

03.021

**Botschaft  
über die Finanzierung der Exportförderung  
für die Jahre 2004–2007**

vom 26. Februar 2003

---

Sehr geehrte Herren Präsidenten,  
sehr geehrte Damen und Herren,

wir unterbreiten Ihnen mit dieser Botschaft die Entwürfe zu einem Bundesgesetz über die Aufhebung des Bundesbeschlusses über die Teilnahme an internationalen Informations-, Vermittlungs- und Beratungsprogrammen zugunsten kleiner und mittlerer Unternehmen sowie zu einem Bundesbeschluss über die Finanzierung der Exportförderung für die Jahre 2004–2007, mit dem Antrag auf Zustimmung.

Wir beantragen Ihnen ferner, folgenden parlamentarischen Vorstoss abzuschreiben:  
2000 P 00.3416 Gesamtübersicht über die Bundesaktivitäten zur Exportförderung (N 20.9.00 Aussenpolitische Kommission NR 00.024)

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

26. Februar 2003

Im Namen des Schweizerischen Bundesrates

Der Bundespräsident: Pascal Couchepin

Die Bundeskanzlerin: Annemarie Huber-Hotz

---

## Übersicht

*Am 1. März 2001 ist das neue Exportförderungsgesetz in Kraft getreten. Das Mandat zur Exportförderung wurde für die Periode 2001–2003 an Osec Business Network Switzerland vergeben.*

*Mit der vorliegenden Botschaft nimmt der Bundesrat eine erste Evaluation des neuen Exportförderungsdispositivs vor. Er schlägt Massnahmen zur Weiterentwicklung und zur Finanzierung der Periode 2004–2007 vor.*

*In der zeitlichen Umsetzung der neuen Strategie der Exportförderung war das Jahr 2001 ein Jahr der Restrukturierung der «alten» Osec. Im 2002 galt es, die Neuausrichtung fortzusetzen, das Netzwerk im Ausland auf- und auszubauen und ein Schwergewicht auf die operative Umsetzung der verfolgten Strategie zu legen. Im Jahr 2003 werden mit der vorliegenden Botschaft eine erste Bilanz gezogen sowie weitere Verbesserungen im System angestrebt.*

*Die neue Strategie hat sich bewährt: Die ersten Resultate und das Echo aus der Wirtschaft sind bezüglich der Strategie positiv. Der Bundesrat will deshalb auch für die nächste Finanzierungsperiode 2004–2007 grundsätzlich am eingeschlagenen Weg festhalten. Das Mandat zur Exportförderung wird nicht neu ausgeschrieben, falls Osec Business Network Switzerland auch für die Periode 2004–2007 den Leistungsauftrag des Bundes übernimmt.*

*Eine unabhängige, repräsentative Marktbefragung und die operativen Zahlen der Osec zeigen, dass die vom Bundesrat angestrebte Breitenwirkung des neuen Dispositivs zu greifen beginnt. Durch vertragliche Leistungsvereinbarungen mit den kantonalen Industrie- und Handelskammern ist ein «Innennetz» im Aufbau, das den Firmenkunden regional erste Anlaufstellen bietet und über die neue Dienstleistungspalette des Business Network Switzerland informiert. Im internationalen «Aussennetz» sind heute 12 Stützpunkte (Swiss Business Hubs) in den wichtigsten Märkten der Schweizer Wirtschaft im Ausland operationell aktiv. Zehn davon sind in das Vertretungsnetz des Eidgenössischen Departements für auswärtige Angelegenheiten (EDA) integriert; die zwei Swiss Business Hubs in Mailand und Wien werden von schweizerischen Aussenwirtschaftskammern betrieben. Mit dem neuen Leistungsauftrag und einer markant verbesserten Rechnungslegung konnte die Abgrenzung von gemeinwirtschaftlichen und privatwirtschaftlichen Leistungen der Osec deutlich verbessert werden.*

*Der Bundesrat setzt sich für die Periode 2004–2007 die folgenden Ziele: Die Koordination der Exportförderungsinstrumente des Bundes wird verbessert, die gemeinwirtschaftlichen Leistungen gemäss Leistungsauftrag und die privatwirtschaftlichen Leistungen des Vereins Osec werden konsequenter abgegrenzt, das Aussennetz wird durch die Schaffung eines Spezialistenpools und durch zusätzliche Anstrengungen im Selektions- und Ausbildungsbereich weiter professionalisiert und schliesslich wird die Zusammenarbeit der Netzwerkpartner weiter intensiviert.*

*Die Vorschläge für eine bessere Koordination der Bundesinstrumente sind Teil der Beantwortung des Postulats der APK-N für eine «Gesamtübersicht der Bundesakti-*

---

*vitäten zur Exportförderung». Zu den Massnahmen zur besseren Koordination der Exportförderungsinstrumente des Bundes zählt beispielsweise die Integration des Euro Info Center (EICS) in die Exportförderung, die von der «Steuerungsgruppe Aussenwirtschaft» eingeleiteten Massnahmen zur Verbesserung der Transparenz der Aussenwirtschaftsförderungsinstrumente und schliesslich eine neu zu schaffende «Expertengruppe Förderfunktionen» zur Koordination einzelner Förderfunktionen wie beispielsweise Messebeteiligungen.*

# Botschaft

## 1 Allgemeiner Teil

### 1.1 Ausgangslage

Das Engagement des Bundes in der Exportförderung geht auf den 1908 in Kraft getretenen Bundesbeschluss betreffend Subventionierung einer schweizerischen Zentrale für das Ausstellungswesen<sup>1</sup> zurück. Diesem Beschluss folgte im Jahr 1927 der Bundesbeschluss betreffend Subventionierung einer schweizerischen Zentrale für Handelsförderung (SZH)<sup>2</sup>. Dieser wurde später ergänzt durch das Bundesgesetz vom 6. Oktober 1989<sup>3</sup> über eine Finanzhilfe an die Schweizerische Zentrale für Handelsförderung (Osec).

Das am 6. Oktober 2000<sup>4</sup> verabschiedete Bundesgesetz über die Förderung des Exports korrigierte eine Reihe von Verzerrungen, die die alte Gesetzgebung während der Zeit ihrer Gültigkeit verursacht hatte. So ist heute nicht mehr von einem Gesetz für die Subventionierung einer Organisation die Rede, sondern von einem Gesetz für die Förderung des Exports. Das alte Gesetz sah vor, dass der Bund die Deckung der Aktivitäten der Osec zu 45 % übernahm, was zu Aufgaben- und Wettbewerbsverzerrungen führte. Mit dem neuen Gesetz betraut der Bund einen oder mehrere Dritte mit einem Leistungsauftrag für die Exportförderung<sup>5</sup>. Das Aussen-netz wird ebenfalls in das neue System integriert. Die für die Exportförderung zuständige Institution hat unter anderem auch die Aufgabe, für die Ausbildung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Auslandsvertretungen zu sorgen<sup>6</sup> und die an der Exportförderung beteiligten Stellen zu koordinieren<sup>7</sup>. Das EDA und das seco haben zudem im März 2001 einen Rahmenvertrag für die Zusammenarbeit in der Exportförderung abgeschlossen.

Ein wichtiger Schritt zur Unterstützung der Schweizer Wirtschaft im Ausland wurde mit dem Aufbau des Netzwerks im In- und Ausland (Innen- und Aussen-netz) und der Positionierung der Osec als Plattform und Netzwerkerin in Angriff genommen. Diesbezüglich sind Fortschritte erzielt worden. Diese sind umso bemerkenswerter, wenn man sich vor Augen hält, dass die Osec vor 2001 weder institutionalisierte Partnerschaften im Inland, zum Beispiel mit Industrie- oder Handelskammern, Branchenverbänden oder anderen, privaten Dienstleistern in der Exportförderung, noch im Ausland, sei es mit offiziellen Schweizer Vertretungen (mit Ausnahme des US-Marktes) oder sei es mit Aussenwirtschaftskammern, kannte.

Ein Innennetz als solches gab es offiziell nicht. Die Osec war an zwei Arbeitsgruppen mit den kantonalen Industrie- und Handelskammern beteiligt. Die Zusammenarbeit mit den Branchenorganisationen der Wirtschaft war nicht institutionalisiert;

<sup>1</sup> AS 24 559; Botschaft, BBl 1907 VI 56 f.

<sup>2</sup> AS 10 521; Botschaft, BBl 1926 II 838 f.

<sup>3</sup> AS 1990 244; Botschaft, BBl 1989 I 85 f.

<sup>4</sup> SR 946.14

<sup>5</sup> SR 946.14, Art. 3

<sup>6</sup> SR 946.14, Art. 5 Abs. 1 Bst. c

<sup>7</sup> SR 946.14, Art. 5 Abs. 1 Bst. d

sie erfolgte punktuell, insbesondere in Form von gemeinsamen Ständen bei Fachmessen im Ausland.

Obschon sämtliche Vertretungen des EDA sowie einige Handelskammern bereits vor der Einführung des neuen Gesetzes gewisse Basisdienste anboten, arbeitete die Osec lediglich in einzelnen Fällen mit ihnen und/oder mit den bilateralen Handelskammern zusammen. Eine Ausnahme gab es allerdings: die USA, wo die Osec einen Kooperationsvertrag mit den Auslandsvertretungen des EDA abgeschlossen hatte. Weitere Pilotprojekte dieser Art wurden in Brasilien, in Thailand oder in Südafrika vorbereitet, aber nie konkretisiert. Die Beziehungen wurden im Wesentlichen auf persönlicher Ebene gepflegt. Das Fehlen von Regeln oder Vereinbarungen konnte zu Schwierigkeiten in der Zusammenarbeit zwischen den schweizerischen Aussenstellen und der Osec führen. Dies galt auch für die bilateralen Aussenwirtschaftskammern, von denen zwar einige direkt vom seco für Leistungen in der Grundversorgung entschädigt wurden, die aber auch keine systematische Zusammenarbeit mit der Osec pflegten.

## **1.2 Evaluation Exportförderung 2001–2003**

### **1.2.1 Von der Schweizerischen Zentrale für Handelsförderung (Osec) zum Osec Business Network Switzerland**

Die Vergabe des Mandats zur Exportförderung an die Osec war mit der Auflage einer grundlegenden operationellen Restrukturierung und strategischen Neupositionierung der Osec verbunden.

Auf Antrag des Bundesrates stellte das Parlament für diesen Zweck insgesamt 3,6 Millionen Franken zur Verfügung: 1,5 Millionen Franken für die Restrukturierung, namentlich für personelle und soziale Massnahmen, und 2,1 Millionen Franken für die Neupositionierung. Der Bund wollte mit der ersten Tranche der Restrukturierungsbeiträge soziale Härten abfedern, wobei die Osec einen gleich hohen Beitrag wie der Bund aus eigenen Mitteln zu tragen hatte. Diese 50-Prozent-Klausel wird eingehalten, und die dafür vorgesehenen Mittel werden im Zeitraum 2001–2003 eingesetzt. Von den insgesamt 105 Stellen der Schweizerischen Zentrale für Handelsförderung per 31. Dezember 1999 wurden im Jahr 2000 insgesamt 8 Stellen unter Ausnützung der natürlichen Fluktuation nicht mehr ersetzt. Im Jahr 2001 wurden weitere 16 Stellen im Zuge der Reorganisation mit Unterstützung des Sozialplans abgebaut. Im Gegenzug wurden zur Umsetzung der im Business-Plan definierten Ziele neue Kompetenzen benötigt und demzufolge bis Oktober 2002 elf neue Stellen besetzt.

Die restlichen 2,1 Millionen Franken stellte der Bund als einmalige Transitionsbeiträge für die Neupositionierung zur Verfügung. Diese Mittel wurden schwergewichtig für den Aufbau der neuen Informationsplattform ([www.osec.ch](http://www.osec.ch)), aber auch für den Aufbau des Innernetzes und für weitere Projekte, zum Beispiel im Wissensmanagement, oder für die Einführung von Qualitätssicherungssystemen verwendet. Zusätzlich zum einmaligen Beitrag des Bundes setzte die Osec für die Neupositionierung 1,6 Millionen Franken aus eigenen Mitteln ein.

Die Reorganisation und Neupositionierung der Osec ist auf gutem Weg. Die Entkoppelung der Osec vom früheren Bundesgesetz über eine Finanzhilfe an die Schweizerische Zentrale für Handelsförderung, ihre neue Positionierung als privater Verein, die darauf folgende Restrukturierung, Neuorientierung und der Netzwerkaufbau von Osec Business Network Switzerland prägten das Jahr 2001.

Die Osec entwickelt die Unterstützung von schweizerischen und liechtensteinischen KMU von einer «Zentrale für Handelsförderung» zu einem internationalen Netzwerk. Die Osec wandelt sich damit auch vom klassischen Exportförderer hin zur modernen Netzwerk- und Beratungsorganisation.

Während der Reorganisationsphase wurden personelle und infrastrukturelle Ressourcen abgebaut oder auf neue Aufgabenschwerpunkte konzentriert. Zusammen mit der Überarbeitung des Dienstleistungsangebots, beispielsweise mit der Neuausrichtung des umsatzträchtigen Druckbereichs auf elektronische Kommunikationsmittel, führte dies zu einem Rückgang des Kundenumsatzes von knapp 30 % im Jahr 2001. Im Jahr 2002 konnte eine Stabilisierung erreicht werden. Wichtiger als die temporäre und durch die obengenannten Sonderfaktoren verursachte Umsatzreduktion bei den weitgehend gemeinwirtschaftlichen oder teilweise gemeinwirtschaftlichen Dienstleistungen des Leistungsauftrages ist nach Auffassung des Bundesrats die Breitenwirkung, die mit der neuen strategischen Positionierung zu erzielen ist. Hier zeigen interne Zahlen der Osec und die im Dezember 2002 durchgeführte Marktanalyse erste positive Resultate.

Die Osec hat ihre ordentlichen Rechnungen 2001 und 2002 ausgeglichen abgeschlossen und ihr Controlling sowie die finanzielle Transparenz deutlich verbessert. Der Bericht der Revisionsstelle PricewaterhouseCoopers AG für das Jahr 2001 bestätigt, dass die Bundesgelder «ausschliesslich für die im Leistungsauftrag definierten Tätigkeiten eingesetzt» worden sind und die «Kosten- und Erlöszuordnung auf die einzelnen Mandate und Projekte aufgrund von objektiv nachvollziehbaren Kriterien» erfolgt ist.

## **1.2.2                    Umsetzung des Leistungsauftrags 2001–2003                               durch die Osec**

Der Leistungsauftrag an die Osec wurde mit Instrumenten der wirkungsorientierten Verwaltungsführung mit einem Globalbudget vergeben. Das seco hat im Leistungsauftrag mit der Osec in den vier Dienstleistungsbereichen «Information», «Beratung», «Auslandmarketing» und «Ausbildung» die zu erreichenden mittelfristigen Ziele, die Wirkungsindikatoren und den Erfüllungsgrad (ist/soll) definiert. Die Wirkungskontrolle ist grundsätzlich leistungsorientiert ausgestaltet. Sie wird im Rahmen des laufenden Controllings, externer Kundenzufriedenheitsbefragungen und Kundenpotenzialanalysen durchgeführt.

Die Firma DemoSCOPE führte im Auftrag des seco Anfang 2001 und im Dezember 2002 je eine repräsentative Kundenbefragung und eine Kundenpotenzialanalyse durch, die jeweils auf der gleichen Fragestellung beruhte. Die Marktanalyse vom Dezember 2002 wurde mittels Telefoninterviews mit 440 effektiven und potenziellen Kunden der Osec gemacht.

Die «neue Osec» ist erst seit etwa Mitte 2001 operativ tätig. Es standen ihr damit bis zum Zeitpunkt der Messung im Dezember 2002 lediglich eineinhalb Jahre zur Verfügung, um Wirkungen auf dem Markt entfalten zu können. Zur Beurteilung wurden die erhobenen Ist-Werte 2002 mit der Nullmessung 2001 und den Sollwerten 2006 verglichen.

Die Marktanalyse vom Dezember 2002 zeigt, dass die «neue» Osec gut gestartet ist. Osec Business Network Switzerland erzielt offensichtlich positive Wirkungen im Markt. Die Qualität des Angebotes und der Leistungserbringung konnte in der Beurteilung der Kunden gesteigert werden. Gegenüber der Nullmessung im Frühjahr 2001 konnte Osec Business Network Switzerland mit ihren Dienstleistungen bereits beachtliche Wirkungen hinsichtlich Effizienz und Effektivität erzielen. Bei rund drei Viertel der im Leistungsauftrag festgelegten Wirkungsziele für die zu erbringenden Dienstleistungen sind Steigerungen feststellbar.

Die Informationsangebote der Osec sind heute besser im Markt verankert; mehr als zwei Drittel aller Befragten kennen mindestens ein Angebot von Osec Business Network Switzerland. Eine deutliche Verbesserung weist das Internet-Angebot ([www.ossec.ch](http://www.ossec.ch)) aus, das dank dem Ausbau deutlich attraktiver geworden ist: Es wird heute sowohl bezüglich Qualität, Benutzerfreundlichkeit und Praxisbezug besser beurteilt als 2001.

Auch im Bereich Beratung konnten der Bekanntheitsgrad gesteigert und die Qualitätswahrnehmung bei den Befragten verbessert werden. Mehr als die Hälfte der Befragten kennt heute das Beratungsangebot von Osec Business Network Switzerland oder hat zumindest schon davon gehört. Jede fünfte der befragten Personen nutzt das Beratungsangebot und beurteilt es als mindestens «gut».

Im Messewesen konnte der Bekanntheitsgrad der Aktivitäten der Osec ebenfalls verbessert werden; der Sollwert 2006 ist allerdings noch nicht erreicht. Die Qualitätsbeurteilung durch die Kunden der Osec bezüglich Messen ist auf hohem Niveau in etwa konstant. Diese Ergebnisse sind jedoch nur bedingt aussagekräftig, weil im Verhältnis zur Gesamtzahl der befragten Unternehmen eine statistisch zu kleine Zahl Messdienstleistungen in Anspruch nahm.

Schliesslich hat sich auch das Image von Osec Business Network Switzerland im Markt verbessert. Gegenüber der Nullmessung im Jahre 2001 trauen sich mehr Befragte ein Urteil über die Osec zu, was auf einen höheren Bekanntheitsgrad schliessen lässt. Der gemessene Bekanntheitsgrad von Osec beziehungsweise von Business Network Switzerland liegt bei 70 %. Dies darf als Erfolg gewertet werden.

Aus der Marktanalyse kann auch auf Verbesserungspotenzial geschlossen werden: Potenziale und Optimierungsmöglichkeiten sind im Bereich Marktstellung zu orten. Die Marktdurchdringung kann im Messebereich und in geringerem Ausmass auch in der Beratung weiter verbessert werden. Die Verkaufsförderung und das Marketing der entsprechenden Angebote in der Schweiz können in ihren Wirkungen gesteigert werden. Eine weitere Herausforderung liegt sodann in der permanenten Verbesserung der Produktequalität sowie einer weiterhin konsequenten Kundenorientierung.

In Ergänzung zu diesen im Leistungsauftrag vorgesehenen Wirkungskontrollen der zu erbringenden Dienstleistungen führte das seco im April 2002 eine Umfrage bei 80 potenziellen Partnern des Business Network Switzerland wie Botschaften, Industrie- und Handelskammern, Branchenverbänden und Aussenwirtschaftskammern durch, um ein erstes Bild der Akzeptanz der neuen Strategie und der Neupositionie-

zung der Osec zu erhalten und damit Rückschlüsse über die im Leistungsauftrag fixierten Ziele für die Tätigkeit als Netzwerker zu gewinnen. Die Rücklaufquote dieser Umfrage betrug gut 50 Prozent.

Mandat und Strategie von Osec Business Network Switzerland sind bei den potenziellen Partnern bekannt. Die Strategie wird positiv beurteilt. Als ein wesentliches Element der Strategie wird aber auch die Positionierung der Osec als Netzwerkerin genannt. Entsprechend bestehen im Bereich der Kommunikation und der Einbindung der potenziellen Partner in das Exportförderungsnetzwerk hohe Erwartungen. Diesen Erwartungen konnte die Osec in den ersten zwei Jahren des Netzwerkaufbaus noch nicht gerecht werden. Der grundsätzliche Dialog mit der Osec in Bezug auf die Rollenverteilung unter den Netzwerkpartnern wird teilweise als schwierig bezeichnet. Ebenso stösst das Verständnis der Osec als Koordinatorin des Netzwerkes bei einigen potenziellen Partnern auf Vorbehalte. Dabei wird unter anderem auf das mangelnde Feedback und den fehlenden Einbezug in Entscheidungsprozesse verwiesen. Die Erfahrungen mit der Osec im operationellen Tagesgeschäft werden von den Netzwerkpartnern allerdings als gut bis sehr gut qualifiziert.

Die Umfrage des seco zeigt, dass das neue «Branding» für die potenziellen Partner noch verwirrend ist und es beispielsweise noch schwierig ist, zwischen dem Verein «Osec Business Network Switzerland» und der Dachmarke «Business Network Switzerland» zu unterscheiden. Dies deckt sich mit der Marktanalyse vom Dezember 2002. Der Bekanntheitsgrad der Institution ist also weiter zu steigern und das «Branding» konsequent voranzutreiben.

### **1.3 Entwicklungen im internationalen Bereich (Benchmarking)**

Wie im Leistungsauftrag festgehalten, führte Osec Business Network Switzerland 2002 mit Hilfe eines externen Spezialisten einen vertieften Vergleich der Aussenwirtschaftsförderungskonzepte der Schweiz und von sieben europäischen Ländern (AT, D, DK, FI, NL, UK, S) durch. In jedem Land wird ein unterschiedlicher Ansatz verfolgt, wobei aber die Palette der angebotenen Dienstleistungen vergleichbar ist. Obwohl in allen untersuchten Ländern der Dienstleistungssektor gegenüber dem traditionellen Industriebereich stärker anwächst, weisen alle Konzepte noch Lücken bei der Unterstützung von Dienstleistungsunternehmen auf.

In jedem untersuchten Land fanden in den letzten fünf Jahren Überprüfungen der Aussenwirtschaftsförderung statt. Keines der Länder änderte allerdings als Folge dieser Überprüfungen seinen Ansatz grundlegend. Es gibt demnach in Europa kein «Ideal-Modell» oder einen klaren «Benchmark» einer optimalen Aussenwirtschaftsförderung.

In den untersuchten Ländern mit Ausnahme von Deutschland nimmt jeweils eine Organisation die führende Rolle bei der Umsetzung der Aussenwirtschaftsförderung wahr. Sie trägt die Hauptverantwortung für die Erreichung der angestrebten Zielsetzungen, das Erzielen der gewünschten Wirkungen und die Steuerung der eingesetzten Ressourcen. Dabei erscheint es unter dem Aspekt der Wirksamkeit als weniger wesentlich, ob diese Organisation eine staatliche Stelle (Beispiel Dänemark oder Grossbritannien) oder eine private Organisation (Beispiel Österreich) ist. Hingegen wird die zentrale Bedeutung der personellen Ressourcen und der Infrastruktur in den

Zielmärkten, aber auch ihre unmittelbare Steuerung durch die Exportförderungsorganisation zur Erbringung der wesentlichen Dienstleistungen der Aussenwirtschaftsförderung einhellig betont.

Verschiedene Staaten stützen sich in der Umsetzung auf Leistungsaufträge mit Globalbudgets. Bezüglich Konkretisierungsgrad der Zielvorgaben und der Wirkungsmessung steht die Schweiz an der Spitze aller untersuchten europäischen Exportförderungsorganisationen. Zwar sind alle Organisationen nach gewissen Zielsetzungen tätig. Mit der direkten Verknüpfung von Wirkungsvorgaben und konkret messbaren Resultaten sticht die Schweiz allerdings deutlich hervor.

Absolut gesehen verfügt die Schweiz von allen untersuchten Ländern über die geringste Personalausstattung in der Aussenwirtschaftsförderung, sowohl im Inland wie auch in den Schwerpunkt-Märkten. Nur die Schweiz (Stand November 2002 mit elf Swiss Business Hubs) und die Niederlande setzen mehr Personal am Hauptsitz als im Ausland ein. Alle anderen untersuchten Länder haben wesentlich mehr Stützpunkte im Ausland als die Schweiz und setzen im Ausland deutlich mehr Personal ein als im Inland. Bemerkenswert ist, dass die Schweiz auch pro KMU erheblich weniger personelle Ressourcen im Ausland einsetzt als alle anderen untersuchten Staaten. Dieses Bild wird etwas relativiert durch die Tatsache, dass sämtliche Aussenvertretungen des EDA (Botschaften und Generalkonsulate) eine standardisierte Grundversorgung anbieten. Die Marktdurchdringung gemessen an den erreichten Unternehmen und an der Anzahl Kunden ist dementsprechend auch vergleichsweise tief. Die Besucherfrequenz der Osec-Internetseite liegt im europäischen Durchschnitt.

## **1.4 Verhältnis zu anderen Förderungsinstrumenten**

### **1.4.1 Postulat APK**

Mit Postulat vom 14. August 2000 (00.024) ersucht die Aussenpolitische Kommission des Nationalrats den Bundesrat um eine umfassende Übersicht über alle von ihm entfaltenen Aktivitäten der Exportförderung. Der Bericht soll namentlich eine Übersicht über die Tätigkeiten und Subventionen aller entsprechenden Bundesstellen oder vom Bund beauftragten Institutionen geben und die Aktivitäten nach Branchen und Förderfunktionen auflisten. Weiter verlangt das Postulat, dass die Stärken und Schwächen der schweizerischen Exportförderung bzw. Ansätze zur Konzeptverbesserung erkennbar gemacht werden.

### **1.4.2 Definitionen, Abgrenzungen und Übersicht**

Die im Postulat als Beispiele aufgeführten Bundesstellen und Aktivitäten verlangen nach einer Kategorisierung. Nicht alle der im Postulat genannten Instrumente können als exportfördernd bezeichnet werden und nicht alle fördern die Ausfuhren im gleichen Ausmass. Instrumente, die das Parlament zur wirtschaftlichen Förderung von Entwicklungs- oder Transitionsländern erlassen hat, oder mit denen Schweizer Künstlerinnen und Künstler im Ausland unterstützt werden, können durchaus exportfördernde Aspekte aufweisen. Sie sind aber kaum vergleichbar mit einer

Beratung der Osec oder finanziellen Beiträgen zur Stützung des Auslandabsatzes von Landwirtschaftsprodukten.

### *Direkte und indirekte Exportförderung*

Als Basis der Kategorisierung dient die vom Gesetzgeber im jeweiligen Zweckartikel vorgesehene Funktion (formale Zielsetzung). «Exportförderung» wird dabei definiert als jene staatlichen Massnahmen, welche die Absatzchancen von schweizerischen Produkten und Dienstleistungen im Ausland erhöhen und dadurch schweizerische Firmen in der Internationalisierung ihrer Geschäftsbeziehungen unterstützen. Methodisch unterscheidet die Übersicht zwischen Instrumenten der direkten und der indirekten Exportförderung. «Direkt exportfördernde Massnahmen» sind jene, bei denen der Gesetzgeber die exportfördernde Wirkung in der massgeblichen Rechtsgrundlage explizit als Zweck aufführt. Darunter fallen die Förderungsmassnahmen des Exportförderungsgesetzes oder jene der Exportrisikogarantie, aber auch die Tourismusförderung oder die Absatzförderung im Ausland von landwirtschaftlichen Produkten wie Wein oder Käse. «Indirekt exportfördernde Massnahmen» sind Massnahmen, bei denen ein solcher Zweck zwar aus der Gesetzesgrundlage nicht direkt herausgelesen werden kann, denen aber eine solche Wirkung als Nebeneffekt zukommt. Ein Beispiel für indirekt exportfördernde Massnahmen sind die in dieser Botschaft ebenfalls beschriebenen Leistungen der Osthilfemassnahmen des seco.

### *Exportförderung und Aussenwirtschaftsförderung*

Ein zweites Unterscheidungskriterium differenziert zwischen Massnahmen zur Exportförderung und Massnahmen zur Aussenwirtschaftsförderung: In der heutigen globalisierten Wirtschaft verwischen sich die Auslandsaktivitäten der Unternehmen mehr und mehr. Reine Exportgeschäfte werden gekoppelt mit Technologietransfers, Kooperationen, Joint Ventures oder Direktinvestitionen vor Ort. Aus diesem Grund beschränkt sich die nachfolgende Übersicht nicht nur auf rein exportfördernde Massnahmen, sondern gibt auch einen möglichst umfassenden Überblick über die aussenwirtschaftsfördernden Massnahmen (Importförderung, Investitionsförderung usw.).

## Direkte und indirekte Export- und Aussenwirtschaftsförderung

Tabelle 1

	direkte Massnahmen	indirekte Massnahmen
Exportförderung	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Operationelle Exportförderung (seco: Osec)</li> <li>– Exportrisikogarantie (seco: ERG)</li> <li>– Tourismusförderung (seco: Schweiz Tourismus)</li> <li>– Absatzförderung für Wein, Käse, Milchprodukte, Kartoffeln, Früchte, Zuchtvieh (BLW)</li> <li>– Marketing für Landwirtschaftsprodukte (BLW)</li> <li>– Ausführbeiträge für verarbeitete Landwirtschaftsprodukte (EZV/seco)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Osthilfemassnahmen (Seco)</li> <li>– Mischkredite (seco)</li> <li>– Exportförderung für Umwelttechnologie (BUWAL)</li> <li>– Messebeteiligungen im Kunst- und Kulturbereich (BAK)</li> </ul>
Aussenwirtschaftsförderung	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Infrastruktur und Personal der Swiss Business Hubs und der Handelsdienste (EDA)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Importförderung aus Transitions- und Entwicklungsländern (seco: SIPPO)</li> <li>– Investitionsförderung in Transitions- und Entwicklungsländer (seco: SOFI)</li> <li>– seco Start-up-Fonds</li> <li>– Standortmarketing für den Unternehmensstandort Schweiz (seco)</li> <li>– Harmonisierung von Normen (seco: SNV)</li> <li>– Euro Info Center und KMU-Informationen (seco: EICS &amp; KMU-Info)</li> <li>– Investitionsrisikogarantie (seco: IRG)</li> <li>– Entwicklungshilfe (DEZA)</li> <li>– Pflege des schweizerischen Erscheinungsbildes im Ausland (EDA: PRS)</li> <li>– Vorübergehende Zollbefreiung im Veredelungsverkehr (EZV)</li> <li>– Wissenschaftskonsulat in Boston, Schweizer Haus in San Francisco und Wissenschaftsräte (GWF)</li> </ul>

### Aussenwirtschaftsförderung nach Förderfunktionen

Ein drittes Unterscheidungskriterium, das die beiden anderen Kriterien überlagert, stellt auf die jeweilige Förderfunktion ab. Dabei kann wiederum unterschieden werden zwischen direkten Beihilfen, die entweder produktbezogen (Beispiel: Unterstützung des Käseabsatzes im Ausland) oder firmenbezogen (Beispiel: Unterstützung einer Messebeteiligung einer Firma) ausgestaltet werden, und zwischen «überbetrieblichen», indirekten Förderfunktionen wie beispielsweise der Informationsvermittlung oder dem Auslandmarketing.

### Gliederung nach Förderfunktionen

Tabelle 2

Förderfunktion	Förderinstrument
direkte Ausfuhrbeihilfen (produkt- oder firmenspezifisch)	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Absatzförderung für Wein, Käse, Milchprodukte, Kartoffeln, Früchte, Zuchtvieh</li> <li>– Ausfuhrbeiträge für verarbeitete Landwirtschaftsprodukte</li> </ul>
Ausstellungen und Messebeteiligungen im Ausland, Marketing und Promotionsveranstaltungen im Ausland	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Swiss Business Hubs und Handelsdienste</li> <li>– Operationelle Exportförderung (Osec Business Network Switzerland)</li> <li>– Tourismusförderung (Schweiz Tourismus)</li> <li>– Standortmarketing für den Unternehmensstandort Schweiz (Standort: Schweiz)</li> <li>– Importförderung aus Entwicklungs- und Transitionsländern (SIPPO)</li> <li>– Investitionsförderung in Transitions- und Entwicklungsländern (SOFI)</li> <li>– Pflege des CH-Erscheinungsbildes im Ausland (PRS)</li> <li>– Förderung des Weinabsatzes</li> <li>– Marketing für Landwirtschaftsprodukte</li> <li>– Messebeteiligungen im Kunst- und Kulturbereich</li> </ul>
Information und Beratung	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Swiss Business Hubs und Handelsdienste</li> <li>– Operationelle Exportförderung (Osec Business Network Switzerland)</li> <li>– Exportförderung für Umwelttechnologie</li> <li>– Importförderung aus Entwicklungs- und Transitionsländern (SIPPO)</li> <li>– Investitionsförderung in Transitions- und Entwicklungsländern (SOFI)</li> <li>– Informationen für Exporteure von Landwirtschaftsprodukten</li> <li>– Euro-Info-Center und KMU-Informationen</li> <li>– Standortmarketing für den Unternehmensstandort Schweiz (Standort: Schweiz)</li> <li>– Wissenschaftskonsulat in Boston, Schweizer Haus in San Francisco und Wissenschaftsräte</li> </ul>

Förderfunktion	Förderinstrument
Andere	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Exportrisikogarantie (ERG)</li> <li>– Osthilfemassnahmen</li> <li>– Mischkredite</li> <li>– seco Start-up-Fonds</li> <li>– Harmonisierung von Normen</li> <li>– Investitionsrisikogarantie (IRG)</li> <li>– Entwicklungshilfe (DEZA)</li> <li>– Vorübergehende Zollbefreiung im Veredelungsverkehr</li> </ul>

### 1.4.3 Stärken und Schwächen der schweizerischen Exportförderung

Die Auslegeordnung unter Ziffer 1.4.2 stellt eine vereinfachte Zusammenstellung der Massnahmen des Bundes in der Exportförderung dar. Der Anhang zu dieser Botschaft führt die Massnahmen des Bundes im Einzelnen auf und gibt Auskunft über das jeweils zuständige Departement/Bundesamt, die gesetzliche Grundlage, die Laufzeit und die gesprochenen Ressourcen, das Mandat, den mit der Umsetzung betraute Mandanten, die Kernleistungen, Zielgruppen und die Zielmärkte. Insgesamt sind 23 Massnahmen in dieser Tabelle aufgeführt. Nicht in der Übersicht aufgeführt sind Massnahmen des Bundesamtes für Energie (BFE) im Bereich der Förderung des Exports nachhaltiger Energietechnologien, die im Moment neu strukturiert und mit den Massnahmen des BUWAL und der Osec abgestimmt werden.

Auf Grund der Kategorisierung lassen sich erste Schlüsse ziehen: Für die Beurteilung der Effektivität und Effizienz eines Instruments der Aussenwirtschaftsförderung kann von einem indirekt exportfördernden Instrument nicht die gleiche Wirkung zu Gunsten der schweizerischen KMU erwartet werden wie von einem direkt wirkenden Instrument.

Eine zweite Beobachtung betrifft den Mitteleinsatz: Ziffer 2.1 weist darauf hin, dass Instrumente der Aussenwirtschaftsförderung einen grösseren Beitrag zur Verbesserung der Produktivität und zum langfristig notwendigen Strukturwandel leisten, wenn sie auf der Makroebene (überbetrieblich) einsetzen. Die Verwendung der Mittel auf der Mikroebene (einzelbetrieblich) kann zu Wettbewerbsverzerrungen führen.

Eine dritte Beobachtung betrifft die offensichtliche Heterogenität und Vielfalt der Instrumente und der unterschiedlichen Zielgruppen: Konzeptionelle Verbesserungen sollten vor allem dort ansetzen, wo es Übereinstimmungen zwischen den Zielgruppen und/oder den eingesetzten Förderfunktionen gibt. Diese Botschaft konzentriert sich bezüglich Zielgruppe primär auf jene der schweizerischen KMU. Gerade diese Zielgruppe hat sehr unterschiedliche Bedürfnisse, je nach Grösse, Reifegrad, Branche usw. Trotzdem ist es sehr wohl möglich, dass ein KMU, das heute bei der Osec eine Beratung für die Bearbeitung von Auslandsmärkten erhält, in einer späteren Phase ERG-Leistungen oder eine Unterstützung bei der Verwirklichung eines Investitionsprojekts in einem Transitionsland braucht.

In Ergänzung zu diesem Bündelungskriterium sind Fälle möglich, wo die eingesetzten Förderfunktionen identisch, die Zielgruppen aber tatsächlich unterschiedlich sind. So setzen beispielsweise Osec Business Network Switzerland, das Importförderungsprogramm SIPPO oder das Investitionsförderungsprogramm Standort: Schweiz Messebeteiligungen als Instrumente in der Umsetzung ihrer jeweiligen Strategie ein; alle drei sind beispielsweise an der Hannover Industriemesse präsent.

### *Unterschiedliche politische Motivation*

Die Vielfalt der Massnahmen ist nicht zuletzt eine Folge der unterschiedlichen politischen Motivation. Stehen bei den Agrarsubventionen agrarpolitische Interessen (z.B. sichere Versorgung der Bevölkerung, Erhaltung der natürlichen Lebensgrundlagen, Pflege der Kulturlandschaft) im Vordergrund, so sind es bei der «Präsenz Schweiz» aussenpolitische Motive oder bei der Förderung der Umwelttechnologie umweltpolitische Motive. Entsprechend unterschiedlich sind denn auch die verschiedenen Gesetzesgrundlagen und die mit dem Vollzug betrauten Bundesämter.

Daraus leitet sich auch eine eigentliche Stärke des schweizerischen Exportförderungssystems ab: Die Vielfalt der Instrumente geht auf den Willen des Parlaments zurück, jede Massnahme mit klaren Zielsetzungen, eindeutigen Zielgruppen und messbaren Resultaten zu versehen. Eine «Exportförderung», die beispielsweise in einem einzigen Erlass mehrere der oben erwähnten Beispiele zusammenfassen würde, wäre somit nur dann sinnvoll, wenn das Parlament die Nutzung von Synergien und das Ausnutzen von Grössenvorteilen durch das Zusammenfassen aller Instrumente stärker gewichten würde als die Umsetzung in einzelnen Instrumenten mit fokussierter Zielsetzung.

Das Konzept fokussierter Einzelmassnahmen erlaubt mit der Messbarkeit der Massnahmen auch eine griffige Wirkungssteuerung durch die zuständige Behörde. Auch das Parlament kann über die periodische Krediterteilung sowie über Vorstösse Einfluss auf die einzelnen Massnahmen nehmen. Einzelmassnahmen erlauben zudem eine Anwendung des Verursacherprinzips: Wer eine nur dem Auftraggeber nützliche Massnahme in Anspruch nimmt, hat dafür zu bezahlen. Beispiele dafür sind die Prämien der ERG oder die Gebühren bei der individuellen Inanspruchnahme von Exportförderleistungen. Schliesslich erlauben Einzelmassnahmen auch den gezielten Einbezug der jeweils interessierten Kreise beim Vollzug.

Für die anvisierten Zielgruppen, die zum Teil von mehreren Massnahmen unterschiedlicher politischer Zielsetzung profitieren können, kann die Vielfalt der Instrumente der Aussenwirtschaftsförderung aber verwirlich sein. Die Forderung einer besseren Koordination im Sinne einer Koordination des Zielgruppenmarketings ist daher gerechtfertigt. Allerdings erschweren dies die zum Teil sehr unterschiedlichen politischen Motivationen sowie der durch verschiedene Bundesämter verantwortete Vollzug.

Eine weitere Schwierigkeit ergibt sich bei der Koordination der verschiedenen Förderfunktionen wie Informationsvermittlung, Beratung oder Messebeteiligungen. So werden beispielsweise Messebeteiligungen im Bereich der Buchförderung, der Absatzförderung für Agrarprodukte, der Importförderung, der Standortförderung und der klassischen Exportförderung eingesetzt, ohne dass die dafür zuständigen Ämter oder Mandanten heute einen systematischen Informations- und Erfahrungsaustausch pflegen.

## 1.5

## Fazit

Die strategische Neuausrichtung der Exportförderung bewährt sich. Das Echo aus der Wirtschaft und von Seiten der betroffenen Firmen und Netzwerkpartner im Inland (Handelskammern, Branchenverbände, private Exportförderer) und Ausland (Vertretungsnetz EDA, Aussenwirtschaftskammern) ist bezüglich der strategischen Neuausrichtung positiv.

In der operationellen Umsetzung können erste Erfolge bezüglich Breitenwirkung festgestellt werden. Die Dienstleistungen der Osec sind kundennäher und entsprechen besser als früher den Bedürfnissen der schweizerischen und liechtensteinischen KMU. Die Osec hat sich bezüglich Marktstellung, Kundennutzen und Kundenzufriedenheit deutlich gesteigert. Diese guten Leistungen gilt es zu konsolidieren und womöglich noch zu verbessern.

Durch den Aufbau eines Innen- und Aussennetzes konnten ebenfalls erste Fortschritte in der dezentralen Dienstleistungserbringung gemacht werden. Die gewünschte Zusammenarbeit verschiedener Partner ist eingeleitet worden. Hier müssen in den nächsten Jahren noch weitere Verbesserungen erzielt werden. Den für den Erfolg der operationellen Exportförderung wichtigen Zielen bezüglich der Netzwerkkoordination muss besondere Beachtung geschenkt werden.

Die Übersicht über die Bundesaktivitäten zur Exportförderung zeigt schliesslich, dass eine Stärke des schweizerischen Systems, die zur effektiven Wirkungssteuerung gewünschte Fokussierung der einzelnen Instrumente, massgeblich zu den hauptsächlichsten Schwächen der Schweizer Lösung, der Verzettlung der Kompetenzen und der Unübersichtlichkeit bei den Zielgruppen, beiträgt.

## 2

## Besonderer Teil

### 2.1

### Ausgangslage

Eine Studie der ETH/Kof von 2001 zeigt, dass sich in den Neunzigerjahren namentlich auch die kleinen Firmen weit überdurchschnittlich internationalisiert haben: So haben selbst Firmen mit 5–19 Mitarbeitern im Zeitraum von 1990 bis 1998 ihre internationalen Aktivitäten im Vergleich zur Gesamtaktivität der Branche um 180 % im industriellen beziehungsweise um 173 % im Dienstleistungsbereich gesteigert. Über 30 % der industriellen Betriebe und rund 14 % der Dienstleistungsbetriebe waren 1998 in irgendeiner Form international aktiv. Bei den Firmen mit bis zu 500 Mitarbeitern lag dieser Zuwachs bei 31 % im industriellen und bei 65 % im Dienstleistungsbereich.

Gerade für kleine und junge Firmen oder sogar für grosse mittlere Unternehmen mit reiner Binnenmarktorientierung sind Auslandaktivitäten mit hohen, ihnen unbekanntem Risiken verbunden. Oft fehlt ihnen das Knowhow für eine erfolgreiche Bearbeitung von Drittmärkten oder die dafür notwendigen personellen Ressourcen sind nicht vorhanden. Die mit Auslandgeschäften verbundenen Risiken können das Unternehmen im Kern gefährden.

Mit der Exportförderung wird keiner Firma das unternehmerische Risiko abgenommen. Informationen, Beratung, produktspezifische Marktdaten und Angebote im

Auslandmarketing sollen mithelfen, dass im Auslandgeschäft unerfahrene Firmen Fehler vermeiden und Risiken besser und schneller einschätzen können. Mit dieser Unterstützung leistet die Exportförderung auch einen Beitrag, die für die Unternehmen kritische «time to market» zu verkürzen.

Eine professionell organisierte und strukturierte Exportförderung kann mit verhältnismässig wenig Mitteln zu einer nachhaltigen Stärkung des Wirtschaftsstandorts und zur Wettbewerbsfähigkeit der Wirtschaft eines Landes beitragen.

Eine Studie des Leverhulme Centre for Research on Globalization and Economic Policy der Nottingham University für den Zeitraum von 1988–1999 zeigt, dass international tätige Firmen eine höhere Produktivität ausweisen als rein binnenmarktorientierte Firmen. Sie setzen kapitalintensivere Produktionsmethoden ein und zahlen im Schnitt bessere Löhne. Exportorientierte Firmen schaffen zudem auch mehr Arbeitsplätze als ihre binnenmarktorientierten Konkurrenten.

Die Studie zeigt weiter, dass die Produktivität mit steigendem Exportanteil ebenfalls steigt. Zudem verringert sich mit steigendem Exportanteil 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, Beratung und Auslandmarketing ausgerichtete und professionell betriebene Exportförderung leistet einen wesentlichen Beitrag zur Verbesserung der Produktivität eines Wirtschaftsstandorts und zur Sicherung seiner internationalen Wettbewerbsfähigkeit. Dies im Gegensatz zu direkten Ausfuhrbeihilfen, die zwar zur Wahrnehmung von Absatzchancen auf Drittmärkten beitragen können, aber keine direkten Anreize zur Produktivitätserhöhung setzen. Dank der möglichen Skalenerträge, z.B. in der Informationsvermittlung, ist eine auf Knowhow-Transfer ausgerichtete Aussenwirtschaftsförderung auch wesentlich effizienter und kostengünstiger als eine auf Absatzförderung ausgerichtete Aussenwirtschaftsförderung. Schliesslich fördert eine derart ausgerichtete Aussenwirtschaftsförderung den für eine Volkswirtschaft notwendigen Strukturwandel, indem die international tätigen Unternehmen sich auch auf dem Binnenmarkt Wettbewerbsvorteile erarbeiten, während Massnahmen zur Absatzförderung den notwendigen Strukturwandel im besten Fall nicht behindern.

## **2.2 Prioritäten für die Periode 2004–2007**

### **2.2.1 Vorschläge für eine bessere Koordination der Massnahmen des Bundes zur Exportförderung**

Die unter Ziffer 1.4 aufgezeigte Vielfalt der aussenhandelspolitischen Förderinstrumente darf nicht mit einer gänzlich fehlenden Koordination der Bundesinstrumente gleichgesetzt werden. Seit mehreren Jahren werden wirtschaftlich und/oder kulturell übergreifende Projekte wie Weltausstellungen oder Schweizer Wochen (z.B. das «Swiss Peaks Festival» in New York im Frühling 2003) departementsübergreifend thematisiert und koordiniert, beispielsweise in der Kommission von «Präsenz Schweiz», in der unter anderen sowohl das seco wie die Osec vertreten sind. Ähnliche Koordinationsmechanismen bestehen auch bei anderen Instrumenten des Bundes, wie zum Beispiel der ERG-Kommission oder den regelmässigen Koordinationsseminaren von Standort:Schweiz mit den kantonalen und überkantonalen

Wirtschaftsförderern. Diese bereits bestehenden Koordinationsmechanismen sind dadurch gekennzeichnet, dass sie für die einzelnen Massnahmen den gezielten Einbezug der interessierten Kreise beim Vollzug sicherstellen.

Der Bundesrat regt mit dieser Botschaft eine verbesserte Koordination der Bundesaktivitäten im Bereich der Exportförderung an. Die zu erarbeitenden Massnahmen lassen die bestehenden Zuständigkeiten und Verantwortungen der einzelnen Bundesstellen für einen sachgerechten Einsatz der Mittel unberührt.

Der Bundesrat will die Transparenz verbessern durch elektronische Medien (Webseite), Printmedien (Broschüren, Artikel) oder durch gemeinsame Marketingmassnahmen verschiedener Förderinstrumente. Unterstützende Massnahmen zur Förderung der Transparenz könnte aber auch eine gemeinsame Schweizer Dachmarke sein, beispielsweise in Zusammenarbeit mit «Präsenz Schweiz». Andererseits soll die Wirkung der einzelnen Fördermassnahmen verbessert werden, indem alle spezifischen Massnahmen, die Schweizer KMU zur Verfügung stehen, bei einer Anfrage eines potenziellen Kunden als Dienstleistungspaket vorliegen. Ein KMU, welches sich an die Osec wendet, soll also nicht nur Dienstleistungen im Sinne des Exportförderungsgesetzes erhalten, sondern im Bedarfsfall auch auf weitere Dienstleistungen, beispielsweise jene der Exportrisikogarantie oder der Investitionsförderung, hingewiesen werden. Sodann wird die Koordination die vom Gesetzgeber gewollte Wirkung insgesamt verbessern, womit eine höhere Effizienz erreicht wird. Dies ist vor allem erfolgsversprechend, wenn es um gleichartige Förderfunktionen, z.B. das Messewesen, geht. Die Koordination hat aber auch klare Grenzen und darf nicht zum Selbstzweck werden. So wäre es beispielsweise wenig sinnvoll, die Förderung des Tourismus in der Schweiz und Massnahmen in der Entwicklungshilfe aufeinander abzustimmen.

#### *a. Koordination von Massnahmen bei übereinstimmender Zielgruppenzugehörigkeit:*

Hier geht es darum, dafür zu sorgen, dass im konkreten Anwendungsfall die vom Gesetzgeber gewollte Wirkung eines spezifischen Förderinstruments besser als bisher zum Tragen kommt. Dafür soll die Gesamtheit der für eine bestimmte Zielgruppe bestehenden Angebote dem Kunden verständlich aufgezeigt werden. Dadurch wird nicht nur die Kundenfreundlichkeit, sondern vor allem auch die Gesamtwirkung verbessert. Im Mittelpunkt stehen nicht die einzelnen Institutionen (z.B. Osec, ERG, SOFI usw.), sondern deren jeweilige Dienstleistungen in der Informationsvermittlung, der Beratung, dem Auslandmarketing oder der Ausbildung.

Im Sinne eines ersten Schritts hat die seco-interne «Steuerungsgruppe Aussenwirtschaft» seit Mitte 2002 jene aussenwirtschaftsfördernden Instrumente übersichtlich zusammengefasst, die Dienstleistungen für schweizerische KMU anbieten. Diese Übersicht wird im ersten Quartal 2003 über die Webseiten aller an der «Steuerungsgruppe Aussenwirtschaft» beteiligten Partner aufgeschaltet und wird auch mittels Printmedien und Veranstaltungen der einzelnen Partner kommuniziert. Damit wird die Informationstransparenz für die anvisierten KMU verbessert. Die «Steuerungsgruppe Aussenwirtschaft» wird in Ergänzung dazu weitere Aktivitäten – beispielsweise KMU-Missionen oder den Besuch ausländischer Delegationen – koordinieren.

### *b. Koordination von Massnahmen mit gleichen Förderfunktionen*

Ziel dieser Koordinationsmassnahmen ist die Förderung des Knowhow- und Erfahrungsaustausches zwischen Massnahmen, die vergleichbare Förderfunktionen einsetzen, beispielsweise in der Informationsvermittlung, in der Beratung, bei Messebeteiligungen oder den Finanzierungsinstrumenten. So geht es beispielsweise bei der Beteiligung an internationalen Kunst- und Designausstellungen in erster Linie darum, das Schweizer Kunst- und Designschaffen im Ausland vorzustellen. Die fachliche Kompetenz dafür liegt beim Bundesamt für Kultur. Mit der neu einzusetzenden, departementsübergreifenden «Expertengruppe Förderfunktionen» soll nicht Einfluss genommen werden auf die programmatische und fachliche Umsetzung dieser Aufgabe. Durch einen Informations- und Knowhow-Austausch («best practice» bei Messebeteiligungen) soll jedoch die Qualität der einzelnen Beteiligungen verbessert werden. Womöglich sollen zudem noch verstärkt gemeinsame Schwerpunkte in der Marktbearbeitung gefunden werden, wie es zum Beispiel bei der Veranstaltung «Business und Design» für das Swiss Peaks Festival in New York im Frühling 2003 zwischen der PRS, dem Generalkonsulat, der Osec und Standort: Schweiz bereits der Fall ist, wo in Zusammenarbeit mit Designunternehmen die Schweiz als eines der führenden Länder bei der internationalen Vermarktung von bestem Design präsentiert wird.

Für diese zweite Koordinationsfunktion wird vom seco die neu einzusetzende, departementsübergreifende «Expertengruppe Förderfunktionen» geschaffen. Ihr gehören insbesondere Vertreter jener Stellen an, die Aussenwirtschaftsförderung mit direkt exportfördernder Wirkung betreiben. Die Gruppe wird in einem ersten Schritt die operationellen Ziele der Fördermassnahmen festlegen und dabei allenfalls bestehende Widersprüche zwischen Einzelzielen beseitigen. Durch Anwendung dieser Ziele auf konkrete, aber bedeutende Einzelfälle werden alsdann Synergien besser genutzt und die Bildung von Schwerpunkten in der Marktbearbeitung und beim Mitteleinsatz gefördert.

## **2.2.2 Leistungsauftrag**

Der im Herbst 2002 durchgeführte Vergleich mit Drittstaaten (Benchmarking), die wie die Schweiz die Exportförderung über einen Globalkredit mit Instrumenten der wirkungsorientierten Verwaltungsführung steuern, zeigt den hohen Detaillierungsgrad und die detaillierte Wirkungsmessung und Wirkungskontrolle des heutigen Leistungsauftrags. Diese positive Einschätzung wird grundsätzlich auch durch die Erfahrungen in der Umsetzung mit dem Leistungsauftrag 2001–2003 gestützt. Der Leistungsauftrag 2004–2007 wird auf den gemachten Erfahrungen aufbauen. Eine Ausschreibung des Mandats ist nicht vorgesehen, falls die Osec den Leistungsauftrag 2004–2007 als Exportförderer wieder übernimmt.

Der Leistungsauftrag 2001–2003 baut namentlich auf Zielen bezüglich der Tätigkeit als Netzwerker und auf Wirkungszielen für die zu erbringenden Dienstleistungen auf. Die Netzwerkziele betreffen Grundprinzipien wie die Nutzung von Synergien, die Vermeidung von Konkurrenz im Innen- und Aussennetz oder das Gebot zur subsidiären Tätigkeit im Rahmen des Leistungsauftrags. Der Leistungsauftrag regelt aber auch Rahmenbedingungen wie die bedarfsorientierte Gestaltung der Dienstleistungspalette, das Gebot zur Kooperation mit interessierten Partnern im Innen- und

Aussennetz oder die Wahrnehmung einer klaren Führungs-, Steuerungs- und Qualitätssicherungsfunktion im Netzwerk. Die Wirkungsziele betreffen die vier Dienstleistungsgruppen «Information», «Beratung», «Auslandmarketing» und «Ausbildung» und werden mit outputorientierten Methoden der Wirkungsmessung und Wirkungskontrolle gesteuert.

Die Erfahrungen mit dem ersten Leistungsauftrag 2001–2003 wie auch die vorliegende erste Evaluation des neuen Exportförderungsdispositivs zeigen, dass die Wirkungsziele für die Dienstleistungen ausgezeichnet erfüllt worden sind, während bei den Netzwerkzielen weitere Anstrengungen unternommen werden müssen. Der Leistungsauftrag 2004–2007 wird hier eines der Schwergewichte setzen müssen. Die Wirkungsziele für die zu erbringenden Dienstleistungen werden womöglich mit messbaren Netzwerkzielen und der Mittelzuteilung gekoppelt.

Die Exportförderungsleistungen sollen auch in Zukunft auf die Bedürfnisse der Unternehmen ausgerichtet sein sowie professionell und kundennah erbracht werden. Konkrete Verbesserungen für den Leistungsauftrag 2004–2007 sind in Ergänzung zu dieser grundsätzlichen Feststellung namentlich in jenen Bereichen zu erzielen, die in den Ziffern 2.2.3 bis 2.2.6 beschrieben sind.

### **2.2.3 Plattform/Netzwerker**

Wie im Leistungsauftrag vorgesehen, baut die Osec in der Schweiz ein Innennetz auf, das die Information über die Dienstleistungen des Business Network Switzerland regional nahe an die Kunden bringen und insbesondere noch nicht international tätige, aber potenziell exportfähige Unternehmen zum Schritt über die Grenze ermutigen soll. Dabei stehen die Vermittlung der richtigen Ansprechpartner und Informationskanäle im Vordergrund. Als Partner hat die Osec die kantonalen Industrie- und Handelskammern gewählt und arbeitet mit ihnen in der Marktbearbeitung zusammen. Diese Zusammenarbeit ist geprägt vom konstruktiven Willen, die Schweizer Unternehmen zu unterstützen und ihnen regionale, erste Anlaufstellen zu bieten. Die strukturellen Unterschiede bei den 19 kantonalen Kammern und das Zusammentreffen der verschiedenen Dienstleistungskulturen führen aber auch immer wieder zu Spannungen. Es ist deshalb darauf hinzuwirken, dass die Zusammenarbeit der Partner im Innennetz und der gegenseitige Informationsaustausch weiter verbessert werden.

Mit der Exportförderung sollen Absatzmöglichkeiten im Ausland ermittelt und wahrgenommen, die schweizerischen Exporteure als international konkurrenzfähige Anbieter positioniert und der Zugang zu ausländischen Märkten unterstützt werden. (Art. 1 Abs. 2 Exportförderungsgesetz). Es geht im Exportförderungsauftrag also primär darum, den schweizerischen und liechtensteinischen Unternehmen zu helfen, sich im internationalen Geschäft besser zu behaupten. Dies geschieht mit einer ganzen Palette von Dienstleistungen, zum Beispiel mit relevanten Informationen über Märkte, Branchen oder internationale Themen, mit produktbezogenen Marktdaten, Basisberatung oder Massnahmen des Marketings im Ausland wie der Organisation von Schweizer Gemeinschaftsbeteiligungen an Messen, Kontaktabbildungen und Ähnlichem.

Die kleine Schweiz muss die knappen Mittel, die ihr zur Förderung ihrer Exportwirtschaft zur Verfügung stehen, im Rahmen eines Netzwerks, das die Kernkompe-

tenzen der vorhandenen öffentlichen und privaten Ressourcen mit einbezieht, optimal zum Tragen bringen. Der Leistungsauftrag 2004–2007 wird der konstruktiven Zusammenarbeit der Netzwerkpartner deshalb eine besondere Bedeutung beimessen. Die Koordinations- und Führungsrolle wird dabei dem Exportförderer belassen, der zur Subsidiarität im Umgang mit den Bundesmitteln angehalten ist. Der Osec als «First-Stop-Shop» soll damit mittel- und langfristig eine noch stärkere «Leuchtturm- und Wegweiserfunktion» für die Schweizer Unternehmen zukommen.

Die Osec wird vermehrt Dienstleistungen Dritter über ihr Netzwerk anbieten. So wird ihr Expertenpool (Spezialistenadressen im Bereich internationaler Geschäftstätigkeit) in Zukunft über das Internet abrufbar sein und schweizerischen und liechtensteinischen Unternehmen kostenlos zur Verfügung stehen. Der Expertenpool dient insbesondere dritten, privaten oder öffentlich-rechtlichen Dienstleistungsanbietern in der Aussenwirtschaftsförderung als kostengünstige Vermittlungsplattform für ihr Angebot. Neu über das Netzwerk der Osec werden aber auch schweizerische Gemeinschaftsbeteiligungen bei internationalen Fachmessen oder Ausbildungsangebote Dritter den schweizerischen und liechtensteinischen Firmen zugänglich gemacht werden. Grundsätzlich sollen so privatwirtschaftliche Dienstleistungen Dritter über das Netzwerk der Osec in gleicher Weise kommuniziert werden wie die privatwirtschaftlichen Dienstleistungen der Osec. Der Leistungsauftrag 2004–2007 wird die Einzelheiten regeln.

Der Osec soll die Erbringung eigener, privatwirtschaftlicher Dienstleistungen nicht verwehrt werden, sofern sie dazu nicht Bundesmittel verwendet und es dabei nicht zu Verzerrungen im Wettbewerb mit privaten Dritten kommt. Mit dem Leistungsauftrag 2001–2003 ist diesbezüglich bereits eine hohe finanzielle Transparenz erreicht worden. Im Ausbildungs- oder im Messebereich soll diese aber noch weiter verbessert werden. Der Leistungsauftrag 2004–2007 wird die Einzelheiten regeln.

Ebenso werden die bereits heute zur Verfügung stehenden Projektbeiträge für «Dritte Träger» im Leistungsauftrag 2004–2007 formell verankert und noch besser bekannt gemacht. Mit diesem noch zu wenig bekannten Instrument werden gemeinwirtschaftliche Projekte von Dritten (Branchenverbände, bilaterale Aussenwirtschaftskammern usw.) zur Unterstützung der Schweizer Wirtschaft im Ausland aus den Bundesmitteln zur Exportförderung unterstützt. Diese Projektbeiträge werden durch eine Kommission vergeben, die sich in Ergänzung zu Vertretern der Osec und des seco mehrheitlich aus externen Experten und Interessenvertretern zusammensetzt.

Diese Massnahmen im Bereich der Netzwerkziele tragen nicht zuletzt dazu bei, die in der Evaluation erkannten Verbesserungspotenziale auszunutzen und durch eine Intensivierung der Zusammenarbeit mit den Netzwerkpartnern die Marktstellung der Osec zu verbessern. Damit verbessert sich sowohl der Bekanntheitsgrad der Institution als auch die Gesamtwirkung der operationellen Exportförderung.

#### **2.2.4 Aussenetz**

Der Leistungsauftrag 2001–2003 des seco an die Osec sieht die Errichtung von 20 internationalen Stützpunkten, den Swiss Business Hubs, bis Ende 2003 vor. Dieses Ziel kann auf Grund der zu knappen Ressourcen nicht erreicht werden.

Bis im Januar 2003 sind insgesamt 12 Swiss Business Hubs eröffnet worden, und zwar in Deutschland, Frankreich, Italien, Österreich, Grossbritannien, Spanien, Russland, den USA, Brasilien, Japan, China und Indien. Diese Swiss Business Hubs sind mit Ausnahme derjenigen in Mailand (Handelskammer Schweiz-Italien) und Wien (Handelskammer Schweiz-Österreich) in das Vertretungsnetz des EDA integriert. Zwei weitere Swiss Business Hubs werden 2003 in Warschau und Dubai eröffnet.

Das Konzept des unterschiedlich intensiven Dienstleistungsangebots mit Swiss Business Hubs in den Schlüsselmärkten und einer Grundversorgung in den übrigen Märkten der Schweizer Wirtschaft im Ausland bewährt sich. Dank des Engagements und der Kooperationsbereitschaft des EDA ist es gelungen, die in die Vertretungen des EDA integrierten Swiss Business Hubs in kurzer Zeit mit motivierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern mit grossmehrfach langjähriger Erfahrung zu besetzen.

Das EDA bietet mit seinem Vertretungsnetz (Botschaften, Generalkonsulate) in sämtlichen Vertretungen, also auch ausserhalb der Schwerpunktmärkte mit einem Swiss Business Hub, flächendeckend ein standardisiertes Basisangebot an Grunddienstleistungen in der Exportförderung an. Dabei handelt es sich um standardisierte Dienstleistungen wie generelle Marktinformationen (wichtigste lokale Wirtschaftszweige, Tendenzen usw.), Adressvermittlung (Agenten, Spezialisten, Importeure usw.), Auskünfte über Handels- oder Zollformalitäten usw. Eine erste Beratung ist grundsätzlich kostenlos. Rund 130 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Auslandsvertretungen sind so zusätzlich, in der Regel in Teilpensen, mit Leistungen in der Grundversorgung in das Exportförderungsdispositiv eingebunden. Swiss Business Hubs bieten in Ergänzung zur Grundversorgung, die in die jeweiligen Hubs integriert ist, in ausgewählten Schwerpunktmärkten spezifische, weiter gehende Dienstleistungen wie Marktstudien, Partnersuche, Messebeteiligungen usw. an und sind proaktiv tätig. Alle Vertretungen erbringen zudem oft auch gewisse Leistungen für andere mit der Stärkung des Wirtschaftsstandorts Schweiz betraute Akteure wie zum Beispiel Schweiz Tourismus, Standort:Schweiz, Wirtschaftsverbände usw.

Trotzdem stellen sich auf strategischer Ebene Fragen. So kann hier insbesondere das Gebot der Subsidiarität aus Gründen der Ressourcensteuerung zur Finanzierung des Aussennetzes nur bedingt gewährleistet werden: Das Aussennetz, in dem die Swiss Business Hubs eingerichtet werden, wird grundsätzlich vom EDA zur Verfügung gestellt und finanziert. Swiss Business Hubs, die bei privaten Dritten, zum Beispiel bei bilateralen Aussenwirtschaftskammern, eingerichtet werden, müssen über den operationellen Exportförderungskredit durch die Osec finanziert werden. Diese systeminhärente Komponente kann zu Verzerrungen führen und in gewissen Ländern verhindern, dass die im Markt vorhandenen Kompetenzen mit dem besten Kosten-/Nutzenverhältnis eingesetzt werden.

Die geteilte Finanzierung (und die damit aufgeteilten personellen Kompetenzen) in der Exportförderung über den operationellen Exportförderungskredit des seco einerseits und das ordentliche Budget des EDA andererseits führten in der Vergangenheit zudem zu einem Mangel an Transparenz in der Umsetzung und namentlich in der Verantwortlichkeit für die operationellen Resultate. Mit dem Leistungsauftrag 2004–2007 soll deshalb die Osec für die Swiss Business Hubs und das dort beschäftigte Personal eine Weisungsbefugnis im Anwendungsbereich der Zielvereinbarung erhalten, während die disziplinarische Aufsicht, die politische Führung und die letzte Entscheidungsgewalt beim Missionschef bleiben.

Als wichtigstes Ziel für die Periode 2004–2007 soll die Professionalisierung und Qualitätssicherung des Aussennetzes weiter vorangetrieben werden. Dies wird allerdings nur möglich sein, wenn über den Leistungsauftrag die dafür notwendigen zusätzlichen Ressourcen zur Verfügung gestellt werden. Vorgesehen ist, dass die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den Swiss Business Hubs in einem Spezialistenpool zusammengefasst werden, der von EDA, seco und Osec bewirtschaftet wird. Die Qualität der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Pools soll durch eine sorgfältige Selektion (unabhängige, externe Assessments oder vergleichbare Massnahmen) der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und durch eine vertiefte Aus- und Weiterbildung des bestehenden Personals noch verbessert werden. Gefragt sind kompetente Fachleute, die Schweizer Unternehmen vor Ort professionell unterstützen können und auch die dafür notwendigen Netzwerkerfähigkeiten mitbringen. Ob diese Fachleute lokale oder versetzbare Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind, ist zweitrangig. Die unternehmerische Ausrichtung des Personals in den Hubs wird durch leistungsorientierte Salärkomponenten (Prämien) sichergestellt. Für die versetzbaren Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter soll ein den Bedürfnissen des Business Network Switzerland und den jeweiligen Märkten angepasster Versetzungsrhythmus zur Anwendung kommen. Die Aufstiegschancen für lokale Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter werden verbessert. Ihnen soll auch die Leitung eines Swiss Business Hub ermöglicht werden. Dem Controlling und der Qualitätsüberwachung mittels definierter Kriterien wird eine hohe Priorität beigemessen.

Schliesslich soll auch die Leistungserbringung in der Grundversorgung durch zusätzliche Massnahmen in der Schulung und Qualifikation der damit beschäftigten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter verbessert werden.

Grundsätzlich will der Bundesrat längerfristig am Ziel des Ausbaus des Netzes auf die für die Schweizer Wirtschaft im Ausland wichtigsten Märkte (rund 20 Swiss Business Hubs) festhalten. Dies wird allerdings nur möglich sein, wenn dafür zusätzliche Mittel zur Verfügung stehen. Auch dem EDA müssten zusätzliche finanzielle Mittel zur Verfügung gestellt werden, sofern weitere Swiss Business Hubs dem EDA-Vertretungsnetz angegliedert werden sollten.

Beim Weiterausbau stehen Märkte, die für Schweizer Unternehmen als «schwierig», aber zukunftssträchtig gelten, im Vordergrund. Damit könnten zusätzliche wichtige Märkte, wie beispielsweise der Asean-Raum (Singapur) oder neue EU-Mitglieder in Zentraleuropa, ins Netzwerk integriert werden. Zur Sicherung der optimalen Nutzung von vorhandenen Ressourcen sollen künftig in sich dafür anbietenden Märkten Ausschreibungen für Swiss Business Hubs erfolgen. Der Leistungsauftrag 2004–2007 wird die Einzelheiten regeln.

### **2.2.5 Prinzipien der Führung und Kontrolle (Governance)**

Die Osec unterscheidet sich in Fragen der Führung und Kontrolle grundsätzlich nicht von privatwirtschaftlichen Unternehmen. «Good Governance» führt zu mehr Transparenz, grösserer Effizienz und klarerer Verantwortbarkeit («Accountability»). Als zusätzliches Zielkriterium kommt bei der Osec die «Fähigkeit zur partnerschaftlichen Zusammenarbeit» zur Anwendung. Die Dualität zwischen der «öffentlichen» Osec (Bund als «Stakeholder» und grösster Investor) und der «privaten» Osec (Mit-

glieder und Kunden als «Stakeholder») schafft bei der Führung und Kontrolle eine zusätzliche Herausforderung.

In der institutionellen Umsetzung ist die Beachtung der «Good Governance» und der Transparenz der Information vor allem in der Zusammenarbeit seco – Osec – EDA und Netzwerkpartner und in den Gremien der Osec (Aufsichtsrat und Beirat) sehr wichtig. Diesen besonderen Umständen ist hohe Beachtung zu schenken und weitere Verbesserungen sind anzustreben.

In der Abgrenzung zur strategischen Positionierung im Rahmen des Leistungsauftrags ist der Osec in ihrer operationellen Tätigkeit grösstmögliche Eigenständigkeit (unternehmerische Freiheit) einzuräumen, damit sie flexibel und effizient agieren kann. Es sollen aber auch Spielregeln wie beispielsweise die erwähnte Öffnung der Informationsplattform für Dritte eingebaut werden, um die partnerschaftliche Zusammenarbeit mit den Netzwerkpartnern zu fördern. Die bestehenden Kooperationen sind in pragmatischen Schritten weiterzuentwickeln, wobei der Förderung des gegenseitigen Verständnisses und des Informationsaustausches besondere Beachtung zu schenken ist. Das Reporting und Controlling, das gegenüber der Vergangenheit deutlich besser geworden ist, wird weiter ausgebaut.

Der Aufsichtsrat der Osec muss grundsätzlich die gleichen Funktionen wie ein Verwaltungsrat einer privatwirtschaftlichen Unternehmung ausüben. Die Statuten des Vereins Osec Business Network Switzerland bieten diese Möglichkeit bereits heute. Das seco wird sich in den Gremien der Osec dafür einsetzen, dass sich die unternehmerische Verantwortung der Osec auch in der Zusammensetzung des Aufsichtsrates spiegelt und der Aufsichtsrat des Vereins mit weiteren Unternehmerpersönlichkeiten aus der Privatwirtschaft verstärkt wird. Auf «feste Sitze» für Organisationen ist in Zukunft zu verzichten, mit Ausnahme des Bundes, der als grösster Geldgeber nach wie vor mit Vertretern aus dem federführenden seco und dem EDA als wichtigstem Partner im Aussennetz im Aufsichtsrat vertreten bleiben soll.

Der Beirat der Osec ist als Konsultativorgan («Sounding board») der Wirtschaft und der institutionellen Organisationen konzipiert worden. Das seco wird sich dafür einsetzen, dass der Beirat beibehalten, für ein effizienteres Arbeiten aber verkleinert wird. Der Beirat soll namentlich bei Marktanalysen und kundenrelevanten Fragestellungen noch besser einbezogen werden.

## **2.2.6 KMU Info und Euro Info Center (EICS)**

Am 6. Oktober 1995 nahm das Parlament einen Bundesbeschluss an, der die Teilnahme der Schweiz an internationalen Informations-, Vermittlungs- und Beratungsprogrammen zugunsten kleiner und mittlerer Unternehmen (KMU) ermöglicht (SR 951.971). Die Geltungsdauer des Beschlusses wurde auf zehn Jahre, diejenige der ersten Finanzierungstranche auf fünf Jahre festgesetzt.

Das Parlament beschloss anlässlich seiner Frühjahrssession 2001, die zweite Finanzierungstranche für den Bundesbeschluss über einen Rahmenkredit für die Teilnahme an internationalen Informations-, Vermittlungs- und Beratungsprogrammen zugunsten von KMU von fünf auf drei Jahre zu reduzieren mit dem Ziel, die Leistungen des Euro Info Center Schweiz (EICS) in den Leistungsauftrag zur Exportförderung zu integrieren.

Mit jährlich 1,3 Millionen Franken von den zur Verfügung stehenden 2 Millionen Franken nimmt die Abgeltung für die Leistung des EICS 65 % der Mittel in Anspruch. Mit den übrigen Mitteln werden spezifische KMU-Projekte mitfinanziert, beispielsweise die Arbeitsgemeinschaft OBSERVA, welche die Daten der Schweiz für das «European Observatory for SME» aufbereitet. Es handelt sich dabei um eine Veröffentlichung zu rund einem Dutzend unterschiedlicher KMU-Aspekte. Ziel der Studie sind der Vergleich der Lage der KMU in 19 europäischen Ländern und die Schaffung einer Grundlage für wirtschaftspolitische Massnahmen. Bisher hat sich die Schweiz viermal an diesem Bericht beteiligt. Als zweites Beispiel wäre die Datenbank «WorldTariff» aufzuführen, die schweizerischen und liechtensteinischen Unternehmen einen kostenlosen Zugriff auf Zolldaten aus rund 130 Ländern gibt und damit gleiche Spiesse schafft wie für ihre Konkurrenten in der EU mit der «Market Access Data Base».

#### *Das EICS: Wichtiger Teil der Osec Business Network Switzerland*

Das Netzwerk der Euro Info Centers besteht aus rund 300 Unterstützungsstellen in mehr als 40 Staaten in ganz Europa. Der Zugang zu diesem Netzwerk, aber auch zur Europäischen Kommission sind für schweizerische KMU wichtige Leistungen des EICS. Insbesondere kann durch das EICS auch der exklusive Zugang zu Fachpersonen bei der EU (TAO; Technical Assistance Office) und zu den national und regional verankerten einzelnen EIC mit ihrem ganzen marktrelevanten Knowhow gewährleistet werden.

Darüber hinaus gibt das EICS insbesondere Auskunft über rechtliche Rahmenbedingungen in allen Ländern Europas und ist die offizielle schweizerische Vertriebsstelle des Amtes für amtliche Publikationen der EU (Eur-op).

Die Beratungsdienstleistungen des EICS umfassen die Auslegung der einschlägigen EU-Rechtsvorschriften sowie praxisrelevante Verweise auf ihre nationalen Umsetzungen (beispielsweise CE-Kennzeichnung, Mehrwertsteuer, EU-Förderprogramme, Produktvorschriften).

Themenspezifische Ausbildungsveranstaltungen schliesslich vertiefen das Wissen zu EU- und EWR-relevanten Themen und informieren über Neuerungen. Solche Veranstaltungen dienen vor allem auch dazu, praxisorientierte Beispiele zu präsentieren und den Erfahrungsaustausch zu fördern.

#### *Komplementarität zum Exportförderungsmandat*

Mit der Reorganisation der Osec Business Network Switzerland im Jahre 2001 wurden die Informations-, Beratungs- und Ausbildungsaktivitäten beziehungsweise die dafür zuständigen Expertinnen und Experten des EICS den entsprechenden Produktbereichen der Osec zugeteilt. Durch diese organisatorische Integration wurden diverse Schnittstellen und Ineffizienzen aufgehoben.

Mit diesen Massnahmen wurde den zentralen Empfehlungen der Evaluation des EICS durch Experten der Firma PricewaterhouseCoopers (PwC) Rechnung getragen. Weiter wurde auf Grund der im PwC-Bericht erwähnten Empfehlungen der Leistungsauftrag mit Leistungszielen pro Hauptdienstleistungsbereich versehen. In den Bereichen Information, Ausbildung und kostenlose Auskünfte wurden die Ziele für 2002 erreicht. Die Ziele für kostenpflichtige Kleinanfragen und die Beratung erwiesen sich als etwas zu ambitiös.



Leistungen des Programms KMU-Info (Ziff. 2.2.6) werden unter Artikel 1 Absatz 1 unter das operationelle Geschäft subsumiert.

Die mit dieser Botschaft vorgeschlagenen Massnahmen zur weiteren Professionalisierung und zur Konsolidierung (Etablierung des Spezialistenpools, zusätzliche Massnahmen in der Selektion und Ausbildung) des bestehenden Netzwerkes und zu einem massvollen Weiterausbau werden jährlich minimal 3 Millionen Franken kosten. Das EVD wird diese Mittel durch interne Ressourcenverschiebungen bereitstellen.

### **3.2 Personelle Auswirkungen**

Auf Bundesebene sind keine personellen Auswirkungen zu erwarten.

### **3.3 Volkswirtschaftliche Auswirkungen**

Eine Regulierungsfolgenabschätzung ist nicht vorgesehen, da mit der vorliegenden Botschaft weder ein Gesetzesentwurf noch ein Antrag auf Erlass einer Verordnung verbunden ist.

## **4 Legislaturplanung**

Diese Vorlage ist im Bericht zur Legislaturplanung 1999–2003 vom 1. März 2000 (BBl 2000 2276) nicht vorgesehen.

Das Bundesgesetz über die Aufhebung des Bundesbeschlusses über die Teilnahme an internationalen Informations-, Vermittlungs- und Beratungsprogrammen zugunsten kleiner und mittlerer Unternehmen wurde durch die Integration der entsprechenden Aktivitäten in das Exportförderungsdispositiv möglich und geht auf eine parlamentarische Initiative im Frühling 2001 zurück.

Die Fortführung der Finanzierung der Exportförderung ist bereits im Artikel 7 des Exportförderungsgesetzes vorgesehen.

## **5 Gesetzliche Grundlagen**

Da der aufzuhebende Bundesbeschluss über die Teilnahme an internationalen Informations-, Vermittlungs- und Beratungsprogrammen zugunsten kleiner und mittlerer Unternehmen ein allgemeinverbindlicher, dem fakultativen Referendum unterstellter Beschluss ist, wird er auf Grund der neuen Bundesverfassung, welche diese Erlassform nicht mehr kennt, durch ein Bundesgesetz aufgehoben.

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

## Übersicht über die Bundesaktivitäten in der Exportförderung

### Kategorie 1: Direkte Exportförderung

Zuständiges Departement/ Amt	Gesetzliche Grundlage	Zeitraum	Finanzmittel (Fr.)	Auftrag (Ziele)	Ausführende Organisation	Instrument Dienste	Zielpublikum	Zielmärkte (Schwerpunktländer)	Anmerkungen, Kommentare, Evaluation
EVD seco	Exportförderungsgesetz vom 6. Okt. 2000, SR 946.14, Art. 1	2001–2003	48,9 Mio. (3 Jahre)	Operationelle Exportförderung	Osec Business Network Switzerland	Information Beratung Marketing Aufbau des Netzwerks	Exportunternehmen, vor allem KMU	14 Schwerpunktländer: Swiss Business Hubs; erweiterte Dienstleistungen Andernorts: Basisdienste	Zusammenarbeit mit dem EDA www.osec.ch
EVD seco	Bundesgesetz vom 26. Sept. 1958 über die Exportrisikogarantie, SR 946.11, Art. 1 Verordnung vom 15. Juni 1998 über die Exportrisikogarantie SR 946.111	unbegrenzt	Finanzierungsfonds	Arbeitsplätze erhalten und schaffen sowie Aussenhandel fördern	Geschäftsstelle für die ERG, Zürich	Garantie gegen Risiken wie Moratorien, Insolvenzbestimmter Käufer und Bürgen, von ausländischen Staaten getroffene ausserordentliche Massnahmen, politische Ereignisse im Ausland	Unternehmen, die Güter und Dienstleistungen exportieren		www.swiss-erg.com

Zuständiges Departement/ Amt	Gesetzliche Grundlage	Zeitraum	Finanzmittel (Fr.)	Auftrag (Ziele)	Ausführende Organisation	Instrument Dienste	Zielpublikum	Zielmärkte (Schwerpunkt-länder)	Anmerkungen, Kommentare, Evaluation
EVD seco	Bundesgesetz vom 21. Dez. 1955 über die Schweizerische Verkehrszentrale, SR 935.21  Verordnung vom 22. Nov. 1963 über die Schweiz. Verkehrszentrale, SR 935.211	2000–2004	190 Mio. (5 Jahre) 10 Mio. ausserordentlicher Beitrag für 2002–2004 (Ausfall Swissair-Büros)	internationales Marketing für die Schweiz als Zielort für Reisen, Ferien und Kongresse	Schweiz Tourismus in Zürich	Marketing: Promotions Key Account Management, Key Media Management E-Commerce Zusammenarbeit mit Branche und Wirtschaft	Schweizer Bevölkerung Ausländisches Publikum, Reiseveranstalter, Medien	Schwerpunkt-länder: D, GB, F, I, Benelux, CH, USA, JP  Wachstumsmärkte: China, Russland, Indien, Kora, Golfstaaten und andere Länder	Schw. Verkehrszentrale: heute Schweiz Tourismus www.MySwitzerland.com  Präsenz auf über 30 ausländischen Märkten (Vertretungen, im Auftrag oder in Zusammenarbeit mit EDA)
EVD BLW	Landwirtschaftsgesetz, LwG SR 910.1, Art. 12  Verordnung vom 7. Dez. 1998 über die Unterstützung der Absatzförderung für Landwirtschaftsprodukte SR 916.010	2000–2003	Ca. 20 Mio./Jahr subsidäre Finanzierung, falls mind. gleich hohe private Beteiligung (ohne Weinbudget)	Verkaufsförderung für Agrarprodukte (hauptsächlich Käse, aber auch Früchte, Gemüse, Fleisch usw.)	Repräsentative Organisationen aus dem Sektor, Branchenorganisation	Finanzielle Unterstützung für Promotion, Kommunikation & Marketing	Schweizerische landwirtschaftliche Produzenten	Schwerpunkt-länder: D, F, I	Information für Exporteure: www.blw.admin.ch oder: www.afd.admin.ch/ firmen/expote

Zuständiges Departement/ Amt	Gesetzliche Grundlage	Zeitraum	Finanzmittel (Fr.)	Auftrag (Ziele)	Ausführende Organisation	Instrument Dienste	Zielpublikum	Zielmärkte (Schwerpunkt-länder)	Anmerkungen, Kommentare, Evaluation
EVD BLW	Kartoffelverordnung vom 7. Dez. 1998 SR 916.113.11 Art. 15		Kartoffelprodukte: max. 1.5 Mio./Jahr Pflanzkartoffeln: 0.8 Mio./Jahr	Einbruch der Kartoffelpreise in der Schweiz verhindern	BLW	Beitrag für den Export von Kartoffelprodukten und Pflanzen	Kartoffelproduzenten		Punktueller Intervention bei klimatisch bedingten Ernteüberschüssen, um dem Produzenten einen Mindestpreis zu garantieren
EVD BLW	Verordnung vom 7. Dez. 1998 über die Tierzucht SR 916.310 Art. 28	2003–2004	17 Mio./Jahr	Beiträge an die Ausfuhr von Zucht- und Nutzvieh (Rinder, Pferde, Schafe und Ziegen)	Umsetzung durch das EVD (Betrag) und das BLW (Vollzug)	Exportbeiträge	Züchter und Züchterinnen von Zucht- und Nutzvieh		Beiträge werden schrittweise reduziert
EVD BLW	Milchpreisstützungsverordnung vom 7. Dez. 1998 SR 916.350.2 Art. 12 ff.		184,5 Mio. (2000) 104,7 Mio. (2001) 61,9 Mio. (2002)	Exportbeitrag, um im Vergleich zu den Preisen im Ausland konkurrenzfähig zu sein	BLW (entsprechend den von den Zollbehörden gemeldeten Zahlen) und die TSM gemäss Leistungsauftrag des BLW	Exportbeiträge	Milchproduzenten		Beiträge werden schrittweise reduziert - TSM: «Treuhandstelle Milch»

Zuständiges Departement/ Amt	Gesetzliche Grundlage	Zeitraum	Finanzmittel (Fr.)	Auftrag (Ziele)	Ausführende Organisation	Instrument Dienstle	Zielpublikum	Zielmärkte (Schwerpunkt- länder)	Anmerkungen, Kommentare, Evaluation
EFD EZV mit EVD seco	Bundesgesetz vom 13. Dezember 1974 über die Ein- und Ausfuhr von Erzeug- nissen aus Landwirt- schaftsprodukten, SR 632.111.72 Art. 3	2002	max 114,9 Mio./ Jahr	Anpassung der Rohstoff- preise	EZV		Schweizer Produzenten von verarbeiteten Land- wirtschafts- produkten	Alle Export- märkte	Gemäss den Abkommen der Schweiz mit der WTO
EFD EZV mit EVD seco	Verordnung vom 18. Okt. 1995 über die Ausfuhrbeiträge für Erzeugnisse aus Landwirtschaftspro- dukten SR 632.111.723								

## Kategorie 2: Indirekte Exportförderung

Zuständiges Departement/ Amt	Gesetzliche Grundlage	Zeitraum	Finanzmittel (Fr.)	Auftrag (Ziele)	Ausführende Organisation	Instrument Dienste	Zielpublikum	Zielmärkte (Schwerpunkt- länder)	Anmerkungen, Kommentare, Evaluation
EVD seco	Bundesgesetz vom 19. März 1976 über die internationale Entwicklungszusam- menarbeit und die humanitäre Hilfe SR 974.0  Verordnung vom 12. Dez. 1977 über die internationale Entwicklungszusam- menarbeit und die humanitäre Hilfe, SR 974.01  Rahmenkredite	1996– 2003	20 Mio./ Jahr	Mischkredite für die Verbesserung der Basisinfra- struktur	seco	Dienstleistun- gen und Güter	Partnerregie- rungen in Ent- wicklungs- ländern	Entwicklungs- länder	
UVEK BUWAL	Umweltschutzgesetz vom 7. Okt. 1983 SR 814.01 Art. 49 Abs. 3		0,5 Mio.	Förderung der Entwicklung ökologischer Produkte und Verfahren	Zusammen- arbeit mit den Um- weltverbän- den, dem seco und der Osec	Informationen Markt- analysen Beratung  Leitfaden für Ausschrei- bungen und multilaterale Finanzinstru- mente	Schweizer KMU im Umweltsektor	USA, Deutschland und Tschechien  Spanien, Marokko, Polen und Indien  Zusammen- arbeit mit dem SBH und den Cleaner Production Centers	Dieses Pro- gramm des BUWAL existiert seit 1997. Alle 5 Jahre muss dem Parlament ein Bericht vorgelegt werden.  Zusammen- arbeit mit der Osec  www.eco- net.ch

### Kategorie 3: Direkte Förderung des Aussenhandels

Zuständiges Departement/ Amt	Gesetzliche Grundlage	Zeitraum	Finanzmittel (Fr.)	Auftrag (Ziele)	Ausführende Organisation	Instrument Dienste	Zielpublikum	Zielmärkte (Schwerpunkt-länder)	Anmerkungen, Kommentare, Evaluation
EDA	Exportförderungsge- setz vom 6. Okt. 2000 SR 946.14, Art. 1 Organisationsverord- nung vom 29. März 2000 für das EDA SR 172.211.1 Art.7 und 11		15,1 Mio. 9,5 Mio.	Förderung der Schweizer Wirtschaft	Schweizer Vertretun- gen im Ausland	Personal Infrastruktur	Schweizer Unternehmen im Ausland		Zusammen- arbeit mit dem seco und der Osec

### Kategorie 4: Indirekte Förderung des Aussenhandels

Zuständiges Departement/ Amt	Gesetzliche Grundlage	Zeitraum	Finanzmittel (Fr.)	Auftrag (Ziele)	Ausführende Organisation	Instrument Dienste	Zielpublikum	Zielmärkte (Schwerpunkt-länder)	Anmerkungen, Kommentare, Evaluation
EVD seco	Bundesbeschluss vom 6. Okt. 1995 zur Förderung der Infor- mation über den Unternehmens- standort Schweiz SR 951.972	1996– 2006	24 Mio. (10 Jahre)		Standort: Schweiz	Förderung ausländischer Investitionen in der Schweiz	Potenzielle ausländische Investoren	Schwer- punktländer: D, F, I, GB, USA	Zusammenar- beit mit dem EDA und dem SBH Zusammen- arbeit mit kantonalen Wirtschafts- förderungen www.locations witzerland.ch

Zuständiges Departement/ Amt	Gesetzliche Grundlage	Zeitraum	Finanzmittel (Fr.)	Auftrag (Ziele)	Ausführende Organisation	Instrument Dienste	Zielpublikum	Zielmärkte (Schwerpunktländer)	Anmerkungen, Kommentare, Evaluation
EVD seco	Bundesgesetz vom 19. März 1976 über die internationale Entwicklungszusammenarbeit und die humanitäre Hilfe SR 974.0  Verordnung vom 12. Dez. 1977 über die internationale Entwicklungszusammenarbeit und die humanitäre Hilfe SR 974.01	1996–2003	23,4 Mio. Rahmenkredite	Investitionsförderung in den Entwicklungs- und Transitionsländern	SOFI	Information über die Länder/Investitionsmöglichkeiten und Instrumente Financiers, Matchmaking, Beratungsdienste	Privatsektor in den Entwicklungsländern und in OECD-Raum	Entwicklungs- und Transitionsländer	Zusammenarbeit mit dem EDA externe Evaluation im Jahr 2001
EVD seco	Bundesgesetz vom 19. März 1976 über die internationale Entwicklungszusammenarbeit und die humanitäre Hilfe SR 974.0  Verordnung vom 12. Dez. 1977 über die internationale Entwicklungszusammenarbeit und die humanitäre Hilfe SR 974.01  Rahmenkredite	1999–2003	26 Mio.	Förderung der Importe aus Entwicklungs- und Transitionsländern	SIPPO	Beratung für KMU über Exportfragen, Organisation von Handelsforen	KMU in den Entwicklungs- und Transitionsländern	Entwicklungs- und Transitionsländer	Zusammenarbeit mit dem EDA externe Evaluation im Jahr 2001

Zuständiges Departement/ Amt	Gesetzliche Grundlage	Zeitraum	Finanzmittel (Fr.)	Auftrag (Ziele)	Ausführende Organisation	Instrument Dienste	Zielpublikum	Zielmärkte (Schwerpunkt-länder)	Anmerkungen, Kommentare, Evaluation
EVD seco	Bundesbeschluss vom 6. Okt. 1995 über die Teilnahme an internationalen Informations-, Vermittlungs- und Beratungsprogrammen zugunsten kleiner und mittlerer Unternehmen SR 951.971 Art. 1	1996–2005	2 Mio./Jahr (davon 1,3–1,5 Mio./Jahr für das EICS)	Informationen, Beratung und Ausbildung zugunsten von KMU bezüglich dem Zugang zum europäischen Markt	Euro Info Centre Schweiz (EICS)	Information Beratung Ausbildung	CH-Unternehmen	EU International	Integriert in das Osce Business Network Switzerland Zusammenarbeit mit Integrationsbüro EDÄ/EVD, seco und Netzwerk des Business Network Switzerland
EVD seco	Bundesgesetz vom 6. Okt. 1995 über die technischen Handelshemmnisse SR 946.51 Notifikationsverordnung vom 17. Juni 1996 SR 946.511	Vertrag 2001–2003	1,85 Mio./Jahr	Technische Handelshemmnisse verhindern	Schweizerische Normen-Vereinigung (SNV)	Koordination für schweizerische und ausländische Notifikationszentren; Wahrung der Schweizer Interessen im Bereich der Normen	CH-Unternehmen Berufsverbände	International mit Schwerpunkt EU (Harmonisierung)	

Zuständiges Departement/ Amt	Gesetzliche Grundlage	Zeitraum	Finanzmittel (Fr.)	Auftrag (Ziele)	Ausführende Organisation	Instrument Dienste	Zielpublikum	Zielmärkte (Schwerpunkt- länder)	Anmerkungen, Kommentare, Evaluation
EVD seco	Bundesgesetz vom 20. März 1970 über die Investitionsrisiko- garantie SR 977.0	unbe- grenzt	Möglichkeit der Garantie von Investi- tionen bis zum Höchst- betrag von 500 Mio. Franken	Wirtschafts- förderung in den Entwick- lungsländern und enge Ver- bindung mit der Schweizer Wirtschaft	Geschäfts- stelle der IRG, Zürich	Sicherheit gegen Inve- stitionsrisiken wie etwa politischen Risiken	Schweizer Investoren in den Entwick- lungs- und Transitions- ländern	Entwick- lungsländer, Transitions- länder	www.swiss- irg.com
EFD EZV	Zollgesetz vom 1. Okt. 1925 SR 631.0 Art. 17 Verordnung vom 10. Juli 1926 zum Zollgesetz SR 631.01 Verordnung vom 19. Juni 1995 über die Gewährung von Zollbegünstigungen für landwirt- schaftliche Rohstoffe im aktiven Vered- lungsverkehr SR 631.149.3		Ca. 230 Mio./Jahr zollbefreit oder rücker- stattet	Aktiver Ver- edlungsverkehr mit dem Ziel, die Wettbe- werbsfähigkeit der einheimi- schen Industrie zu erhalten	EZV	vorläufige Zollbefreiung	einheimische Veredlungs- industrie		

Zuständiges Departement/ Amt	Gesetzliche Grundlage	Zeitraum	Finanzmittel (Fr.)	Auftrag (Ziele)	Ausführende Organisation	Instrument Dienste	Zielpublikum	Zielmärkte (Schwerpunkt-länder)	Anmerkungen, Kommentare, Evaluation
EDA PRS	Bundesgesetz vom 24. März 2000 über die Pflege des schweizerischen Erscheinungsbildes im Ausland <i>SR 194.1</i>  Verordnung vom 25. Okt. 2000 über die Pflege des schweizerischen Erscheinungsbildes im Ausland <i>SR 194.11</i>	2002	12.5 Mio. (Globalbudget für alle Aktivitäten der PRS)	Kenntnisse über die Schweiz verbreiten, um Sympathien für unser Land zu wecken.  Attraktivität und Vielfalt der CH darstellen.	Präsenz Schweiz (PRS); Schweizer Vertretungen im Ausland, andere Partner in der Schweiz und im Ausland	Visitors Agency  Durchführung von Projekten in den Schliessländern  Informationsmittel über die Schweiz  Weltausstellungen	Ausländer/-Innen  Meinungsführer (Politik, Vereinigungen, Medien, Elite, Universitäten, Jugendliche und Schulen)	Länderprogramme: USA, GB und Spanien  Permanent: D, F, I, Österreich, Japan, China, Indien  Ad-hoc-Aktivitäten	
EDA DEZA	Bundesgesetz vom 19. März 1976 über die internationale Entwicklungszusammenarbeit und humanitäre Hilfe <i>SR 974.0</i>  Verordnung vom 12. Dez. 1977 über die internationale Entwicklungszusammenarbeit und humanitäre Hilfe <i>SR 974.01</i>	2000–2004	4 Mia.	Auf die Förderung einer nachhaltigen Entwicklung und die Armutskämpfung ausgerichtete bilaterale und multilaterale Entwicklungszusammenarbeit	DEZA und schweizerische und ausländische Planungsbüros und Projektträger, NGOs	Förderung des bilateralen Handels durch indirekte Massnahmen für die soziale ökonomische Entwicklung	öffentliche und private Institutionen sowie benachteiligte Bevölkerungsgruppen	Entwicklungsländer	

Zuständiges Departement/ Amt	Gesetzliche Grundlage	Zeitraum	Finanzmittel (Fr.)	Auftrag (Ziele)	Ausführende Organisation	Instrument Dienstle	Zielpublikum	Zielmärkte (Schwerpunkt- länder)	Anmerkungen, Kommentare, Evaluation
EDI GWF	(Budget des Staatssekretariates)	2000– 2003	12.8 Mio. (4 Jahre)	Förderung der wissenschaftlichen und technologischen Zusammenarbeit	Wissenschaftskonsulat in Boston, Schweizer Haus in San Francisco und Netz der wissenschaftlichen und technischen Berater	Information Beratung Vernetzung	Universitäten, ETH, Fachhochschulen	USA: SHARE (Boston) & SWIP (San Francisco), Transitionsländer	Zusammenarbeit mit EDA und BBT
EDI BAK	Bundesbeschluss vom 22. Dez. 1887 betreffend die Förderung und Hebung der angewandten (industriellen und gewerblichen) Kunst SR 442.1  Verordnung vom 29. Sept. 1924 über die eidgenössische Kunstpflege SR 442.11 Art. 1 Bst. c; Art. 20–23		1,05 Mio./ Jahr	Förderung der Schweizer Kunst und des Schweizer Designs im Ausland	BAK und Eidg. Kunstkommission und Eidg. Designkommission	Organisation von Ausstellungen und Veranstaltungen; Publikationen; Organisation von Praktika	Fachleute auf dem Gebiet der Kunst und des Design des interessiertes Publikum		

Zuständiges Departement/ Amt	Gesetzliche Grundlage	Zeitraum	Finanzmittel (Fr.)	Auftrag (Ziele)	Ausführende Organisation	Instrument Dienste	Zielpublikum	Zielmärkte (Schwerpunkt- länder)	Anmerkungen, Kommentare, Evaluation
EDI BAK	Motion Widmer + Lauber 1989. Die Finanzhilfe des BAK in diesem Bereich wird seit 1990 vom Parlament im Rahmen der Verabschiedung des Voranschlags genehmigt EDI/BAK.	2002:	0.65 Mio.	Finanzielle Unterstützung der Schweizer Verlagshäuser	Schweizer Verlage (Deutsch: 63 % Franzö- sisch: 28,75 % Italienisch: 8,25 % )	Teilnahme an Buchmessen im Ausland	Schweizer Verlage		Eine spezielle gesetzliche Grundlage wird im Rahmen der Arbeiten am Kulturförde- rungsgesetz erarbeitet (Umsetzung von Art. 69 BV).

**Abkürzungsverzeichnis**

BAK	Bundesamt für Kultur
BAV	Bundesamt für Verkehr
BBT	Bundesamt für Berufsbildung und Technologie
BFE	Bundesamt für Energie
BLW	Bundesamt für Landwirtschaft
BUWAL	Bundesamt für Umwelt, Wald und Landschaft
DEZA	Direktion für Entwicklung und Zusammenarbeit
EDA	Eidg. Departement für auswärtige Angelegenheiten
EDI	Eidg. Departement des Innern
EFD	Eidg. Finanzdepartement
EFV	Eidg. Finanzverwaltung
EZV	Eidg. Zollverwaltung
EICS	Euro Info Center Schweiz
ERG	Exportrisikogarantie
ETH/Kof	Konjunkturforschungsstelle der ETH
EVD	Eidg. Volkswirtschaftsdepartement
GWF	Gruppe für Wissenschaft und Forschung
IRG	Investitionsrisikogarantie
KMU	Kleine und mittlere Unternehmen
Osec	Osec Business Network Switzerland
PRS	Präsenz Schweiz
SBH	Swiss Business Hub
seco	Staatssekretariat für Wirtschaft
SIPPO	Swiss Import Promotion Program
SNV	Schweizerische Normen-Vereinigung
SOFI	Swiss Organization for Facilitating Investments
UVEK	Eidgenössisches Departement für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation
WTO	World Trade Organization