

05.026

**Botschaft
über die Finanzierung der Exportförderung
für die Jahre 2006 und 2007**

vom 23. Februar 2005

Sehr geehrte Herren Präsidenten,
sehr geehrte Damen und Herren,

mit dieser Botschaft unterbreiten wir Ihnen, mit dem Antrag auf Zustimmung, den Entwurf zu einem Bundesbeschluss über die Finanzierung der Exportförderung für die Jahre 2006 und 2007.

Gleichzeitig beantragen wir Ihnen, den folgenden parlamentarischen Vorstoss abzuschreiben:

2003 P 03.3217 Exportförderung. Ethische Grundsätze
(N 3.10.03, Donzé)

Wir versichern Sie, sehr geehrte Herren Präsidenten, sehr geehrte Damen und Herren, unserer vorzüglichen Hochachtung.

23. Februar 2005

Im Namen des Schweizerischen Bundesrates

Der Bundespräsident: Samuel Schmid

Die Bundeskanzlerin: Annemarie Huber-Hotz

Übersicht

Auf der Grundlage des Exportförderungsgesetzes vom 6. Oktober 2000 unterstützt Osec Business Network Switzerland (Osec) schweizerische und liechtensteinische Unternehmen, insbesondere KMU, bei der Wahrnehmung bestehender und beim Aufbau neuer Exporttätigkeiten im Ausland. Die mit Bundesbeschluss über die Finanzierung der Exportförderung vom 25. September 2003 beschlossene Finanzierung der Exportförderung wurde auf zwei Jahre befristet und läuft Ende 2005 aus.

Das Parlament hat den Bundesrat im erwähnten Bundesbeschluss zusätzlich beauftragt, eine Evaluation der Exportförderung durchzuführen und mindestens drei Modelle für die Weiterführung der Exportförderung zu prüfen. Der Bundesrat hat nach entsprechender Ausschreibung durch das Staatssekretariat für Wirtschaft (seco) die Eidgenössische Finanzkontrolle (EFK) als unabhängiges Aufsichtsorgan mit der Evaluation der Exportförderung beauftragt. Die Prüfung der vom Parlament gewünschten Entwicklungsmodelle hat das seco zusammen mit einer externen Beratungsfirma durchgeführt. Durch einen neuen, seit 1. Januar 2004 gültigen Leistungsauftrag und weitere gezielte Massnahmen wurden 2004 bereits wesentliche Verbesserungen in der Exportförderung erreicht. Schwerpunkte bilden der Kundennutzen, das Subsidiaritätsprinzip und die Netzwerk-Koordination sowie die Wirkungs- und Leistungskontrolle.

Ziele des Bundesrates für die Finanzierungsperiode 2006/2007 sind die konsequente Weiterverfolgung dieser vom seco eingeschlagenen Stossrichtung sowie die Erreichung der fünf gemäss EFK anzustrebenden Ziele.

Der Bundesrat beantragt, die Exportförderung für die Jahre 2006 und 2007 mit einem Zahlungsrahmen von insgesamt 34 Millionen Franken zu finanzieren. Mit der von der gesetzlichen Vorgabe abweichenden Beschränkung auf zwei Jahre kann die Exportförderung weitergeführt werden, ohne künftige Formen der Koordination mit anderen Instrumenten der Aussenwirtschaftsförderung und der Landeswerbung zu präjudizieren.

Botschaft

1 Ausgangslage

In Ergänzung zum privaten Marktangebot (Subsidiaritätsprinzip) unterstützt Osec Business Network Switzerland (Osec) im Auftrag des Bundes schweizerische und liechtensteinische Unternehmen, insbesondere KMU, bei der Wahrnehmung bestehender und beim Aufbau neuer Exporttätigkeiten im Ausland.

Grundlage für die staatliche Exportförderung ist das Exportförderungsgesetz vom 6. Oktober 2000 (Exportförderungsgesetz, SR 946.14). Nach Artikel 7 dieses Gesetzes legt die Bundesversammlung mit einfachem Bundesbeschluss den Höchstbetrag fest, der jeweils für vier Jahre für die Exportförderung eingesetzt werden soll.

Das Parlament hat am 25. September 2003 abweichend von der gesetzlichen Vorgabe die Finanzierung der Exportförderung auf die Jahre 2004 und 2005 beschränkt und gleichzeitig den Bundesrat beauftragt, eine Evaluation der Exportförderung durchzuführen und mindestens drei Entwicklungsmodelle für die Exportförderung zu prüfen. Der Bundesrat hat nach entsprechender Ausschreibung durch das Staatssekretariat für Wirtschaft (seco) die Eidgenössische Finanzkontrolle (EFK) als unabhängiges Aufsichtsorgan mit der Evaluation der Exportförderung beauftragt. Die Prüfung der vom Parlament vorgeschlagenen Entwicklungsmodelle hat das seco zusammen mit einer externen Beratungsfirma durchgeführt. Durch einen neuen, seit 1. Januar 2004 gültigen Leistungsauftrag des seco an Osec und weitere gezielte Massnahmen wurden bereits wesentliche Verbesserungen in den Punkten *Kundennutzen*, *Subsidiaritätsprinzip* und *Netzwerk-Koordination* sowie *Wirkungs- und Leistungskontrolle* erreicht.

1.1 Die Bedeutung der Exporte für die Schweizer Wirtschaft

Seit dem Ende des Zweiten Weltkriegs haben die Liberalisierung der Wirtschafts- und Handelspolitik und der technische Fortschritt im Kommunikations- und Transportbereich die Internationalisierung der Märkte begünstigt und vorangetrieben. Der weltweite Warenhandel wuchs zwischen 1950 und 2003 jährlich um 6 Prozent und damit eineinhalbmals so schnell wie das globale Bruttoinlandprodukt.

Die Schweiz konnte als Exportland von dieser Entwicklung profitieren. Ihre Auslandsverflechtung und damit auch die Bedeutung der Exporte für das Volkseinkommen sind in dieser Zeit markant gestiegen. So ist der Anteil der Exporte am Bruttoinlandprodukt seit 1960 von 25 auf 44 Prozent gewachsen.

Auch beruht die Lebensfähigkeit vieler Schweizer Industriezweige auf dem Export. Die betreffenden Unternehmen sind auf die ausländischen Absatzmärkte angewiesen, um rationell und in ausreichenden Stückzahlen produzieren zu können. Gewisse Branchen, beispielsweise die Textilmaschinenindustrie, Sparten der chemischen Industrie sowie die Uhren- und Stickereibranche sind in hohem Masse exportorientiert und setzen 90 Prozent und mehr ihrer Produktion im Ausland ab.

Die wirtschaftliche Bedeutung der Exportwirtschaft schlägt sich ebenso in der Beschäftigung nieder. So arbeiteten 2003 allein in den vier grössten primär exportorientierten Schlüsselindustrien – Metalle und Maschinen, Chemie, Textilien und Bekleidung sowie Uhren – mehr als die Hälfte der gesamthaft in der Industrie Beschäftigten.

1.2 Die staatliche Exportförderung in der Schweiz

Der Bundesrat hat in seiner Aussenwirtschaftsstrategie¹ konkrete Ziele und Leitlinien für die Regelung des Marktzugangs im Ausland formuliert. Grundsätzliches Ziel ist der diskriminierungsfreie Marktzugang für Schweizer Anbieterinnen und Anbieter in allen Ländern und damit die Schaffung von möglichst günstigen Rahmenbedingungen für die Schweizer Exportwirtschaft. Daneben sollen nicht-vertragliche Instrumente, wie beispielsweise die Exportförderung, den Unternehmen helfen, die vorhandenen Möglichkeiten des Marktzugangs besser wahrzunehmen.

Die Exportförderung der Schweiz berücksichtigt als Teil der KMU-Politik des Bundes – rund 99,8 Prozent aller Unternehmen in der Schweiz sind KMU – insbesondere die Interessen und Bedürfnisse der kleinen und mittleren Unternehmen. Gerade für KMU sind Auslandaktivitäten mit hohen, ihnen unbekannten Risiken verbunden. Oft fehlen ihnen das Know-how oder die personellen Ressourcen für eine erfolgreiche Bearbeitung von Auslandsmärkten. Die mit Auslandsgeschäften verbundenen Risiken können ein Unternehmen im Kern gefährden. Mit einer Exportberatung lassen sich die Risiken des Exportengagements deutlich reduzieren.

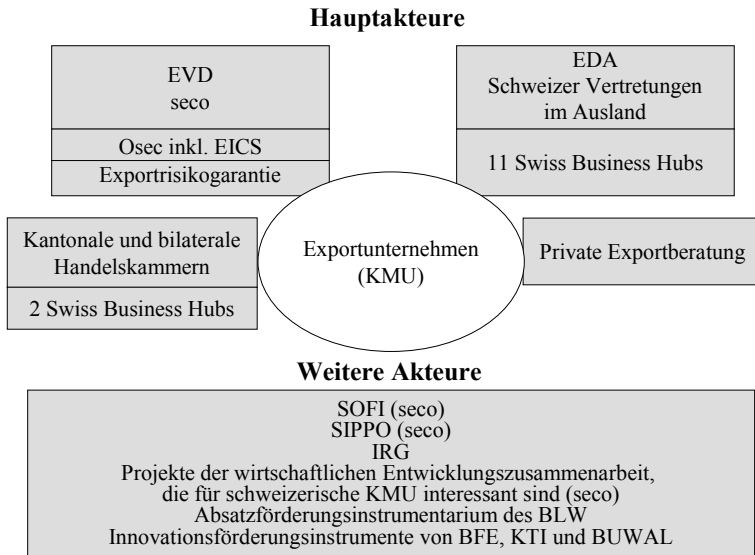
Die Schweizer Exportförderung bietet auf der Grundlage des Exportförderungsgesetzes Dienstleistungen in den Bereichen Information, Beratung und Auslandsmarketing an, die von privaten, kommerziell ausgerichteten Exportberatungsunternehmen nicht angeboten würden, da die Kosten für ihre Bereitstellung über dem erzielbaren Marktpreis liegen. Die dadurch erzielte Verbesserung der Erfolgchancen eines Exportengagements schweizerischer KMU kommt der Schweizer Volkswirtschaft gesamthaft zugute (Ziff. 3.3.1).

Die Schweizer Exportförderung muss ordnungspolitische Prinzipien sowie strukturelle Besonderheiten der Schweiz berücksichtigen. Einerseits darf sie private Anbieter von Exportberatungsdienstleistungen nicht konkurrenzieren (Subsidiaritätsprinzip). Andererseits muss sie bei der Umsetzung ihres Bundesauftrages auch andere Institutionen wie die kantonalen Industrie- und Handelskammern (SIHK) oder die bilateralen Aussenhandelskammern der Schweiz (AHK) miteinbeziehen, die im Bereich der KMU- und Exportförderung tätig sind. Schliesslich sieht das Exportförderungsgesetz in Artikel 1 vor, dass der Bund bei der Exportförderung namentlich auch seine Aussenstellen (Botschaften, Konsulate) einsetzt.

Die vom Bund mit der Exportförderung beauftragte Stelle muss daher eine schwierige Aufgabe in einem komplexen Umfeld wahrnehmen (vgl. Abbildung 1). Dies ist auch der Grund, weshalb ihr im Exportförderungsgesetz in Artikel 5 als Netzwerkkoordinatorin eine besondere Rolle zugewiesen wurde.

¹ Vgl. Einleitungskapitel «Bericht zur Aussenwirtschaftspolitik des Bundesrates 2004» vom 12.1.2005.

Akteure der Schweizer Export- und Aussenwirtschaftsförderung



Quelle: EFK, seco

1.2.1 Das Angebot von Osec

Die von Osec in Ergänzung zum privaten Marktangebot (Subsidiaritätsprinzip) erbrachten Dienstleistungen umfassen die allgemeine Informationsvermittlung über Märkte, Branchen und aussenwirtschaftlich relevante Themen, die Erstberatung bei Fragen rund um den Export sowie Marketingunterstützung im Ausland (Messebeteiligungen):

Informationsvermittlung: Osec stellt umfangreiche Informationen, z.B. Hinweise zur praktischen Abwicklung des Waren-/Zollverkehrs mit der EU oder laufend aktualisierte Informationen zu gewissen Standards, z.B. Verpackungsstandards, im Internet (www.ossec.ch) zur Verfügung. Weiter findet sich dort umfangreiches, aktuelles Fachwissen über Auslandsmärkte, beispielsweise Wirtschaftsberichte, Informationen zu Wirtschaftszweigen oder gesetzlichen Bestimmungen, Business Guides für den geschäftlichen und gesellschaftlichen Alltag in einem Zielland, Informationen zu Promotionsmöglichkeiten im Ausland und vieles mehr.

Erstberatung: Gemeinsam mit dem Unternehmen klärt Osec dessen Exportbedürfnisse und berät es in Bezug auf das weitere Vorgehen. Bei Bedarf unterstützt Osec das Unternehmen bei der Beschaffung und Aufbereitung von Entscheidungsgrundlagen für einen möglichen Markteintritt.

Messebeteiligungen: Osec organisiert – meist in Kooperation mit Branchenverbänden – weltweit eine Vielzahl von Schweizer Pavillons an führenden Messen in verschiedenen Branchen. Solche Gemeinschaftsbeteiligungen im Ausland sind gerade für KMU durch den prominenteren und offizielleren Auftritt sowie durch die von Osec übernommene Pressearbeit, das Besuchermarketing und die Gruppenbetreuung in hohem Masse attraktiv.

Zusätzlich zu den Kerndienstleistungen Informationsvermittlung, Erstberatung und Messebeteiligungen werden im *Euro Info Center Schweiz (EICS)* Informationen zu praktisch allen Themen der Europäischen Union aufbereitet und veröffentlicht. Als Teil eines von der Europäischen Kommission koordinierten Netzwerks erlaubt das EICS einen unkomplizierten und raschen Zugang zu den Fachkräften der Kommission und sichert somit einen wertvollen Informationskanal.

Mit Hilfe des EDV-gestützten Informationssystems *STEP (Selective Tenders & Projects)* selektiert und vermittelt Osec aus den täglich 500–700 Bekanntmachungen öffentlicher Beschaffungen der EU und weiterer ausschreibender Stellen die von interessierten Firmen gesuchten Ausschreibungen nach Produkt, Dienstleistung oder geografischem Akquisitionsgebiet. So können Schweizer Unternehmen einfacher vom weltweiten Markt an öffentlichen Beschaffungen profitieren.

Als Netzwerk-Koordinatorin vermittelt Osec mit dem *Osec Pool of Experts*, einer internetgestützten Datenbank, der Kundschaft zudem kostenlos knapp 90 qualifizierte private Fachkräfte im Bereich internationaler Geschäftsbeziehungen aus der ganzen Welt. Die Qualität dieser Fachleute wird über einen standardisierten Aufnahmeprozess sichergestellt.

Osec arbeitet in einem Netzwerk, dem *Business Network Switzerland*, mit verschiedenen staatlichen, halbstaatlichen und privaten Partnern der Export- und Aussenwirtschaftsförderung zusammen. Im Inland sind dies vorab die vertraglichen *Innennetzpartner* (kantonale Industrie- und Handelskammern, Wirtschaftskammer Baselland sowie Gewerbe- und Wirtschaftskammer Liechtenstein). Projektbezogen wird daneben mit Verbänden und anderen privaten Anbietern von Exportförderungsdienstleistungen zusammengearbeitet.

Im Ausland ist das Eidgenössische Departement für auswärtige Angelegenheiten (EDA) der wichtigste *Aussennetzpartner* von Osec. Die Integration der Exportförderung in eine Auslandvertretung hat den Vorteil des einfachen Zugangs zur politischen Ebene und öffnet insbesondere in Transitionsländern, in denen der staatliche Einfluss auf die Wirtschaft noch bedeutend ist, Türen, die anderen Akteuren verschlossen bleiben. 11 der 13 operationell tätigen Swiss Business Hubs (SBH) sind gestützt auf Artikel 1 Absatz 1 des Exportförderungsgesetzes dem EDA-Vertretungsnetz angeschlossen. Zwei Swiss Business Hubs sind bei bilateralen Schweizer Aussenhandelskammern angesiedelt.

Die *Swiss Business Hubs* agieren als Aussennetzpartner im *Business Network Switzerland* und können dank ihren guten Kenntnissen der lokalen Gegebenheiten Schweizer und Liechtensteiner Unternehmen bei der Suche und Bewertung von Geschäftsmöglichkeiten im Ausland massgeblich unterstützen. Das Netzwerk wird ergänzt durch die übrigen mit der Erbringung von Basisdienstleistungen beauftragten offiziellen Schweizer Vertretungen sowie durch die bilateralen Schweizer Aussenhandelskammern. Diese Basisdienstleistungen umfassen Information, Beratung und Marketing im Ausland.

In Argentinien, Australien, den baltischen Staaten, Brasilien, China, Frankreich, Marokko, Peru, Polen, Portugal, Tschechien und Venezuela hat Osec zudem mit den bilateralen Schweizer Aussenhandelskammern spezifische Leistungsvereinbarungen zur Erbringung von individuell definierten Dienstleistungen abgeschlossen.

Schliesslich zählen zum *Business Network Switzerland* auch die weiteren im Bereich der Export- und Aussenwirtschaftsförderung wirksamen *Instrumente des seco und der anderen Bundesämter*. Die Zusammenarbeit zwischen Osec und diesen Instrumenten wird verstärkt und institutionalisiert und so das vorhandene Synergiepotenzial genutzt (Ziff. 1.4).

1.2.2 Der Kundennutzen von Osec

Eine Vielzahl von Firmen nutzt das Angebot von Osec: Im Jahr 2003 wurden in der Schweiz Erstgespräche mit 1600 Firmen sowie über 1000 Informationsbesuche durchgeführt. Rund 60 Kundinnen und Kunden kontaktieren das Service Center täglich. Die Swiss Business Hubs im Ausland wurden 2003 von 3500 Schweizer Firmen kontaktiert. Auf ihrer Homepage verzeichnet Osec monatlich 53 000 Anwendersitzungen. Über 90 Prozent der Kundschaft sind mit der Information und der Beratung zufrieden.

Die Firma Demoscope hat im Rahmen der Überprüfung der mit Osec vereinbarten Jahresziele 2004 eine Marktumfrage zum Bekanntheitsgrad, zum Image von Osec und zur Kundenzufriedenheit durchgeführt. Im Vergleich zu früheren Umfragen in den Jahren 2001 und 2002 konnte sich Osec in allen Bereichen auf hohem Niveau weiter verbessern. Unter den Aspekten «Fachkompetenz», «Effizienz» und «Praxisnähe» erzielte sie sehr hohe Werte. Qualität, Benutzerfreundlichkeit sowie der Praxisbezug der gedruckten Informationen und der Osec-Website werden von den Kundinnen und Kunden gut bewertet. Personen, welche die Beratung von Osec regelmässig oder sporadisch nutzen, beurteilen diese in Bezug auf Qualität, Praxisbezug und zeitlichen Ablauf in neun von zehn Fällen als gut oder ausgezeichnet. Dieser Wert ist seit 2001 stabil. Schliesslich hat sich auch der Bekanntheitsgrad von Osec unter den befragten KMU von 19 Prozent im Jahre 2002 auf 24 Prozent erhöht.

Das seco hat Ende 2004 eine Meinungsumfrage zur Zusammenarbeit mit Osec bei den Netzwerkpartnerinnen und -partnern von Osec durchgeführt. Diese bezeichneten dabei die Zusammenarbeit mit Osec mehrheitlich als gut. Insbesondere in den Fällen, wo sie 2004 ausgebaut wurde, zeigten die Ergebnisse klare Verbesserungen.

1.3 Die Exportförderung der Schweiz im internationalen Vergleich

Der internationale Vergleich der staatlichen Exportförderungen ist nicht einfach, da die Länder unterschiedliche Ziele, Strategien und Strukturen aufweisen.

In der Schweiz beschäftigt die mit der Exportförderung beauftragte Osec 76 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und wird vom Bund mit 17 Millionen Franken jährlich finanziert. Weitere 1,5 bzw. 6,2 Millionen Franken jährlich werden durch Mitgliederbeiträge sowie durch Kundenumsätze generiert. Zusätzlich wird das Personal auf den Swiss Business Hubs vom EDA mit 2,7 Millionen Franken jährlich und vom

seco mit 1,3 Millionen Franken jährlich finanziert. In diesen Aufwendungen nicht eingeschlossen sind die Personal- und Infrastrukturkosten des EDA für die im Rahmen der wirtschaftlichen Grundversorgung von allen Vertretungen der Schweiz im Ausland erbrachten Dienstleistungen (eingeschränkteres Angebot an Information, Beratung und Marketing im Ausland).

Die untersuchten Exportförderungssysteme in Grossbritannien, Frankreich, den Niederlanden, Schweden, Österreich, Deutschland und Italien weisen ein ähnliches, aber eher umfassenderes Leistungsangebot auf. Die Produkte und Dienstleistungen der traditionellen Exportförderung umfassen im Wesentlichen Informationsvermittlung, Erstberatung, Koordination zwischen den Akteuren der Aussenwirtschaft, Aus- und Weiterbildung, Spezialberatung, Organisation von Beteiligungen an Handelsmessen und Handelsmissionen.

Deutschland hat die Bundesstelle für die Aussenwirtschaft (bfa), die AUMA (Messeausschuss), die Aussenhandelskammern (AHK) und die Industrie- und Handelskammern (IHK) im Inland mit der Exportförderung beauftragt. Diese verfügen über insgesamt 1350 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, von denen die Mehrheit im Ausland tätig ist. Staatlich finanziert wird die Exportförderung mit insgesamt 127,5 Millionen Franken jährlich. Die IHK finanzieren sich durch Zwangsbeiträge der Mitgliederfirmen.

Frankreich hat die beiden Organisationen UBIFrance und Centre Français du Commerce Extérieur (CFCE) mit der Exportförderung beauftragt. Sie verfügen über insgesamt 570 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Inland und können zusätzlich auf das Aussennetz der Direktion für Aussenwirtschaft des Wirtschaftsministeriums zurückgreifen. Staatlich finanziert werden sie mit 58,5 Millionen Franken jährlich. Weitere 60 Millionen Franken erwirtschaften sie durch kommerzielle Aktivitäten.

Italien hat das Istituto Nazionale Commercio Estero (ICE) mit der Exportförderung beauftragt. Dieses ist zudem verantwortlich für die Investitionsförderung im Ausland und für die Standortförderung im Inland. Es verfügt über 1350 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, von denen 750 im Ausland tätig sind. Staatlich finanziert wird es mit 115,5 Millionen Franken jährlich bei einem Gesamtbudget von 195 Millionen Franken.

Österreich hat die Aussenwirtschaft Österreich (AWÖ), die Teil der Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ) ist, mit der Exportförderung beauftragt. Sie verfügt über 700 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, von denen 600 im Ausland tätig sind. Das Gesamtbudget beträgt 105 Millionen Franken jährlich. Finanziert wird die AWÖ über steuerähnliche Zwangsmitgliederbeiträge. Die Regierung ihrerseits stellt zusätzliche Mittel für eine Exportoffensive zur Verfügung (vgl. unten).

Grossbritannien hat die UK Trade and Investment (UKTI) mit der Export- und Investitionsförderung beauftragt. Sie verfügt über 2500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im In- und Ausland. Staatlich finanziert wird sie mit 641 Millionen Franken jährlich.

Schweden hat den Swedish Trade Council mit der Exportförderung beauftragt. Dieser verfügt über 343 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, von denen der grösste Teil im Ausland tätig ist. Staatlich finanziert wird er mit 43,5 Millionen Franken jährlich bei einem Gesamtbudget von 75 Millionen Franken.

Die *Niederlande* haben die EVD Netherlands Foreign Trade Agency mit der Exportförderung beauftragt. Sie verfügt über insgesamt 383 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Innen- und Aussennetz. Staatlich finanziert wird sie mit 42 Millionen Franken jährlich (nur Innennetz).

Zusätzlich wurden in unseren Nachbarländern *Österreich, Deutschland, Frankreich und Italien* so genannte *Export-Offensiven* gestartet. Im Rahmen dieser Initiativen werden die Unternehmen nicht nur wie bisher «passiv» bei der Internationalisierung unterstützt, sondern auch aktiv zum Schritt ins Ausland ermuntert. Dabei konzentriert man sich auf bestimmte Zielmärkte und Branchen, die als besonders attraktiv oder innovativ gelten. Ebenso werden oder wurden bereits organisatorische Verbesserungen für eine verstärkte Zusammenarbeit der verschiedenen Akteure im Bereich der Aussenwirtschaft angestrebt. Österreich führt diesbezüglich die bedeutendste Exportoffensive durch und setzt dafür in den Jahren 2004 und 2005 je 150 Millionen Franken pro Jahr ein.

1.4 Anpassungen in der Exportförderung seit 2004

In der letzten parlamentarischen Debatte im Herbst 2003 wurde verschiedentlich Kritik an der Exportförderung geäußert (BB vom 25. Sept. 2003). Die Kritik betraf vor allem die Punkte Kundennutzen, Subsidiarität, Netzwerk-Koordination, Corporate Governance und die Doppelunterstellung der Exportförderung unter das EVD und das EDA.

Das seco, das EDA und Osec haben 2004 durch gezielte Massnahmen in verschiedenen Bereichen wesentliche Verbesserungen in der Ausgestaltung der Exportförderung erreicht:

Mit dem neuen, seit 1. Januar 2004 gültigen Leistungsauftrag des seco an Osec und mit der Zielvereinbarung 2004 wurde eine strategische Neuausrichtung von Osec eingeleitet. Schwerpunkte sind die weitere Erhöhung des *Kundennutzens* der von Osec angebotenen Dienstleistungen, die Einhaltung der *Subsidiarität* gegenüber dem privaten Angebot sowie eine weitere Verstärkung der Rolle von Osec als *Netzwerk-Koordinatorin*. Zusätzlich wurden die Kontroll- und Sanktionsmöglichkeiten des seco gegenüber Osec verbessert.

Kundennutzen: Die operative Zusammenarbeit zwischen den Instrumenten der Export- und Aussenwirtschaftsförderung des seco (Osec, ERG [Exportrisikogarantie²], SOFI [Swiss Organisation for Facilitating Investments³], SIPPO [Swiss Import Promotion Programme⁴]) wurde 2004 verstärkt. Ein erster Erfolg dieser operativen Annäherung ist die im Herbst 2004 erfolgte Eröffnung einer gemeinsamen Anlaufstelle (Service Center) von Osec, ERG, SOFI und SIPPO für Internationalisierungsfragen von KMU. In Weiterführung dieser Bestrebungen sollen die

² Die ERG ist ein Instrument zur Absicherung von Zahlungsausfällen bei Exporten in Länder mit erhöhten (politischen oder wirtschaftlichen) Risiken.

³ SOFI ist eine Investitionsberatungsinstitution der wirtschaftlichen Entwicklungszusammenarbeit, die Informationen über Investitionsbedingungen sowie -möglichkeiten in Entwicklungs- und Transitionsländern vermittelt und bei der Suche und Auswahl von Investitionspartnern behilflich ist.

⁴ SIPPO ist ein Programm der wirtschaftlichen Entwicklungszusammenarbeit zur Förderung von Importen von Fertigprodukten und Halbfabrikaten aus Entwicklungs- und Transitionsländern in die Schweiz und nach Europa.

Koordination und Nutzung von Synergien mit weiteren in den Bereichen Export- und Aussenwirtschaftsförderung wirksamen Instrumenten des Bundes verstärkt werden. So sollen die Schnittstellen zu den Innovationsförderungsinstrumenten des Bundesamtes für Energie (BFE), der Kommission für Technologie und Innovation (KTI) sowie des Bundesamtes für Umwelt, Wald und Landschaft (BUWAL) und zum Absatzförderungsinstrumentarium des Bundesamtes für Landwirtschaft (BLW) genauer definiert, Doppelspurigkeiten behoben sowie die Zusammenarbeit weiter verstärkt werden.

Um die Verfügungsgewalt von Osec über das Aussennetz zu erhöhen, wurden 2004 Leistungsvereinbarungen zwischen Osec und den Swiss Business Hubs abgeschlossen, die Osec im operationellen Bereich eine uneingeschränkte Weisungsbefugnis gewähren. Zur Erhöhung der Professionalität im Aussennetz wurden ferner die Ausbildungsmassnahmen der Leiterinnen und Leiter von Swiss Business Hubs und der Trade Officers verstärkt sowie obligatorische Entwicklungsmassnahmen (u.a. Assessments) für die Leiterinnen und Leiter der Swiss Business Hubs eingeführt.

Subsidiarität: Im Sinne des Subsidiaritätsprinzips wurde das privatwirtschaftliche Ausbildungsangebot von Osec, die Osec School for International Business, per 1. Januar 2004 ausgelagert. Mit dem Angebot von Musterverträgen und der Sekretariatsführung für wenige bilaterale Schweizer Aussenhandelskammern als einzigen verbleibenden privatwirtschaftlichen Dienstleistungen erbringt Osec heute keine finanziell nennenswerten privatwirtschaftlichen Dienstleistungen mehr.

Zur stärkeren Beachtung des im Gesetz verankerten Grundsatzes der Subsidiarität im Aussennetz wurden in Brasilien, Frankreich und Polen drei Zusammenarbeitsabkommen zwischen den dort ansässigen Swiss Business Hubs und den bilateralen Schweizer Aussenhandelskammern geschlossen. Ein viertes solches Abkommen folgt im April 2005 in China – weitere sind in Vorbereitung. Sie ergänzen die bereits bestehenden, spezifischen Leistungsvereinbarungen zwischen Osec und den bilateralen Schweizer Aussenhandelskammern in Argentinien, Australien, den baltischen Staaten, Marokko, Peru, Portugal, Tschechien und Venezuela.

Schliesslich läuft zurzeit noch eine Abklärung über die künftige Ausgestaltung des Messebereichs. Das Angebot von Messebeteiligungen durch die Exportförderungsorganisation entspricht nach einer KMU-Befragung im Herbst 2003 einem klaren Marktbedürfnis. Hingegen liegen Organisation und Durchführung solcher Messebeteiligungen bereits im Graubereich zu privatwirtschaftlichen Leistungen (Subsidiaritätsprinzip). Aus diesem Grund hat das seco eine umfassende Prüfung möglicher Entwicklungsszenarien (inkl. Ausschreibung) für den Messebereich eingeleitet. Der Aufsichtsrat von Osec wird 2005 über das weitere Vorgehen entscheiden.

Netzwerk-Koordination: Anfang 2005 hat Osec eine interne Mittelumverteilung von 1,5 Millionen Franken in das Netzwerk vorgenommen (Innen- und Aussennetz). Diese Mittel ermöglichen es, die Netzwerk-Koordinationsrolle von Osec noch weiter zu verstärken.

Als Projekt mit Modellcharakter für die künftige Zusammenarbeit im Business Network Switzerland wurde das von Osec im Jahr 2001 initiierte Forum der Schweizer Aussenwirtschaft 2004 erstmals von einer breiten Partnerschaft getragen und gemeinsam veranstaltet. Beteiligt waren Osec, ERG, SOFI, SIPPO sowie die kantonalen und bilateralen Schweizer Handelskammern. Ausserdem schuf das seco im November 2004 eine China-Koordinationsplattform. Ziel ist u.a. die Ausschöpf-

fung von Synergien zwischen den Bundesinstrumenten der Landeswerbung und der Aussenwirtschaftsförderung sowie weiteren Akteuren im Netzwerk.

Weitere Massnahmen: Mitte 2004 fand ein Führungswechsel bei Osec statt. Der neue Aufsichtsratspräsident und der neue CEO begrüssen die vom seco vorgegebene Neuorientierung und verfolgen diese konsequent weiter.

Zudem wurde im Bereich Corporate Governance eine Entflechtung der Verantwortlichkeiten erreicht, indem der Staatssekretär des seco neu nicht mehr gleichzeitig Aufsichtsratspräsident von Osec ist.

Per 1. Januar 2004 wurde als Rahmenbedingung für die Mandatsausübung durch Osec eine Verpflichtung zur Einhaltung der Grundsätze der Schweizer Aussen- und Aussenwirtschaftspolitik in den Leistungsauftrag aufgenommen. Osec hat bereits mit verschiedenen Massnahmen auf diese Verpflichtung reagiert (Ziff. 2.4.1).

1.5 Evaluationen der Exportförderung⁵

Vgl. Zusatzbericht im Anhang.

Das Parlament hat am 25. September 2003 abweichend von der gesetzlichen Vorgabe die Finanzierung der Exportförderung auf die Jahre 2004 und 2005 beschränkt und gleichzeitig den Bundesrat beauftragt, eine Evaluation der Exportförderung durchzuführen und mindestens drei Entwicklungsmodelle für die Exportförderung zu prüfen. Der Bundesrat hat nach entsprechender Ausschreibung durch das seco die EFK als unabhängiges Aufsichtsorgan mit der Evaluation der Exportförderung beauftragt. Die Prüfung der vom Parlament vorgeschlagenen Entwicklungsmodelle hat das seco zusammen mit einer externen Beratungsfirma durchgeführt.

Die EFK schlägt dem Bundesrat in ihrem Evaluationsbericht fünf Massnahmen zur Vereinfachung der Strukturen und zur Bereitstellung eines nachfrageorientierten Angebotes vor. Ziele dieser Massnahmen sind die Nutzung weiterer Synergiepotenziale in der Export- und Aussenwirtschaftsförderung, Synergien in der Führung und Kontrolle des Aussennetzes, die optimale Nutzung aller auf dem Markt angebotenen Exportförderungsdienstleistungen, die Einhaltung des gesetzlich vorgegebenen Subsidiaritätsprinzips sowie die Erhöhung des Kundennutzens.

Die vom Parlament gewünschten Entwicklungsmodelle für die Weiterführung der Exportförderung wurden anhand der Evaluationskriterien Effektivität (Kundennutzen), Effizienz (Subsidiarität, Wirtschaftlichkeit) und Reputation (Governance, Akzeptanz) und unter Miteinbezug der verschiedenen Anspruchsgruppen der Exportförderung wie Kundschaft, Verbände sowie kantonale und bilaterale Handelskammern bewertet. Als geeignetstes Modell wird dem seco die Beschränkung der Osec-Dienstleistungen auf Angebote, die private Institutionen und Unternehmen nicht konkurrenzieren, empfohlen.

⁵ Veröffentlicht auf www.efk.admin.ch (Evaluationsbericht der EFK) und www.seco.admin.ch (Bericht über die Strategiealternativen für die Weiterführung der Exportförderung).

1.6

Eingabe von Osec

Zur Umsetzung des für die Jahre 2004 und 2005 geltenden Leistungsauftrags erhält Osec einen jährlichen Bundesbeitrag in der bisherigen Höhe von 17 Millionen Franken bei einem Gesamtbudget von 24,7 Millionen Franken. Die zur Dienstleistungserbringung zusätzlich nötigen 7,7 Millionen Franken werden durch Mitgliederbeiträge und Kundenumsätze in der Höhe von 1,5 bzw. 6,2 Millionen Franken generiert. Der vom Aufsichtsrat an der Sitzung vom 8. Dezember 2004 genehmigte Geschäftsplan 2005 sieht folgende Grössenordnung für den Einsatz der Bundesmittel (gerundet) vor:

Verwendungszweck	Mittelanteil	Mittel (1000 Fr.)
Netzwerk-Koordination (inkl. Ausbildung)	30 %	5100
Auslandmarketing und Messen	28 %	4800
Beratung	14 %	2500
Informations- und Wissensvermittlung	13 %	2300
Unternehmensleitung/Dienste	8 %	1300
Euro Info Center Schweiz	6 %	1200
Kommunikation Schweiz	1 %	238

Um den Auftrag zur Umsetzung des Mandats der operationellen Exportförderung weiterhin professionell ausführen zu können, beantragt Osec für die Finanzierungsperiode 2006/2007 unverändert einen jährlichen Bundesbeitrag in der Höhe von 17 Millionen Franken bei gleichbleibendem Dienstleistungsangebot. Dabei sollen unter Einhaltung des Subsidiaritätsprinzips der Stärkung der Exportfähigkeit von in der Schweiz und in Liechtenstein ansässigen Unternehmen, insbesondere von KMU, sowie der Koordination eines Netzwerks zur Erbringung der erforderlichen Dienstleistungen weiterhin höchste Priorität beigemessen werden.

2

Ziele und Massnahmen des Bundes bis 2007

2.1

Ziele bis 2007

Bei der operationellen Umsetzung des Exportförderungsmandats sind die Ausrichtung an den Kundenbedürfnissen, die Einhaltung des Subsidiaritätsprinzips und die Koordination der an der Exportförderung beteiligten Stellen prioritär. Mit den unter Ziffer 1.4 erwähnten Anpassungen leitete das seco 2004 eine Neuausrichtung der Exportförderung ein, die sich noch stärker an diesen drei Schwerpunkten orientiert. Wichtigste Ziele für die nächsten zwei Jahre sind die konsequente Weiterverfolgung des damit eingeschlagenen Weges und die Erreichung der fünf gemäss EFK anzustrebenden Ziele:

Kundennutzen: Kundennähe und bedürfnisgerechte Erbringung der Exportförderungsleistungen gehören weiterhin zum Kernauftrag von Osec. Dazu soll insbesondere die Transparenz in der Exportförderung weiter erhöht werden, indem der Zugang zu Instrumenten der Export- und Aussenwirtschaftsförderung für KMU vereinfacht wird. Sodann soll die Qualität der erbrachten Dienstleistungen erhöht

werden, indem Synergien einerseits zwischen den Bundesinstrumenten der Export- und Aussenwirtschaftsförderung, andererseits aber auch in der Führung und der Kontrolle des Aussennetzes genutzt werden. Schliesslich soll durch eine exaktere Aufteilung der Kontrollmassnahmen in formative (Qualitätsverbesserung durch Auftragnehmer) und summative Evaluation (Qualitätskontrolle durch Dritte) das Controlling effizienter und effektiver ausgestaltet werden.

Subsidiarität: Die Konkurrenzierung privater Anbieter in der Exportförderung soll vermieden werden, indem das Dienstleistungsangebot von Osec noch stärker auf dasjenige von privaten Anbietern abgestimmt wird und weitere Synergien mit diesen angestrebt werden. Es sollen alle auf dem Markt angebotenen Exportförderungsdienstleistungen optimal genutzt werden.

Netzwerk-Koordination: Osec soll das Netzwerk der Exportförderung koordinieren. Sie soll den Informationsaustausch zwischen den verschiedenen Akteuren verbessern sowie Angebot und Nachfrage von Dienstleistungen in der Exportförderung zusammenführen.

Die genannten Ziele werden in den Leistungsauftrag an Osec für die Jahre 2006 und 2007 aufgenommen und in jährlichen Zielvereinbarungen konkretisiert.

Um die laufenden Abklärungen zur besseren Koordination und künftige Formen der Zusammenarbeit zwischen den Bundesinstrumenten der Landeswerbung und Aussenwirtschaftsförderung (Ziff. 2.4.2) nicht zu präjudizieren, verzichtet der Bundesrat im Moment auf die Festlegung von Zielen für die Zeit nach 2007.

2.2 Massnahmen bis 2007

Zur weiteren Verbesserung in den Punkten Kundennutzen, Subsidiaritätsprinzip und Netzwerk-Koordination und zur Erreichung der gemäss EFK anzustrebenden Ziele sollen bereits ab 2005 folgende Massnahmen ergriffen werden:

Kundennutzen: Der Zugang zu sämtlichen im Bereich der Export- und Aussenwirtschaftsförderung wirksamen Instrumenten des Bundes soll weiter vereinfacht und für die Kunden übersichtlicher gestaltet werden. Dazu sollen die bereits laufenden Bestrebungen zur besseren Koordination zwischen den verschiedenen Instrumenten verstärkt und diese möglichst rasch in die zentrale Anlaufstelle (Service Center seit Herbst 2004) von Osec, ERG, SOFI und SIPPO integriert werden (Ziff. 1.4).

Auf Grund der EFK-Empfehlungen sind ab 2005 zusätzliche Massnahmen vorgesehen, um die Verfügungsgewalt von Osec im Aussennetz zu erhöhen. Zudem wird der Bundesrat innert Jahresfrist prüfen, ob zusätzlich eine Unterstellung der Swiss Business Hubs unter die Exportförderungsorganisation notwendig und sinnvoll ist. Ferner wird Osec weiterhin regelmässig formative Evaluationen durchführen. Das seco plant eine summative Evaluation von Osec in 2–4 Jahren (vgl. Zusatzbericht, Kap. 4).

Der Bundesrat ist überzeugt, dass die aufgezeigten Massnahmen massgeblich zur Erreichung des gemäss den Empfehlungen 1, 2 und 5 der EFK anzustrebenden Ziels, den Kundennutzen zu erhöhen, beitragen werden.

Subsidiaritätsprinzip: Osec bietet nach dem Verzicht auf ein eigenes Ausbildungsangebot und auf die Spezialberatung bereits heute keine finanziell nennenswerten privatwirtschaftlichen Dienstleistungen mehr an. Zusätzlich werden verschiedene

Szenarien für die Fortführung des Messebereichs geprüft – darunter auch die Ausschreibung des Messeprogramms von Osec (Ziff. 1.4). Schliesslich intensiviert Osec die Zusammenarbeit mit den kantonalen und bilateralen Schweizer Handelskammern sowie weiteren privaten Akteuren und stimmt ihr Dienstleistungsangebot darauf ab. In diesem Sinne wird in Ergänzung zu den bestehenden Vereinbarungen zwischen Osec und bilateralen Schweizer Aussenhandelskammern demnächst das vierte Zusammenarbeitsabkommen zwischen einem Swiss Business Hub und einer bilateralen Schweizer Aussenhandelskammer geschlossen; weitere sind geplant. Darüber hinaus wird der Bundesrat innert Jahresfrist prüfen, ob im Sinne der EFK zusätzlich eine Ausschreibung des Exportförderungsmandats notwendig und sinnvoll ist.

Auf Grund der Empfehlungen der EFK wird Osec zudem ab 2005 auf Umsatzziele bei ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern im Innen- und Aussenetz verzichten und damit die Integration aller Akteure in ihre Dienstleistungserbringung erleichtern. Das seco wird Qualitätskontrollen beim Service Center durchführen, um sicherzustellen, dass die Anfragen der Kundschaft umgehend beantwortet und an die richtigen Stellen weitergeleitet werden (vgl. Zusatzbericht, Kap. 4).

Der Bundesrat ist überzeugt, dass die aufgezeigten Massnahmen massgeblich zur Erreichung des gemäss den Empfehlungen 3 und 4 der EFK anzustrebenden Ziels, das Subsidiaritätsprinzip einzuhalten, beitragen werden.

Netzwerk-Koordination: Durch die Zusammenarbeit in der zentralen Anlaufstelle (Service Center seit Herbst 2004) werden die Koordination und der Informationsaustausch zwischen Osec und den weiteren Bundesinstrumenten der Export- und Aussenwirtschaftsförderung verstärkt. Osec schafft und betreibt zudem eine Exportförderungsplattform, auf der sie Anbieterinnen und Anbieter von Exportberatungsdienstleistungen und Interessentinnen und Interessenten an solchen Dienstleistungen miteinander in Kontakt bringt.

Änderungen im Dienstleistungsangebot sind zur Umsetzung des empfohlenen Modells 3 (Beschränkung auf gemeinwirtschaftliche Leistungen, die Private nicht konkurrenzieren) nicht nötig. Das mit dem Leistungsauftrag 2004–2005 von Osec erbrachte heutige Dienstleistungsangebot umfasst die allgemeine Informationsvermittlung über Märkte, Branchen und aussenwirtschaftlich relevante Themen, die Erstberatung bei Fragen rund um den Export sowie das Marketing im Ausland (Messebeteiligungen) und entspricht damit bereits dem im Bericht empfohlenen Modell der staatlichen Exportförderung.

2.3 Antrag des Bundesrates

Der Bundesrat anerkennt die in der Exportförderung bereits erreichten Fortschritte. In der nächsten Finanzierungsperiode (2006/2007) sollen der eingeschlagene Weg konsequent weiterverfolgt sowie die fünf gemäss den Empfehlungen der EFK anzustrebenden Ziele möglichst rasch erreicht werden.

Der Bundesrat beantragt einen Zahlungsrahmen von insgesamt 34 Millionen Franken für die Jahre 2006 und 2007. Dies entspricht den heute zur Verfügung stehenden Mitteln gemäss Bundesbeschluss vom 25. September 2003 über die Finanzierung der Exportförderung für die Jahre 2004 und 2005.

Mit diesem Beitrag kann das heutige, auch in der erwähnten Studie für die Weiterentwicklung der Exportförderung empfohlene Dienstleistungsangebot von Osec (Information, Erstberatung, Messen und Netzwerk-Koordination) weiterhin erbracht werden (Ziff. 1.5). Der Verzicht auf die privatwirtschaftlichen Dienstleistungsangebote «Ausbildung» und «Spezialberatung» von Osec per 1. Januar 2004 war kostenneutral und hatte daher keine Auswirkungen auf die Höhe der für die weiteren Dienstleistungen benötigten Bundesmittel.

Eine Mittelerrhöhung ist trotz gegenteiligem Wunsch aus dem Markt nicht vorgesehen. Die im Rahmen der Prüfung der vom Parlament genannten Modelle für die Weiterentwicklung der Exportförderung befragten KMU bemerkten, dass die Nachbarländer der Schweiz ihre Unternehmen insbesondere im Messebereich finanziell wesentlich stärker unterstützen und dass zudem zurzeit in verschiedenen Ländern Export-Offensiven mit bedeutendem Mitteleinsatz durchgeführt werden oder geplant sind.

Nach Artikel 7 des Exportförderungsgesetzes legt die Bundesversammlung mit einfachem Bundesbeschluss den Höchstbetrag fest, der jeweils für vier Jahre für die Exportförderung eingesetzt werden soll. Der Bundesrat beantragt mit dieser Vorlage eine Finanzierung der Exportförderung für zwei statt vier Jahre. Mit der Beschränkung auf zwei Jahre kann die Exportförderung weitergeführt werden, ohne künftige Formen der Koordination mit anderen Instrumenten der Aussenwirtschaftsförderung und der Landeswerbung zu präjudizieren (Ziff. 2.4.2).

2.4 Parlamentarische Vorstösse

2.4.1 Postulat 03.3217 Exportförderungsgesetz. Ethische Grundsätze

Mit dem Postulat 03.3217 beauftragt der Nationalrat den Bundesrat zu überprüfen, ob neu die Verpflichtung zur Berücksichtigung der Grundzüge der schweizerischen Aussenpolitik, insbesondere der Menschenrechts- und der Entwicklungspolitik, ins Exportförderungsgesetz aufgenommen werden soll.

Eine entsprechende Verpflichtung wurde bereits in den Leistungsauftrag des seco an Osec per 1. Januar 2004 aufgenommen. Als Rahmenbedingung im Exportförderungsmandat sind danach die Grundsätze der schweizerischen Aussen- und Aussenwirtschaftspolitik einzuhalten.

Osec hat im Rahmen der neuen Verpflichtung im Leistungsauftrag bereits verschiedene Schritte unternommen, um ihre Kundschaft auf mögliche Konfliktbereiche zwischen bestimmten Exportvorhaben und den einzuhaltenden ethischen Grundsätzen der Schweizer Aussenpolitik hinzuweisen und sie zu einem ethisch korrekten Verhalten aufzufordern. Ein entsprechender Abschnitt wurde neu in die Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) von Osec aufgenommen. Zusätzlich hat Osec das Thema in die Ausbildung der Beraterinnen und Berater aufgenommen und wird diesbezügliche Informationen demnächst auch noch in die entsprechenden Handbücher aufnehmen. Schliesslich führt Osec auf ihrer Website Informationen und Ansprechpersonen zu den relevanten Themen auf.

Die Frage der Gesetzesänderung wurde innerhalb der Verwaltung geprüft. Daraus resultierte, dass im Falle der Exportförderung eine Verankerung einer ethischen Verpflichtung auf Gesetzesebene rechtlich im Vergleich zur heutigen Verpflichtung im Leistungsauftrag zu keinen wesentlichen zusätzlichen Verbesserungen führen würde. Es bliebe weitgehend offen, welches die massgeblichen Standards wären und wem allenfalls ein Verstoß gegen diese Standards vorzuwerfen wäre. Der Bundesrat erachtet deshalb eine Gesetzesänderung als nicht notwendig.

2.4.2 Postulat 04.3434 WAK-N. Konzept für eine koordinierte Landeswerbung der Schweiz

Die nationalrätliche Kommission für Wirtschaft und Abgaben (WAK-N) hat im August 2004 ein Postulat zur Landeswerbung der Schweiz eingereicht, das der Nationalrat am 29. September 2004 angenommen hat. Mit dem Postulat wird der Bundesrat – wie auch im Postulat 04.3199 WAK-S «Koordination der Landeswerbung» – aufgefordert, den eidgenössischen Räten in Form eines Berichtes ein Konzept für eine koordinierte Landeswerbung der Schweiz bis spätestens Ende 2005 zu unterbreiten. Zu berücksichtigen und in ein Konzept der Gesamtkoordination einzu beziehen sind dabei alle vom Bund unterstützten Institutionen, insbesondere Schweiz Tourismus, Location:Switzerland (Standort:Schweiz), Präsenz Schweiz, Osec und Pro Helvetia. Der Bericht wird in Zusammenarbeit mit den betroffenen Departementen erstellt.

Der vorliegende Antrag des Bundesrates (Ziff. 2.3) gewährleistet dem Gesetzgeber die volle Flexibilität bei der gewünschten Verbesserung der Koordination der Landeswerbung. Mit der Beschränkung auf zwei Jahre kann die Exportförderung weitergeführt werden, ohne künftige Formen der Koordination mit anderen Instrumenten der Aussenwirtschaftsförderung und der Landeswerbung zu präjudizieren.

3 Finanzielle und personelle Auswirkungen

3.1 Finanzielle Auswirkungen

Der Finanzierungsbeschluss sieht einen Zahlungsrahmen von 34 Millionen Franken für die Jahre 2006 und 2007 vor. Dies entspricht den heute zur Verfügung stehenden Mitteln gemäss Bundesbeschluss vom 25. September 2003 über die Finanzierung der Exportförderung für die Jahre 2004 und 2005.

3.2 Personelle Auswirkungen

Das seco hat die Zahl der bisherigen Etatstellen für die Exportförderung im Jahr 2004 halbiert und verfügt heute noch über eine Etatstelle.

3.3

Volkswirtschaftliche Auswirkungen

3.3.1

Exportförderung als staatliche Aufgabe

Kleine und mittlere Unternehmen, die in Auslandsmärkte expandieren möchten, können mit Marktzutrittsschranken konfrontiert sein. Exporttätigkeit bedeutet letztlich, mit lokalen Geschäftspraktiken, marktspezifischen Kostenstrukturen, Transport- und Liefermöglichkeiten, Arbeitsmarktverhältnissen und staatlichen Marktregulierungen vertraut zu sein (Zölle, nichttarifäre Hindernisse, technische Vorschriften u.a.m.). Gerade KMU fällt es oft schwer, die Chancen und Risiken einer ausländischen Marktbearbeitung systematisch zu evaluieren. Ihnen fehlen die Ressourcen, das Know-how und die Erfahrung, um letztlich eine Kosten-Nutzen-Analyse der Auslandsexpansion vornehmen zu können.

Um diese Marktzutrittsschranken zu überwinden, brauchen KMU externe Exportdienstleistungsanbieterinnen und -anbieter, die dank der Spezialisierung Skalen- und Verbundeffekte in der Bereitstellung sämtlicher Informationen für ein Exportengagement ermöglichen.

Die im Markt von Osec und Dritten angebotenen Exportdienstleistungen lassen sich in folgende Dienstleistungskategorien einteilen: Informationsdienste und -vermittlung, Erstberatung, Spezialberatung, Weiterbildung und Messeauftritte.

Einzelne dieser Dienstleistungskategorien werden durch private Beratungsfirmen angeboten. Dazu gehören vor allem die Spezialberatung (massgeschneiderte Machbarkeitsanalysen, Businesspläne, Begleitung der strategischen Umsetzung) sowie die Aus- und Weiterbildung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern von Privatfirmen. Diese Bereiche sind für private Beratungsfirmen kommerziell interessant und werden in der Schweiz auch von verhältnismässig kleinen Privatunternehmen abgedeckt.

Andere Dienstleistungskategorien werden von der Privatwirtschaft nicht abgedeckt, da sie kommerziell nicht interessant sind. Dazu gehören zum Beispiel die Informationsvermittlung (allgemein zugängliche, aufbereitete Informationen auf Internetplattform), die Erstberatung (Grundlagenbeschaffung, Problemstrukturierung, länderbezogene Marktinformationen) sowie grosse Teile des Auslandmarketings (Gemeinschaftsauftritte auf Messen in neuen Märkten).

Die Informationsvermittlung, die Erstberatung und das Auslandmarketing sind letztlich gemeinwirtschaftliche Leistungen, die von privaten Unternehmen nicht angeboten werden. Da solche Leistungen als gesamtwirtschaftlich nutzbringend erachtet werden, ist es folgerichtig, dass sie als Elemente der staatlichen Exportförderung über Bundesmittel abgegolten werden.

3.3.2

Auswirkungen auf die KMU

Informationen, Beratung, produktspezifische Marktdaten und Angebote im Auslandmarketing sollen dazu beitragen, dass im Auslandsgeschäft unerfahrene Firmen Fehler vermeiden sowie Risiken besser und schneller einschätzen können. Mit dieser Unterstützung leistet die Exportförderung auch einen wesentlichen Beitrag zur Verkürzung der für die Unternehmen kritischen Entwicklungs- und Innovationszeit.

Die Informationsplattform www.osec.ch verzeichnet pro Monat durchschnittlich 53 000 Anwendersitzungen. Jährlich beziehen mehr als 3000 Kundinnen und Kunden bei Osec kostenpflichtige Dienstleistungen, während gleichzeitig jährlich rund 1000 Informationsbesuche bei exportinteressierten Firmen stattfinden. Im Jahr 2003 nutzten schliesslich 232 schweizerische und liechtensteinische KMU das Messeangebot von Osec im Rahmen von über 20 Schweizer Gemeinschaftsauftritten in 10 Ländern.

3.3.3 Auswirkungen auf die Gesamtwirtschaft

Eine Studie des Leverhulme Centre for Research on Globalization and Economic Policy der Nottingham University für den Zeitraum von 1988 bis 1998 zeigt, dass international tätige Firmen eine höhere Produktivität aufweisen als rein binnenmarktorientierte Firmen. Sie setzen kapitalintensivere Produktionsmethoden ein und zahlen im Schnitt bessere Löhne. Exportorientierte Firmen schaffen zudem mehr Arbeitsplätze als ihre binnenmarktorientierten Konkurrenten.

Die Studie zeigt weiter, dass sich die Produktivität mit steigendem Exportanteil ebenfalls vergrössert. Zudem verringert sich das Risiko, dass die Firma sich aus dem Export wieder zurückziehen muss und dass damit die mit der Internationalisierung gewonnene zusätzliche Wettbewerbsfähigkeit verloren geht.

Eine auf Information, Erstberatung und Auslandmarketing ausgerichtete und professionell betriebene Exportförderung trägt gezielt zur Verbesserung der Produktivität eines Wirtschaftsstandorts und zur Sicherung seiner internationalen Wettbewerbsfähigkeit bei. Dies im Gegensatz zu direkten Ausfuhrbeihilfen, die zwar der Wahrung von Absatzchancen auf Drittmärkten dienen können, aber keine direkten Anreize zur Produktivitätserhöhung setzen.

3.3.4 Alternativen

Im Auftrag des Parlaments (BB vom 25. Sept. 2003) wurden insgesamt sechs verschiedene Modelle für die Ausrichtung der Exportförderung überprüft. Von den sechs geprüften Varianten (vgl. Zusatzbericht im Anhang, Ziff. 5) erfüllte eine auf Information, Erstberatung und Auslandmarketing ausgerichtete Exportförderung mit einer zentralen Anlaufstelle für Internationalisierungsfragen von KMU die Auswertungskriterien Effektivität (Kundennutzen), Effizienz (Subsidiarität, Wirtschaftlichkeit) und Reputation (Governance, Akzeptanz) am besten.

3.3.5 Zweckmässigkeit im Vollzug

Mit dem neuen, seit 1. Januar 2004 gültigen Leistungsauftrag des seco an Osec und den 2004 ergriffenen Massnahmen wurden bereits wesentliche Verbesserungen in den Bereichen Kundennutzen, Subsidiarität und Netzwerk-Koordination erzielt. Diese Stossrichtung wird mit den gemäss EFK anzustrebenden Zielen bestätigt und entspricht dem im Exportförderungsgesetz vorgegebenen Rahmen. Sie wird in Zukunft beibehalten werden.

4

Legislaturplanung

Diese Vorlage ist im Bericht vom 24. Februar 2004 über die Legislaturplanung 2003–2007 (BBl 2004 1149) als Richtliniengeschäft angekündigt.

Die für die Jahre 2006 und 2007 beantragten Kredite entsprechen den heute zur Verfügung stehenden Mitteln gemäss Bundesbeschluss vom 25. September 2003 über die Finanzierung der Exportförderung für die Jahre 2004 und 2005.

5

Gesetzliche Grundlagen

Nach Artikel 7 des Exportförderungsgesetzes legt die Bundesversammlung mit einfachem Bundesbeschluss den Höchstbetrag fest, der jeweils für vier Jahre für die Exportförderung eingesetzt werden soll.

Der Bundesrat beantragt mit dieser Vorlage eine Finanzierung der Exportförderung für zwei statt vier Jahre. Mit der Beschränkung auf zwei Jahre kann die Exportförderung weitergeführt werden, ohne künftige Formen der Koordination mit anderen Instrumenten der Aussenwirtschaftsförderung und der Landeswerbung zu präjudizieren (Ziff. 2.4.2).

6

Unterstellung unter die Ausgabenbremse

Laut Artikel 159 Absatz 3 Buchstabe b der Bundesverfassung bedürfen neue wiederkehrende Ausgaben von mehr als 2 Millionen Franken der Zustimmung der Mehrheit der Mitglieder jedes der beiden Räte. Der beantragte Zahlungsrahmen für die Exportförderung beträgt jährlich 17 Millionen Franken und fällt deshalb unter die Ausgabenbremse.

