportchancen besser genutzt werden können. Es werden von branchen- und ländererfahrener Beratern der WKO je nach Anforderungen der Unternehmen Berichte über den ausländischen Markt erstellt.

- Exportfit. Mit Exportfit verfolgt man das Ziel, österreichische Produkte auf ausländischen Märkten mit Erfolg abzusetzen. Die Außenwirtschaftsstelle der WKO übt hier sowohl eine Informations- als auch eine Beratungsfunktion aus. Die Exportberatung steht KMU aller Branchen mit einer Betriebsstätte im Inland zur Verfügung, die bereits im Export tätig sind und neue Märkte erschließen oder jene die noch tätig sind in den Export einsteigen wollen. In der Expertenberater-Datenbank findet man die geeigneten Berater für das jeweilige Exportvorhaben. Darüberhinaus gibt es das ASEP (Austrian Senior Experts Pool). Hier können die Unternehmen von langjähriger Erfahrung und Exportwissen von nicht mehr aktiv im Berufsleben stehenden Führungskräften und Experten profitieren. Im Rahmen der Informationsfunktion der WKO haben die Gewerbe- und Industriebetriebe die Möglichkeit in den einzelnen Bundesländern bei den sogenannten "Exporttagen" Kontakte mit Außenhandelsfirmen aufzunehmen. Es steht auch eine umfangreiche Datenbank in Form einer CD-ROM für Kontaktadressen mit über 200 österreichischen Außenhandelsfirmen zur Verfügung.

- Fachmessen. Neben den bestehenden 125 Auslandsveranstaltungen für alle Branchen im Jahr 1997, organisiert vom WIFI Österreich (Wirtschaftsförderungsinstitut), wird auch die Beteiligung von Gruppen von Unternehmen an Messen in potentiellen Absatzmärkten angeboten.

14 Österreichische Wirtschaftskammer. 1999. Available: <http://www.wk.or.at>

- Marketing-Kleinbüros im Ausland. In 83 Staaten der Welt wurden permanente Außenhandelsstellen der WKO gegründet um den heimischen Exporteure noch bessere Unterstützung zu bieten. Es werden eine Reihe von Serviceleistungen angeboten und zwar die Beratung österreichischer Besucher, allgemeine Information und Kontakte für österreichische Firmen, Durchführung von Marktanalysen, Beobachtung des jeweiligen Marktes in bezug auf Projekt und Ausschreibungen.

Exportoffensive im Bereich Finanzierung

Neben den Bereich Exportmarketing ist auch die Finanzierungshilfe ein wichtiger Teil der Aufgaben der Exportoffensive. Es handelt sich um folgende Aktivitäten:

- WKO. Für die Unternehmen ist die WKO ein guter Ausgangspunkt, um sich über die Möglichkeiten der Exportfinanzierung zu informieren. Neben den wichtigen Grundsatzberatung führt die WKO neuerdings auch eigene exportfördernde Kreditaktionen durch.

- OeKB, Exportfonds. Von der WKO werden die Betriebe meistens an die zuständigen Kreditinstitute weitergeleitet. Die OeKB ist verantwortlich unter anderem für Exportgarantien, Markterschließung und Finanzierung. Die Finanzierung durch die OeKB kommt nur für Großunternehmen in Frage, der Schwerpunkt liegt bei der Finanzierung von mittel- bis langfristigen Transaktionen.

Exportoffensive im Bereich Risikoübernahme

In diesem Bereich sind in Österreich die folgenden drei Institutionen zu erwähnen: wiederum die OeKB, die FGG¹⁵ (Finanzierungsgarantie GmbH) und die Bürges Förderungsbank des Bundesministeriums für wirtschaftliche Angelegenheiten. Letztere übernimmt das Finanzierungsrisiko von Auslandsinvestitionen mit einem Projektvolumen bis max. 10 Mio ATS, während die FGG für Auslandsinvestitionen zuständig ist, die 10 Mio ATS übersteigen. Die OeKB bietet eine Palette von vielfältigen Garantien hinsichtlich wirtschaftlicher und politischer Risiken. In diesem Zusammenhang soll noch einmal die Markterschließungsgarantie erwähnt werden.

15 Finanzierungsgarantie GmbH. 1999. Available: <http://www.fgg.at>

3.2. Italien

Italien kanalisiert die meisten Quellen für die Exportförderung durch das ICE¹⁶ (Istituto per il Commercio Estero - Außenhandelsinstitut), das von dem CIPE¹⁷ (Comitato interministeriale per la programmazione economica - Ausschuß für die Wirtschaftsplanung) kontrolliert wird.¹⁸

CIPE ist eine Anstalt mit Vertreter aus: (i) dem Ministerium für Landwirtschaft, (ii) dem Außenhandelsministerium, (iii) ICE, (iv) Confindustria - italienische Industriellenvereinigung und (v) den drei Landwirtschaftsorganisationen (Confagricoltura, Coldiretti und CIA).

Die Haushaltskrise hat die Quellen für das Förderungsprogramm in diesen Jahren beeinflusst. Deshalb sind die Regierungsquellen weiter gekürzt worden:

- das Ministerium für Landwirtschaft hat nur drei Milliarden LIT um Exportförderung zu finanzieren;
- das Außenhandelsministerium hat weitere 10 Milliarden LIT um die ICE Förderungsprogramme mitzufinanzieren;
- ICE wird auch Zuschüsse von Handels- und Produktionsfirmen bekommen.

Die wichtigste Promotionsmittel der ICE sind die Messen und Werbekampagnen für die Produktpalette. ICE hat auf den Messen in Rußland, Brasilien, Polen und in der Tschechischen Republik teilgenommen, aber das Finanzierungsproblem wird ICE die Interessen in den neue Märkten wie Korea, China und Argentinien beeinträchtigen.

Die Regionen und die Industriellenvereinigung werden in den letzten Jahren immer mehr in die Förderung involviert.¹⁹ Dank der italienischen Quellen und Unterstützungen bekommen die italienischen Regionen kostenlose oder günstige Stände auf den Lebensmittel- und Landwirtschaftsmessen.

16 Istituto per il Commercio Estero. 1999. Available: <http://www.ice.it>

17 Comitato interministeriale per la programmazione economica. 1999. Available: <http://www.italyexport.net>

18 Lanzara, Ricardo; Riccardo Varaldo und Patrizia Zagnoli. 1991. Public Support to Export Consortia: The Italian Case. In: Seringhaus, Rolf F.H. und Philip J. Rosson, (Eds.). Export Development and Promotion: The Role of Public Organizations. Boston: Kluwer Academic Publishers, S. 217 - 242.

19 Handelskammer von Friul. 1999. Il triangolo della sedia. Exportwerte von den Stuhlherstellern aus Manzano. Friuli Venezia Giulia, Italien.

3.3. Slowenien

SID - Slowenische Exportgesellschaft

In der Geschäftspraxis ist es üblich dass größere Exportgesellschaften eine Garantie gewähren. Auch SID²⁰ bietet verschiedene Garantien und andere Versicherungen, deren Zweck ist die Exportförderung der Investitionen im Ausland und Exportförderung von Waren. SID gewährt diese Garantien direkt den ausländischen Abnehmern oder indirekt durch heimischen und ausländischen Finanzinstitute. Für solche Dienstleistungen verlangt SID Bearbeitungsgebühr und eine vierteljährliche Provision.

Bei den größeren internationalen Projekten ist es üblich, daß es mehrere Gesellschaftspartner aus verschiedenen Ländern gibt, was die Finanzierung und die Versicherung des Projektes sehr kompliziert machen kann. Um dies zu vermeiden, schließen die Export - und Kreditagenturen gegenseitige Verträge ab. Die SID hat mehrere solchen Verträge mit wichtigsten europäischen Export- und Kreditgesellschaften abgeschlossen, wie z.B.: Hermes Deutschland, Österreichische Kontrollbank, Exports Credits Guarantee Department (GB),.... SID hat auch enge Kontakte mit anderen Gesellschaften wie z.B. COFACE (Frankreich), SACE (Italien), EXIM Bank (USA)...

SID Aktivitäten sind folgende:

- Versicherung der Exportgeschäfte
 - Versicherung gegen kurzfristigen Kommerziellenrisiken
 - Versicherung gegen mittelfristigen Kommerziellenrisiken
 - Versicherung gegen Wechselkursrisiken
- Finanzierung der Exportgeschäften
 - Refinanzierung
 - Mitfinanzierung
 - Reprogrammierung
 - Direkte Finanzierung
- Garantien
- Andere Dienstleistungen

Slowenische Handelskammer

- Die Aufgaben der slowenischen Handelskammer sind folgende²¹:
- Förderung der internationalen Kooperation;
- Auskünfte über die Geschäftsführung auf den ausländischen Märkten;
- Hilfe bei den Auftreten slowenische Betriebe auf den ausländischen Märkten;

20 Slovene Export Company. 1999. Available <http://www.sid.si>

21 Slowenische Handelskammer. 1999. Available: <http://www.gzs.si>

- Exportförderung;
- Verbindung der heimischen und ausländischen Betriebe bei der Suche nach neuen Kooperationsmöglichkeiten;
- Organisation und Ausführung der Geschäftskonferenzen.

Slowenisches Amt für Promotion des Handels und Investitionen (TIPO)

Mit nur neun Berufstätige ist TIPO²² (Trade and Investment Promotion Organization) ein des kleinsten Büros für Exportentwicklung und Investitionsförderung in Europa. Deswegen balanzieren sie es mit "outsourcing" der Fachleute aus Slowenien und auch aus Ausland. TIPO promoviert den Export so, daß direkte Kontakte zwischen den komplementären Untemehmungen möglich sind. Bisher hing der Verkauf von den Aktivitäten der Mittelsleute ab. Das Resultat sind mehr profitable langfristige Beziehungen zwischen den Untemehmungen. Slowenien muß seine Exportmärkte diversifizieren, um sich gut für die EU Mitgliedschaft vorzubereiten. Jetzt hängt der slowenische Export sehr von Deutschland ab. Um neue Märkte zu erobern, nimmt TIPO in den sogenannten Export-verkauf Missionen teil. Besonders in Frankreich und Großbritannien, wo der Verkauf bisher sehr gering war.

TIPOs Aktivitäten sind folgende:

- Exportförderung
 - Förderung des Ausfuhrverkaufs;
 - Kostenteilungsscheme. Das Hauptziel ist die Gesellschaften zu stimulieren um Marketingaktivitäten auf Außenmärkte auszubreiten und ihr Export auf die Hauptmärkte zu vergrößern;
 - Förderung der internen Käufe;
 - Förderung der nach außen gerichteten direkten Investitionen. TIPO hilft slowenischen Betriebe, die wollen: (i) neues Produktionsobjekt im Ausland zu bauen; (ii) neues Distributionskanal zu öffnen; (iii) neuer Betrieb zu gründen; (iv) feasibility study zu machen.
- Förderung der ausländischen direkten Investitionen. TIPO in dieser Beziehung:
 - bietet Dienstleistungen;
 - verbessert Sloweniens Image als attraktive Lokation für Investitionen;
 - fördert direkte ausländische Investitionen mit Direktmarketing, Investitionsseminars und auch Subventionen.

22 Trade and Investment Promotion Organization. 1999. Available: <http://www.sigov.si>

- Andere Aktivitäten:
 - Institutionaler und legaler Rahmen;
 - Internationale technische Hilfe;
 - TIPO Budget.

3.4. Kroatien

Die Kroatische Wirtschaftskammer²³ hat eine entscheidende Rolle in der Wirtschaft Kroatiens. Alle Wirtschaftssubjekte müssen Mitglieder der Kroatische Wirtschaftskammer sein. Ihre Hauptaufgaben bestehen in der Förderung der kroatischen Wirtschaftsinteressen im In- und Ausland, dem Austausch von Geschäftsinformationen zwischen potentiellen Geschäftspartnern und der Fort- und Weiterbildung.

Die Kroatische Wirtschaftskammer verfügt über eine Datenbank, in der Angaben über alle kroatische Unternehmen enthalten sind, entweder aufgrund von einer oder mehreren Tätigkeiten oder im Rahmen der ganzen Wirtschaft.

In der Datenbank sind allgemeine Informationen über kroatische Unternehmen, ihre Produktions- und Dienstleistungsprogramme, finanzielle Jahresergebnisse sowie gesamte Einfuhren und Ausfuhren zu finden.

Die Benutzung dieser Datenbank hat auch zur Ausarbeitung eines Applikationsprogramms unter dem Titel "Kroatische Waren und Dienstleistungen" beigetragen. Das betreffende Applikationsprogramm ist für den internationalen Austausch von Geschäftsinformationen mit anderen Kammern und Informationsservices bestimmt und wird auch in kroatischen Botschaften und Konsulaten sowie ausländischen Botschaften in Zagreb verwendet.

Die Kroatische Wirtschaftskammer ist Mitglied der Internationalen Handelskammer (ICC) aus Paris, Frankreich. Die Internationale Handelskammer hat zusammen mit dem Informationsservice IBNet aus den Vereinigten Staaten ein Projekt unter dem Titel "IHK - Netzwerk - IBCC - Net - System" ausgearbeitet. Bisher haben sich 755 Kammern aus den meisten Ländern der Welt dem Netzwerk angeschlossen. Das Netzwerk ist im Internet mit Hilfe von Webseiten realisiert worden.

Das Netzwerk beschleunigt die Kommunikation zwischen Geschäftspartnern, die Darstellung von Waren und Dienstleistungen sowie die Knüpfung von Geschäftskontakten. Die Datenbank wird kontinuierlich von den Kammern und assoziierten Institutionen weltweit aktualisiert. Die Nutzung von Angaben ist kostenlos, während für die Eintragung von Geschäftsangeboten eine Gebühr zu entrichten ist.

23 Kroatische Wirtschaftskammer. 1999. Available: <http://www.hgk.hr/komora>

- Die wichtigste Dienstleistungen der Kroatischen Wirtschaftskammer:
- Informationen über Wirtschaftstrends
- Promotion der kroatischen Wirtschaft
- CRO-EAN (Kodierung von hergestellten und verkauften Waren)
- Carnets ATA (die vorübergehende Einfuhr von Waren)
- Qualitätszeugnisse: Croatian Made und Croatian Creation
- Förderung der Qualität kroatischer Produkte
- Technologietransfer im Rahmen des Internationalen Verbandes TII
- Förderung des Umweltschutzes
- Fort- und Weiterbildung
- Ratschläge aus dem Bereich des Rechtwesens
- Publikationen
- Ehrengericht
- Ständiges Schiedsgericht.

Die Kroatische Bank für Wiederaufbau und Entwicklung (HBOR)²⁴ ist die erste staatliche Investitionsbank. Der Staat bürgt für ihre Verpflichtungen. Die Kroatische Bank für Wiederaufbau und Entwicklung finanziert Projekte zum Wiederaufbau und zur Entwicklung der kroatischen Wirtschaft; den Wiederaufbau und den Bau von Wohnungen, Familienhäusern und Objekten der Infrastruktur; versichert ebenfalls Exportgeschäfte gegen nichtkommerzielle Risiken.

Das Modell der HBOR der Finanzierung und der Versicherung von Außengeschäften began mit der Kreditierung des Warenexports und Warenexportversicherung von den kommerziellen und politischen Risiken.²⁵ HBOR unterstützt Geschäftsbanken auf die Weise, daß sie ihnen einen Teil der Exportkreditzinsen deckt.

Geschäftsbanken finanzieren Exportgeschäfte ihrer Kunden durch folgende Kredite²⁶:

- der Kredit für die Exportvorbereitung in kroatischer Währung für die Frist von einem Jahr.
- ein Exportkredit für die Frist von 5 Jahren wird dem ausländischen Kunden genehmigt.

Nationalbank Kroatiens gewährt den Geschäftsbanken :

- den Betrag des Kunakredites für Exportvorbereitung als die Basis für Lombardkredite

24 Kroatische Regierung. 1999. Available: <http://www.vlada.hr>

25 Aussenhandelskonzept Kroatiens. 1997. Available: <http://flatrade.org/ccg/croatia.htm>

26 Kroatien auf dem Internet. 1999. Available: <http://www.hr>

- den Betrag des benutzten Exportkredites für den ausländischen Kunden als Teil der kurzfristigen Kredites.

4. VERGLEICH DER EXPORTFÖRDERUNGSSYSTEME IN ÖSTERREICH, ITALIEN, SLOWENIEN UND KROATIEN

Österreich hat ein sehr gut entwickeltes Exportförderungssystem. Die österreichische Bundesregierung unterstützt die Exporttätigkeit mit dem Programm "Exportoffensive" und stellt auch die hierfür benötigten Finanzmittel zur Verfügung.

Die Wirtschaftskammer Österreich (WKO) ist zuständig für die Exportförderung im Marketingbereich: (i) Firmenkooperation, (ii) Exportmarketing (iii) Exportfit und (iv) Fachmessen

In 83 Staaten der Welt wurden permanente Außenhandelsstellen der WKO gegründet.

Eine wichtige Rolle im Exportförderungssystem Österreich spielt die Österreichische Kreditbank (ÖKB).

In Italien spielt die private Exportförderung und die regionale Exportpolitik eine wichtige Rolle, aber der Staat beschäftigt sich ebenfalls mit exportunterstützenden Maßnahmen, die vom ICE (Istituto per il commercio estero, Außenhandelsinstitut) durchgeführt werden. Das ICE wird vom CIPE (Comitato interministeriale per la programmazione economica, Ausschuß für Wirtschaftsplanung) kontrolliert. Neben dem ICE sind in CIPE auch die italienische Industriellenvereinigung (Confindustria), das Ministerium für Landwirtschaft, das Außenhandelsministerium und die drei Landwirtschaftsorganisationen (Confagricoltura, Coldiretti und CIA) vertreten. Die Regionen und die Industriellenvereinigung wurden in den letzten Jahren immer mehr in die Förderung integriert.

In Slowenien hat die slowenische Exportgesellschaft SID mit den wichtigsten Export- und Kreditgesellschaften Verträge abgeschlossen (Hermes Deutschland, Österreichische Kontrollbank, Exports Credits Guarantee Department). Seit 1998 hat die SID in der PASA²⁷ (Pan American Surety Association) den Status eines Mitgliedes im Wartestand. TIPO (Trade and Investment Promotion Office, Slowenisches Amt für Handel und Investitionsförderung) ist das kleinste Amt für Exportentwicklung und Investitionsförderung in Europa mit nur 9 Angestellten. Einige Maßnahmen der Exportförderung sind zwar geplant, können aber wegen fehlender finanzieller Mittel noch nicht durchgeführt werden.

27 Pan American Surety Association. 1999. Available: <http://www.fas.usda.gov>

In Kroatien müssen alle Unternehmen (wie auch in den anderen Ländern) Mitglieder der kroatischen Wirtschaftskammer sein und ihr alle nötigen Informationen übermitteln. Die kroatische Bank für Wiederaufbau und Entwicklung (HBOR) ist die erste staatliche Investitionsbank, die Projekte zum Wiederaufbau und zur Entwicklung der kroatischen Wirtschaft finanziert. Für die Exportförderung in Kroatien werden meistens Kredite als die wichtigste Förderungsmaßnahme benutzt, während andere Maßnahmen wie Subventionen und Prämien, Steuererleichterungen, Übernahme von Exportrisiken viel weniger in Anspruch genommen werden.

Die Unterschiede der Exportförderungssysteme zwischen Österreich und Italien an einer Seite und Slowenien und Kroatien an anderer Seite sind auf zwei Faktoren zurückzuführen: nämlich die OECD- und die EU-Mitgliedschaft.

Die OECD-Mitgliedschaft

Politisches Ziel aller Förderprogramme ist es, sich auf der Basis der jeweiligen nationalen volkswirtschaftlichen Rahmenbedingungen der eigenen Exportwirtschaft im scharfen internationalen Wettbewerb eine günstige Ausgangsposition zu verschaffen. Um jedoch insoweit einen Konditionenwettbewerb bei den staatlichen Exportfördermaßnahmen zu verhindern, haben sich die im Rahmen der OECD zusammengeschlossenen Länder auf Leitlinien verständigt - geregelt im sogenannten OECD-Konsensus - die zwar nicht bestimmte Merkmale staatlicher Exportförderprogramme, dafür aber spezielle Finanzierungskonditionen als Wettbewerbsfaktoren bei der jeweiligen Gewährung staatlichen Exportkreditversicherungsschutzes definieren, um damit etwaigen Wettbewerbsverzerrungen wirksam vorzubeugen.

Außerdem stellen sie internationale Transparenz über einzuhaltende Informationsverfahren sicher. Die konkrete Ausgestaltung der Exportdeckungen, wie die staatlichen Exportkreditversicherungsangebote auch genannt werden, in den jeweiligen Staaten ist sehr unterschiedlich. Vom Grundsatz her geht es jedoch bei allen Modellen darum, Forderungen aus Exportgeschäften beziehungsweise aus Exportfinanzierungen (Finanzkrediten) gegen ihren Ausfall abzusichern.

Politische Risiken, etwa Konvertierungs-, Transfer- und Beschlagnahmerisiken werden von privaten Kreditversicherern allenfalls bei OECD-Staaten - wo de facto in der Regel keine echten politischen Risiken, für die ein Absicherungsbedürfnis seitens der jeweiligen Exportwirtschaft besteht, vorliegen - als absicherbare Risiken akzeptiert. Darüber hinausgehende politische Risiken, und zwar auch die Zahlungsrisiken bezogen auf öffentliche Abnehmer im Ausland, können nur von staatlichen Kreditversicherern beziehungsweise von privaten Kreditversicherern mit Rückdeckung/Rückversicherung des Staates beziehungsweise des jeweiligen Haushaltes in Deckung genommen werden²⁸.

28 Blick durch die Wirtschaft. 1998. Staatliche Kreditversicherungsangebote als Exportfördermaßnahmen Ein Überblick über die Systeme in den wichtigen

Dessenungeachtet versichern aber auch staatliche Kreditversicherer nicht bedenken- und grenzenlos alle erdenklichen Risiken. Ebenso wie die privaten Versicherer stellen sie umfangreiche Bonitätsanalysen hinsichtlich der zu deckenden ausländischen Schuldner an und übernehmen Risiken nur, wenn die Aussicht auf einen schadensfreien Geschäftsverlauf besteht, das heißt der Schuldner im Verhältnis zur eingegangenen Verbindlichkeit kreditwürdig erscheint. Darüber hinaus legen die staatlichen Kreditversicherer jeweils autonom Rahmenbedingungen für einzelne ausländische Märkte fest, in denen unter anderen Bestimmungen über beizubringende Sicherheiten, wie zum Beispiel Staats- oder Bankgarantien, größenordnungsmäßige Beschränkungen oder falls erforderlich auch einmal eine vollständige Deckungssperre - das heißt, daß zum Beispiel aus politischen Gründen gar kein Versicherungsschutz gewährt wird - enthalten sein können. Bei allen staatlichen Kreditversicherungsmodellen gilt der Grundsatz, daß die Versicherungsnehmer, also die Exporteure und Banken, im Regelfall bei Schadeneintritt am jeweiligen Ausfall mit einem bestimmten Prozentsatz beteiligt sind; man spricht insoweit von einer Selbstbeteiligung der Deckungsnehmer, die unter den einzelnen nationalen Systemen unterschiedlich ausgestaltet ist. Gemeinsam ist allen staatlichen Deckungsinstrumenten darüber hinaus, daß die Exporteure und Banken für den Versicherungsschutz eine Prämie - das sogenannte Entgelt - zu zahlen haben. Im Rahmen der OECD-Kreditversicherer wird schon in Kürze ein harmonisiertes Entgeltsystem Anwendung finden, so daß Wettbewerbsverzerrungen insoweit ausgeschlossen sind.

Die EU-Mitgliedschaft

Mit dem EU-Beitritt in 1995 übernahm Österreich auch den "acquis communautaire"²⁹ in bezug auf die Exportförderung. Die staatlich geförderte Exportversicherung ist demnach auf "nicht marktfähige Risiken" eingeschränkt. Seit Mitte 1995 übernimmt die OeKB deshalb neue Exportgarantien nur für Exporte in Nicht-OECD-Länder (sowie auch in die Türkei und die neuen OECD-Länder Mexiko, Südkorea, Tschechien, Ungarn und Polen). Für Exporte in die "Kern-OECD" sind staatliche Garantien nur noch für Lieferungen mit einer Risikolaufzeit von mehr als 2 Jahren bzw. an nicht private Abnehmer zulässig.

Diese Umstellung bewirkte einen Rückgang der Neuzusagen an Exportgarantien von 54,5 Mrd. ATS (1994) auf 47,2 Mrd. ATS (1997). Der Anteil garantierter Exporte sank bis 1997 auf 8,1 %. Die Exportaktivitäten österreichischer Unternehmen wurden durch die Änderung der Rahmenbedingungen nicht beeinträchtigt. Eine Umfrage des WIFO unter aktiven Garantienehmern der OeKB zeigte, daß öffentliche Garantien für nicht

Industriestaaten Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Amerika und Japan. Frankfurt: Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH, 28.07.1998

29 gemeinsamer Rechtsbestand.

marktfähige Risiken nahezu vollständig durch Garantien privater Versicherungsunternehmen ersetzt wurden. Die Wirksamkeit staatlicher Exportgarantien wird anhand der Analyse "nicht marktfähiger" Exportforderungen deutlich. Das sind derzeit vor allem Forderungen an Geschäftspartner in Entwicklungsländern und in den Oststaaten. Im Jahr 1994 dienten 94,3 % der gesamten OeKB-Garantien (86,3 Mrd. ATS) der Absicherung von Warenexporten und 5,7 % der Absicherung von Dienstleistungsexporten.

Für die Exportgarantien der OeKB wurde ein Exportmultiplikator von 1 geschätzt, d. h. 1 Mrd. S an Exportgarantien erzeugt 1 Mrd. S an zusätzlichen Exporten. Damit ist die Wirksamkeit des österreichischen Garantiesystems deutlich höher als die der deutschen Hermes-Garantien. Die volkswirtschaftliche Bedeutung des Garantiesystems wurde mit einer Modellsimulation beleuchtet. Unter der Annahme, daß das staatliche System entfällt und keine privatwirtschaftliche Versicherungslösung als Ersatz aufgebaut werden kann, würden die österreichischen Warenexporte um 5,6% gedämpft und die Konzentration auf den EU-Raum verstärkt. In der Folge würden Beschäftigung (-39.000 Personen) und Investitionsvolumen (-2,9 %) sinken; insgesamt wäre das Bruttoinlandsprodukt bis 2001 um 1,1% bis 1,8% niedriger.³⁰

5 SCHLUBBEMERKUNGEN

Der Außenhandel ist für eine kleine offene Volkswirtschaft (z. B. die kroatische, die österreichische, die slowenische) von besonderer Bedeutung. Wir haben in dieser Arbeit theoretische Aspekte der Exportförderung in Österreich, Italien, Slowenien und Kroatien analysiert. Mit unserer Arbeit sind wir auf zwei verschiedene Situationen eingegangen. Einerseits die ex-sozialistischen Länder (Slowenien, Kroatien), in denen in den letzten zehn Jahren eine sehr wichtige Transformation der Wirtschaft stattgefunden hat. Deswegen brauchen sie viele ausländische Investitionen - und natürlich auch starke Investitionsförderung, um eine stärkere Stellung im internationalen Wettbewerb erreichen zu können.

Andererseits finden wir zwei OECD- und EU-Mitglieder (Italien und Österreich), die keine größeren wirtschaftlichen und politischen Probleme (im Sinne der ex-sozialistischen Länder) gehabt haben. Eine besondere Ausprägung des Außenhandels, nämlich der Tourismus, ist von großer Bedeutung für die von uns behandelten Länder, da in diesem Sektor jeweils ein erheblichen Teil des BIP erwirtschaftet wird und der Tourismus die Einfuhr einer großen Geldmenge bewirkt.

In den letzten zehn Jahren wurde von Italien nur die anhaltende Abwertung der Währung begünstigt. Diese Politik hat in kurzer Zeit zu einer Handelsbilanz-verbesserung geführt. Aber jetzt können die Teilnehmer diese

30 Austria Presse Agentur. 1999. Exportgarantien in Österreich. Wien: OTS Service, 23.3.1999.

Strategie nicht mehr anwenden. Was die Rechtsmittel betrifft, soll man neue Gesellschaftsformen und Gesetze einführen, um die Exporte zu erhöhen, wie die ICE- Erfahrung uns gezeigt hat. Andere Kooperationen auf dem lokalen Niveau wären wünschenswert, wie z.B. in den drei Venetien, um die Exportmaßnahmen zu verbessern und neue Absatzmärkte zu erschließen.

In Österreich stellt hierbei die sogenannte Exportoffensive ein Spezifikum des heimischen Exportförderungssystems dar, das im Rahmen dieser Arbeit schwerpunktmäßig behandelt wurde.

Wegen fehlender finanzieller Mittel kann die Exportförderung in Slowenien und Kroatien nicht über alle notwendigen Maßnahmen verfügen. In den letzten Jahren waren die slowenische Exporteure in einer schwierigen Lage wegen der Aufwertung des Tollars.

Doch nicht nur hinsichtlich der rechtlichen Rahmenbedingungen findet man in den vier von uns in dieser Arbeit behandelten Ländern Übereinstimmungen. So sind einerseits die Wirtschafts- und Handelskammern der einzelnen Länder mit Exportförderungsmaßnahmen betraut, andererseits wurden von den einzelnen Ländern spezielle Institutionen geschaffen und spezielle Programme eingeführt, um die heimischen Unternehmen beim Export ihrer Waren ins Ausland zu unterstützen.

Die Wirtschafts- und Handelskammern und die oben genannte spezielle Institutionen sind mit der Durchführung einer Fülle von exportunterstützenden Maßnahmen betraut. Zu deren Aufgaben zählen zum Beispiel Exportfinanzierung, Risikoabsicherung, Markterschließung, Informationen usw.

Zusammenfassend kann man feststellen, daß wegen der fortschreitenden europäischen Integration in allen vier Ländern trotz der verschiedenen Gegebenheiten eine allgemeine Tendenz zur Harmonisierung der Exportförderungssysteme zu beobachten ist.

6 INFORMATIONSMQUELLEN

Außenhandelskonzept Kroatiens. 1997. Available: <http://flatrade.org/ccg/croatia.htm>

Austria Presse Agentur. 1999. Exportgarantien in Österreich. Wien: OTS Service, 23.3.1999.

Blick durch die Wirtschaft. 1998. Staatliche Kreditversicherungsangebote als Exportfördermaßnahmen Ein Überblick über die Systeme in den wichtigen Industriestaaten Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Amerika und Japan. Frankfurt: Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH, 28.07.1998

Bobek, Vito; Janez Potoènik, Vojka Ravbar, Matija Rojec, Peter Stanovnik, Franjo Štiblar. 1996. Slovenia - Strategy of International Economic Relations. From Associated to Full-Fledged Membership in

- the European Union. Ljubljana: Ministry for Economic Relations and Development.
- Bobek, Vito und Leo Gusel. 1998. Politika mednarodne menjave. Maribor: Wirtschaftsfakultät, Teil I, Kapitel 4.
- Camino, David. 1991. Export Promotion Policies in Spain and Other EEC Countries: Systems and Performance. In: Seringhaus, Rolf F. H. und Philip J. Rosson, (Eds.). Export Development and Promotion: The Role of Public Organizations. Boston: Kluwer Academic Publishers.
- Comitato interministeriale per la programmazione economica. 1999. Available: <http://www.italyexport.net>
- EU auf Internet. Available. <http://www.europa.eu.int>
- Finanzierungsgarantie GmbH. Available: <http://www.fgg.at>
- Handelskammer von Friul. 1999. Il triangolo della sedia. Exportwerte von den Stuhlherstellern aus Manzano. Friuli Venezia Giulia, Italien.
- Initiative der österreichischen Bundesregierung - "Exportoffensive". 1999. Available: <http://www.exportoffensive.at>
- Istituto per il Commercio Estero. 1999. Available: <http://www.ice.it>
- Kamer, S. 1992. Österreichs Außenhandel im 20. Jahrhundert. In: 11. Internationales Wissenschaftliches Symposium Alpen-Adria. Graz: Dokumentation der Tagung.
- Kroatien auf dem Internet. 1999. Available: <http://www.hr>
- Kroatische Wirtschaftskammer. 1999. Available: <http://www.hgk.hr/komora>
- Kroatische Regierung. 1999. Available: <http://www.vlada.hr>
- Lanzara, Ricardo; Riccardo Varaldo und Patrizia Zagnoli. 1991. Public Support to Export Consortia: The Italian Case. In: Seringhaus, Rolf F. H. und Philip J. Rosson, (Eds.). Export Development and Promotion: The Role of Public Organizations. Boston: Kluwer Academic Publishers, S. 217 - 242.
- Ministry for economic relations and development in Slovenia. Trade and investment promotion agency. Available <http://www.sigov.si>
- Österreichische Kreditbank. 1999. Available: <http://www.oekb.co.at>
- Österreichische Wirtschaftskammer. 1999. Available: <http://www.wk.or.at>
- Pan American Surety Association. 1999. Available: <http://www.fas.usda.gov>
- Seringhaus, Rolf F. H. und Philip J. Rosson. 1989. Government Export Promotion - A Global Perspective. London and New York: Routledge.

- Slovenian Chamber of Commerce. Available <http://www.gzs.si>
- Slovene Export Company. 1999. Available <http://www.sid.si>
- Slowenische Regierung. 1999. Available: <http://www.sigov.si>
- SPR Associates. 1999. Trade Fairs and Missions: Present and Future. Available: <http://europa.eu.int>
- Zafarpour, Shapour und Vito Bobek. 1997. Außenhandelsstruktur der Alpen-Adria Länder. Tourism and Hospitality Management. Wien/Opatija: WIFI und Universität Rijeka, (3) 1, S. 101 - 158.

Dr. sc. VITO BOBEK izv.prof.

Izvanredni profesor na Ekonomskom fakultetu, Univerzitet u Mariboru, Slovenija

Dr. sc. SHAPOUR ZAFARPOUR izv.prof

Izvanredni profesor na Ekonomskom fakultetu, Univerzitet u Beču

USPOREDBA SUSTAVA ZA UNAPREĐIVANJE IZVOZA U AUSTRIJI, ITALIJI, SLOVENIJI I HRVATSKOJ

Sažetak

Cilj ovog istraživanja je usporedba sustava za unapređivanje izvoza u četiri zemlje područja Alpe-Adria: Austrija, Italija, Slovenija i Hrvatska.

Pokušaj da se oblici unapređenja izvoza obuhvate i razgraniče od sličnih fenomena otežan je brojnim privremenim mjerama. U gotovo svim zemljama uočljiva je težnja da se ove mjere ne ističu. S obzirom da se unapređenje izvoza istražuje samo s gledišta poduzeća koja obavljaju vanjsko-trgovinsku djelatnost, sredstva za unapređivanje izvoza ne razmatraju se indirektno. U središtu interesa je izravno unapređenje izvoza kao gospodarska zadaća. Komparacija se vrši na dvije razine:

- 1. Definiranje općih značajki sustava za unapređivanje izvoza u sve četiri zemlje*
- 2. Definiranje razlika unutar ovih zemalja s posebnim osvrtom na članstvo u EU odnosno OECD-u (u slučaju Austrije i Italije budući da Hrvatska i Slovenija ne pripadaju ovim organizacijama).*

Rezimirajući, moguće je utvrditi da je zbog uznapredovale europske integracije u sve četiri zemlje (usprkos različitim okolnostima) uočljiva tendencija usklađivanja sustava za unapređenje izvoza.

Ključne riječi: *vanjsko-trgovinska politika, unapređenje izvoza, zemlje Alpe-Adrie.*

Vito Bobek, Ph.D.

Associate Professor, Faculty of Economy, Maribor University

Shapour Zafarpour, Ph.D.

Associate Professor, Faculty of Economy, Vienna University

COMPARISON OF THE EXPORT IMPROVEMENT SYSTEMS IN AUSTRIA, ITALY, SLOVENIA AND CROATIA

Summary

This paper analyses comparison of the export improvement systems in the four countries of the Alps-Adria region: Austria, Italy, Slovenia and Croatia. The effort to completely include all kinds of export improvement and to differentiate it from other similar phenomena is impeded by numerous interim measures. The attempt to avoid these measures is evident in almost all countries. As the export improvement is researched only from the foreign trade companies' point of view, not only indirect methods for export improvement have been considered, but also a direct export improvement, as an economic task, has been focused.

Comparison of these has been examined on two levels:

- 1. Defining general characteristics of the export improvement in all four countries*
- 2. Defining differences among mentioned countries, stressed on the membership on the EU, that is the OECD (in the case of Austria and Italy, as Croatia and Slovenia don't belong to these organizations).*

Although the integration of these four countries to the European Association has meanwhile progressed (in spite of different circumstances), tendency to harmonize the export improvement systems is being noticed.

Key words: *foreign-trade policy, export improvement, Alps-Adria countries.*

JEL classification: *F13, F14*