Welthandel

„Mangelhafte Bemühungen“

Interview mit dem japanischen Vize-Minister für Handel und Industrie Sakamoto über den Streit mit den USA

SPIEGEL: Herr Sakamoto, läßt sich der Handelskrieg mit den Amerikanern abwenden?

Sakamoto: Ja, doch das hängt von Washington ab. Washington verlangt von uns, daß wir unsere Autohersteller dazu bringen, den Bezug von Kfz-Zubehör „Made in US“ deutlich zu erhöhen. Dagegen meinen wir, daß dies keine Angelegenheit von Regierungen, sondern von Privatunternehmen ist. Wir sind dagegen, daß Regierungen in den privaten Wettbewerb eingreifen. Doch Amerika beharrt auf seiner Forderung und hat nun auch bei den Verhandlungen über die Frage des Marktzugangs – also bei Auto-Ersatzteilen und der Frage der Vertriebsnetze – seine marktwidrigen Forderungen immer mehr in die Höhe geschraubt. Dadurch sind auch jene Inhalte wieder hinfällig geworden, auf die wir uns schon geeinigt hatten.

SPIEGEL: Die USA sehen sich durch die japanischen Handelspraktiken am freien Marktzugang behindert. Washingtons Handelsbeauftragter Mickey Kantor prangert vor allem die engen Verflechtungen zwischen japanischen Herstellern und Händlern an.

Sakamoto: Die amerikanischen Vorwürfe widersprechen absolut den Tatsachen. Jetzt beschweren sich die USA, aber europäische Hersteller – ob Mercedes-Benz, BMW, Volvo oder andere – haben aus eigener Kraft Vertriebskanäle in Japan geschaffen, von sich aus investiert und ihren Absatz erhöht. Damit haben sie schon vor über 20 Jahren begonnen. Doch damals zeigten Amerikas „Große Drei“ am japanischen Markt kein Interesse.

SPIEGEL: Jetzt scheinen sie Japan wiederentdeckt zu haben. Warum erleichtern Sie den amerikanischen Automobilkonzernen nicht den Marktzugang?

Sakamoto: Der japanische Pkw-Markt besteht zu 80 Prozent aus Autos der Zwei-Liter-Klasse oder darunter. Für diese 80 Prozent des Marktes haben Amerikas „Große Drei“ bei uns kein einziges Modell auf den Markt gebracht, während die europäischen Hersteller bereits mit rund 150 solcher Modelle vertreten sind. Bei Pkw über der Drei-Liter-Klasse ist der amerikanische Marktanteil übrigens auf 28 Prozent gestiegen. Daran sieht man, daß die

Mauer in den Köpfen

Die Clinton-Regierung will den Autoabsatz in Japan puschen

Das Geschenk für Mickey Kantor hatte der japanische Abgesandte mit Bedacht gewählt. Nach frustrierenden Verhandlungen überreichte der Mann aus Tokio dem US-Handelsbeauftragten kürzlich einen Baseballschläger.

Kantor bedankte sich in der vergangenen Woche auf seine Art: Er erklärte den Japanern den Handelskrieg. Bis zum 28. Juni gaben die USA der Regierung in Tokio Zeit, ein Angebot zur Öffnung des japanischen Automarktes zu unterbreiten. Stelle sich die Nippon Company stur, so Kantors Ultimatum, werde Amerika alle eingeführten japanischen Luxusautos mit einem Strafzoll von 100 Prozent belegen.

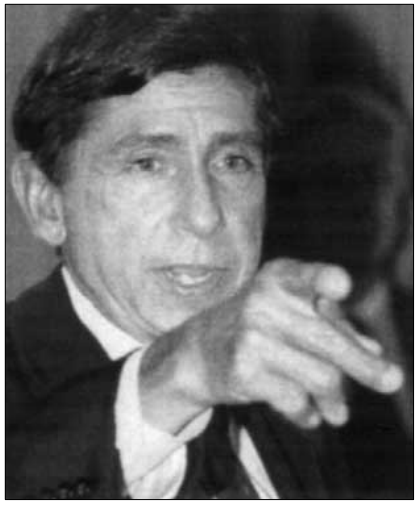
Edel-Limousinen wie der Lexus von Toyota, Acura von Honda oder Infinity von Nissan, die im vergangenen Jahr in den USA rund 200 000fach verkauft wurden, wären über Nacht doppelt so teuer wie bisher. Diese Autos hätten in Amerika keine Chance mehr.

Kantor und sein Dienstherr im Weißen Haus wollen es nicht mehr hinnehmen, daß ihr Handelsdefizit mit der fernöstlichen Industrienation jedes Jahr größer wird. Rund 60 Prozent des bilateralen Defizits verursachen die Japaner mit ihren Autos und Ersatzteilen, schimpft Kantor.

Der Grund für das Mißverhältnis ist in den Augen von Präsident Bill Clinton klar: Japan schottet seinen Markt mit unfairen Regulierungen ab. Die Verflechtungen zwischen Japans Autoherstellern und den Händlern lassen US-Firmen keine Chance.

Zwar sind die Japaner dem erbosten Verbündeten bei Nebensächlichkeiten entgegengekommen. So müssen amerikanische Autos in Japan künftig nicht mehr automatisch zum „TÜV“, nur weil ein neuer Gepäckträger aufs Dach montiert oder die Anhängerkupplung für den Wohnwagen ausgewechselt wird.

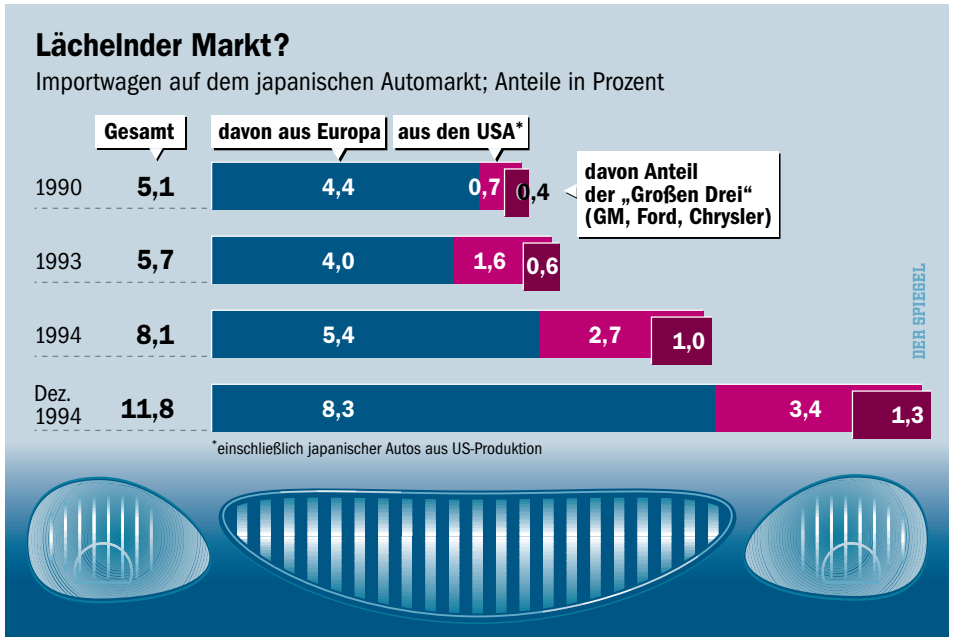
Auf Granit beißt Kantor bei Japans Handels- und Industrieminister Ryutaro Hashimoto aber mit der Forderung, Japans Autohersteller erneut auf „freiwillige“ Pläne für den Einkauf amerikanischer Ersatzteile festzulegen.



REUTERS

Handelsbeauftragter Kantor
Umfangreiche Einkaufsliste

Umfangreiche Einkaufslisten ließen sich die Japaner im Januar 1992 erstmals bei der Tokio-Visite von Amerikas ranghöchstem Autoverkäufer, Clintons Vorgänger George Bush, aufdrängen. Noch im vergangenen Frühjahr gelobten Toyota und Nissan aufs



„Großen Drei“ ihre Autos durchaus absetzen können, wenn sie sich in bestimmten Bereichen entsprechend anstrengen.

Wie Sie wissen, haben wir in Japan Linksverkehr. Doch die „Großen Drei“ bieten gerade einmal zwei Modelle an, die das Lenkrad auf der rechten Seite haben und somit für den japanischen Markt geeignet sind. Die Europäer haben bereits 120 Modelle im Angebot.

Wenn die „Großen Drei“ behaupten, unser Markt sei besonders abgeschottet, dann lenken sie mit dieser Ausrede nur von ihren mangelhaften Bemühungen beim Vertrieb ab.

FUJIFOTO

Vize-Minister Sakamoto
„Marktwidrige Forderungen“

SPIEGEL: Selbst japanische Unternehmer kritisieren, daß der heimische Markt nicht wirklich offen ist und die Preise immer noch künstlich hochgehalten werden. Für Ersatzteile zahlen die Autofahrer bei Ihnen weit mehr als in Europa.

Sakamoto: Das Transportministerium hat die gesetzlichen Vorschriften für Ersatzteile mit Blick auf die US-japanischen Gespräche bereits kräftig gelockert. Was den Rest betrifft, handelt es sich um Vorschriften für Verkehrssicherheit und Umweltschutz. Mit Diskriminierung gegenüber dem Ausland oder mit Handelshemmnissen hat das nichts zu tun.

SPIEGEL: Worin sehen Sie den Hauptgrund für das Scheitern der japanisch-amerikanischen Handelsgespräche?

Sakamoto: Daß die Gespräche keine Einigung gebracht haben, liegt daran, daß die USA eine Regierungsvereinbarung über die Lieferung amerikanischer Ersatzteile verlangen. Mit der Frage eines verbesserten Marktzuganges hat das nichts zu tun. Wenn Kantor behauptet, es gebe Probleme beim Marktzugang, widerspricht das absolut den Tatsachen. Es gibt auch Leute, die sagen, wenn es bei den „Quoten“ keine Einigung gibt, dann darf es auch keine Einigung beim Marktzugang geben.

SPIEGEL: Das Miti wirft den Amerikanern „gelenkten Handel“ vor. Japan hat 1986 mit den USA das erste Abkommen über den vermehrten Bezug ausländischer Halbleiter geschlossen. Im Jahr 1992 vereinbarten Sie mit Washington einen „freiwilligen“ Aktionsplan zum Kauf amerikanischer Kfz-Teile. Haben Sie mit solchen Vereinbarungen nicht erst die Amerikaner auf den Geschmack gebracht?

Sakamoto: Das trifft zum Teil zu. Aber Politik und Wirtschaft haben sich in Japan seither dramatisch geändert. Künftig wollen wir die Bereiche von Regierung und Wirtschaft sauber auseinanderhalten. In Japan wollen wir eine Politik der Deregulierung betreiben, und gegenüber dem Ausland bemühen wir uns um eine konsequente Linie.

Als wir den USA bei den Halbleitern und mit dem freiwilligen Aktionsplan von 1992 entgegenkamen, haben sie aus unserer kooperativen Haltung feste Zusagen abgeleitet und uns gedrängt, diese zu verwirklichen. Der amerikanische Kongreß verabschiedete ein Gesetz, das uns Sanktionen für den Fall androht, daß wir den freiwilligen Aktionsplan nicht einhalten. So eine Situation möchte niemand noch einmal mitmachen.

SPIEGEL: Heißt das, Japan fühlt sich von Amerika getäuscht?

Sakamoto: Wir haben es hier mit einer Geschichte von Täuschungen zu tun. Die USA haben unser Entgegenkommen jeweils zu eigenen Gunsten ausgelegt, ja sie haben es mißbraucht. ❑

neue, den Amerikanern in den kommenden Jahren Zubehör für insgesamt 10,75 Milliarden Dollar abzunehmen. Doch nun reicht es den Japanern, die zu Hause unter Überkapazitäten leiden.

Die von Kantor entnervten Bürokraten im Ministerium für Handel und Industrie (siehe Interview) wollen diesmal hart bleiben. Als erste Antwort auf die US-Sanktionsdrohungen rief Tokio vergangene Woche die Welthandelsorganisation WTO in Genf an.

In ihrem Feldzug gegen den „gelenkten Handel“ der USA sehen sich Japans beamtete Wirtschaftsplaner durch die Europäer ermutigt. Besonders die deutschen Autohersteller – unter den Ausländern in Japan am erfolgreichsten – sind über das Drängen der US-Konkurrenz nach Sonderbehandlung verärgert.

„Im Gegensatz zu den Amerikanern haben wir hier eine Menge getan und viel Geld in eigene Vertriebsnetze gesteckt“, betont Robert H. Janson, Representative Director von VW-Audi in Tokio. Auch bei der örtlichen BMW-Tochter will man in die Klagen der Amerikaner nicht einstimmen. Handelsmauern, sagt BMW-Pressesprecher Akio Seki, existieren höchstens in den Köpfen der japanischen Kunden.