

00.024

**Botschaft  
zu einem Bundesgesetz über die Förderung  
des Exports**

vom 23. Februar 2000

---

Sehr geehrte Herren Präsidenten,  
sehr geehrte Damen und Herren,

wir unterbreiten Ihnen mit dieser Botschaft die Entwürfe zu einem Bundesgesetz über die Förderung des Exports sowie den dazugehörigen Finanzierungsbeschluss für die Jahre 2001–2003 mit dem Antrag auf Zustimmung.

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

23. Februar 2000

Im Namen des Schweizerischen Bundesrates

Der Bundespräsident: Adolf Ogi

Die Bundeskanzlerin: Annemarie Huber-Hotz

10901

---

## Übersicht

*Die Exportförderung des Bundes ist Teil der Wirtschaftspolitik. In Ergänzung zu den Eigenleistungen der Exportwirtschaft hilft sie neue Absatzmöglichkeiten im Ausland aufzuspüren und wahrzunehmen. Sie leistet damit einen Beitrag zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit unserer Volkswirtschaft, indem sie das schweizerische Exportpotenzial im Ausland besser bekannt macht und den schweizerischen Unternehmen mit Information und Beratung sowie Auslandmarketing die Erschliessung ausländischer Märkte erleichtert. Ferner soll sie grundsätzlich exportfähige Unternehmen für den Export sensibilisieren. Damit werden nicht nur die kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) unterstützt, sich den besonderen Anforderungen der Exportmärkte zu stellen, sondern es wird ganz allgemein ein Beitrag zu verbesserten Absatzchancen für schweizerische Güter und Dienstleistungen geleistet und die Attraktivität der Schweiz für Unternehmungen erhöht.*

*Bei der Weiterführung der Exportförderung will der Bundesrat den veränderten wirtschaftlichen Rahmenbedingungen Rechnung tragen. Dem neuen Exportförderungskonzept liegen drei Leitgedanken zu Grunde: Der Bundesrat will die im Bereich der Exportförderung eingesetzten Bundesmittel konzentrieren, er will die Exportförderung auf wesentliche Aufgaben fokussieren und er will die Massnahmen des Bundes auch in diesem Bereich besser koordinieren.*

*Er will die Förderungsmittel konzentriert und wirkungsorientiert einsetzen, indem er die operationelle Exportförderung mit Leistungsvertrag an einen Dritten delegiert und mittels Partnerschaften im Innen- und Aussennetz konsequent Synergien nutzt. Und er will die Tätigkeiten des Bundes auch in diesem Bereich besser koordinieren, indem er eine einzige Verwaltungseinheit mit dieser Aufgabe betraut. Der Bundesrat beantragt für die Finanzierungsperiode 2001–2003 (3 Jahre) einen Zahlungsrahmen von 40,8 Millionen Franken für die operationellen Kosten der Exportförderung. Für einmalige Kosten bei der Umsetzung des neuen Exportförderungsdispositivs beantragt er ferner einen Rahmenkredit von 3,6 Millionen Franken.*

*Das Bundesgesetz über die Förderung des Exports wird das Bundesgesetz vom 6. Oktober 1989 über eine Finanzhilfe an die Schweizerische Zentrale für Handelsförderung (Bundesgesetz über die OSEC; SR 946.15) und den Bundesbeschluss vom 31. März 1927 betreffend Subventionierung einer schweizerischen Zentrale für Handelsförderung (SR 946.14) ablösen. Es trägt den Vorgaben des Subventionsgesetzes (SuG) Rechnung.*

# 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. 1927 erliess das Parlament mit dem Bundesbeschluss betreffend Subventionierung einer schweizerischen Zentrale für Handelsförderung (SZH)<sup>2</sup> eine neue Grundlage, die später durch das Bundesgesetz vom 6. Oktober 1989<sup>3</sup> über eine Finanzhilfe an die Schweizerische Zentrale für Handelsförderung (OSEC) ergänzt wurde.

Mit der Botschaft vom 28. Februar 1994 für die Weiterführung der Finanzhilfe an die Schweizerische Zentrale für Handelsförderung (OSEC) und den Botschaften zum Voranschlag 1999 bzw. 2000 hat der Bundesrat eine Fortsetzung der Förderung bis zum 31. Dezember 2000 beantragt<sup>4</sup>. Die Bundesversammlung hat entsprechende Beschlüsse am 15. Dezember 1994<sup>5</sup> und am 16. Dezember 1998<sup>6</sup> verabschiedet. Danach ist für die Finanzhilfe an die OSEC in den Jahren 1995 bis 1998 ein Höchstbetrag von 40 Millionen Franken bewilligt worden. Eine weitere Kreditbewilligung von 12 Millionen Franken (1995–1998) betrifft die Finanzhilfe an andere Träger von Exportförderungsaktionen sowie an ausserordentliche und unvorhergesehene Aktionen. Für 1999 und 2000 hat das Parlament insgesamt weitere 25,2 Millionen Franken bewilligt.

Bei der Weiterführung der Exportförderung über das Jahr 2001 hinaus will der Bundesrat den veränderten wirtschaftlichen Rahmenbedingungen Rechnung tragen und einen Beitrag zur Verbesserung der Standortbedingungen leisten. Er legt seinem neuen Konzept drei Leitgedanken zu Grunde:

- Er will die im Bereich der Exportförderung eingesetzten Bundesmittel konzentrieren.
- Er will die Exportförderung auf die wesentlichen Aufgaben fokussieren.
- Er will die Massnahmen des Bundes auch in diesem Bereich besser koordinieren.

Der Bundesrat will die Mittel zur Exportförderung konzentriert und wirkungsorientiert einsetzen. Mit einem Leistungsvertrag soll die Verantwortung für die operative Umsetzung der Exportförderung einer ausserhalb der Verwaltung stehenden Organisation übertragen werden. Auf diese Weise wird einerseits die unzweckmässige Streuung der Mittel durch Einzelfallsubventionen vermieden. Andererseits liegt es eindeutig im Interesse der exportierenden Firmen, auf Wunsch alle Auskunfts- und Beratungsbedürfnisse bei einer einzigen Anlaufstelle zu erhalten.

1 AS 24 559; Botschaft, BBl 1907 56 ff.

2 SR 946.14; Botschaft, BBl 1926 II 838 ff.

3 SR 946.15; Botschaft, BBl 1989 I 85 ff.

4 BBl 1994 II 747 ff.

5 BBl 1995 I 13

6 BBl 1999 225

Steuergelder sollen nur noch für die Koordination und für Aufgaben mit gemeinwirtschaftlichem Charakter eingesetzt werden. Letztere sind Leistungen, die sonst der Bund erbringen müsste. Dafür sollen bedeutend mehr Firmen als heute und namentlich KMU von diesen Leistungen profitieren. Konkret geht es um die Beschaffung von Informationen, Beratungsleistungen und Massnahmen im Auslandmarketing. Das einzelne Unternehmen wird sie in der Regel nicht erbringen, weil ihm daraus Kosten erwachsen, die in keinem Verhältnis zu allenfalls resultierenden Vorteilen stünden. Solche Dienstleistungen werden daher grösstenteils durch den Bund finanziert. Unternehmen oder Branchen, die solche Leistungen nicht in der standardisierten Form, sondern individuell aufbereitet beanspruchen (z. B. in Form von Beratung oder telefonischen Auskünfte in einem Call-Center), haben dafür ein dem Aufwand angemessenes Entgelt zu entrichten.

In der Bundesverwaltung soll eine Verwaltungseinheit die Koordination der Exportförderungsmassnahmen wahrnehmen. Dies gilt namentlich in Bezug auf die Förderungsmittel für den Export landwirtschaftlicher Produkte (Art. 12 Landwirtschaftsgesetz<sup>7</sup>) oder die Massnahmen zur Förderung der Umwelttechnologie (Art. 49 Abs. 3 des Umweltschutzgesetzes<sup>8</sup>). Sie dient dem Informationsaustausch und der Suche nach Synergien unter allen Beteiligten, mit dem Ziel, die Bundesmittel optimal zum Einsatz zu bringen. Die materielle Verantwortung der einzelnen Verwaltungsstellen für spezifische Massnahmen wird davon nicht betroffen.

Schliesslich will der Bundesrat, wie bereits in den Erläuterungen zum Gesetzesentwurf der Vernehmlassung angekündigt, die Rechtsgrundlage für die Exportförderung mit den Grundsätzen des Subventionsgesetzes in Übereinstimmung bringen.

## **1.2 Bedeutung der Exportförderung**

### **1.2.1 Die Exportabhängigkeit der Schweiz**

Die Schweiz ist eng mit den europäischen und globalen Märkten verflochten. Mit einem Güterexportvolumen von 110 Milliarden Franken belegt unser Land im Jahr 1997 weltweit den 12. Rang und bei den Dienstleistungen mit einem Wert von 31 Milliarden Franken den 14. Rang. Bei den Exporten pro Einwohner nimmt die Schweiz den vierten Rang ein hinter Singapur, Hongkong und Belgien. Gemessen am Bruttoinlandprodukt machen die Exporte von Gütern und Dienstleistungen einen Anteil von 40 Prozent aus (1998). Direkt und indirekt hängt rund die Hälfte unseres Einkommens von der Aussenwirtschaft ab.

### **1.2.2 Exportförderung und wirtschaftliche Rahmenbedingungen**

Exportförderung ist Teil der Wirtschaftspolitik. Sie hilft, neue Absatzmöglichkeiten im Ausland zu ermitteln und wahrzunehmen. Damit leistet sie, subsidiär zu den Eigenleistungen der Exportwirtschaft, einen Beitrag zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit inländischer Unternehmen.

<sup>7</sup> SR 910.1

<sup>8</sup> SR 814.01

Die Verfassung beauftragt Bund und Kantone, mit der Wirtschaftspolitik für günstige Rahmenbedingungen zu sorgen. Dazu gehören eine leistungsfähige Infrastruktur, ein gutes Bildungssystem, ein günstiges Umfeld für Forschung und Entwicklung, ein gut funktionierender Arbeitsmarkt, eine tragfähige Sozialpartnerschaft, Geldwertstabilität, günstige Finanzierungsbedingungen und eine vergleichsweise mässige Steuerbelastung. Es geht aber nicht nur um binnenwirtschaftliche Rahmenbedingungen. Für die Schweiz sind die Auslandmärkte und damit die grenzüberschreitende Zusammenarbeit von grösster Bedeutung. Unsere Wirtschaftspolitik ist daher bestrebt, Rahmenbedingungen zu fördern, die langfristig für die Entwicklung einer innovationsfähigen, wettbewerbsorientierten und Arbeitsplätze schaffenden Wirtschaft erforderlich sind. Diese Ziele werden in internationalen Organisationen, wie namentlich der Welthandelsorganisation (WTO), der OECD, dem Internationalen Währungsfonds (IWF) und der Weltbank, aber auch in Verhandlungen mit der Europäischen Union sowie mit anderen Ländergruppierungen und mit einzelnen Ländern verwirklicht.

Die Fortführung der staatlich unterstützten Exportförderung zählt zu den Massnahmen, die zu günstigen Rahmenbedingungen beitragen. Dabei wird das staatliche Handeln hier immer nur Ergänzung zur privaten Initiative sein. Der Staat kann und darf den Unternehmen die Aufgabe nicht abnehmen, Exportchancen einzuschätzen und wahrzunehmen. Entscheide über Investitionen und Marktbearbeitung sind Sache der Unternehmer.

### **1.2.3 Exportförderung als Bundesaufgabe**

In den letzten 90 Jahren erfuhr die vom Bund unterstützte Exportförderung mancherlei Wandlungen, ohne je in Frage gestellt worden zu sein. Diese Kontinuität erklärt sich einmal aus der Bedeutung der Exportwirtschaft für das Wohlergehen des Landes. Sie gründet aber auch auf der Einsicht, dass die Unterstützung der Exportwirtschaft seitens des Bundes zusätzliche Chancen eröffnen kann. Die Bundesförderung ermöglicht Dienstleistungen in den Bereichen Information, Beratung und Auslandmarketing, die sonst nicht angeboten würden, weil sie für das einzelne Exportunternehmen nicht direkt messbare Vorteile bringen. Im gesamtwirtschaftlichen Interesse rechtfertigen sich diese Leistungen, welche die Basis der schweizerischen Exportwirtschaft erweitern und festigen. Bessere Kenntnisse der Exportmärkte und ihrer Entwicklungsmöglichkeiten begünstigen die Produkteinnovation.

Vor allem jungen sowie kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) kann auf diese Weise geholfen werden, die oft erfolgsentscheidende Exportaktivität zu entwickeln und neue Märkte zu erschliessen. Die Schwelle der prohibitiven Kosten ist bei KMU schneller erreicht als bei grösseren und etablierten Unternehmen.

Zudem leistet die Exportförderung einen Beitrag zur Verbesserung der Standortqualitäten der Schweiz, weil das Engagement des Staates in diesem Bereich bei Investitionsentscheiden der exportierenden Unternehmen mit berücksichtigt wird.

Schliesslich sei auch auf die Tätigkeit anderer Länder im Bereich der Exportförderung hingewiesen. Grundsätzlich wenden die anderen OECD-Staaten erheblich mehr für Exportförderung auf als die Schweiz. Ein Vergleich der European Trade Promotion Organisation (ETPO) für 1999 zeigt, dass beispielsweise Deutschland die Exporte mit 63 Millionen fördert (mit Zuschüssen auf Länderebene rund 260 Mio. DM), Frankreich mit 359 Millionen (inkl. Kosten des Aussennetzes) oder Gross-

britannien mit 353 Millionen (inkl. Kosten des Aussennetzes). Aber auch Staaten wie Ungarn mit 12 Millionen , Portugal mit 130 Millionen oder die Niederlande mit 28 Millionen setzen bedeutend mehr Mittel ein als die Schweiz mit 7,5 Millionen . Während jedoch für die Schweiz dieser Betrag auch die Kosten von Infrastruktur und Personal der Exportförderungs-Organisation umfasst, sind diese Kosten bei den oben aufgeführten Vergleichsländern nicht aufgeführt. Einzig Dänemark kommt bei einer vergleichbaren Berechnung der staatlichen Zuschüsse auf eine allerdings stattliche Summe von 41 Millionen für 1999. Mit diesen und anderen Ländern gleichzuziehen kann schon nur aus Gründen der Staatsquote nicht unser Ziel sein.

### **1.3 Exportförderung heute**

#### **1.3.1 Die Schweizerische Zentrale für Handelsförderung (OSEC)**

Die Schweizerische Zentrale für Handelsförderung wurde 1927 als Zusammenschluss dreier privater Förderungsinstitutionen (Schweizerische Zentrale für das Ausstellungswesen, Schweizerischer Nachweisdienst für Bezug und Absatz von Waren, Bureau industriel) als Verein im Sinne von Artikel 60 ff. Zivilgesetzbuch (ZGB; SR 210) gegründet. Seither unterstützt der Bund Tätigkeiten der OSEC. Im Gegenzug verlangt er die kontinuierliche Aufrechterhaltung eines Dienstleistungsangebots. Wie der Bundesrat bereits in seiner Botschaft vom 20. Dezember 1926 betreffend Subventionierung einer schweizerischen Zentrale für Handelsförderung<sup>9</sup> feststellte, erbringt die OSEC Leistungen, die sonst durch den Bund erbracht werden müssten. Die Begründung und Berechtigung des jährlichen Bundesbeitrages an die OSEC liegt im öffentlichen Interesse an der Erfüllung dieser Aufgaben.

Der OSEC gehören heute knapp 2000 Mitglieder an. Entsprechend der Struktur der schweizerischen Wirtschaft bilden kleine und mittlere Unternehmen (KMU) mit rund 90 Prozent die überwiegende Mehrheit der Mitglieder. Die Mitglieder stammen aus allen Branchen. Drei Prozent sind im Tessin, 19 Prozent in der Westschweiz und 78 Prozent in der Deutschschweiz angesiedelt. Traditionell stammt die Mehrheit der Mitglieder aus den Bereichen Metall- und Maschinenindustrie, Produktionsanlagen, Chemische Erzeugnisse, Konsumgüter, Bauindustrie/Baumaschinen usw. Auch der Dienstleistungssektor nimmt eine zunehmend wichtige Rolle ein.

Die OSEC führt heute je einen Geschäftssitz in Zürich und Lausanne und verfügt über eine Vertretung bei der Tessiner Handelskammer in Lugano. Insgesamt beschäftigt sie 114 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auf 105 Personalpositionen. Der Betriebsaufwand betrug 1998 rund 28 Millionen Franken, wobei der Bund, inklusive Importförderung zu Gunsten der Entwicklungs- und Transitionsländer und des Euro Info Center (EIC), rund 16 Millionen Franken und die Mitglieder rund 2 Millionen Franken beisteuerten. Rund 10 Millionen werden von der OSEC durch den Verkauf von Dienstleistungen erwirtschaftet.

Die Aufsicht über die OSEC obliegt einer Kommission mit 12 bis 15 Mitgliedern, von denen zwei bis drei durch den Bundesrat bezeichnet werden, darunter von Amtes wegen der Staatssekretär für Wirtschaft.

<sup>9</sup> BBl 1926 II 925

Die OSEC stellt den Schweizer Exporteuren Informationen und Beratung über Auslandsmärkte zur Verfügung, informiert über die Schweizer Exportwirtschaft, vermittelt Geschäftsmöglichkeiten und Geschäftspartner, organisiert Veranstaltungen im Ausland, fördert den Handel zu Gunsten von Entwicklungs- und Transitionsländern, besorgt das (EIC) und führt Gastsekretariate für Handelskammern.

### **1.3.2 Das EDA, die schweizerischen Botschaften und Konsulate und die Auslandshandelskammern**

Die Botschaften und Konsulate sind wesentliche Bestandteile des Dispositivs zur Aussenwirtschaftsförderung, indem sie vor Ort zur Verbesserung der Rahmenbedingungen für schweizerische Exportfirmen beitragen. Sie berichten über wirtschaftliche Fragen. Sie beschaffen und bewerten Informationen über Exportmöglichkeiten, Vertriebskanäle und Marktzutrittsbedingungen. Sie helfen bei der Lösung handelspolitischer Probleme mit. Sie erbringen für Exporteure Türöffnerdienste gegenüber offiziellen Stellen und vermitteln Kontakte zu Wirtschaftsvertretern und Multiplikatoren. Sie unterstützen besondere Aktionen vor Ort (z.B. Messen).

Das Eidgenössische Departement für auswärtige Angelegenheiten (EDA) unterstützt die Aussenwirtschaftsförderung mit versetzbarem und lokalem Personal und stellt die dafür benötigte Infrastruktur zur Verfügung.

Die Handelsdienste der Aussenvertretungen werden durch versetzbares Personal geleitet. In wichtigen Märkten werden sie durch lokale Handelsmitarbeiter unterstützt. Diese vor Ort rekrutierten Fachkräfte sind mit Sprache und lokalen Verhältnissen vertraut und erfüllen dadurch eine Brückenfunktion zu Gunsten unserer Exportwirtschaft. Zur Zeit sind rund 50 lokale Handelsmitarbeiter im Einsatz, die periodisch zur Aus- und Weiterbildung sowie zur Kontaktpflege mit unserer Wirtschaft in die Schweiz kommen. Die Anwesenheit von Schweizer Auslandsvertretern und von Handelsmitarbeitern wird von der OSEC für die Organisation persönlicher Kontakte mit Firmenvertretern genutzt.

Die schweizerischen Handelskammern im Ausland sind häufig durch Schweizer Unternehmen in Ländern gegründet worden, wo die Präsenz unseres Landes gering war. Sie ergänzen das Dienstleistungsangebot unserer Aussenvertretungen zu Gunsten der Schweizer Exportwirtschaft und leisten dank ihrer Marktnähe und langjährig gewachsener Beziehungsnetze zur Wirtschaft in den Gastländern einen namhaften Beitrag zur Förderung der Exporte. Die Aussenvertretungen können Aufgaben an die Handelskammern delegieren, die für die Übernahme dieser Aufgaben vom Bund entschädigt werden.

### **1.3.3 Wirtschaftsverbände, Branchenorganisationen und weitere Akteure der Exportförderung**

Viele Wirtschaftsverbände und Branchenorganisationen spielen in der Exportförderung traditionellerweise eine wichtige Rolle. Weil die Veränderung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen zu einer allmählichen Verwischung von Binnen- und Aussenwirtschaftspolitik führt, ist das Engagement solcher Vereinigungen, zu denen neben den kantonalen Handelskammern unter anderen auch Verbände wie der VORORT, SWISSMEM, der Textilverband Schweiz, die SGCI, die Fédération hor-

logère (FH), die FIAL und Swiss Export gehören, stark angestiegen. Die 1989 eingeführte Finanzhilfe für Exportförderungsaktionen von nicht gewinnorientierten Organisationen hat diese Tendenz ermutigt. Nicht zu vergessen sind schliesslich die bilateralen Handelskammern als eigentliche Mittler zwischen der Schweiz und dem jeweiligen Zielland.

## **1.4 Ergebnisse des Vorverfahrens**

### **1.4.1 Ergebnis**

Die Vernehmlassung zum Gesetz über die Förderung des Aussenhandels wurde am 30. September 1997 abgeschlossen. Begrüsst wurden die Kantone, die politischen Parteien, die interessierten Verbände sowie die Sozialpartner. Alle eingegangenen Antworten befürworten eine staatliche Exportförderung, die subsidiär bei unternehmerischer Eigeninitiative zum Tragen kommt, und sprechen sich für eine neue Rechtsgrundlage aus.

Der Bundesrat hatte für die Weiterführung der Exportförderung drei Varianten geprüft, nämlich eine reine Auftragslösung mit Abgeltungen und eine reine Förderungslösung mit Finanzhilfen sowie eine Zwischenlösung. Mit der vom Bundesrat vorgeschlagenen Zwischenlösung waren 17 Kantone (BE, LU, UR, SZ, NW, OW, GL, ZG, BS, BL, SH, AI, AR, SG, TG, TI, JU) sowie die CVP einverstanden. Änderungen wünschten 8 Kantone (ZH, FR, SO, GR, AG, VD, NE, GE), die FDP, die SVP, die LPS, der Vorort, der Gewerbeverband und der Bauernverband. Der Kanton Zürich und die FDP beantragten, dass die Exportförderung nicht auf der Grundlage des Subventionsgesetzes, sondern durch New Public Management (NPM) geregelt werde. Mehrere Stellungnahmen lehnen eigene Massnahmen des Bundes, die ohne klar artikulierte Bedürfnisse der betroffenen Wirtschaftskreise erfolgen würden, klar ab. Die SP machte ihre Zustimmung zur Neuregelung abhängig von einer weiteren Konkretisierung der vorgesehenen Neuerungen und bedauerte, dass die Vernehmlassung vor Abschluss einer externen Evaluation der Exportförderung durchgeführt wurde. Letzteres war auch die Auffassung des Schweizerischen Gewerkschaftsbundes. Der Kanton Graubünden, die FDP und die CVP wünschten auch bundesintern eine bessere Koordination der Massnahmen der Exportförderung. In diesem Zusammenhang wurde angeregt, auch andere aussenwirtschaftsrelevante Förderungsmassnahmen (Tourismus, Standortförderung, Direktinvestitionen im Ausland) miteinzubeziehen und eine einzige Verwaltungseinheit als Ansprechpartner für alle Fragen der Exportförderung zu bestimmen. Der schweizerische Bauernverband wünscht, dass auch der Exportförderung landwirtschaftlicher Erzeugnisse die nötige Beachtung geschenkt werde.

### **1.4.2 Grundsätzliche Einzelfragen**

Mehrere Stellungnahmen, darunter praktisch alle aus der Romandie, verlangten, dass die staatliche Exportförderung den Bedürfnissen der KMU besser und vermehrt Rechnung tragen müsse. Den KMU falle es auf Grund ihrer beschränkten Mittel besonders schwer, ausländische Märkte nur aus eigener Kraft zu bearbeiten. Angeregt wurde in diesem Zusammenhang vor allem der erleichterte Zugang und ein erhöhter Bekanntheitsgrad von Exportförderungsdiensten, ihre bessere regionale Veranke-



rung sowie eine substanzielle Kostenreduktion der staatlich subventionierten Exportförderung, insbesondere der Informationen über Regulierungen, Finanzierungsbedingungen und andere absatzrelevante Besonderheiten des jeweiligen Auslandmarktes sowie bei Messebeteiligungen und bei der Geschäftspartnervermittlung.

Verlangt wurde des Weiteren, dass Subventionen für Exportförderung nur auf Grund klarer Vorgaben gewährt würden und dass der Bund deren Einhaltung überwachen müsse. Gefordert wurde insbesondere, dass die Subventionsbedingungen zwischen Bund und Subventionsempfänger vertraglich festzulegen seien und dass die diesbezüglichen Bedingungen in der Botschaft darzustellen seien.

Aus der Vernehmlassung geht der Wunsch hervor, die OSEC auch weiterhin mit der Exportförderung zu betrauen. Für diese Weiterführung wurden jedoch Korrekturen gewünscht. Diese betreffen insbesondere die bis anhin ungenügende Ergebnisorientiertheit und Wirkungskontrolle der OSEC. Zudem wurde verlangt, dass die OSEC die gemeinwirtschaftlichen und privatwirtschaftlichen Tätigkeiten entflechten müsse. Auch eine vom Bund 1997 in Auftrag gegebene Evaluationsstudie bestätigt die Richtigkeit dieser Kritik.

### **1.4.3 Änderungen gegenüber dem Vorentwurf**

Auf Grund der eingegangenen Stellungnahmen und zwischenzeitlich eingetretenen Entwicklungen will der Bund auf eigene Massnahmen aus den unter diesem Gesetz zur Verfügung gestellten Mitteln zur operationellen Exportförderung verzichten. Der Einsatz der Botschaften und Konsulate fällt nicht unter diese Einschränkung. Ferner soll die Exportförderung in Anlehnung an das NPM-Konzept an einen Dritten delegiert werden. Entsprechend wird der Einsatzbereich der Fördermassnahmen in Artikel 2 an die Erfordernisse des veränderten Konzepts angepasst.

## **1.5 Neues Exportförderungskonzept**

Das neue Exportförderungskonzept richtet sich an den Bedürfnissen der Exportwirtschaft aus und konzentriert sich auf die Kernbereiche Information (vgl. Ziff. 1.5.1.1), Beratung (vgl. Ziff. 1.5.1.2) und Auslandmarketing (vgl. Ziff. 1.5.1.3). Das Angebot zielt vor allem auf KMU, die zwar exportfähig, aber im Export unerfahren sind, und auf erfahrenen Exporteuren, die in neue Märkte vorstossen möchten. Der Bundesrat sorgt dafür, dass sich die Exportförderung des Bundes auf förderungswürdige Märkte konzentriert. Dort sollen in Ergänzung zu überall angebotenen Basisdienstleistungen mit Exportstützpunkten Schwerpunkte gesetzt werden. Die Auswahl dieser Stützpunkte richtet sich nach den Bedürfnissen der KMU. Es können zwei Anspruchsgruppen unterschieden werden: Eine erste Gruppe von vor allem exportunerfahrenen KMU wird die ersten Exporterfahrungen in «leichten» Märkten machen wollen, in denen die kulturellen, sprachlichen und institutionellen Hürden niedrig sind. Dazu zählen namentlich Nachbarstaaten und Staaten der EU. Eine zweite Gruppe von KMU exportiert in interessantere, aber auch schwierigere Wachstumsmärkte. Da sich die Welthandelsströme und die Wirtschaften der Zielmärkte ständig verändern, muss die Lage stetig neu beurteilt werden, woraus sich die Notwendigkeit ergibt, bei Einsatz und Gewichtung der Mittel eine gewisse Flexibilität walten zu lassen.

Mit der praktischen Durchführung der Exportförderung soll ein Dritter beauftragt werden. Dieser Exportförderer (vgl. Ziff. 1.5.2) stellt die vom Staat finanzierten Dienstleistungen sicher und koordiniert die Exportförderaktivitäten eines operationellen Netzwerkes, das in der Schweiz aus firmennahen Exportberatern (Innennetz, vgl. Ziff. 1.5.3) und den in Auslandsmärkten selbst situierten Exportstützpunkten (Aussennetz, vgl. Ziff. 1.5.4) besteht. Zielsetzung, Strategiefestlegung und Aufsicht verbleiben beim Bund.

## **1.5.1 Instrumente der Exportförderung**

### **1.5.1.1 Information**

Laufende, aktuelle Informationen über die Entwicklung der Märkte sind für die strategische Planung der Unternehmen von entscheidender Bedeutung. Sie dienen nicht nur der Erarbeitung von Marketingstrategien, sondern nützen auch bei der Einschätzung der eigenen Wettbewerbsposition und ihrer Entwicklungsmöglichkeiten. Auch tragen Informationen allgemeiner Art über Branchen und den Exportstandort Schweiz sowie detaillierte Auskünfte über Bezugsquellen für bestimmte Schweizer Produkte und Dienstleistungen oder über Schweizer Firmen zur Verbesserung der Absatzchancen bei.

Der Exportförderer (vgl. Ziff. 1.5.2) wird die Aufgabe haben, über eine zentrale Stelle qualitativ hochstehende, aktuelle Informationen über Exportmöglichkeiten in den wesentlichen Märkten einfach und schnell abzugeben. Weil die Zukunft der Informationsvermittlung in den elektronischen Medien stattfindet, dürfte das Internet in den nächsten Jahren die gedruckte Information zunehmend ersetzen. Zudem bieten bereits heute staatliche, parastaatliche, multilaterale und private Informationsdienste umfassende Informationen auf dem Internet an. Dieses Angebot nimmt rasant zu. Der Exportförderer wird die sich bietenden Möglichkeiten nutzen und u.a. eine leistungsfähige Webseite entwickeln. Diese Informationsquelle steht Schweizer Unternehmen, den Exportberatern im Inland (Handelskammern, Verbänden usw.) und den Exportstützpunkten im Ausland (Botschaften, Konsulate, schweizerische Auslandshandelskammern) zur Verfügung. Weil die Informationen über eine Webseite im Internet abgerufen werden können, sollen Printmedien nur noch wo unbedingt nötig angeboten werden. Der Exportförderer wird die für das Ermitteln und Wahrnehmen von Exportchancen wichtigen Informationen sammeln, sichten, aufbereiten, beurteilen und aktualisieren. Dabei wird er sich im Wesentlichen auf die Netzwerkfunktion und die Qualitätssicherung konzentrieren und wo möglich mittels Partnerschaften Synergien nutzen. Dies gilt in Ergänzung zu Informationen über Auslandsmärkte namentlich für branchenbezogene oder thematische Informationen.

Die Kosten dieser gemeinwirtschaftlichen Leistungen trägt der Bund. Dies rechtfertigt sich, weil der Exportförderer an sich erhältliche Informationen aus verschiedensten Quellen aufbereitet, aktualisiert und bewertet und als öffentliches Gut wieder zur Verfügung stellt. Er schafft damit einen Mehrwert, der allen Firmen und damit letztlich der ganzen Volkswirtschaft zugute kommt. Der Information kommt in diesem Sinne auch eine Schlüsselrolle zu, um mit den Leistungen der Exportförderung eine bedeutend grössere Zahl von KMU als heute erreichen zu können. Nur wo das Zur-

verfügungstellen von Informationen individuellen Charakter haben wird (z.B. Call-Center), wird dafür ein dem Aufwand angemessenes Entgelt verlangt.

### **1.5.1.2 Beratung**

Neben Informationen über die Exportmärkte sollen die Unternehmen bei der Beurteilung ihrer Exportchancen auch auf eine kompetente Beratung zählen können. Diese soll insbesondere den Bedürfnissen vom KMU Rechnung tragen.

Die Beratung soll die beste Lösung von exportbezogenen Problemen evaluieren und vermitteln. Weiter soll sie Schweizer Firmen in der kürzest möglichen Zeit bei der Optimierung vorhandener Chancen unterstützen. In einem ersten Schritt werden über ein Call-Center spezifische Firmenanfragen wenn möglich direkt gelöst. Die Bedürfnisse der Firma werden abgeklärt und allenfalls an kompetente Dritte verwiesen (z.B. Fachstellen wie ERG, EICS, SOFI usw.). In einem zweiten Schritt werden nicht spezifische Firmenanfragen wenn möglich strukturiert und das Exportprojekt grob beurteilt. Im Verlauf dieser Beratung wird das Unternehmen auch in seiner eigenen Beurteilung seiner Exportfähigkeit unterstützt. Schliesslich wird es in einem Massnahmenplan über mögliche Zielmärkte mit den besten Marktchancen sowie Optionen für das weitere Vorgehen informiert und zur vertieften Beratung an eine spezialisierte Beratungsfirma im In- oder Ausland weiter vermittelt. Der Bund fördert also lediglich eine individuelle Erstberatung und wird für die Vermittlung an private Berater und Exportförderer Partnerschaften aufbauen. Als Exportberater (vgl. Ziff. 1.5.3) sollen nicht nur MitarbeiterInnen des Exportförderers tätig sein, sondern auch die den einzelnen Unternehmen oft näherstehenden Verbände oder Handelskammern. Im Rahmen der Beratung kommt auch der Netzwerkfunktion der Auslandsvertretungen eine wichtige Rolle zu.

Da diese Dienstleistung jeweils nur einem einzigen Nutzniesser zugute kommt, wird für die Beratungszeit ein Entgelt verrechnet, während der Bund sich an den Bereitstellungskosten beteiligt. Diese Förderung rechtfertigt sich, weil damit die Erschliessung neuer Märkte namentlich für KMU erleichtert und die Auslandspräsenz der schweizerischen Wirtschaft weiter diversifiziert und verstärkt wird. Damit die staatlich subventionierte Beratung nicht zu einer Verfälschung des Wettbewerbs führt, ist sie in engen Grenzen zu halten. Daher wird beispielsweise die spezifische Markteinführung, der ein kommerzieller Charakter zukommt, nicht mehr gefördert.

### **1.5.1.3 Auslandmarketing**

Gezielte Aktionen im Ausland, mit denen die Absatzbemühungen der Unternehmen wirksam flankiert werden, haben trotz veränderter weltwirtschaftlicher Rahmenbedingungen nichts von ihrer Bedeutung eingebüsst. Zu den Massnahmen des Auslandmarketings zählen Exportdatenbanken für den Bezugsnachweis, die eigentliche Promotion des Exportlandes Schweiz (z.B. mit dem Logo «Switzerland»), die Präsentation der Schweiz im Ausland (namentlich in Messen) und schliesslich wirtschaftsdiplomatische Massnahmen (z. B. gemischte Wirtschaftsdelegationen, Türöffnerdienste). Messen und Ausstellungen tragen zum Erfolg der Absatzbemühungen einer Firma bei.

Das Auslandmarketing rechtfertigt sich durch das gemeinwirtschaftliche Interesse an solchen Leistungen. Auch heute spielt bei vielen Produkten und Dienstleistungen die Herkunft eine wichtige Rolle. Mit dem Herkunftsland verbindet der Käufer häufig die Vorstellung bestimmter Eigenschaften, die seinen Kaufentscheid beeinflussen. Alle Länder werben deshalb durch Publikationen, in Medien, an Messen, durch Delegationsreisen und andere Veranstaltungen für die Leistungen ihrer Exportwirtschaft. Unsere Aktivitäten in diesem Bereich sind vergleichsweise bescheiden (vgl. Ziff. 1.2.3) und sollen nach Möglichkeit im heutigen Rahmen weitergeführt werden. Bei all diesen Bemühungen wirkt der Exportförderer in erster Linie als Koordinator und wird für deren Umsetzung nur subsidiär tätig.

## **1.5.2 Der Exportförderer**

Die gewandelten Rahmenbedingungen bedingen nicht nur eine Fokussierung im Bereich der Instrumente, sondern erfordern auch eine Anpassung unseres heutigen Exportförderungssystems (vgl. Ziff. 1.3). Weil es immer schwieriger wird zwischen Aussen- und Binnenwirtschaftspolitik zu unterscheiden, haben sich auch die traditionell gewachsenen Rollen der einzelnen Träger der Exportförderung verwischt. Dabei erschwert die heute praktizierte, sich an traditionellen Schlüsseln ausrichtende Verteilung der Bundesmittel den Übergang zu neuen Formen des Zusammenwirkens unter den einzelnen Akteuren.

Derzeit erhält die OSEC eine jährliche Finanzhilfe von höchstens 45 Prozent ihrer Gesamtaufwendungen (Art. 1 Abs. 1 des Bundesgesetzes über die OSEC). Das Deckungsbeitragsprinzip wird in Weisungen für die einzelnen Exportförderinstrumente präzisiert. Dies führte dazu, dass sich die OSEC auf Bereiche konzentriert, in denen sie die meisten Mittel erwirtschaftet. Damit gerät sie in einigen Fällen in Konkurrenz zu privaten Anbietern. Zudem eignet sich das Deckungsbeitragsprinzip nicht zur Messung der Effizienz des Exportförderers. Sein Zweck ist ja nicht ein möglichst unternehmerisches Verhalten, sondern die kundenorientierte Vermittlung gemeinwirtschaftlicher Dienstleistungen.

Der Bundesrat will dieses nicht mehr zeitgemässe System durch eine Steuerung über Leistungsvertrag ersetzen. Zentraler Punkt der Revision ist damit die Konzentration der in der Schweiz für die Belange der Exportförderung ausgegebenen Mittel bei einer ausserhalb der Verwaltung stehenden Organisation, der die Resultateverantwortung übertragen wird, und die dafür einen jährlich wiederkehrenden Globalbeitrag erhält. Mittels eines jährlich zu überprüfenden Leistungsvertrags wird festgelegt, dass der Exportförderer nur noch Leistungen erbringt, für die ein nachgewiesenes Bedürfnis der Wirtschaft, aber kein entsprechendes Angebot von Privaten besteht. Der Vertrag wird diese Leistungen definieren und dem Exportförderer vier Grundprinzipien für seine Tätigkeit vorschreiben:

- Subsidiarität zu den Anstrengungen der Privatwirtschaft.
- Kooperation und Nutzung von Synergien statt Konkurrenz: der Exportförderer arbeitet im Netzwerk und kooperiert offen mit allen kompetenten und interessierten Partnern im Innen- und Aussennetz (vgl. Ziff. 1.5.3 und 1.5.4).
- Koordination, Förderung und Vermittlung von Dienstleistungen stehen im Vordergrund. Zur Erfüllung seiner Aufgaben zieht er wenn immer möglich kompetente Leistungserbringer von aussen bei.

- Zielorientierung und Effizienz: der Exportförderer setzt die beschränkten zur Verfügung stehenden Mittel effizient, effektiv und zielorientiert ein.

Im Leistungsvertrag mit dem Exportförderer wird das Staatssekretariat für Wirtschaft (seco) definieren, welche Ergebnisse der Exportförderer bis wann erbringen muss. Heute wird insgesamt rund die Hälfte der Mittel im Auslandmarketing eingesetzt, während Information und Beratung weniger stark gewichtet sind. Um in Zukunft bedeutend mehr Firmen in ihren Exportanstrengungen unterstützen zu können, müssen die Leistungen in der Information und in der Beratung deutlich verstärkt werden (vgl. Tabelle Ziff. 3.1.1). Letztlich sollten aus heutiger Sicht die Mittel in etwa gleichgewichtig auf die drei Instrumente Information, Beratung und Auslandmarketing verteilt werden. Das seco wird durch geeignetes Controlling feststellen, ob die im Leistungsvertrag festgeschriebenen Ergebnisse erreicht worden sind. Es wird auch darum gehen, Indikatoren für die Leistungserfüllung aufzustellen. Dazu zählt die Anzahl Kunden und ihr Zufriedenheitsgrad oder die Anzahl vermittelter Informationen und Kontakte. Mit dem Leistungsvertrag wird die operationelle Verantwortung des Exportförderer klar von der zielsetzenden und kontrollierenden Verantwortung des Bundes abgegrenzt. Dabei wird der Exportförderer auch die Aufgabe übertragen erhalten, das operationelle Netzwerk von Exportberatern (vgl. Ziff. 1.5.3) und Exportstützpunkten (vgl. Ziff. 1.5.4) zu koordinieren.

Sich verändernde Bedürfnisse und Rahmenbedingungen werden Verschiebungen der Aufgabengewichtung erfordern. Es wird daher notwendig sein, Strategie und Ergebnissvorgaben der Exportförderung in regelmässigen Abständen zu überprüfen und anzupassen. Die Verantwortung dafür obliegt dem seco. Es wird sich dabei mit dem Eidgenössischen Departement für auswärtige Angelegenheiten absprechen und wo nötig auch mit anderen Bundesstellen Rücksprache nehmen. Zudem werden Vertreter der Unternehmerschaft und der Verbände in einem geeigneten Rahmen konsultiert.

Aus heutiger Sicht dürfte in erster Linie die OSEC als Exportförderer in Frage kommen. Sie verfügt über die nötigen Kenntnisse und Ressourcen, um den Exportförderungsauftrag des seco zu erfüllen. Sie ist aber nicht die einzige mögliche Auftragnehmerin. Zudem darf nicht übersehen werden, dass die OSEC zur Übernahme eines solchen Auftrags einer grundlegenden Neuausrichtung zustimmen müsste. Es wird darum gehen, ein neues Leitbild zu entwickeln und jene Bereiche auszugliedern, in denen die heutige OSEC nicht nur Förderer, sondern auch Akteur und damit Konkurrent kommerzieller Exportförderangebote ist. Dazu zählt beispielsweise das Messewesen.

### **1.5.3 Das Innennetz der Exportberater**

Wer von den Beratungsdiensten (vgl. Ziff. 1.5.1.2) Gebrauch machen will, wendet sich entweder direkt an den Exportförderer oder an eine der regionalen bzw. branchenspezifischen Anlaufstellen. Auf diese Weise soll im Interesse der KMU eine möglichst grosse Firmennähe der Exportberater erreicht werden.

Es wird aber nicht darum gehen, eine neue Organisation zu schaffen, sondern es sollen Handelskammern sowie Verbände zur Zusammenarbeit mit dem Exportförderer ermutigt werden. Diese Partner des Innennetzes sind Anlaufstellen für die Unternehmen. Sie unterhalten «Call-Centers», deren Aufgabe die Triage der Anfragen ist. Eigentliche Exportberatungsleistungen sollen darüber hinaus namentlich in der Ro-

mandie und im Tessin angeboten werden, aber auch bei geeigneten Fachverbänden möglich sein. Der Exportförderer ist im Rahmen der Partnerschaften verantwortlich für die Ausbildung und Qualitätskontrolle und stellt neben einem jeweils in einem Leistungsvertrag zu definierenden Entgelt seine Informationsplattform zur Verfügung. Diese Lösung ist für alle Beteiligten vorteilhaft: Der Exporteur findet eine regionale oder besonders branchenkundige Anlaufstelle oder Erstberatung. Verbände bzw. Handelskammern können ihren Mitgliedern zusätzliche hochwertige Dienstleistungen anbieten und der Exportförderer kann Synergien und Kenntnisse der Handelskammern und Verbände im Interesse der Sache nutzen und koordinieren.

#### **1.5.4 Das Aussenetz der Exportstützpunkte**

Schweizer Exporteure können auch im Exportmarkt auf aktive Unterstützung zählen. Weil unsere Aussenwirtschaftspolitik universell ist, sind alle Schweizer Auslandsvertretungen weiterhin gehalten, unsere Exportinteressen zu fördern (vgl. Ziff. 1.3.2). Diese gut funktionierende Unterstützung wird in einer Anzahl von prioritären Märkten durch zusätzliche Dienstleistungen ergänzt. In diesen Märkten werden Exportstützpunkte eingerichtet.

Zur Stärkung der Zusammenarbeit zwischen Exportförderer und den Exportstützpunkten werden die Aufgaben jedes Exportstützpunktes in einer Leistungsvereinbarung mit dem Exportförderer geregelt. Dem Exportstützpunkt wird darin die proaktive Förderung von Schweizer Exportinteressen übertragen. Die MitarbeiterInnen des Exportstützpunktes unterstützen Schweizer Firmen und stellen ihnen ein gezielt aufgebautes Netzwerk von Kontakten zur Verfügung. Sie übernehmen Mandate im Auslandmarketing und verstärken dieses mit eigenen Ressourcen. Sie beantworten Anfragen über Schweizer Produkte und Dienstleistungen. Sie sammeln, aktualisieren und bewerten Informationen, die den Exporten nach ihrem Gastland förderlich sind. Solche Informationen, beispielsweise über öffentliche Ausschreibungen, über den Stand der Reglementierung oder über die den Handel interessierende Infrastruktur werden vom Exportstützpunkt zur Aktualisierung der Webseite des Exportförderers verwendet und stehen damit in der Schweiz praktisch zeitverzugslos zur Verfügung. Der Exportstützpunkt ist dem Exportförderer, der die Qualität der erbrachten Dienstleistungen hinsichtlich Zeitgerechtigkeit, Kundennutzen und Anzahl betreuter Kunden festlegt, resultateverantwortlich.

Exportstützpunkte werden in der Regel in einer Botschaft, einem Konsulat oder fallweise bei einer Schweizer Auslandhandelskammer eingerichtet. Bei der Standortwahl des Stützpunktes kommt der Nähe zu den Wirtschafts- und Handelszentren des Gastlandes besonderes Gewicht zu.

Die fachspezifische Ausbildung aller MitarbeiterInnen im Aussenetz im Bereich der Exportförderung erhält einen noch grösseren Stellenwert. Sie soll dem Exportförderer übertragen werden, in enger Zusammenarbeit mit dem seco und dem EDA.

#### **1.6 Verhältnis zu anderen Förderungsmassnahmen**

Der Bundesrat beantragt bewusst ein Gesetz zur Förderung des Exports. Damit trägt er einerseits den in der Vernehmlassung geäusserten Anliegen Rechnung. Andererseits soll mit der Fokussierung auf die Exportförderung ein klares und resultatorien-

tiertes Konzept realisiert werden. Die Konzentration und Spezialisierung der Mittel auf operationeller Ebene führt zu einer verbesserten Wirkungsorientierung und Effizienz der Massnahme und erlaubt auch eine gezieltere Steuerung.

Benachbarte Instrumente in der Aussenwirtschaftsförderung haben zwar strategisch ähnliche übergeordnete Zielsetzungen. Operationell sind sie jedoch sehr spezifisch angelegt. Es ist nicht sinnvoll, all diese Instrumente in einer einzigen gesetzlichen Grundlage zu verankern. Die unterschiedliche operationelle Zielsetzung und die Notwendigkeit der Überprüfung der Wirksamkeit der Massnahmen rechtfertigt jeweils eine unterschiedliche spezifische Rechtsgrundlage.

Als benachbarte Instrumente zur Aussenwirtschaftsförderung können das Programm «Standort: Schweiz» (Information über den Wirtschaftsstandort Schweiz) sowie „Schweiz Tourismus,“ genannt werden. Beide Instrumente dienen einer unterschiedlichen Zielsetzung und sind auf klar definierte andere Zielgruppen ausgerichtet. Die finanziellen Instrumente zur Exportförderung (z.B. ERG) zielen in erster Linie darauf ab, durch die Übernahme von besonderen Risiken der Exportindustrie den Zugang zu Exportaufträgen zu erleichtern. Begünstigt werden unter bestimmten Voraussetzungen einzelne Transaktionen im Gegensatz zur operationellen Exportförderung, bei der es zunächst um mehr grundsätzliche und allgemeine Aspekte im Zusammenhang mit dem Export geht. Als weitere Instrumente des seco sind gewisse Instrumente unter der Osthilfe oder dem Rahmenkredit zur Entwicklungszusammenarbeit zu nennen (SOFI, SDFC<sup>10</sup>). Diese Instrumente sind jedoch im Ansatz nicht auf die Wettbewerbsfähigkeit unserer Wirtschaft ausgerichtet, sondern sind in den Grundsätzen der Entwicklungszusammenarbeit begründet.

Neben den erwähnten Instrumenten, die in den Zuständigkeitsbereich des seco fallen, bestehen weitere Fördermassnahmen, beispielsweise beim Export landwirtschaftlicher Produkte oder in den Bereichen der Umwelt- oder Energietechnologien. Als eigenständiges Instrument ist schliesslich auch die Koordinationskommission für die Präsenz der Schweiz im Ausland, resp. die vom Bundesrat beantragte Nachfolgeorganisation «Präsenz Schweiz» aufzuführen, die für die allgemeine Landeswerbung verantwortlich ist.

## **1.7 Koordination mit den anderen Fördermassnahmen im Aussenhandel**

Die Zahl der heute im Bund zur Aussenhandelsförderung eingesetzten Instrumente und deren Fokussierung bedingt eine verstärkte Koordination dieser Instrumente. Trotz der unterschiedlichen Ausrichtung von Export-, Import-, Standort- und Tourismusförderung mit ihren je eigenen Zielsetzungen und Interessengruppen sollen zwischen diesen Bereichen Synergien genutzt werden. Dies insbesondere, wenn Gemeinschaftsauftritte mehrerer Akteure machbar und sinnvoll sind und eine örtlich und zeitlich gebündelte Präsenz die Ausstrahlung und Nachhaltigkeit verstärkt. Das seco wird solche Synergien durch eine verbesserte Koordination aller Instrumente der Aussenhandelsförderung nutzen. Es wird hierfür einen geeigneten Rahmen schaffen, der eine enge Konsultation mit anderen Bundesstellen, den Verbänden und

<sup>10</sup> SOFI: Swiss Organisation for Facilitating Investments; SDFC: Swiss Development Finance Corporation

der Unternehmerschaft erlaubt. Dies wird jedoch nichts an den sachlichen und formellen Zuständigkeiten der beteiligten Amtsstellen ändern.

## **2                                    Besonderer Teil**

### **2.1                                 Grundsatz (Art. 1)**

Dem Bund wird aufgetragen, die Exporte zu fördern. Es geht nicht um eine blosse Kannbestimmung. Aus dem Wortlaut folgt, dass der Bund Förderungsmassnahmen trifft. Es werden indes keine Rechtsansprüche auf eine bestimmte Förderung eingeräumt. Nicht zuletzt die Wahrung des finanzpolitischen Spielraums steht gegen die Einräumung eines solchen Anspruchs *ex lege*. Die Förderung findet im Rahmen der bewilligten Kredite statt (Art. 4 Abs. 1 in Verbindung mit Art. 7). Die Bundesversammlung ist auf Grund dieser Konzeption aber gehalten, eine substanzielle Förderung zu ermöglichen, indem sie angemessene Kredite bewilligt. Ziel der Massnahmen ist es, die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen zu stärken, die in der Schweiz ansässig sind. Diese Betriebe tragen durch ihre Wertschöpfung zum Wohlstand des Landes bei. Die vom Bund geförderten Massnahmen sollen einerseits helfen, Entwicklungen der ausländischen Nachfrage und komparative Konkurrenzvorteile rascher und besser einzuschätzen. Dies trägt zur Erneuerung des Angebots auf Grund von Marktbedürfnissen und Marktchancen bei und erleichtert den Unternehmen ein gezieltes Marketing. Andererseits können auch Handelsmissionen ins Ausland oder die direkte Unterstützung unserer Auslandsvertretungen bei Handelsproblemen aller Art mithelfen, Wettbewerbspositionen zu verbessern. Der Wortlaut hält affirmativ fest, dass staatliche Exportförderung immer nur subsidiär sein kann und eine Ergänzung zur privaten Eigeninitiative bleiben muss. Sie kann dem Unternehmer helfen, Exportaktivitäten zu erhalten und auszuweiten, sie kann ihm aber weder Entscheide noch Verantwortung abnehmen. Festgehalten wird auch, dass die Massnahmen der Stärkung des Wettbewerbes zu dienen haben und damit nicht im Sinne einer strukturerhaltenden Subvention verstanden werden dürfen.

### **2.2                                 Gegenstand (Art. 2)**

Diese Bestimmung umschreibt den Einsatzbereich der Förderungsmassnahmen in gegenständlicher Hinsicht. Es handelt sich dabei um Informationen, Beratung und Auslandmarketing, also um ganz gezielte Massnahmen. Kommerzielle Leistungen sind nicht mehr Gegenstand der Förderung durch den Bund. Er subventioniert nicht an und für sich marktfähige Leistungen, sondern nur Dienstleistungen gemeinwirtschaftlichen Charakters.

### **2.3                                 Auftrag (Art. 3)**

*Absatz 1* schafft die Grundlage für die Beauftragung eines oder mehrerer Dritten mit der praktischen Durchführung der Exportförderung. Auftraggeber ist das *secundo*, das im Rahmen seiner umfassenden wirtschaftspolitischen Aufgaben für die Exportförderung zuständig ist. Die Vergabe der in Artikel 2 genannten Aufgaben an einen oder mehrere Dritte ändert daran nichts. Sie ist aber günstiger und praxisnäher, als



wenn der Bund selbst diese Dienstleistungen im umfassenden Sinn durch die Bundesverwaltung erbringen würde. Da die Vergabe von Aufträgen im Bereich der Förderung des Aussenhandels und die mit solchen Aufträgen verbundene Subventionsgewährung nicht dem WTO-Übereinkommen vom 15. April 1994 über das öffentliche Beschaffungswesen<sup>11</sup> untersteht, ist das entsprechende Ausführungsgesetz<sup>12</sup> nicht anwendbar.

Der Auftrag erfolgt in Anlehnung an das NPM durch einen Leistungsvertrag. Allerdings handelt es sich bei diesem Auftrag nicht um eine Leistungsvereinbarung im Sinne des NPM. NPM bezweckt u.a. die Verselbstständigung von Verwaltungseinheiten. Das damit verbundene Führen durch Leistungsauftrag und Globalbudget (FLAG) wird in Artikel 44 RVOG<sup>13</sup>, Artikel 33 RVOV<sup>14</sup> und Artikel 38a Finanzhaushaltsgesetz<sup>15</sup> geregelt. Demgegenüber wird die Exportförderung auch heute gerade nicht von der Verwaltung, sondern vorwiegend durch Dritte besorgt und vom Bund lediglich gefördert. Eine reine NPM-Lösung wäre daher ein Rückschritt gegenüber dem Status quo und würde über das beabsichtigte Ziel von verbesserter Effizienz, Effektivität und Kundennähe hinausschiessen.

Beauftragt werden können ein oder mehrere Dritte. Im Interesse einer raschen Anpassungsfähigkeit soll ein offenes System gewählt werden, das die Möglichkeit bietet, bei sich ändernden Marktbedingungen flexibel reagieren zu können und gegebenenfalls zusätzliche, spezialisierte Exportförderer zum Zuge kommen zu lassen.

*Absatz 2* hält fest, dass der Auftrag für jeweils höchstens vier Jahre, also die Dauer einer Legislatur, erteilt werden kann. Für die genaue zeitliche Bemessung sollen die legitimen Planungsbedürfnisse, insbesondere auch hinsichtlich Ressourcen und sachlicher Prioritäten, des oder der Beauftragten berücksichtigt werden. Auf diese Weise wird sichergestellt, dass der Beauftragte oder die Beauftragten nicht dem Risiko einer überfallartigen Kürzung oder Einstellung der Subventionierung ausgesetzt sind. Die Zusicherung der Mittel wird aber unter dem Vorbehalt, dass die Bundesversammlung im Rahmen der jeweiligen Budgetbeschlüsse die erforderlichen Kredite auch tatsächlich bewilligt, erfolgen.

## **2.4 Abgeltungen und Finanzhilfen (Art. 4)**

Dieser Artikel berücksichtigt die Bestimmungen des Subventionsgesetzes (SuG)<sup>16</sup> über die Ausgestaltung von Erlassen über Finanzhilfen einerseits und Abgeltungen andererseits (Art. 6–10 SuG).

*Absatz 1* erwähnt Abgeltungen und Finanzhilfen, weil es möglich sein soll, im Rahmen des Auftrags beide Arten von Subventionen auszurichten. Artikel 16 Absatz 2 SubG lässt auch bei Finanzhilfen die Vertragsform zu, wenn ausgeschlossen werden soll, dass der Empfänger einseitig auf die Erfüllung seiner Aufgabe verzichtet. Zweifellos wird es sich dabei vorwiegend um Abgeltungen handeln, nämlich insofern, als dem Beauftragten verfassungsmässige Aufgaben des Bundes anvertraut

<sup>11</sup> SR **0.632.231.422**

<sup>12</sup> BG vom 16. Dezember 1994 über das öffentliche Beschaffungswesen, SR **172.056.1**

<sup>13</sup> SR **172.010**

<sup>14</sup> SR **172.010.1**

<sup>15</sup> SR **611.0**

<sup>16</sup> SR **616.1**

werden. Daneben soll der Bund auch Tätigkeiten fördern können, die der Beauftragte ausserhalb der ihm delegierten bzw. vorgeschriebenen öffentlich-rechtlichen Aufgaben freiwillig erbringt. Diesfalls erfolgt die Subventionierung im Rahmen der gesetzlichen Zweckumschreibung nach Artikel 1 und 2 in der Form einer Finanzhilfe.

Die Einführung eines Kreditvorbehalts gestattet es, finanzpolitische Imperative zu berücksichtigen und ermöglicht eine Redimensionierung des Leistungsvertrags, falls das Parlament im Bereich der Exportförderung Sparmassnahmen beschliesst. Da Ansprüche auf Abgeltungen oder Finanzhilfen weder durch das Gesetz noch durch den Leistungsvertrag begründet werden, muss der Leistungsvertrag stipulieren, dass reduzierte Kredite eine Vertragsanpassung oder eine neue Priorisierung der Aufgaben zur Folge haben.

*Absatz 2* stellt Kriterien für die Bemessung der Beitragshöhe auf. Diese können in Abhängigkeit wechselnder Bedürfnisse variieren. Weil aus heutiger Sicht vorgesehen ist, nur einen Exportförderer zu beauftragen, soll ihm jeweils die ganze Jahresranche global zur Verfügung gestellt werden.

## **2.5 Verpflichtungen des Beauftragten (Art. 5)**

*Absatz 1* verpflichtet den oder die Beauftragten, die Exportförderung zweckmässig, kostengünstig und mit einem minimalen administrativen Kostenaufwand zu betreiben. Der oder die Exportförderer sind frei, Aufträge an Subleistungserbringer weiterzugeben und den entsprechenden Auswahlentscheid zu treffen. Bei der Wahl der Fördermittel ist in Anlehnung an Artikel 21 des Bundesgesetzes über das öffentliche Beschaffungswesen<sup>17</sup> jeweils das wirtschaftlich günstigste Angebot zu berücksichtigen. Der wirtschaftlich günstige Nutzen bemisst sich nicht nur am Preis, sondern auch nach den von der Auftraggeberin festgesetzten massgebenden Kriterien<sup>18</sup>.

*Absatz 2* hält fest, dass die Gewährung von Abgeltungen und Finanzhilfen im Gegenzug zu sachdienlichen Verpflichtungen erfolgt, die im Leistungsvertrag mit dem oder den Beauftragten geregelt werden. Das *secundo* wird dem oder den Beauftragten die Ziele vorgeben und definieren, welche Leistungen bis wann erbracht werden müssen. Der Leistungsvertrag wird auch die Modalitäten für Rechnungswesen und Controlling festhalten, wofür Indikatoren vorgegeben werden. Dazu zählt beispielsweise die Zahl und der Zufriedenheitsgrad der Kunden oder die Anzahl vermittelter Informationen und Kontakte.

## **2.6 Rechtsschutz (Art. 6)**

Rechtsschutzmöglichkeiten sind auch im Bereiche von Subventionen, auf die keine Rechtsansprüche bestehen, selbstverständlich. Nach den allgemeinen Bestimmungen über die Bundesrechtspflege ist einzig ausgeschlossen, gegen die Verweigerung von Subventionen eine Verwaltungsgerichtsbeschwerde an das Bundesgericht zu erhe-

<sup>17</sup> SR 172.056.1

<sup>18</sup> Vgl. Botschaft vom 19. September 1994 zu den für die Ratifizierung der GATT/WTO-Übereinkommen (Uruguay-Runde) notwendigen Rechtsanpassungen BBl 1994 1192 f.

ben (Art. 99 Abs. 1 Bst. h des Bundesgesetzes über die Organisation der Bundesrechtspflege; OG<sup>19</sup>).

Es erscheint als sachgerecht, für die Erledigung von Rechtsstreitigkeiten aus diesem Gesetz die Rekurskommission EVD einzusetzen. Es handelt sich dabei um eine verwaltungsunabhängige Rekurskommission im Sinne von Artikel 71a des Verwaltungsverfahrensgesetzes (VwVG)<sup>20</sup>, d.h. um eine richterliche Behörde. Gegen Verfügungen des Bundesamtes soll die Verwaltungsbeschwerde nach Artikel 44 VwVG offen stehen. Streitigkeiten aus öffentlich-rechtlichen Subventionsverträgen sollen demgegenüber mit Klage vor die Rekurskommission getragen werden, die alsdann als Schiedskommission entscheidet (Art. 71a Abs. 1 VwVG). Das bedeutet, dass auch das Bundesamt Klage einreichen muss und nicht verfügen kann, wenn es mit der Durchführung des Vertrags seitens der Empfängerin oder des Empfängers einer Subvention nicht einverstanden ist. Diese Regelung entspricht einem vertragsgerechten Rechtsschutz. Sie ist in Übereinstimmung mit dem Subventionsgesetz (Art. 34 Abs. 2).

Die Rekurskommission EVD soll endgültig entscheiden können. Damit wird der Weiterzug an das Bundesgericht für sämtliche Streitigkeiten aus bestehenden Subventionsverhältnissen ausgeschlossen. Dieser ist nach geltendem Recht für Streitigkeiten aus bestehenden Subventionsverhältnissen prinzipiell möglich. Artikel 99 Absatz 1 Buchstabe h OG schliesst die Verwaltungsgerichtsbeschwerde einzig im Zusammenhang mit der Bewilligung resp. der Verweigerung von Beiträgen, auf die gemäss Bundesrecht kein Anspruch besteht, aus. Diese Verkürzung des Rechtsweges lässt sich im vorliegenden Zusammenhang rechtfertigen, insbesondere weil keine Fragen des Grundrechtsschutzes zur Diskussion stehen und weil unter der bisherigen, Jahrzehnte alten Regelung Rechtsschutzverfahren äusserst selten aktuell geworden sind. In aller Regel konnte bei Meinungsverschiedenheiten eine einvernehmliche Regelung erzielt werden. Diese Kompetenzregelung erfordert eine Ergänzung des Ausnahmekatalogs in Artikel 100 OG.

## 2.7 Finanzierung (Art. 7)

Die finanziellen Mittel für die Aussenhandelsförderung sollen durch die Bundesversammlung mit einfachem Bundesbeschluss jeweils für vier Jahre, also für die Dauer einer Legislatur, in Form eines Höchstbetrags bewilligt werden. Mit Artikel 1 Absatz 1 des beiliegenden Bundesbeschlusses über die Finanzierung der Exportförderung für die Jahre 2001–2003 wird vorerst lediglich für drei Jahre, also bis zum Ende der angebrochenen Legislatur, ein Zahlungsrahmen von 40,8 Millionen beantragt. Dieser Zahlungsrahmen wird in jährlichen Tranchen von 13,6 Millionen Franken für die Exportförderung verwendet (vgl. Ziff. 3.1.1).

Die nachhaltige Wirkung der Exportförderung ist in hohem Masse von der Konstanz der Anstrengungen abhängig. Zudem setzt gerade der Abschluss eines oder mehrerer Leistungsverträge, die eine wirkungsorientierte Verwaltungsführung ermöglichen, die Voraussetzbarkeit der Bundesbeiträge über eine Legislatur voraus.

<sup>19</sup> SR 173.110

<sup>20</sup> SR 172.021

## **2.8 Verhältnis zum Subventionsgesetz (Art. 8)**

Für das Verfahren der Subventionierung kommt grundsätzlich das Subventionsgesetz (SuG)<sup>21</sup> zum Zuge. Nach Artikel 16 Absatz 2 SuG können Finanzhilfen und Abgeltungen durch öffentlich-rechtliche Verträge gewährt werden, wie dies bei der Beauftragung im Sinne der Artikel 3–5 des beiliegenden Entwurfs Exportförderungsgesetz vorgesehen ist. Die Höhe des Beitrags an den oder die Beauftragten wird also, in Anlehnung an die Grundsätze des New Public Management, im Leistungsvertrag festgelegt. Nun bestimmt Artikel 2 Absatz 4 Buchstabe b SuG, dass Leistungen an Institutionen im Ausland nicht in den Geltungsbereich fallen, mit anderen Worten, dass das SuG auf solche Leistungen nicht anwendbar sei. Es gibt allerdings keinen triftigen Grund, diese Bestimmung auch für Leistungen, die der Exportförderer an Schweizerische Auslandshandelskammern weitergibt, anzuwenden, weil diese Empfängerinnen wegen ihrer nationalen Bindung dem Schweizer Recht unterstellt werden können.

## **2.9 Einmalige Finanzhilfe (Art. 9)**

Der Bund soll, im Interesse einer echten und nachhaltigen Neuorientierung der Exportförderung, die Möglichkeit haben, sich an den Kosten dieser einmaligen Neuausrichtung zu beteiligen. Von dieser Möglichkeit wird Gebrauch gemacht und es wird für 2001–2004 ein Rahmenkredit von 3,6 Millionen Franken beantragt (vgl. Ziff. 3.1.2).

## **2.10 Vollzug (Art. 10)**

Als Vollzugsbehörde wird der Bundesrat *de facto* benennen. Diese Zuständigkeitsregelung besteht bereits heute und soll weitergeführt werden. Der Bundesrat soll bei Bedarf auch internationale Vereinbarungen über Fragen der Exportförderung in eigener Zuständigkeit, d.h. ohne parlamentarische Genehmigung, abschliessen können.

## **2.11 Aufhebung bisherigen Rechts (Art. 11)**

Das Exportförderungsgesetz soll die bisherigen Rechtsgrundlagen für die Aussenhandelsförderung ablösen. Diese Erlasse sind daher aufzuheben. Es handelt sich um das Bundesgesetz vom 6. Oktober 1989<sup>22</sup> über eine Finanzhilfe an die Schweizerische Zentrale für Handelsförderung (OSEC) sowie um den Bundesbeschluss vom 31. März 1927<sup>23</sup> betreffend Subventionierung einer schweizerischen Zentrale für Handelsförderung.

<sup>21</sup> SR 616.1

<sup>22</sup> AS 1991 244

<sup>23</sup> AS 43 283; BS 10 521

Im Unterschied zu den aufzuhebenden Rechtsgrundlagen enthält das neue Gesetz keine Genehmigungspflicht für die Statuten des Exportförderers mehr. Damit soll die Selbstständigkeit und Eigenverantwortung des Exportförderers institutionell gestärkt werden.

### **3                    Finanzielle und personelle Auswirkungen**

#### **3.1                 Finanzielle Auswirkungen**

##### **3.1.1            Wiederkehrende Beiträge**

Der Bundesrat beantragt für die Finanzierungsperiode 2001–2003 (3 Jahre) einen Zahlungsrahmen von 40,8 Millionen Franken. Damit sollen folgende Vorgaben erfüllt werden:

- es soll eine weitaus grössere Zahl von KMU als heute erreicht werden;
- die Steuerung der Exportförderung soll neu über einen Leistungsvertrag und nicht mehr über das Deckungsbeitragsprinzip erfolgen;
- der Exportförderer soll sich als Koordinator und Förderer und nur noch wo nötig selber als Akteur positionieren;
- Effizienzsteigerungen und Sparpotenziale sollen konsequent realisiert werden.

## Verwendung des Kredits Exportförderung

Ausgabenrubrik	Verwendung der Bundesmittel in Mio. Fr.	
	1998 <sup>24</sup>	Beantragt
Produktegruppe Information	0,6 <sup>25</sup>	3,7
Produktegruppe Beratung	4,6	4,3
Produktegruppe Auslandmarketing	5,2	3,6
– davon: Messebeteiligungen/Informationsstände	1,6	2,0
– Exportpromotion	2,3	1,0
– Bezugsquellen, wirtschaftsdiplom. Massnahmen	1,3	0,6
Beiträge an Dritte	2,8	–,-
– davon: Auslandmarketing Dritte	2,3 <sup>26</sup>	
Beiträge an Aussennetz	–,-	1,5
Gemeinkosten	xx) <sup>27</sup>	0,5 <sup>28</sup>
<b>Total</b>	<b>13,2</b>	<b>13,6</b>

Der Exportförderer wird jährlich einen Globalbetrag von 13,6 Millionen Franken erhalten, über dessen Verfügung er gemäss den in der Leistungsvereinbarung definierten Zielen und Aufgaben nach dem Grundsatz der Resultateverantwortung letztlich selbst entscheidet. Wir veranschlagen seine Aufwendungen mit 15,6 Millionen Franken und gehen davon aus, dass er durch Gebühren, individuelle Leistungen, u.a.m. 2,0 Millionen Franken Einnahmen generieren kann.

Die Aufwendungen des Exportförderers budgetieren wir wie folgt:

Für die drei Instrumente Information, Beratung und Auslandmarketing – ohne Gemeinkosten – besteht ein minimaler Finanzbedarf von 11,6 Millionen Franken (3,7 Mio. Fr. für Information; 4,3 Mio. Fr. für Beratung; 3,6 Mio. Fr. für Auslandsmarketing). Verglichen mit dem aktuellen finanziellen Engagement des Bundes ergibt sich ein Mehraufwand für Information (inkl. EDV) und Beratung. In beiden Bereichen sind hohe Fixkosten zur Sicherstellung der Kerndienstleistungen unvermeidbar. So werden die notwendige EDV-Plattform und die dazugehörenden Netz-

<sup>24</sup> Die Aufteilung der Bundessubventionen für 1998 auf die einzelnen Instrumente bei der OSEC und bei den Dritten können auf Grund der unterschiedlichen Berechnungsansätze nur sehr grob verglichen werden (Deckungsbeitrag vs. Leistungsvertrag). Der von der OSEC verwendete Bundesbeitrag belief sich für 1998 inkl. Auflösung von zurückgestellten Bundesmitteln auf 10,4 Mio. Fr.. Für dritte Träger, Auslandshandelskammern und die Verfügungsreserve des seco wurden weitere 2,8 Mio. Fr. eingesetzt (Beiträge an Dritte). Die 1998 für die Exportförderung eingesetzte Bundessubvention belief sich damit auf 13,2 Mio. Fr.

<sup>25</sup> In der OSEC-Rechnung 1998 sind EDV-Kosten von 0,9 Mio. Fr. als Gemeinkosten verbucht.

<sup>26</sup> Von den Beiträgen an Dritte fliessen als Aufträge für Messebeteiligungen rund 1,5 Millionen wiederum an die OSEC.

<sup>27</sup> Auf Grund des Deckungsbeitragsprinzips sind keine Angaben möglich.

<sup>28</sup> Die zu erwartenden Einnahmen von 2 Mio. Fr. wurden mit den Gemeinkosten (14% Administration, 6% Marketing) verrechnet.

werkapplikationen minimal 2,7 Millionen Franken pro Jahr kosten. Für die Beschaffung und Bearbeitung der Information werden mittels Partnerschaften maximale Synergien angestrebt, weshalb dieser Bereich mit 1 Million Franken pro Jahr bescheiden budgetiert werden kann. Eingerechnet in dieses Teilbudget ist auch die weiterhin notwendige Informationsvermittlung über Printmedien. Für die Beratung von Unternehmen setzte die OSEC gemäss Jahresrechnung 1998 insgesamt 4,6 Millionen Franken Bundesmittel ein. Auf Grund unserer Massnahmen sollten mittelfristig gewisse Einsparungen möglich werden. Effizienzsteigerungen werden auch hier durch den Aufbau von Partnerschaften und die optimale Nutzung von Synergien im Innernetz erzielt. Durch diese Einsparungen wird es möglich, die zufolge gesteigerter Qualitätsanforderungen markant höheren Ausbildungs- und Trainingskosten aufzufangen. Weitere Kürzungen sind kaum möglich, da die vorgesehene Netzwerkstruktur für die nachhaltige Qualitäts- und Know-How-Sicherung ein minimales Volumen voraussetzt. Diese Investitionen sind eine Voraussetzung, damit eine im Vergleich zu heute wesentlich grössere Zahl von exportfähigen KMU von der unterstützten Exportförderung profitieren kann.

Die Ressourcen für das Aussennetz werden grossmehrheitlich vom EDA bereitgestellt. Zusätzlich werden rund 1,5 Millionen Franken im Jahr anfallen, die vom EDA nicht gedeckt sind. Es handelt sich dabei namentlich um Infrastrukturaufwendungen der Auslandshandelskammern in den Exportstützpunkten, um zusätzliche Ausbildungsbedürfnisse sowie Schnittstellenaufgaben. Schliesslich müssen Gemeinkosten im Umfang von 20% vorgesehen werden. Der Ansatz für die Gemeinkosten beruht auf internationalen Standards der Weltbank (14%) und einem Marketingbudget von 6%.

Bei der Ausgestaltung der Produktgruppe Auslandmarketing beantragen eine massvolle Weiterführung. Der im Vergleich zu heute höhere Mehraufwand in der Produktgruppe Information soll durch vertretbare Minderaufwände in der Produktgruppe «Auslandmarketing» teilkompensiert werden. Für die Rubrik «Exportpromotion der Schweiz im Ausland» wird 1 Million Franken veranschlagt (OSEC derzeit 2,3 Mio. Fr.) und für die Rubrik «Präsentation der Schweiz im Ausland/Messebeteiligungen und Informationsstände» 2 Millionen Franken (OSEC insgesamt rund 3,1 Mio. Fr., inkl. rund 1,5 Mio. Fr. von Verbänden und Auslandshandelskammern). Dazu kommen kleinere Posten für den Bezugsquellennachweis und für wirtschaftsdiplomatische Massnahmen.

### **3.1.2 Einmaliger Beitrag**

Einmalige zusätzliche Kosten entstehen durch die Neuausrichtung der Exportförderung. Diese Berechnungen gehen davon aus, dass die OSEC der zur Übernahme eines solchen Auftrags notwendigen, grundlegenden Neuausrichtung zustimmt. Bei einer Vergabe des Leistungsauftrages an einen dritten Auftragnehmer müsste mit noch höheren Kosten gerechnet werden, da in diesem Fall die Ressourcen und das Know-How der OSEC nur beschränkt genutzt werden könnte. Die Startkosten ergeben sich aus der Umsetzung der neuen EDV-Plattform (1,1 Mio. Fr.) und dem Aufbau des Netzwerkes im Innernetz (1 Mio. Fr.). Die Kosten für die Neuorientierung der OSEC werden auf rund 3 Millionen Franken geschätzt und sollen zur Hälfte von der OSEC selbst getragen werden. Insgesamt ergibt sich daraus für den Bund ein einmaliges Engagement von höchstens 3,6 Millionen Franken.

### **3.2 Personelle Auswirkungen**

Personelle Auswirkungen auf Bundesseite sind nicht vorgesehen.

## **4 Legislaturplanung**

Die Erneuerung Rechtsgrundlagen für die Exportförderung ist im Richtlinien-geschäft 7 des Berichts vom 1. März 2000 über die Legislaturplanung 1999–2003 enthalten<sup>29</sup>.

## **5 Verhältnis zum Europäischen Recht**

In der EU liegt die Zuständigkeit für die Wirtschaftspolitik grundsätzlich bei den Mitgliedstaaten (Art. 99 i.V.m. Art. 4 EGV). Die vom Ministerrat erstellten Grundzüge zur Koordination der Wirtschaftspolitik müssen jedoch von den Mitgliedstaaten befolgt werden. Im Hinblick auf die Finanzierung des schweizerischen Exportförderungskonzepts sind solche allgemeine Massnahmen der Wirtschaftspolitik eines Mitgliedstaates vom Begriff der staatlichen Beihilfe im Rahmen des Wettbewerbsrechts (Art. 87 EGV) und der Gemeinsamen Handelspolitik (Vereinheitlichung von Ausfuhrbeihilfen in Drittländer, Art. 132 EGV) abzugrenzen.

Artikel 87 Absatz 1 EGV verbietet staatliche Beihilfen an bestimmte Unternehmen oder Produktionszweige, soweit sie zu Wettbewerbsverzerrungen führen (oder führen können) und den Handel zwischen den Mitgliedstaaten beeinträchtigen. Keine staatlichen Beihilfen sind jedoch staatliche Fördermassnahmen, welche der gesamten nationalen Wirtschaft in allgemeiner Art zugute kommen.

Bei den vom Bund zur Exportförderung gewährten Kredite für Finanzhilfen und Abgeltungen (Art. 1 Abs. 2, Art. 4 und Art.7 des Gesetzes) handelt es sich um allgemeine Förderungsmassnahmen, welche nicht direkt den schweizerischen Wirtschaftsunternehmen oder Produktionszweigen zukommen. Auch die vom Bund finanzierten Werbekampagnen begünstigen nicht bestimmte Produktesektoren. Die Kredite werden den Exportförderungsorganisationen gewährt (Ziff. 3.1), welche ihrerseits keine Kredite an Schweizer Unternehmen weitergeben oder Exportrisikogaran-tien übernehmen. Diese Exportförderungsorganisationen sind ebenfalls Unternehmen, welche jedoch einem Leistungsvertrag unterstehen und zu einer Gegenleistung für die gewährten Kredite verpflichtet sind.

Nach dem Gemeinschaftsrecht (Art. 132 EGV) werden die verschiedenen Systeme der von den einzelnen Mitgliedstaaten für die Ausfuhr nach dritten Ländern gewährten Beihilfen als Teil der gemeinsamen Handelspolitik (Art. 133) schrittweise vereinheitlicht, soweit dies erforderlich ist, um eine Verfälschung des Wettbewerbs zwischen den Unternehmen der Gemeinschaft zu vermeiden. Die allgemeine Förderung des Aussenhandels («trade promotion») z.B. durch Marktanalysen, Information, Entsendung von Experten, Messen, Tätigkeit von Handelskammern fällt nicht in den Bereich von Ausfuhrbeihilfen.

Die vom Gesetz vorgesehenen Massnahmen sind damit eurokompatibel.

<sup>29</sup> BBl 2000 ...



## 6

### Verfassungsmässigkeit

Der Gesetzesentwurf stützt sich auf Artikel 101 Absatz 1 der Bundesverfassung vom 18. April 1999<sup>30</sup>, wonach der Bund die Interessen der schweizerischen Wirtschaft im Ausland wahrt. Die Wahrung der Interessen schliesst auch das Ergreifen von Förderungsmassnahmen ein (Botschaft vom 20. November 1996 über eine neue Bundesverfassung<sup>31</sup>). Zu den Förderungsmassnahmen zählen auch solche, die den schweizerischen Exportinteressen insbesondere auch von kleinen und mittleren Unternehmen dienen.

10901

<sup>30</sup> AS **1999** 2556

<sup>31</sup> BBl **1997** I 1; vorliegend die Ausführungen zur Aussenwirtschaftspolitik auf S.309 der Botschaft