

Zeitschrift: Schweizer Monatshefte : Zeitschrift für Politik, Wirtschaft, Kultur
Herausgeber: Gesellschaft Schweizer Monatshefte
Band: 89 (2009)
Heft: 973

Vorwort: Auf ins Ausland! : Exportförderung & Commercial Diplomacy
Autor: Renninger, Suzann-Viola

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 01.04.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

- 1 Eine Forderung, viele Deutungen
- 2 Eine Plattform wie E-Bay
- 3 Unternehmen wissen, was sie wollen
- 4 Handelsfragen haben Priorität
- 5 Was ein guter Wirtschaftsdiplomate alles können muss
- 6 Aussenwirtschaftspolitik ohne Führung
- 7 Olet?

Auf ins Ausland!

Exportförderung & Commercial Diplomacy

«Commercial Diplomacy». Ein schillernder Begriff, nicht nur weil die Diplomatie mit im Spiel ist, deren Protagonisten sich kaum je in die Karten schauen lassen. Eine gängige Definition gibt das amerikanische Institute for Trade & Commercial Diplomacy. Commercial Diplomacy sei Diplomatie mit einem kommerziellen Drall und beeinflusse all die regulatorischen Entscheide sowie Aspekte der Aussenpolitik, die den globalen Handel und globale Investitionen betreffen. Das ist hohe Politik. Im Fall der Schweiz die Mitgliedschaft bei EFTA, Gatt, OECD und WTO, oder die neuen Freihandelsabkommen, etwa mit Japan, Kanada, den Arabischen Golfstaaten oder Peru. So verstanden, müsste «Commercial Diplomacy» mit «Handelsdiplomatie» übersetzt werden.

Ein Blick auf die Beiträge der folgenden Seiten macht jedoch rasch deutlich, dass bei dieser Übersetzung wesentliche Aspekte nicht berücksichtigt wären. All die handfesteren Voraussetzungen kämen zu kurz, die gegeben sein müssen, damit gerade die kleinen und mittleren Unternehmen der Schweiz erfolgreich in neue Märkte vordringen können. Es ist ein erster Schritt, ein geeignetes Exportland zu finden; doch will man dort auch wirklich Fuss fassen, sind Informationen aus erster Hand erforderlich. Es braucht jemand an Ort, der den Boden bereitet, Türen öffnet – ein Aspekt der Commercial Diplomacy, der im Deutschen wohl am besten mit dem Begriff «Wirtschaftsdiplomatie» erfasst wird.

Es ist der Export, der die Schweiz wirtschaftlich vorantreibt. Sie hat weltweit einen der höchsten Anteile des Aussenhandels am Bruttoinlandprodukt: er liegt bei fast 50 Prozent. Dazu tragen massgeblich auch die kleineren Firmen bei. Exportiert werden vor allem Chemikalien, Maschinen, Elektronik, Uhren. Das alles ist so wichtig für den wirtschaftlichen Erfolg und damit den Wohlstand der Schweiz, dass auch der Staat dabei Hilfestellung bietet, obwohl dies ordnungspolitisch einen durchaus kritischen Punkt darstellt.

Was in Zukunft von Politik, Auslandsvertretungen und diplomatischem Personal im Dienst der Commercial Diplomacy erwartet wird, wurde in einem vom Think Tank Avenir Suisse durchgeführten Seminar diskutiert. Die Beiträge dieses Dossiers führen die Debatte fort.

Suzann-Viola Renninger