

Wird der Exportaufschwung wieder «zer-Trump-elt»?



«Es herrscht grosse Konfusion über die ökonomischen Konsequenzen.»

Andreas Brunhart, Forschungsbeauftragter Wirtschaft am Liechtenstein-Institut

Fast alle in Liechtenstein produzierten Industriegüter werden im Ausland verkauft. Den Exporten kommt deshalb eine wichtige Bedeutung für Liechtensteins Volkswirtschaft zu. Die Güterexportzahlen Liechtensteins der Eidgenössischen Zollverwaltung sind in der Finanzkrise stark eingebrochen und haben danach stagniert, seit 2013 bricht die Stagnation aber auf und es hat sich eine kräftige Erholung eingestellt. Die Aufhebung des Franken-Mindestkurses im Januar 2015 stellte dabei nur einen kurzfristigen Rückschlag dar und saison- und preisbereinigte Quartalsberechnungen der Warenexporte und -importe 2016 stimmen weiter optimistisch. Die Warenexporte Liechtensteins sind (wie das BIP) der Schweiz statistisch signifikant vorlaufend, internationale konjunkturelle Schocks machen sich also oft früher bemerkbar. Zudem ist die Volatilität in Liechtenstein höher, auch deshalb war der reale Export-Einbruch in der Finanzkrise 2009 stärker (fast –40 Prozent in Liechtenstein, circa –20 Prozent in

der Schweiz). Das Vorkrisenniveau der realen Güterexporte konnte im Gegensatz zur Schweiz bis heute noch nicht wieder erreicht werden. In der Rezession nach 2001 dauerte die Stagnation hierzulande ebenfalls länger als in der Schweiz. Auch wenn die beiden Länder die gleiche Währung, ähnliche Handelspartner und Exportgüter aufweisen, ist die unterschiedliche Entwicklung nur auf den ersten Augenblick ein Rätsel. In beiden Staaten haben die zwei wichtigsten Bereiche Maschinen und Metall am meisten unter der Finanzkrise gelitten und danach eine Stagnation vollzogen. Allerdings machten diese zwei Bereiche in Liechtenstein im Jahr 2008 68 Prozent des Gesamtexportvolumens aus, in der Schweiz jedoch «nur» 29 Prozent. Die Schweiz hat einen sehr grossen Anteil in den Exportbereichen Pharma/Chemie, Uhren und Luxusprodukte (2015 zusammen 57 Prozent der Gesamtexporte). Beides sind eher preisunelastische Gütergruppen, erwiesen sich deshalb als krisen- und wechselkursrobust und wirkten für die Schweiz als Stabilisatoren. Auch wenn dies nur ein schwacher Trost scheint,

lässt sich daraus folgern, dass die Ursachen der langsameren Erholung Liechtensteins in der Branchenstruktur unserer Industrieexporte zu finden ist und eher nicht in gedämpfter Nachfrage nach liechtensteinischen Produkten als solche. Ohne den angesprochenen Sondereffekt hätte die Schweiz das Vorkrisenniveau ebenfalls noch nicht erreicht. Auch dort liegen einige wichtige Warenbereiche noch immer darunter und die Entwicklung bei den Maschinen und Metallerzeugnissen war beiderorts fast identisch. Gerade diese beiden Warengruppen werden aber wieder überproportional stark dazugewinnen, sollte die Weltkonjunktur endlich wieder durchschlagend Fahrt aufnehmen und der Franken sich normalisieren. Das Resultat der US-Präsidentenwahlen kommt jedoch zur Unzeit. Es kann dabei zwar nicht von einem sprichwörtlichen «elephant in the room» (höchstens vielleicht in Anspielung auf das Logo der US-Republikaner) – also einem ignorierten Risiko – gesprochen werden, weil Öffentlichkeit und Politik ja durchaus durch den Trump-Sieg aufgeschreckt sind. Da es aber unsicher ist, welche teils widersprüchlichen wirtschaftspolitischen Ankündigungen Trump umsetzen möchte oder überhaupt kann, herrscht momentan grosse Konfusion bei der Beurteilung der ökonomischen Konsequenzen für die USA und Weltwirtschaft. Fest steht, dass sich durch diese Unsicherheit der Aufwertungsdruck auf den Schweizer Franken noch verstärken wird und eine langfristige protektionistische US-Politik den internationalen Handel belasten könnte. Dies trübe Liechtenstein härter als andere Staaten, unsere Volkswirtschaft ist ja ungleich stärker auf den Aussenhandel angewiesen. Zudem sind die USA nach der Schweiz und Deutschland unser drittgrößter Exportabnehmer. Auch wenn man den Elefanten im Raum also sieht, bleibt immer noch die Ungewissheit, ob und wie sehr er das endlich wieder zart gedeihende europäische und damit auch liechtensteinische Konjunkturpflänzchen «zer-Trump-eln» wird.

KOMMENTAR



Melanie Steiger, Redaktorin

Ein klares Profil muss her

Erneut schliesst ein Gastronomiebetrieb in Liechtenstein seine Tore. Dies zwar nur vorübergehend, denn das Lokal erfährt lediglich einen Pächterwechsel. Trotzdem ist es auffällig, dass immer mehr Restaurants – auch solche, die in der Region traditionell verankert sind – schliessen oder magere Zeiten beklagen. Kaum jemand spricht von rosigen Zeiten in der Gastronomie. Ständig ist die Rede vom Kampf gegen den starken Franken, dass Touristen ausbleiben und sich immer weniger ein Feierabendbier nach der Arbeit genehmigen. Lieber fahren die Angestellten am Feierabend nach Hause oder gehen einem Hobby nach. Die Gastronomie ist zu einem immer schwierigeren Geschäft geworden und trotzdem scheuen sich manche nicht, ein Lokal zu eröffnen oder gegen den Sturm anzutreten. Denn jammern hat noch niemandem geholfen.

Etliche Studien über die Branche zeigen laufend neue Trends und Tendenzen auf. Ob diese hilfreich sind, um eine Erfolgsversprechende Nische zu etablieren, sei dahingestellt. Denn wie Klaus Kobjoll im Samstaggespräch deutlich macht, ist es unmöglich, die breite Palette an Möglichkeiten, die es gibt, anzubieten. So fühlt sich jede Zielgruppe, die man noch so gern ansprechen möchte, fehl am Platz. Ein eindeutiges Profil müsse seiner Meinung nach her. Er zum Beispiel hat seinen Betrieb als Tagungshotel etabliert. Seine Rechnung schien aufzugehen.

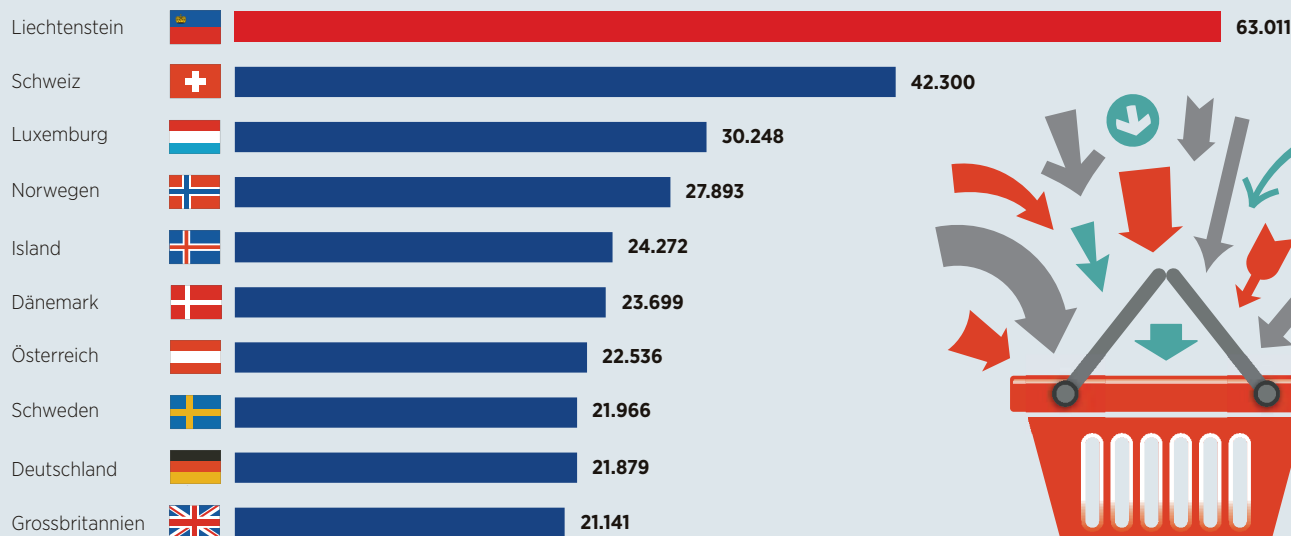
Hinzu kommt, dass der gesellschaftliche Wandel nicht nach einer bestimmten Entwicklung halt macht, sondern sich immer weiter zieht. Da muss auch die Gastronomie mitziehen, denn sie möchte doch die Bedürfnisse der Gesellschaft mit ihrer Dienstleistung zufriedenstellen. Auch dazu benötigt es ein klares Profil, damit die Kundschaft weiss, dass sie hier genau richtig ist. Manchmal bleibt eben nichts anderes mehr übrig als sich neu zu erfinden.

msteiger@medienhaus.li

CHART DER WOCHE

Kaufkraft In der Schweiz und Liechtenstein leben die kaufkräftigsten Europäer

Zahlen in Euro



IMPRESSUM:

Herausgeber: Vaduzer Medienhaus AG
Geschäftsführer: Daniel Bargetze
Bereichsleiter Wirtschaft: Stephan Agnolazza
Chefredaktor: Stephan Agnolazza (ags)
Redaktion: Dorothea Wurmbbrand-Stuppach (dws), Melanie Steiger (ms), Jeremias Büchel (jeb)
Redaktionsassistent: Daniel Fritz
Fotojournalisten: Daniel Schwendener, Tatjana Schnalzer
Marketing/Verkauf: Patrick Flammer (Leiter), Tristan Gabathuler, Kerstin Mühlebach (Innendienst)
Abonentendienst: Susanne Hehli
Druck: Somedia Partner AG, 9469 Haag
Adressen: Vaduzer Medienhaus AG, Lova Center, Postfach 884, 9490 Vaduz, Tel. +423 236 16 16, Fax +423 236 16 17. Redaktion: Tel. +423 236 16 35; E-Mail: redaktion@wirtschaftsregional.li; Inserate: Tel. +423 236 16 63, Fax +423 236 16 69, E-Mail: Inserate@wirtschaftsregional.li; Abonentendienst: Tel. +423 236 16 61, E-Mail: abo@wirtschaftsregional.li, www.wirtschaftsregional.li