

Wilhelms, Christian

**Article — Digitized Version**

## Absatzwirtschaftlich orientierte Handelshilfe: Ein Katalog wirksamer Exportförderungsmaßnahmen

Wirtschaftsdienst

*Suggested Citation:* Wilhelms, Christian (1965) : Absatzwirtschaftlich orientierte Handelshilfe: Ein Katalog wirksamer Exportförderungsmaßnahmen, Wirtschaftsdienst, ISSN 0043-6275, Verlag Weltarchiv, Hamburg, Vol. 45, Iss. 7, pp. 383-388

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/133509>

**Standard-Nutzungsbedingungen:**

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

**Terms of use:**

*Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.*

*You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.*

*If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.*

- welchem der Produkte — wenn mehrere in den Test einbezogen wurden — ist eine Priorität hinsichtlich weiterer Forschungs- und Entwicklungsarbeiten zuzumessen?
- welches Produkt soll nach den Ergebnissen des Vortests vollends ausgeschieden werden?

Damit hat der qualitative Vortest zu Entscheidungen verholfen, die sonst entweder nach dem „Fingerspitzengefühl“ oder nur auf dem Wege quantitativer, längerfristiger und hohe Kosten verursachender Forschungsarbeiten getroffen werden könnten. Der qualitative Vortest ist keine quantitative Rechnung; seine Aufgabe ist es, die Produkte auszuschneiden, die erfolglos bleiben müssen, und die Produkte zu finden, die in das gesamte Unternehmungsziel sich einfügen und dieses realisieren helfen. Der qualitative Vortest bewahrt eine Unternehmung davor, daß sie kostspielige Untersuchungen anstellt, an deren Ende negative Ergebnisse stehen. Er bewahrt ferner davor, daß rein intuitiv Produkte aufgenommen werden, die sich später als nicht erfolgreich erweisen.

Der qualitative Vortest hat seine Stellung somit zwischen der Intuition und der detaillierten quantitativen

Forschungsarbeit. Der qualitative Vortest ist damit nicht selbst Marktforschung; er hat eine gewisse Ähnlichkeit mit einer marktforscherischen Tätigkeit und ist daher geeignet, Marktforschungsaufgaben zu mindern und auf diese Weise Kosten zu sparen. Die Unternehmung wird damit aber nicht der Aufgabe entzogen, für die positiv aus dem qualitativen Vortest hervorgehenden Produkte anschließend eine detaillierte Marktforschung in sämtlichen absatzwirtschaftlichen Bereichen zu betreiben. Für die günstig bewerteten Produkte bleibt diese Tätigkeit erforderlich; denn sie liefert späterhin erst die Daten, die über die Prognose in die einzelnen Teilpläne der Unternehmung einfließen. Das vermag der qualitative Vortest nicht. Sein Ziel ist erreicht, wenn die keinen Erfolg versprechenden Produkte vorzeitig aus dem Unternehmungsgeschehen, aus den Forschungs-, Entwicklungs- und Planungsarbeiten ausgeschieden werden. Auf der anderen Seite berücksichtigt der qualitative Vortest bereits in diesem ersten Stadium des Entscheidungsprozesses hinsichtlich eines neuen Produktes dessen enge Verknüpfung mit sämtlichen betrieblichen Funktionen und führt damit bereits zum erforderlichen integrierten Denken im gesamten Unternehmungsgeschehen.

# Absatzwirtschaftlich orientierte Handelshilfe

## Ein Katalog wirksamer Exportförderungsmaßnahmen

Christian Wilhelms, Hamburg

Der nachstehende Beitrag behandelt einen Teil des Gutachtens des Wissenschaftlichen Beirats beim Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit über die Grundsätze der Handelshilfe an die Entwicklungsländer. Es geht daraus hervor, wie sehr gerade das Gebiet der Absatzwirtschaft konkrete Ansatzmöglichkeiten für eine Handelshilfe der Bundesrepublik oder ganz allgemein der Industrieländer bietet bzw. in welchem Umfange absatzwirtschaftlich orientierte oder von absatzwirtschaftlichen Überlegungen beeinflusste Maßnahmen zum Instrumentarium einer praxisnahen und darum wirksamen Handelshilfe gehören.

Spätestens seit der Genfer Welthandelskonferenz der UNO im vergangenen Jahr ist es sichtbar geworden, welche Bedeutung dem Handel im Rahmen der Entwicklungspolitik beigemessen werden muß. Wenn auch das in diesem Zusammenhang — und im übrigen schon viele Jahre vor der Genfer Konferenz — immer wieder zitierte Schlagwort „trade not aid“ oder auch „aid by trade“ kaum in seinem absolut wörtlichen Sinne verstanden werden darf und — auch das hat die Konferenz nur zu deutlich erkennen lassen — eher zu dem umfassenderen „trade and aid“ erweitert werden sollte, so bleibt doch die Tatsache, daß die Entwicklungsländer von einer Steigerung ihrer

Exporte nachhaltige und langfristig ganz entscheidende Beiträge für ihren wirtschaftlichen Fortschritt erwarten.

Die Richtigkeit dieser Auffassung wird von den Industriestaaten — an die sich die Forderungen der Entwicklungsländer richten — zumindest im Grundsätzlichen nicht bestritten; sie sind auch bereit, die Entwicklungsländer bei ihren Bemühungen zu unterstützen. Über das Wie einer solchen Handelshilfe, die die Entwicklungsländer verlangen bzw. die die Industriestaaten zu gewähren bereit und in der Lage sind, divergieren jedoch die Meinungen auf beiden Seiten erheblich.

### GRUNDZÜGE EINER DEUTSCHEN KONZEPTION DER HANDELSHILFE

Einen Eindruck von der seitens der Bundesrepublik entwickelten Konzeption der Handelshilfe vermittelt das im Herbst des vergangenen Jahres vom Wissenschaftlichen Beirat beim Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit vorgelegte Gutachten „Grundsätze für eine Handelshilfe der Bundesrepublik Deutschland an die Entwicklungsländer“<sup>1)</sup>.

<sup>1)</sup> Veröffentlicht im Bulletin des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung, Bonn, Nr. 148 vom 2. Okt. 1964, S. 1368 ff.

In diesem unter der Federführung von Prof. Dr. Harald Jürgensen, Hamburg, entstandenen Gutachten, das auf Vorarbeiten des Handelsausschusses des Wissenschaftlichen Beirats aufbaut, werden nach einer kurzen Skizzierung der Ausgangslage, der Ansatzpunkte und der Bedeutung der Handelshilfe drei wesentliche Aufgabenbereiche eingehend erörtert:

- Abbau der Handelshemmnisse in den Industrieländern
- Strukturpolitische Maßnahmen in den Industrieländern
- Förderung des Exportangebots in den Entwicklungsländern.

Die entwicklungspolitische Bedeutung der Handelshilfe wird gesehen in der Unterstützung der Bemühungen der Entwicklungsländer, die aus ihrer traditionellen Komplementarität zu den Industrieländern resultierende Einseitigkeit ihrer Produktions- und Außenhandelsstruktur im Interesse ihres wirtschaftlichen Fortschritts und eines sich selbst tragenden Wachstumsprozesses zu überwinden und ihre allzu große Abhängigkeit von den traditionellen Ausführprodukten und damit von den Industrieländern aufzuheben bzw. zu verringern. Mehr als jede andere Unterstützung, so heißt es in dem Gutachten, ist Handelshilfe marktconform und eine Hilfe zur Selbsthilfe. Sie ermöglicht den Entwicklungsländern nicht nur zusätzliche Deviseneinnahmen aus den Exporten ihrer Produkte, sondern kann einer unökonomischen Import-Substitution entgegenwirken und darüber hinaus den Zufluß ausländischen Privatkapitals in exportorientierte Investitionen fördern.

Im Rahmen einer derart motivierten Handelshilfe sind Maßnahmen sowohl in den Industrieländern wie in den Entwicklungsländern zu ergreifen. In den Industrieländern gehören hierzu der Abbau der Handelshemmnisse durch Einfuhr- und Steuererleichterungen für die Produkte der Entwicklungsländer — diese Maßnahmen bezeichnet der Beirat als „Handelshilfe im engeren Sinne“ — sowie strukturpolitische Maßnahmen in Gestalt von Kredithilfen und Steuererleichterungen, die den durch Importe aus Entwicklungsländern gefährdeten Unternehmen in Industriestaaten das Ausweichen auf Erzeugnisse oder Standorte mit besseren langfristigen Wettbewerbschancen erleichtern und damit die inländische Investitionsentwicklung beeinflussen. Diese Maßnahmen werden zur „Handelshilfe im weiteren Sinne“ gezählt.

Ebenfalls zur „Handelshilfe im weiteren Sinne“ rechnet der Beirat Hilfsmaßnahmen technischer und finanzieller Art, die in den Entwicklungsländern zur Förderung eines ausreichend elastischen und wettbewerbsfähigen Exportangebots beitragen. Auf die Ansatzmöglichkeiten hierfür, näher behandelt im vierten Kapitel des Gutachtens, beschränken sich die folgenden Ausführungen dieses Beitrages.

## FÖRDERUNG DES EXPORTANGEBOTS ZUR HANDELS- INTENSIVIERUNG

Einfuhr- und Steuererleichterungen sowie Strukturänderungen in den Industriestaaten sind zwar wesentliche Voraussetzungen für einen vermehrten Handelsaustausch mit den Entwicklungsländern. Sie können jedoch nicht voll wirksam werden, wenn das Exportangebot dieser Länder nicht ausreichend diversifiziert ist und auch qualitativ oder infolge unzureichender Absatzmethoden nicht den Erfordernissen des Absatzmarktes entspricht.

Diese Erkenntnis ist der Ausgangspunkt für die Überlegungen des Beirats, auf Grund deren er empfiehlt, durch geeignete Maßnahmen der Kapitalhilfe und der Technischen Hilfe, die mit der Nachfrage in den Industrieländern abgestimmt sind, die Verbesserung und Verbreiterung des Exportangebots der Entwicklungsländer zu fördern.

Der Wissenschaftliche Beirat — die einzelnen Beiträge zu diesem Teil des Handelshilfe-Gutachtens entstanden unter der Mitarbeit der auf dem Gebiet der außenhandelsbetrieblichen Zusammenhänge besonders erfahrenen Beiratsmitglieder Prof. Dr. Alfred Jacobs, Bremen, und Prof. Dr. Clodwig Kapferer, Hamburg — begnügt sich jedoch nicht mit einer allgemeinen Erörterung des Problemkreises und mit der nichtssagenden Empfehlung „geeigneter Maßnahmen“. Dies ist ein Vorzug des Handelshilfe-Gutachtens. Und aus dem Blickwinkel der Absatzwirtschaft, deren Gebiet hier berührt wird, ist es gerade auch der diesem Kapitel über die Förderung des Exportangebots beigefügte Anhang zum Gutachten, dem wegen seiner praktischen Bedeutung als ein von absatzwirtschaftlichen Vorstellungen geprägtes Instrument der Handelshilfe entsprechende Beachtung zukommen sollte. Der Anhang bringt nämlich in detaillierter Aufzählung die zu einem großen Teil auf absatzwirtschaftlichem Gebiet liegenden konkreten Ansatzmöglichkeiten für eine langfristige Förderung des Exports der Entwicklungsländer und damit auch für eine wirksame Handelshilfe.

### EXPORTDIVERSIFIZIERUNG ALS LEITIDEE

Richtungweisend für die Ausarbeitung des Anhangs zum Handelshilfe-Gutachten war zunächst die Überlegung, daß die Industriestaaten im Rahmen der Handelshilfe den Entwicklungsländern einerseits zwar Absatzmöglichkeiten für ihre Produkte geben, andererseits aber gleichzeitig eine weitgehende praktische Hilfestellung bei der Förderung der Ausfuhr dieser Länder leisten müssen.

Ein entscheidender Gedanke lag sodann in der besonderen Berücksichtigung der bereits erwähnten Notwendigkeit einer Exportdiversifizierung der Entwicklungsländer. Bei denjenigen Produkten, die zu ihrem traditionellen Angebot gehören, ist eine Steigerung der Exporterlöse zumeist nur in relativ geringem und im Verhältnis zu den aus dem Wirtschaftsaufbau re-

sultierenden Anforderungen insgesamt unzureichendem Maße möglich. Aus dieser Situation heraus ergibt sich der Zwang zur Diversifizierung des Exportangebots der Entwicklungsländer.

Exportsteigerung durch Angebotsdiversifizierung heißt, die Basis der Exportstruktur zu verbreitern und die Zahl der exportgeeigneten Produkte zu vergrößern. Von besonderer Bedeutung ist es daher, sogenannte „kleine“, „neue“ oder weniger bekannte bzw. weniger entwickelte Produkte auf den Markt zu bringen, um so die Abhängigkeit von den Exporterlösen einzelner oder einiger weniger Hauptprodukte zu verringern. Nur hierin kann eine langfristig wirksame Exportförderung für die Entwicklungsländer liegen.

Entsprechend der für dieses Ziel erforderlichen Methodik des Vorgehens im Rahmen einer Exportförderung für Entwicklungsländer lassen sich sechs große Komplexe unterscheiden, in denen die Maßnahmen zur Förderung des Exportangebots ihre Anwendung finden und wirksam werden:

- Förderung der Exportproduktion in Entwicklungsländern (Schaffung des Exportangebots)
- Förderung des Exportabsatzes der Entwicklungsländer
- Beseitigung bestehender Ausfuhrhemmnisse in Entwicklungsländern
- Absatzförderung für Produkte der Entwicklungsländer in Industriestaaten
- Hilfsmaßnahmen für Unternehmen der Industriestaaten
- Beseitigung von Einfuhrhemmnissen in den Industriestaaten.

Während sich die drei ersten Ansatzmöglichkeiten vorwiegend in den Entwicklungsländern ergeben, zeigen die letztgenannten drei Komplexe diejenigen Förderungsmaßnahmen auf, deren Anwendungs- und Wirkungsbereich in den Industriestaaten liegt. Eine Zusammenarbeit zwischen Entwicklungsland und Industriestaat (z. B. in der Form einer Beratung) kann jedoch auch bei solchen Maßnahmen erforderlich sein, die örtlich gesehen in den Bereich der im Entwicklungsland selbst aufzugreifenden Aufgaben fallen.

In der detaillierten Übersicht wurden die verschiedenen Ansatzmöglichkeiten weitgehend einzeln bei Namen genannt. Denn nur durch eine derartige Konkretisierung ist es möglich, von allgemeinen und ungenauen Vorstellungen über die Exportförderung für Entwicklungsländer abzukommen und zu verhindern, daß die erforderlichen Maßnahmen in der Bürokratie steckenbleiben.

Die schematische Darstellung auf S. 364 im Rahmen des Beitrages „Handelshilfe an Entwicklungsländer durch Förderung ihrer absatzwirtschaftlichen Aktivität“ veranschaulicht die Lage der verschiedenen Maßnahmengruppen im Gesamtbereich einer so konzipierten absatzwirtschaftlich orientierten Handelshilfe. Bemerkenswert sei dazu noch, daß die dargestellte Reihenfolge der

Ansatzmöglichkeiten nicht notwendigerweise ein zeitliches Nacheinander impliziert.

Ein wesentlicher Nachteil des Anhangs zum Handelshilfe-Gutachten und möglicherweise ein Grund für die bisher nur geringe Beachtung liegt u. E. darin, daß die Verständlichkeit der detaillierten Übersicht durch die zum Zwecke der systematischen Darstellung gebrauchte stichwortartige Kurzform zur Bezeichnung der einzelnen Maßnahmen in Mitleidenschaft gezogen wurde.

Die im folgenden in enger Anlehnung an die Veröffentlichung im Bulletin des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung vorgenommene Vervollständigung bzw. Erläuterung der Stichworte dürfte daher zum besseren Verständnis der beabsichtigten Maßnahmen beitragen. Sie soll gleichzeitig dazu dienen, den an den absatzwirtschaftlichen Fragen der Handelshilfe Interessierten diesen Teil des Gutachtens leichter zugänglich zu machen.

Es wurde hier versucht, durch entsprechende Symbole anzudeuten, welchen Trägern der Förderungsmaßnahmen voraussichtlich die Hauptaufgaben des Handelns zufallen würden:

- E = Entwicklungsland
- I = Industriestaat
- P = Privatinitiative
- S = Staatliche Maßnahmen

Die Kombination der Symbole kennzeichnet die jeweils bestehende Möglichkeit bzw. Notwendigkeit einer Zusammenarbeit zwischen staatlicher und privater Initiative, zwischen Entwicklungsland und Industriestaat. Die jeweilige Reihenfolge der Symbole bringt dabei gleichzeitig zum Ausdruck, welchem Träger der Vorrang gebühren könnte.

#### DIE ANSATZMÖGLICHKEITEN DER EXPORTFÖRDERUNG FÜR ENTWICKLUNGSLÄNDER IN DETAILLIERTER BESCHREIBUNG

##### A. ANSATZMÖGLICHKEITEN IN ENTWICKLUNGSLÄNDERN

- I. Schaffung eines Exportangebots durch Förderung der Exportproduktion in Entwicklungsländern
  - a) Auffindung exportgeeigneter Produkte
 

|  |                            |
|--|----------------------------|
|  | Schwerpunkt der Maßnahmen: |
|--|----------------------------|

    1. Analyse der Angebotsstruktur S EI
    2. Studium der von der vorhandenen Produktion her gegebenen Möglichkeiten zur Exportdiversifizierung (Bodenuntersuchungen zwecks Anbaus exportgeeigneter Produkte; Untersuchung der natürlichen Hilfsquellen, die zur Nutzbarmachung für die Exportproduktion in Frage kommen) S EI
    3. Studium der industriellen Verwertbarkeit von Agrarprodukten und Rohstoffen (Erschließung von Rohstoffvorkommen; Veredelung von Agrarprodukten und Rohstoffen) P IE
    4. Studium der Verwendungsmöglichkeiten für wenig bekannte bzw. wenig genutzte Produkte (Neue Verwendungszwecke; Ausweitung der Verwendungsmöglichkeiten) P EI

|  | Schwerpunkt der<br>Maßnahmen: | Schwerpunkt der<br>Maßnahmen:  |       |
|--|-------------------------------|--|-------|
| 5. Studium der in der Aufnahme neuer Produktionsmöglichkeiten zur Angebotsdiversifizierung   | PS EI                         | 2. Förderung der nachfragekonformen Ausgestaltung der Exportprodukte durch Bekanntgabe von technischen Normen und Einfuhrvorschriften der Abnehmerländer (z. B. VDE-Normen für Elektrogeräte, sanitäre Vorschriften für bestimmte Verpackungsmaterialien etc.) | S E   |
| 6. Studium der Voraussetzungen, Möglichkeiten und besonderen komparativen Vorteile für die Herstellung von Industrie-Erzeugnissen  | PS EI                         | 3. Anpassung der Exportprodukte an Konsumentenwünsche und -präferenzen in den Abnehmerländern (Formgebung, Größe, Geschmack, Aufmachung, Verpackung etc.)  | P EI  |
| 7. Ausarbeitung von Produktstudien, die den Weg exportgeeigneter Waren von der Produktion bis zu den im Abnehmerland anzuwendenden Marketing-Methoden verfolgen — s. auch A II a) 3. und B I a) 1. —<br>— Warenuntersuchung<br>— Prüfung der Produktionsverhältnisse<br>— Untersuchung der Marktverhältnisse und Absatzchancen | PS I                          | 4. Beratung bei den Bemühungen um Qualitätsverbesserungen sowie Einführung von Qualitätskontrollen (Wahl des optimalen Materials, Ausführung)  | PS EI |
| b) Förderung der Exportproduktion  |                               | 5. Vermittlung der Kenntnisse über Verfahren zur Veredelung von Agrarprodukten und Rohstoffen  | P I   |
| 1. Einrichtung technisch-wirtschaftlicher Studienbüros zur Ausarbeitung von Projekten für die Exportproduktion und zur Koordinierung der regionalen Exportproduktionsförderung   | S EI                          | 6. Förderung des Aufbaus von Veredelungsindustrien (Steuererleichterungen, Devisenzuteilungen für Importe von Anlagen etc.)  | S E   |
| 2. Propagierung neuer Exportproduktionen und Darlegung der Ansatzmöglichkeiten   | S E                           | d) Zusammenarbeit in der Produktion zwischen Industriestaat und Entwicklungsland   |       |
| 3. Rationalisierung der bestehenden Exportproduktion durch Verbesserung der Organisation und Erneuerung überalterter Maschinenparks  | P EI                          | 1. Beratung bei der Organisation des Anbaus und der Verwertung von Veredelungsprodukten  | P IE  |
| 4. Gewährung von Kredithilfen bei Neu-, Erweiterungs- und Rationalisierungsinvestitionen für die Exportproduktion  | S IE                          | 2. Beteiligung beim Aufbau von Veredelungsindustrien (Kapital, know-how, Maschinen, Lizenzen)  | P I   |
| 5. Vermittlung von Kenntnissen über neue bzw. rationellere Produktionsverfahren (Erfahrungsaustausch, Lizenzvergabe, Studienreisen)  | P I                           | 3. Abschluß von Produktions- und Abnahmeverträgen für bestimmte Produkte zwischen Industriestaat und Entwicklungsland  | PS IE |
| 6. Errichtung, Erweiterung und Modernisierung von Lagerhäusern, Kühlräumen und Transportanlagen  | S EI                          | 4. Entwicklung technischer Hilfsmittel und Verfahren zur Nutzung unerschlossener bzw. ungenügend erschlossener Agrarprodukte und Rohstoffvorkommen   | P I   |
| 7. Beratung bei der Betriebsorganisation   | P I                           | 5. Schulung einheimischer Arbeitskräfte eines Entwicklungslandes im Gebrauch von Maschinen sowie Ausbildung qualifizierter Arbeitskräfte   | PS IE |
| 8. Beratung hinsichtlich Maßnahmen zur Kostensenkung (Anwendung kostengünstiger Verfahren, Verwendung adäquater Materialqualitäten etc.)   | P I                           | 6. Lieferung von Investitionsgütern als Beteiligung bei der Errichtung neuer Industrien  | P I   |
| 9. Standardisierung der Erzeugnisse (Gütestandards für Agrarprodukte, Normen für industrielle Teile)   | PS E                          | 7. Nutzung von Standortvorteilen eines Entwicklungslandes (Arbeitskräfte, Rohstoffe, Klima, Boden- und Wachstumsbedingungen, geographische Lage) für die Exportproduktion durch Investitionen seitens eines Industriestaats                                    | P I   |
| 10. Gewährung besonderer fiskalischer Vergünstigungen als Anreiz für die Aufnahme neuer Exportproduktionen (Steueraussetzungen bzw. -erleichterungen, Einfuhrzollvergünstigungen, vergünstigte Devisenzuteilungen)   | S E                           | 8. Zusammenführung von Partnern in Entwicklungsland und Industriestaat   | S IE  |
| 11. Gewährung vergünstigter Abschreibungsbedingungen für exportierende Unternehmen   | S E                           | 9. Prüfung von Projekten über die Aufnahme neuer Exportproduktionen  | S EI  |
| 12. Gewährung von Steuerstundungen für exportierende Unternehmen   | S E                           |  |       |
| 13. Förderung der Verwendung inländischen Kapitals in der Exportproduktion (Steuererleichterungen zur Kapitalbildung, Investitionsanreize für einheimische Kapitalkreise)  | S E                           | II. Förderung des Exportabsatzes<br>der Entwicklungsländer   |       |
| 14. Förderung der Zusammenarbeit in der Exportproduktion (Bezugs-, Produktions- und Absatzgenossenschaften)  | S E                           | a) Erforschung und Nachweis von Absatzmöglichkeiten  | Ab-   |
| c) Marktanpassung der Exportprodukte   |                               | 1. Analyse der Absatzverhältnisse eines Entwicklungslandes   | S EI  |
| 1. Förderung des Qualitätsgedankens durch Aufklärung der Produzenten   | S E                           | 2. Durchführung von Marktuntersuchungen in einem Industriestaat bzw. in anderen in Betracht kommenden Ländern (Auswertung der ausländischen Statistik, Analyse der Absatzwege, Bedarfsforschung, Konkurrenzforschung)  | P IE  |

- |   |       |  |     |
|---|-------|--|-----|
| 3. Ausarbeitung von Produktstudien, die den Weg exportgeeigneter Waren von der Produktion bis zu den im Abnehmerland anzuwendenden Marketing-Methoden verfolgen<br>— s. A I a) 7. und B I a) 1. —<br>— Warenuntersuchung<br>— Prüfung der Produktionsverhältnisse<br>— Untersuchung der Marktverhältnisse und Absatzchancen | PS I  | 3. Schaffung von Versicherungsmöglichkeiten für spezielle Exportrisiken:<br>— Marktunterbrechungsrisiko<br>(Nichterfüllung von Verträgen, Importhemmnisse, Krieg, Bürgerkrieg, Streik)<br>— Kursrisiko<br>— Kommerzielles Risiko<br>— Festpreisisiko<br>— Markterschließungsrisiko<br>(Werbeaktionen, Geschäftsreisen, Marktanalysen, Mustersendungen, Verkaufsorganisation)<br>— Messerisiko<br>(Standmiete, Standgestaltung, Verpackung und Transport, Reise- und Aufenthaltskosten bei erfolgloser Beteiligung) |     |
| 4. Aufklärung über die für die Exportförderung vorhandenen beratenden und helfenden Organe sowie über die Reichweite der staatlichen Exportförderung  | S E   | 4. Genehmigung der Bildung steuerfreier Rückstellungen bei der Gewährung mittel- und langfristiger Zahlungsziele für Exportlieferungen   | S E |
| 5. Information über bestehende Exportmöglichkeiten  | S E   | 5. Steuervergünstigungen für Werbemaßnahmen in Industriestaaten  | S E |
| 6. Veranstaltung von Kontaktreisen ins Ausland zum Studium der Verhältnisse der Absatzmärkte  | PS E  | 6. Förderung der Gründung von Ausfuhrgemeinschaften zur Erschließung des Exportmarktes (Steuerliche Begünstigung des Beteiligungskapitals, Befreiung der Gewinne von der Einkommensteuer etc.)   | S E |
| 7. Untersuchung von Möglichkeiten der Produktpassung und -änderung zur Erschließung neuer Absatzmärkte (Produkttest, Motivforschung)  | P EI  | 7. Frachtvergünstigungen im Inland für Exportlieferungen   | S E |
| 8. Aufklärung der Produzenten und des Exporthandels in Entwicklungsländern über Absatzmöglichkeiten und Voraussetzungen des Absatzes in Industriestaaten  | S EI  | 8. Frachttarifenkungen für bestimmte als besonders förderungswürdig betrachtete Exportprodukte   | S E |
| 9. Bekanntgabe von Auslandsnachfragen und Vermittlung von Vertretungsgesuchen für bestimmte Produkte nach Überprüfung der Qualifizierung  | S E   | 9. Gewährung von Anrechten auf vergünstigten Devisenerwerb bzw. bevorzugte Devisenzuteilungen für exportierende Unternehmen  | S E |
| b) Aufklärung über absatzwirtschaftliche Anforderungen  |       | III. Beseitigung bestehender Ausfuhrhemmnisse in Entwicklungsländern   |     |
| 1. Aufklärung über die Anforderungen des Exportgeschäftes allgemein (Beratungen, Kurse, Öffentlichkeitsarbeit, Berufsschulen)   | S EI  | a) Abbau bürokratischer Hemmnisse  |     |
| 2. Aufklärung über Fragen des Angebots, der Werbung, der Warenaufmachung und der Verpackung, der Preispolitik und des Auslandsversands (Beratungen, Kurse, Öffentlichkeitsarbeit, Berufsschulen)  | S EI  | 1. Schaffung bzw. Neuordnung der Exportgesetzgebung  | S E |
| c) Aufbau der Exportorganisation  |       | 2. Abbau der administrativen und legislativen Hemmnisse für den Export   | S E |
| 1. Beratung bei der inner- und außerbetrieblichen Organisation des Absatzbereiches (Betriebliche Beratungen, Kurse, Kooperation)  | P I   | 3. Rationalisierung der Exportverfahren (Beschleunigung des Ausfuhrverfahrens durch Aufhebung der Genehmigungspflicht, Verminderung und Vereinfachung der Formulare, lokale Zentralisierung der Ausfuhrämter, Senkung bzw. Abschaffung der Abfertigungskosten, Reduzierung der Ausfuhrkontrollen)  | S E |
| 2. Bildung von Ausfuhrgemeinschaften für gleiche, komplementäre oder nicht-konkurrierende Produkte  | PS EI | 4. Erleichterte Erlangung von Importlizenzen zur Rohstoffbeschaffung für Exportprodukte  | S E |
| 3. Organisation von Gemeinschaftswerbungen auf den Auslandsmärkten für bestimmte Produkte oder Branchen   | PS EI | b) Beseitigung von die Wettbewerbsfähigkeit beeinträchtigenden Exportbelastungen   |     |
| 4. Einrichtung ständiger Auslandsausstellungen und Informationszentren  | PS EI | 1. Abschaffung bzw. Verminderung der Ausfuhrabgaben (Zölle, Steuern, Tarife für behördliche Dienstleistungen, Abgaben an Syndikate)  | S E |
| 5. Veranstaltung von Auslandsausstellungen und Förderung der Teilnahme durch steuerliche Anreize  | S E   | 2. Entlastung der Exportwaren von inländischen Steuern und Abgaben auf den diversen Ebenen (Umsatzsteuer, Luxussteuer, Einkommensteuer)  | S E |
| 6. Beschickung ausländischer Messen und Ausstellungen   | P EI  | 3. Zollerleichterungen bei der Einfuhr von Rohstoffen und Zulieferungsteilen für die Exportproduktion (Rückerstattung von Zöllen durch Drawback-Verfahren, Verfahrens-erleichterungen)   | S E |
| 7. Einrichtung von Konsignationslagern im Ausland   | P EI  |  |     |
| 8. Herstellung von Kontakten zwischen Produzenten und ausländischen Absatzmittlern  | S EI  |  |     |
| d) Finanzielle und steuerliche Exportförderungsmaßnahmen  |       |  |     |
| 1. Schaffung von Exportfinanzierungsinstituten  | S E   |  |     |
| 2. Schaffung von Exportkreditversicherungen   | S E   |  |     |

|  | Schwerpunkt der<br>Maßnahmen: | Schwerpunkt der<br>Maßnahmen:   |
|--|-------------------------------|---|
| c) Förderung der allgemeinen Leistungsfähigkeit der Exportwirtschaft   |                               | — Werbung für eine Produktgruppe mehrerer Entwicklungsländer PS EI  |
| 1. Verbesserung der Abfertigungseinrichtungen in den Exporthäfen (Modernisierung und Erweiterung der Anlagen, Abschaffung umständlicher und kostspieliger Arbeitsverfahren)  | S EI                          | — Werbung für das „Image“ bestimmter Entwicklungsländer (Beseitigung von Vorurteilen) und ihre Angebotsmöglichkeiten S EI                 |
| 2. Werbung für den Exportgedanken in der Öffentlichkeit und bei den zuständigen Behörden   | S EI                          | — Werbung für neue Verbrauchsgewohnheiten in Industrieländern zur Einführung unbekannter Produkte aus Entwicklungsländern PS E            |
| 3. Information über Exportmöglichkeiten, Einfuhrbestimmungen des Auslandes etc.  | S E                           | — Veranstaltung von Werbewochen für den Absatz von Produkten einzelner bzw. bei geringer Angebotsbreite mehrerer Entwicklungsländer SP EI |
| 4. Schaffung besonderer Anreize für den Exportabsatz, durch die inländische Produzenten trotz evtl. zeitweilig höherer Inlandsgewinne am Export interessiert gehalten werden (Problem wettbewerbsgerechter Exportpreissetellung) | S E                           | 4. Förderung einer Teilnahme der Entwicklungsländer an Messen und Ausstellungen in Industriestaaten                                       |
| 5. Ausbildung kaufmännischen Personals für das Exportgeschäft (Sprachen, Geschäftsusancen, Außenhandelsdisziplin — Zuverlässigkeit, Genauigkeit, Schnelligkeit etc. —)   | SPEI                          | — Einrichtung nationaler bzw. regionaler Pavillons S E  |
| 6. Anpassung des Bankenapparates an die Anforderungen des Exportgeschäftes   | SP EI                         | — Ausstellung von Produkten der Entwicklungsländer PS EI  |
| 7. Förderung des Ausbaus der nötigen Infrastruktur (Transport, Nachrichtenwesen etc.)  | S EI                          | — Messebeteiligung von Firmen der Entwicklungsländer S E  |

#### B. ANSATZMÖGLICHKEITEN IN INDUSTRIESTAATEN

##### I. Absatzförderung für Produkte der Entwicklungsländer in Industriestaaten

###### a) Untersuchung der Marktverhältnisse in Industriestaaten

1. Ausarbeitung von Produktstudien, die den Weg der Ware von der Produktion bis zu den anzuwendenden Marketing-Methoden verfolgen — s. A I a) 2. und A II a) 3. — PS I
2. Untersuchung der Marktverhältnisse (Auswertung der Statistik, Analyse der Absatzwege, Bedarfsforschung, Konkurrenzforschung) P EI
3. Marktuntersuchungen über die Aufnahmebereitschaft für bestimmte neue oder weniger bekannte Produkte (Produkttest, Motivforschung) P EI
4. Beobachtung der Konsumgewohnheiten und ihres Wandels durch Marktforschungsinstitute (Motivforschung, regionale Kaufkraftuntersuchungen, Verbraucherpanels) P I

###### b) Marketing-Maßnahmen in Industriestaaten

1. Untersuchung der zur Absatzförderung der einzelnen Produkte geeigneten Marketing-Methoden P I
2. Untersuchung und Beobachtung der Werbeaktivität für konkurrierende Produkte, einzelne Branchen bzw. bestimmte Entwicklungsländer (Werbeforschung, Werbestatistik) P I
3. Durchführung von Werbemaßnahmen — Werbung für ein bestimmtes Produkt eines bestimmten Entwicklungslandes PS EI

##### II. Hilfe für Unternehmen in Industriestaaten im Rahmen der Handelshilfe für Entwicklungsländer

###### a) Gewährung von Krediten und Steuererleichterungen auf dem Gebiet der Absatzförderung

1. Kreditgewährungen aus Mitteln der Handelshilfe an Importfirmen für Einfuhren aus Entwicklungsländern zum Zwecke der Markterschließung für ein neues Produkt S I
2. Steuererleichterungen für Unternehmen der Industriestaaten für Werbemaßnahmen zugunsten von Entwicklungsländern S I
3. Kredithilfen oder Steuererleichterungen für Unternehmen der Industriestaaten zur Förderung von Handelshilfeinvestitionen in Entwicklungsländern S I

###### b) Gewährung von Kredithilfen zur Anpassung an Strukturwandlungen

Kredithilfen für Produktionszweige der Industriestaaten zur Erleichterung der Anpassung an evtl. Strukturänderungen, hervorgerufen durch Veränderungen in der internationalen Arbeitsteilung auf Grund der Eingliederung der Entwicklungsländer in die Weltwirtschaft S I

##### III. Beseitigung von Einfuhrhemmnissen in Industriestaaten

- a) Abbau von Steuern, die dem Verbrauch von Produkten der Entwicklungsländer entgegenstehen S I
- b) Abbau von Zöllen, die die Konkurrenzfähigkeit von Produkten der Entwicklungsländer beeinträchtigen S I
- c) Abbau von mengenmäßigen Einfuhrbeschränkungen, die einen ausschließlich von der Nachfrage bestimmten Absatz von Produkten der Entwicklungsländer behindern S I

## WIRTSCHAFTSDIENST · Wirtschaftspolitische Monatsschrift

Herausgeber: Hamburgisches Welt-Wirtschafts-Archiv, Direktor: Prof. Dr. Heinz-Dietrich Ortlieb; Redaktion: Hellmut Hartmann (Chefredakteur), Wolfgang K. A. Disch (verantwortlich für „Aktuelle Absatzwirtschaft“), 2 Hamburg 36, Karl-Muck-Platz 1, Tel. 34 10 08; Verlag Weltarchiv GmbH, 2 Hamburg 20, Eppendorfer Landstraße 106a, Tel. 46 10 19 und 46 10 10; Anzeigen: Generalvertretung Dr. Hans Klemen (Anzeigenpreisliste Nr. 9); Druck: Otto Schwitzke, Hamburg; Bezugspreise: Einzelheft DM 4,20, Jahresabonnement DM 48,—; zu beziehen durch den Verlag oder durch den Buchhandel. Für unverlangt eingesandte Manuskripte wird keine Gewähr übernommen. Mit dem Namen des Verfassers gezeichnete Beiträge geben nicht unbedingt die Meinung der Redaktion wieder. Copyright by Verlag Weltarchiv GmbH.