



CH-3003 Bern, GS-EVD

Adressat/in:

die politischen Parteien
die Dachverbände der Gemeinden, Städte und
Berggebiete
die Dachverbände der Wirtschaft
die interessierten Kreise

Bern, Oktober 2006

**Entwurf zu einem Bundesgesetz über die Schweizerische Landeswerbung:
Eröffnung des Vernehmlassungsverfahrens**

Sehr geehrte Damen und Herren

Der Bundesrat hat am 18. Oktober 2006 das EVD beauftragt, bei den Kantonen, den politischen Parteien, den gesamtschweizerischen Dachverbänden der Gemeinden, Städte und Berggebiete, den gesamtschweizerischen Dachverbänden der Wirtschaft und den interessierten Kreisen **ein Vernehmlassungsverfahren zu einem Entwurf für ein Bundesgesetz über die Schweizerische Landeswerbung mit Frist bis zum 21. Dezember 2006 durchzuführen.**

1. Ausgangslage

Diese Vorlage beruht auf parlamentarischen Vorstössen, welche einen bundesrätlichen Bericht mit einem neuen Konzept für die Landeswerbung verlangten. Die eidgenössischen Räte forderten eine Bündelung der Kräfte, eine einheitliche Führung und die Aufsicht durch ein Departement. Sie befristeten die Finanzierungsbeschlüsse von Schweiz Tourismus, Osec und LOCATION Switzerland auf Ende 2007, damit das neue Konzept und die dazu notwendigen rechtlichen Vorkehren noch vor dem Auslaufen dieser Beschlüsse umgesetzt werden.

Der Bundesrat unterbreitete den eidgenössischen Räten mit **Beschluss vom 9. Dezember 2005 den verlangten Bericht über die Koordination der Landeswerbung**. Er schuf Transparenz über die im Bereich der Landeswerbung tätigen Institutionen, verwies auf die bestehenden Koordinationsprobleme und zeigte Wege auf, wie die möglichen Synergiepotenziale ausgeschöpft werden könnten. Auf Grund dieser Analysen schlug er mögliche Reorganisationsvarianten vor. Dabei stellte er fest, dass nur die



Zusammenlegung von Organisationen den Anliegen des Parlaments gerecht werde. Er schlug deshalb zwei Varianten vor:

- die Integration der vollumfänglich im Bereich der Kommunikation tätigen Organisationen Präsenz Schweiz, Schweiz Tourismus, LOCATION Switzerland und Swissinfo;
- die Integration sämtlicher direkt oder indirekt in diesem Bereich tätigen Organisationen wie Osec oder die landwirtschaftlichen Absatzförderungsorganisationen und die Auslandprogramme von Pro Helvetia.

Die eidgenössischen Räte nahmen den Bericht zur Kenntnis. Sie unterstützten eine Reorganisation der Landeswerbung. Der Nationalrat überwies am 11. Mai 2006 eine Motion, welche unter anderem die **Schaffung einer Gesellschaft für Landeswerbung** und einer Gesellschaft für Aussenwirtschaft verlangte. Er schlug unter anderem vor, den Kernbereich mit Präsenz Schweiz, Schweiz Tourismus und LOCATION Switzerland in die Gesellschaft für Landeswerbung einzuführen. Bei der letztgenannten Organisation verlangte er zudem die Prüfung der Frage, ob diese allenfalls nicht in die Gesellschaft für Aussenwirtschaft einzugliedern wäre, in welcher Osec (Exportförderung), Sofi (Investitionsförderung in Entwicklungs- und Transitionsländern) und Sippo (Importförderung aus Entwicklungs- und Transitionsländern) zusammenzulegen wären. Der Ständerat lehnte diese Motion am 19. Juni 2006 aus formellen Gründen ab. Er begrüßte aber inhaltlich die vom Nationalrat vorgegebene Stossrichtung.

2. Abklärungen

Der Bundesrat prüfte im Anschluss an die parlamentarische Debatte eingehend die Fragen, wie eine neue Organisation für Landeswerbung zu organisieren und umzusetzen wäre.

Das EVD prüfte, ob es nicht besser wäre, die beiden vom Nationalrat vorgeschlagenen Gesellschaften **im Rahmen einer grösseren Lösung in eine einzige Gesellschaft zusammenzuschliessen**. Dabei hätten Synergien zwischen den Promotionsinstrumenten der Landeswerbung und den verwandten Aussenwirtschaftsinstrumenten für einen starken Auftritt der Schweiz im Ausland genutzt werden können. Diese grosse Lösung scheiterte an der Schwierigkeit, die öffentlich-rechtlichen Instrumente der Landeswerbung mit den privatrechtlichen Instrumenten der Aussenwirtschaft zusammenzuführen. Zudem unterstützten die betroffenen Organisationen, insbesondere Osec und Schweiz Tourismus, diese Lösung nicht. Die Bestrebungen, Osec, Sofi und Sippo in einer Gesellschaft für Aussenwirtschaft zusammenzulegen, werden allerdings weiter verfolgt. Deren Umsetzung bedingt im Gegensatz zur Landeswerbung keine neuen rechtlichen Grundlagen.



Auf die Eingliederung des Kulturaustauschs der Pro Helvetia, die Medientätigkeit von Swissinfo und der landwirtschaftlichen Absatzorganisationen wurde verzichtet, da diese Organisationen auf Grund der heute geltenden oder sich in Revision befindlichen Aufträge nicht im Bereich der Landeswerbung im engeren Sinne tätig sind, wie sie im vorliegenden Entwurf zu einem Bundesgesetz über die Schweizerische Landeswerbung umschrieben ist.

Im Rahmen der verwaltungsinternen Abklärungen wurde auch geprüft, ob die heute öffentlich-rechtlich organisierten Organisationen der Landeswerbung im Zusammenhang mit der Zusammenlegung in eine neue Organisation privatisiert werden sollen. Die Vertretung der offiziellen Schweiz im Ausland und die Schwierigkeit, für die von der Organisation zu betreuenden bundesnahen Aufgaben private Träger zu finden, sprachen für die Gründung einer öffentlich-rechtlichen Anstalt.

3. Konzept und Rechtsgrundlagen

Aus diesen Gründen schlägt der Bundesrat nun folgendes Konzept für die Landeswerbung vor:

- Es soll eine einzige bereichsübergreifende Organisation für Landeswerbung geschaffen werden, welche mit einem gestalterischen einheitlichen Auftritt zu einer gesteigerten Wiedererkennung der Schweiz und zu einem wirksameren Einsatz der vom Bund finanzierten Werbemassnahmen führen soll.
- Die Gründung dieser Organisation bedingt die Zusammenlegung von Präsenz Schweiz, Schweiz Tourismus und LOCATION Switzerland. Diese zum grössten Teil vom Bund getragenen Organisationen sind vollumfänglich im Bereich der Landeswerbung tätig und sind in der Lage, zusammen mit ihren Netzwerken und Partnerschaften die Vielfalt der Vorzüge der Schweiz in allen gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und staatlichen Bereichen abzudecken.
- Die neue Organisation für Landeswerbung soll den Auftritt der Schweiz im Ausland koordinieren. Sie hat mit den in die Organisation eingegliederten Institutionen des Bundes, welche indirekt die Landeswerbung beeinflussen, projekt- und fallweise zusammenzuarbeiten.

Die neue Organisation der Landeswerbung bedingt den Erlass eines neuen Gesetzes und die Aufhebung der für Präsenz Schweiz, Schweiz Tourismus und LOCATION Switzerland geltenden Gesetze. Das neue Bundesgesetz über die Landeswerbung hat insbesondere die Fragen der Rechtsform, der Aufgaben, der Koordination und der Finanzierung der zukünftigen Gesellschaft für Landeswerbung zu regeln:

- Es ist vorgesehen, dass der Bund seinen Einfluss über die Schaffung einer öffentlich-rechtlichen Anstalt wahrt. Diese Rechtsform bestimmt weitgehend die organisatorische Gestaltung der neuen Gesellschaft.



- Die Anstalt soll die Aufgaben der zusammengelegten Organisationen übernehmen, aber entwicklungsfähig bleiben, damit sie das ganze Spektrum der Landeswerbung abdecken kann.
- Im Interesse der Kontinuität der Landeswerbung soll der Bund die Finanzierung der Anstalt gewährleisten. Die direkt betroffenen Dritten sollen sich aber an der Finanzierung der Werbeanstrengungen beteiligen, sofern sie daraus einen anrechenbaren Nutzen ziehen.

4. Fragestellungen

Wir bitten Sie, zu den im 2. Abschnitt aufgeworfenen Problemen und zu folgenden sich daraus ergebenden Fragen Stellung zu nehmen:

Bisher sind die Aufgaben im Kernbereich der Landeswerbung von zwei Verwaltungseinheiten und einer öffentlich-rechtlichen Körperschaft wahrgenommen worden, welche nun zusammengelegt werden sollen.

- Sind Sie einverstanden, dass die Landeswerbung künftig nicht mehr durch die beiden Verwaltungseinheiten Präsenz Schweiz und LOCATION Switzerland sowie die öffentlich-rechtliche Körperschaft Schweiz Tourismus wahrgenommen wird, sondern durch eine einzige Anstalt?

Eine Alternative zur vorgeschlagenen Rechtsform der öffentlich-rechtlichen Anstalt für die Landeswerbung wäre eine subventionsrechtliche Lösung und damit verbunden eine Privatisierung der Landeswerbung.

- Sind Sie damit einverstanden, dass der Bund mit der Schaffung einer eigenen Anstalt darauf verzichtet, Mandate im Bereich der Landeswerbung öffentlich auszuschreiben und gegen Entschädigung an eine oder mehrere private bzw. öffentliche Organisationen zu vergeben?

Die Rechtsform der öffentlich-rechtlichen Anstalt erlaubt zwar der neuen Organisation auf operationeller Ebene mit potenziellen Partnern Gesellschaften zu gründen oder sich an solchen zu beteiligen, um einen engen Bezug zu den interessierten Kreisen aufrechtzuerhalten. Sie ermöglicht auch die Beschaffung von Drittmitteln. Sie sieht aber keine mitgliedschaftliche Struktur mit dem Einbezug der Mitglieder bei wichtigen Entscheiden vor, wie sie heute bei Schweiz Tourismus besteht.

- Sind Sie einverstanden, dass mit der Anstalt eine Organisationsform gewählt wird, welche keine mitgliedschaftlichen Strukturen vorsieht?



5. Unterlagen

In der Beilage unterbreiten wir Ihnen den Entwurf zum Bundesgesetz über die Schweizerische Landeswerbung samt erläuterndem Bericht. Die Vernehmlassungsunterlagen sind unter der Internetadresse

<http://www.admin.ch/aktuell/vernehmlassung/index.html?lang=de>

abrufbar. Zusätzliche gedruckte Exemplare der Vernehmlassungsunterlagen können über die Adresse SECO/DSTO, Effingerstrasse 27, 3003 Bern (Tel. 031 322 27 58, Fax. 031 323 12 12) bezogen werden.

Wir ersuchen Sie, Ihre schriftliche Stellungnahme bis zum 21. Dezember 2006 einzureichen an die Adresse „SECO/DSTO, Effingerstrasse 27, 3003 Bern“ oder via E-Mail an:

peter.keller@seco.admin.ch.

Für Ihre wertvolle Mitarbeit danken wir zum Voraus bestens.

Freundliche Grüsse

Eidgenössisches Volkswirtschaftsdepartement EVD

Doris Leuthard

Beilagen:

- Vernehmlassungsentwurf und erläuternder Bericht (d, f, i)
- Liste der Vernehmlassungsadressaten (d, f, i)