

261

VERTRAULICH

Nationalrätliche Kommission zur Vorberatung der
Botschaft des Bundesrates über die Ausrichtung eines
Bundesbeitrages an die Schweizerische Zentrale für
Handelsförderung

P R O T O K O L L

der

Sitzung vom 17. August 1970 in Zürich, Walche-
turm, Zimmer 257

- Vorsitz: Nationalrat Schuler
- Anwesend sind: Nationalräte Berger, Bill, Bochatay,
Brunner, Bussey, Chopard, Conzett,
Grütter, Hagmann, Hotz, Meyer-Boller,
Olgiati, Raissig, Tenchio
- Ausserdem sind anwesend: Bundesrat Brugger, Vorsteher des
Eidg. Volkswirtschaftsdepartementes,
Botschafter P.R. Jolles, Direktor
der Handelsabteilung, Dr. E. Moser,
Vizedirektor der Handelsabteilung
- Bis zur Eintretensdebatte sind
ferner anwesend: Dr. Hummler, Präsident der Schweize-
rischen Zentrale für Handelsförderung,
R. Montandon, Direktor der Schweize-
rischen Zentrale für Handelsförderung,
Dr. R. Bühler, Präsident der Union
Schweizerischer Handelskammern im
Ausland
- Protokoll: Gerber (d), Girard (f)
- Einziges Traktandum
- Vorberatung der Botschaft des Bundesrates über die Ausrichtung eines
Bundesbeitrages an die Schweizerische Zentrale für Handelsförderung
(Geschäft 10'577).
- Berichterstatter: Schuler (d), Bochatay (f)
- Beginn der Sitzung: 10.15 Uhr



Bundesrat Brugger: Mit der vorliegenden Botschaft beantragt Ihnen der Bundesrat, durch einen referendumpflichtigen Bundesbeschluss einen Bundesbeitrag von jährlich 2,8 Millionen Franken an die Zentrale für Handelsförderung (Handelszentrale) auszurichten.

Der Antrag begründet sich einerseits mit dem Ablaufen der gegenwärtigen Rechtsgrundlage; die Dauer des letzten Bundesbeschlusses vom 30. September 1965 wurde auf 5 Jahre beschränkt mit dem Hinweis, dass die Höhe des Beitrages im Hinblick auf die steigenden Kosten überprüft werden müsste. Andererseits besteht die Notwendigkeit, die Tätigkeit der Handelszentrale den heutigen Begebenheiten und Wandlungen in der Weltwirtschaft anzupassen.

Die 1927 gegründete Handelszentrale bezog, nach anfänglich variablen Beiträgen des Bundes - stets gepaart mit beachtlichen Leistungen der Privatwirtschaft - seit 1936 einen Bundesbeitrag von 1,5 Millionen Franken. Eine 1944 beschlossene Erhöhung auf 2,5 Millionen Franken wurde zwei Jahre später, im Rahmen des damaligen allgemeinen Sparprogramms des Bundes, wieder rückgängig gemacht. So entspricht die heutige Leistung des Bundes noch immer derjenigen von 1936. Damit ist die Handelszentrale, verglichen mit anderen Trägern schweizerischer Werbetätigkeit, finanziell stark in Rückstand geraten. Wohl ist es ihr in bemerkenswerter Weise gelungen, die sich seit 30 Jahren fortsetzende Teuerung durch Sparmassnahmen und durch eine immer höhere Kostenbeteiligung der Privatwirtschaft zu meistern. Ihre Aktionsfähigkeit wurde indessen stark eingeschränkt. In den letzten drei Jahren konnten zudem steigende Defizite nicht mehr vermieden werden. Diese wurden durch verfügbare Reserven gedeckt, die nunmehr erschöpft sind.

Wir sind uns natürlich bewusst, dass diese Vorlage angesichts der gegenwärtigen konjunkturpolitischen Lage einer besonders sorgfältigen Begründung bedarf. Wir hätten sie lieber in einem anderen Zeitpunkt unterbreitet, aber ein Zuwarten würde der Handelszentrale die materielle Existenzbasis entziehen.

Wenn der Bundesrat trotz der vordringlichen Aufgabe, die konjunkturelle Ueberhitzung zu bremsen, zur Ueberzeugung gelangt ist, Ihnen diese Botschaft zur Annahme empfehlen zu können, ohne in einen inneren Widerspruch zu geraten, beruht dies auf folgenden Ueberlegungen:

- Die Erhaltung der ausländischen Märkte, die für unsere Wirtschaft lebenswichtig sind, stellt eine kontinuierliche langfristige Aufgabe dar. Um im unablässigen internationalen Konkurrenzkampf bestehen zu können, darf die Werbungstätigkeit nicht einfach vorübergehend eingestellt werden, wenn die wirtschaftliche Situation im Landesinnern Zurückhaltung erfordert. Unser rasch anwachsendes Aussenhandelsdefizit, das dieses Jahr eine Rekordhöhe von über 5 Milliarden Franken erreichen dürfte, ist einerseits Ausdruck einer überbordenden Importnachfrage, zeigt aber andererseits auch, wie wichtig es ist, dass der Anteil der schweizerischen Exporte an den ausländischen Märkten gegenüber der Konkurrenz gehalten werden kann.

- 3 -

- Die Leistungen der Handelszentrale sind insbesondere für die mittleren und kleinen Betriebe von besonderer Bedeutung, die nicht über eigene Auslandsniederlassungen und ein ausgebautes Netz von internationalen Beziehungen verfügen. Beim Abbau der Tätigkeit der Handelszentrale würden daher die wirtschaftlich schwächeren Betriebe gegenüber den Grossunternehmungen zusätzlich benachteiligt. Prof. Stocker hat, wie auf S. 5 der Botschaft erwähnt wird, in seiner Studie über die Bundes-subventionen auf diesen Aspekt besonders hingewiesen.
- Die beantragte Fortsetzung und Erhöhung des Bundesbeitrages beruht nicht lediglich auf der Anwendung eines Teuerungskoeffizienten auf den bisherigen Verwaltungsetat der Handelszentrale. Funktionen und Budget dieser Organisation sind vorgängig einer kritischen Ueberprüfung durch den neuen Direktor und die Aufsichtskommission unterzogen worden, um überholte oder unter den heutigen Verhältnissen weniger dringliche Aufgaben abzubauen oder ganz auszumerzen und die Funktionen den neuen Gegebenheiten anzupassen. Es sind eine Rationalisierung und Modernisierung durchgeführt worden.
- Und schliesslich wird durch unseren Antrag das ursprüngliche Verhältnis zwischen den Leistungen der Privatwirtschaft und des Bundes nicht verändert. Wie aus der Tabelle auf S. 10 hervorgeht, hat nach Reduktion des Bundesbeitrages von 2,5 auf 1,5 Millionen Franken im Jahre 1947 der Bundesanteil an den Gesamtauslagen der Handelszentrale 50 % betragen. Durch entsprechende Erhöhung der Leistungen der Privatwirtschaft ist dieser Anteil inzwischen auf 20 % gesunken. Da eine neuerliche Erhöhung der Leistungen der Privatwirtschaft in Aussicht genommen wird, dürfte sich bei einer Festsetzung des Bundesbeitrages auf die beantragten 2,8 Millionen Franken der Prozentsatz des Bundesbeitrages auf rund 1/3 der Gesamtauslagen stabilisieren, also immer noch wesentlich tiefer liegen als in der Nachkriegszeit.

Die Botschaft sowie die Ihnen von der Handelszentrale zugestellte Dokumentation orientieren Sie über das weitläufige Tätigkeitsgebiet der Handelszentrale, wobei Ihnen die hier anwesenden Vertreter derselben (Präsident Dr. Hummler; Direktor R. Montandon) für weitere Auskünfte zur Verfügung stehen.

Meinerseits möchte ich insbesondere auf die Notwendigkeit einer vermehrten und moderneren Präsenz der Schweiz im Ausland hinweisen.

Unser Land geniesst im Ausland dank seiner Neutralitätspolitik und seiner fähigen Wirtschaft im allgemeinen einen guten Ruf. Die Konkurrenzfähigkeit der schweizerischen Industrie wird aber laufend auf die Probe gestellt. Sämtliche industrialisierten Staaten betreiben heute eine mit grossen öffentlichen Mitteln finanzierte Markterhaltungs- und Exportförderungs politik. Herr Direktor Jolles kann Ihnen hierüber vielleicht einige Hinweise bekanntgeben. Soweit es sich um den Absatz spezifischer Produkte handelt, hat zwar nach wie vor, dem Wesen unseres marktwirtschaftlich orientierten Wirtschaftssystems entsprechend, die Exportindustrie selber den Kampf um den Markt aus ihren eigenen Mitteln zu bestreiten. Der Erfolg dieser privatwirt-

schaftlichen Tätigkeit hängt aber immer mehr vom Ansehen ab, das das betreffende Exportland genießt. Diese "Globalwerbung" - um den etwas in Verruf geratenen Ausdruck "Imagewerbung" zu vermeiden - ist eine Aufgabe des Staates, in enger Koordination mit den halbstaatlichen Werbeträgern und mit der Privatwirtschaft. Die Notwendigkeit einer allgemeinen Landeswerbung ergibt sich aus unserer besonders ausgeprägten Weltverbundenheit, aus politischen, kulturellen und menschlichen Ueberlegungen sowie aus wirtschaftlichen Gründen, nämlich zur Erhaltung unserer Exporte an Waren und Dienstleistungen, die 1/3 unseres Bruttosozialproduktes ausmachen und damit eine Tragsäule unseres Wohlstandes darstellen.

In dem immer härter werdenden internationalen Wettbewerb können wir aber nur bestehen, wenn wir auf dem Wege einer gezielten Werbung ein für den Absatz unserer Waren und Dienstleistungen günstiges Klima im Ausland zu schaffen vermögen. Wir sind uns bewusst, dass unsere staatlichen Anstrengungen auch in Zukunft bedeutend geringer sein werden als diejenigen der anderen Industrieländer. Umso unerlässlicher ist es daher, wenigstens die Kontinuität dieses beschränkten Einsatzes zu wahren und die Werbemethoden den neuen Erfordernissen der Zeit anzupassen.

Auch von unseren diplomatischen Vertretungen im Ausland werden wir immer wieder auf die wirtschaftliche und politische Notwendigkeit einer vermehrten offiziellen Beteiligung der Schweiz an internationalen Messen aufmerksam gemacht, die nur zu oft mangels finanzieller Mittel unterbleiben musste. Insbesondere die Entwicklungsländer sind diesbezüglich äusserst empfindlich und erwarten von unserem industrialisierten Land eine vermehrte Beteiligung. Die Handelszentrale hat diesbezüglich einen Fünfjahresplan ausgearbeitet, der ungefähr eine Verdoppelung der bisherigen Bemühungen auf dem Gebiet des Messewesens darstellt.

Durch den Einsatz eigener finanzieller Mittel sollte die Handelszentrale aber auch Impulse geben können für andere Werbeaktionen, die in Zusammenarbeit mit anderen Organisationen, insbesondere mit den schweizerischen Handelskammern im Ausland, durchgeführt werden könnten.

Bezüglich der schweizerischen Handelskammern im Ausland haben diese, wie Sie wissen, in letzter Zeit wiederholt Begehren um finanzielle Unterstützung gestellt. In früheren Jahren richtete der Bund Beiträge an gewisse Handelskammern im Ausland aus, u.z. auf Grund von Budgetbeschlüssen. Nach der Botschaft des Bundesrates vom 19. Mai 1953 über Einsparungen bei den Bundesbeiträgen wurde die Entrichtung weiterer Beiträge an die Handelskammern eingestellt. Auch gewisse Zuwendungen, die früher den Handelskammern von der Handelszentrale geleistet wurden, mussten am 1. Januar 1947, als Folge der Herabsetzung der Bundessubvention der Handelszentrale, sistiert werden.

Die heute auf rein privater Basis finanzierten Handelskammern erfüllen unbestritten eine Reihe von Aufgaben, die im allgemeinen nationalen Interesse liegen und die teilweise auch unsere diplomatischen Aussen-

dienste direkt oder indirekt entlasten. Ihre Tätigkeit umfasst im allgemeinen Marktstudien, Vertretervermittlung, Patentvermittlung, Vermittlung von Arbeitskräften, Informationsdienste sowie allgemein jede Tätigkeit, die im Interesse der wirtschaftlichen Beziehungen zwischen dem Gastland und der Schweiz liegt. Die gegenwärtige, angespannte finanzielle Lage der Handelskammern ist nicht zuletzt auf den infolge der fortschreitenden Liberalisierung des Waren- und Zahlungsverkehrs stark gesunkenen Mitgliederbestand zurückzuführen. Indessen stünde die Ausrichtung von allgemeinen Subventionen im Widerspruch zum Grundsatz, dass die Handelskammern von den Mitgliederbeiträgen, den Zuwendungen schweizerischer Firmen und dem Ertrag aus ihren Dienstleistungen getragen werden sollen. Dieses System entspricht der schweizerischen, auf Marktwirtschaft ausgerichteten Handelspolitik. Daraus erwächst den Handelskammern die Verpflichtung, ihre Pflichtenhefte so zu gestalten und den wechselnden Verhältnissen anzupassen, dass interessante und entsprechend remunerative Dienstleistungen zugunsten der Privatwirtschaft angeboten werden können. Demgegenüber scheint es uns angezeigt und angemessen, die schweizerischen Handelskammern vermehrt durch Vermittlung der Handelszentrale zu unterstützen, sobald diese über vermehrte Mittel verfügen kann. Dies kann erfolgen durch Einbezug der Handelskammern bei konkreten Werbeaktionen im Ausland. Des weitern wird von Seiten des Eidg. Politischen Departements in Aussicht genommen, den Handelskammern eine Entschädigung zu gewähren für geleistete Arbeiten, die eine Entlastung der diplomatischen Vertretungen darstellen.

Was die Höhe des nachgesuchten Beitrages betrifft, ist dieser äusserst knapp bemessen. Wie aus den Darlegungen und Aufstellungen in der Botschaft ersichtlich ist, können mit dem neuen Jahresbeitrag die durch die allgemeine Teuerung insbesondere der Gehälter, der Sozialleistungen und der Mieten verursachten erhöhten Verwaltungskosten gedeckt werden. Für den operationellen Einsatz bleibt wenig übrig. Der Bundesrat wollte es aber vermeiden, dem Parlament eine allzu starke Erhöhung des Bundesbeitrages vorzuschlagen, sondern zog es vor, die Gewährung eventueller zusätzlicher Beiträge auf dem Budgetwege vorzusehen für konkrete, der allgemeinen Landeswerbung dienende Werbeaktionen. Selbstverständlich wird auch die Privatwirtschaft weiterhin ihre Beiträge an die Handelszentrale leisten und, wie bisher, die zusätzlichen Kosten für die Teilnahme an Messen, für die Mitfinanzierung anderer Werbeaktionen und für das "follow up" übernehmen.

Wir sind uns bewusst, dass mit den etwas erweiterten Aktionsmöglichkeiten der Handelszentrale das Problem der allgemeinen Landeswerbung nicht geregelt ist, weshalb der Bundesrat versuchen wird, eine diesbezügliche Gesamtkonzeption zu erarbeiten. Eine ganze Reihe von öffentlichen Stellen und privaten Organisationen ist daran interessiert und bemüht sich, gemeinsam eine Konzeption herauszuarbeiten, was nicht leicht fallen wird.

Im Zusammenhang mit den Bestrebungen zur Schaffung einer Gesamtkonzeption der allgemeinen Landeswerbung ist die vorliegende Botschaft als Uebergangsregelung gedacht, die eine zukünftige Gesamtkonzeption nicht präjudiziert.

Schuler: Ich eröffne die Diskussion und gebe noch zwei Aenderungen in der Zusammensetzung der Kommission bekannt.

Herr Nationalrat Hofstetter wird durch Nationalrat Raissig ersetzt und anstelle von Nationalrat Müller tritt Nationalrat Grütter. Wir beginnen nun mit der allgemeinen Debatte, gehen dann über zur Eintretensdebatte und schliesslich zur Detailberatung.

Grütter: Ich bin Bundesvertreter in der Aufsichtskommission der Handelszentrale. Zum vorliegenden Antrag melde ich meine Opposition an. Es ist einfach nicht richtig, in einem Zeitpunkt, wo Konjunkturdämpfungs-massnahmen aktuell sind, erhöhte finanzielle Mittel für Exportförderungs-zwecke zu verlangen. Ich verlange darüber Aufschluss, wieso man so spät mit dieser Vorlage kommt. Die Handelszentrale wusste schon längstens, dass die Rechtsgrundlage Ende 1970 ablaufen wird. Die Handelsabteilung war sich auch darüber im Klaren und der Bundesrat musste ebenfalls vollstens im Bilde sein. Ich drücke deshalb mein Missfallen aus, dass man so spät kommt. Auch stelle ich fest, dass eine Neuerung eingeführt worden ist, indem Präsident Hummler und weitere Experten anwesend sind.

Die Subventionen haben nach meiner Meinung den Sinn einer Starthilfe oder einer Unterstützung benachteiligter Wirtschaftskreise, wie etwa der Landwirtschaft. Keines dieser Kriterien trifft aber auf die Exportwirtschaft zu. Im Gegenteil, die heutige wirtschaftliche Lage ist verschieden von derjenigen von 1936 mit seinen katastrophalen Krisenauswirkungen oder jener unmittelbar nach Ende des Zweiten Weltkrieges. 25 Milliarden Exporte pro Jahr stellen einen Drittel des Brutto-Sozialproduktes dar. Die Gewinne der Exportwirtschaft sind gross. Es ist nicht notwendig, der Handelszentrale den grossen Hut zur Verfügung zu stellen. Die Exportwirtschaft ist in der Lage, selber vermehrte Mittel aufzubringen.

Gewisse Angaben in der Botschaft sind zudem in einem falschen Licht dargestellt. Auf Seite 10 der Botschaft wird vermerkt, dass der Anteil des Bundes an den Gesamtauslagen der Handelszentrale von über 50 % auf 20 % gesunken ist. Wenn man aber den Bundeskredit von 17 Millionen Franken, wie er für die Weltausstellung in Osaka bewilligt wurde, miteinbeziehen würde, so gäbe dies ein viel zutreffenderes Bild, als dies der Fall ist.

Die Leistungen anderer Länder in bezug auf Exportförderung sind sicher zutreffend. Man darf aber nicht vergessen, dass die Firmen im Ausland viel stärker besteuert werden. Die Schweiz geniesst diesbezüglich eine Vorzugsstellung. Ein Vergleich mit anderen Ländern ist daher hinkend.

Wenn die Verkehrszentrale erheblich erhöhte Beiträge erhalten hat, ist dies verständlich, da kein einziges Hotelunternehmen solche Gewinne aufweist wie die Industrie. Auch die Erhöhung für Pro Helvetia von 4 auf 5,5 Millionen Franken ist begründet. Das ist Kulturwerbung und Kulturwahrung und klar zu unterscheiden von Warenexport.

Gestützt darauf habe ich den folgenden Antrag eingereicht:

Artikel 1

- 1) "Der Bund unterstützt die Schweizerische Zentrale für Handelsförderung in Zürich und Lausanne durch einen jährlichen Beitrag von 1'500'000 Franken für die Finanzierung ihrer ordentlichen Tätigkeit.
- 2) Der Zentrale für Handelsförderung können im Falle wesentlicher Verschlechterung der Lage der Exportwirtschaft auf dem Wege des Voranschlages zusätzliche Beiträge bis 1'000'000 Franken jährlich gewährt werden."

Schuler: Die beiden Vertreter der Handelszentrale (Dr. Hummler, Präsident, und R. Montandon, Direktor) sowie Herr Dr. R. Bühler als Präsident der Union Schweizerischer Handelskammern im Ausland sind hier anwesend, um Fragen der Mitglieder unserer Kommission zu beantworten. Sie werden sich anschliessend zurückziehen.

Meinerseits habe ich eine Frage an die Handelszentrale zu richten. Anlässlich der Exportdepot-Debatte ist im Bericht die Rede von 12000 schweizerischen Exportfirmen. Ich möchte die Frage aufwerfen, wieso die Handelszentrale nur 1500 Mitglieder zählt. Besteht nicht die Möglichkeit, diesen Mitgliederbestand bedeutend zu erhöhen?

Brunner: Ich habe keine Fragen; ich glaube aber, dass das Votum Grütter die Zeit bis zum Mittagessen gut ausfüllen könnte.

Chopard: Ich gestatte mir, die Frage der Entwicklungshilfe aufzuwerfen. In der Botschaft ist lediglich auf Seite 4 ein kleiner Absatz, der auf diese Exportförderungsbemühungen der OSEC hinweist, und im Jahresbericht ist wenig oder nichts darüber erwähnt. Ich ersuche Sie, diese Aspekte konkreter zu beleuchten. Zudem möchte auch ich die Frage aufwerfen, warum dieser ungünstige Zeitpunkt der Antragsstellung gewählt wurde und ferner, wie die Koordination mit Pro Helvetia und den übrigen Werbeträgern spielt.

Conzett: Die Koordination zwischen den einzelnen Institutionen wie Handelszentrale, Pro Helvetia und Verkehrszentrale ist ein hängendes Problem und noch ungenügend gelöst. Jede bildet für sich ein kleines Königreich und finden sich nur bei der Beteiligung einer Weltausstellung zusammen.

Es hat keinen Sinn, überall die Mittel zu erhöhen. Wie lange soll es gehen, bis eine gemeinsame Gesamtkonzeption zustande kommt und was macht die koordinierende Kommission von Stettler und seit wann besteht sie? Keine dieser Institutionen ist bereit, sich in die Karten schauen zu lassen. Hier liegt der Mangel. Schweden ist diesbezüglich schon gut organisiert. Ich darf den Bundesrat bitten, hier eine deutliche Sprache zu sprechen, die alle verstehen.

Tenchio: Auch ich lege den Akzent auf eine bessere Koordination. Eine nähere Zusammenarbeit ist notwendig, und ich begrüße den Gedanken einer Globalwerbung. Es sollten schon jetzt Mittel hierfür zur Verfügung gestellt werden. Es ist allerdings eine optimale Wirkung herauszuholen und eine Koordination sollte daher so rasch als möglich in die Wege geleitet werden.

Man sollte auch die Probleme der Schweizerischen Handelskammern im Ausland berücksichtigen. Es ist davon die Rede, gezielte Aktionen durchzuführen. Es interessiert mich, wie man sich vorstellt, solche Aktionen zu potenzieren.

Hummler: Ich bin im Sinne einer Auskunftsperson nach Zürich gekommen. Es ist durchaus zuzugeben, dass der Koordinationsausschuss nicht immer befriedigend funktioniert hat. In letzter Zeit hat sich jedoch die Situation wesentlich verbessert, so dass heute in dem von Herrn Stettler präsidierten Ausschuss eine echte Bereitschaft zur Zusammenarbeit bei der Landeswerbung besteht. Wir befinden uns aber auf diesem neuen Gebiet am Anfang, müssen uns zuerst eine Basis schaffen und vor allem Erfahrungen sammeln. Von Bedeutung ist eine solidere materielle Grundlage, um solche Aktionen später finanzieren zu können.

Parallel zum Bund muss natürlich auch die Privatwirtschaft ihre Beitragsleistungen erhöhen. Dies wird wohl am besten dadurch geschehen, dass die Tarife für die Dienstleistungen heraufgesetzt und andererseits Grossunternehmen und Verbände zur Leistung von Sonderbeiträgen aufgefordert werden. Das wäre eine bessere Methode als die lineare Heraufsetzung der Basis-Mitgliederbeiträge, die für alle Unternehmen gleich hoch sind.

Die Zusammenarbeit mit den Handelskammern im Ausland beginnt gut zu spielen. Dagegen kann kein festes Programm aufgestellt werden, weil ohne Mittel nichts getan werden kann. Bei der Weltausstellung war ein Geldgeber vorhanden. Immerhin sollte die Koordination einer Gesamtkonzeption möglichst rasch konkretisiert werden können.

Bühler: Nur ganz kurz. In der Union Schweizerischer Handelskammern im Ausland sind 7 Handelskammern vereinigt. Die Union ist lediglich eine Kontaktstelle. Die einzelnen Handelskammern sind im übrigen selbständig und autonom.

Ich bin glücklich, auf Seite 7 der Botschaft zu lesen, dass die Handelszentrale mit der Erhöhung des Bundesbeitrages in die Lage versetzt würde, die Handelskammern vermehrt für bestimmte Werbeaktionen beizuziehen und an die Finanzierung beizutragen. Die Handelskammern würden gerne an lokalen Ausstellungen mitmachen. Ich denke dabei insbesondere an Lyon, Marseille, Bordeaux, aber auch an Mailand. Warum kann man nicht in Bari, in Süditalien, eine gewisse Ausstellung organisieren. Wien hat in dieser Beziehung in Innsbruck und Graz schon Initiativen ergriffen.

Bundesrat Brugger hat in seinem Referat auch auf die Arbeiten hingewiesen, die die Handelskammern den schweizerischen diplomatischen

Vertretungen im Ausland abnehmen. Die Vergütung dieser Spesen gehört aber nicht in diese Botschaft. Das Politische Departement wird versuchen, eine gerechte Lösung zu finden.

Hummler: Zur Frage von Nationalrat Schuler ist zu erwähnen, dass von den im Exportdepot-Bericht aufgeführten 12000 schweizerischen Exportfirmen nur deren 2000 von Bedeutung sind. 1500 Mitglieder ist ein grosser Prozentsatz. Von der Maschinenindustrie, beispielsweise, sind mehr Mitglieder bei der OSEC als beim VSM. Des weitern ist zu erwähnen, dass verschiedene kleinere Firmen sich in der OSEC durch einen gemeinsamen Verband vertreten lassen, wobei der Fachverband als nur ein Mitglied auftritt.

Die Herren Dr. Hummler, R. Montandon und Dr. Bühler verlassen die Sitzung, worauf zur Eintretensdebatte übergegangen wird.

Brunner: Ich muss gestehen, dass ich nicht die Absicht hatte, zur Vorlage Stellung zu nehmen. Beim Durchlesen der Botschaft hatte ich kein gutes Gefühl. Den gemachten Erfahrungen entsprechend sollte sich die Handelszentrale mehr auf die Beine machen und solche Dienste anbieten, die die Industrie bezahlt. Es gibt Darlegungen, die den Standpunkt von Nationalrat Grütter verständlich machen.

Wenn allgemeine Landeswerbung betrieben werden soll, so hilft das nicht den kleinen Unternehmungen. Sachliche und politische Gründe sprechen aber dafür. Das Problem der Imagewerbung ist weitläufig. Mit einer kleinen Erhöhung des Bundesbeitrages kann man keine Imagewerbung betreiben. Ich bin skeptisch, dass die OSEC - ohne Erfolgskontrolle - Imagewerbung machen kann. Es steht wenig in der Botschaft über die Problematik dieser Fragen.

Bussey: Je voudrais dire d'entrée que je suis entièrement d'accord avec la proposition Grütter. Il m'apparaît, en effet, que le subventionnement de l'OSEC, décidé en 1936 dans une situation de crise, se justifiait alors. Je regrette simplement que la Commission Stocker n'ait pris position en son temps sur le principe même de la subvention à l'OSEC. Je pense que, dans la situation actuelle, nous devons nous en tenir à 1,5 million de francs. Rien ne justifie pour l'instant un effort supplémentaire de la part de la Confédération tant qu'il n'y a pas un effort similaire de la part du partenaire.

Conzett: Ich bin für Eintreten, bei aller Problematik. Wie Bundesrat Brugger gesagt hat, handelt es sich um eine Uebergangslösung. Der letzte Bundesbeschluss die Handelszentrale betreffend, war auf 5 Jahre befristet. Ich möchte die Frage aufwerfen, warum der vorliegende Antrag keine Befristung enthält, wo er doch keine endgültige Lösung darstellt. Eine Befristung würde bewirken, dass ein gewisser Zwang aufgesetzt wird, die Globalkonzeption möglichst bald zu beantragen. Es konnte mir ohnehin niemand sagen, wie lange die koordinierende Kommission von Herrn Stettler schon besteht. In diesem Sinne beantrage ich, den Beschluss auf 3 Jahre zu befristen.

- 10 -

Grütter: Ich werfe nochmals die Frage auf, warum der Bundesrat dazu kommt, die Vorlage in einem so späten Zeitpunkt zu unterbreiten?

Bundesrat Brugger: Für den Zeitpunkt der Unterbreitung der Vorlage übernehme ich die Verantwortung und bin überzeugt, dass keine bösen Absichten damit verbunden waren. Der Text der Botschaft musste mehrmals bereinigt werden, da er verschiedene Departemente interessiert und deren Wünsche zu berücksichtigen waren. Ich möchte im übrigen sagen, dass ich bei diesem Geschäft in einen fahrenden Zug einsteigen musste. Trotzdem glaube ich, dass die Vorlage vertretbar ist. Diese Globalwerbung ist notwendiger denn je. Das Ausland unternimmt unerhörte Anstrengungen, wir aber viel zu wenig. Ich bin mit der Kritik bezüglich Koordination einverstanden. Noch vor wenigen Monaten hofften wir, Ihnen mit dieser Vorlage eine Gesamtkonzeption über eine schweizerische Globalwerbung unterbreiten zu können. Um koordinieren zu können, muss man aber alle Interessenten unter einen Hut bringen, wobei aber auch die wirtschaftlichen Aspekte zur Geltung kommen müssen. Reine Kulturprogramme sind oft problematisch. Wir müssen uns immer wieder auf dem Boden der Realität zurückfinden. Wenn Sie eine Koordination bejahen, müssen Sie uns auch die Möglichkeit geben, daran mitzuwirken, was bedingt, dass die OSEC ihrerseits Mittel zur Landeswerbung in die Waagschale werfen kann. Ich habe nichts dagegen, wenn wir befristen. Sind aber 3 Jahre nicht etwas zu kurz? Ich würde es begrüßen, wenn uns 5 Jahre zugestanden würden.

Was das Ausland betrifft, sind wir sicher stark im Rückstand. Insbesondere ist uns bekannt, dass die EWG im Zuge der Verwirklichung einer gemeinsamen Handelspolitik der Exportförderung noch vermehrte Beachtung einzuräumen gedenkt. Die staatlichen Mittel, die schon heute von unseren Hauptkonkurrenten und den EG-Ländern eingesetzt werden, stellen ein Mehrfaches dessen dar, was wir Ihnen relativ und proportional vorschlagen.

Eine Globalwerbung kann nur der Staat betreiben. Bei den vielen partikularistischen und zum Teil gegensätzlichen Interessen der Privaten lässt sich keine Globalwerbung finanzieren.

Zu Nationalrat Brunner möchte ich noch erwähnen, wenn die Schweiz allgemeine Landeswerbung betreibt, so kommt das auch den vielen kleinen Herstellern von Spezialartikeln zugute, die ihre Produkte in der ganzen Welt verstreut haben.

Jolles: Ich möchte Einzelfragen beantworten. Bezüglich Zeitpunkt ist festzuhalten, dass die Direktion der OSEC am 1. Januar 1967 gewechselt hat. Dieser Anlass wurde dazu benützt, um die bisherige Tätigkeit der OSEC durch die neue Direktion zu durchleuchten. Nach einem Jahr hat Herr Direktor Montandon Bericht erstattet sowie Reformen unterbreitet, die in der Aufsichtskommission diskutiert wurden. Ein neuer Bericht wurde auch verlangt. Des weitern war es unsere Absicht, wenn schon eine neue Kreditbotschaft unterbreitet wird, überzeugend darzulegen, dass wir eine neue Konzeption anstreben. Wir standen daher unter einem gewissen Zeitdruck. Wir mussten uns schliesslich Rechenschaft darüber

- 11 -

geben, dass die Image-Werbung sehr komplex ist, und dass nicht die OSEC allein eine solche Werbung betreuen könne. Dies hatte zur Folge, dass wir unseren ursprünglichen Botschaftsentwurf revidieren und uns schliesslich darauf beschränken mussten, Ihnen lediglich eine Uebergangslösung zu unterbreiten.

Wir stehen erst am Anfang unserer Koordinationsbemühungen. So ist beispielsweise die Handelsabteilung erstmals im laufenden Jahr zu den Sitzungen der von Herrn Stettler präsierten Koordinationskommission beigezogen worden. Diese Koordinationskommission, die schon lange besteht, war bis vor kurzem lediglich als Koordinationskommission der Kulturwerbung gedacht.

Die Vorarbeiten für eine Gesamtkonzeption sind nunmehr an die Hand genommen worden. Das Politische Departement, das Departement des Innern, das Verkehrsdepartement, das Finanzdepartement und unser Departement werden sich hierüber konsultieren und versuchen, im Einvernehmen mit den interessierten halbstaatlichen und privaten Werbeträgern den ganzen Komplex der Landeswerbung neu zu konzipieren. Das wird eine gewisse Zeit beanspruchen. Wir wollten aber nicht die 3 - 4 Jahre, welche die Schaffung einer neuen Konzeption beansprucht, verstreichen lassen, ohne etwas zu tun. Anfänge wurden bereits unternommen wie z.B. mit den Glimpses of Switzerland, die gemeinsam mit Pro Helvetia konzipiert und an Fachmessen mit grossem Erfolg präsentiert wurden. Solche Aktionen sollen auch in Zukunft gemeinsam mit Pro Helvetia und anderen Werbeträgern organisiert werden. Man kann heute nicht mehr peinlich unterscheiden zwischen Kultur- und Wirtschaftswerbung, weil es darum geht, die Präsenz der Schweiz als eigenständiges Staatswesen in der Welt zu dokumentieren.

Was die Weltausstellungen betrifft, gehören diese nicht direkt zur Tätigkeit der Exportförderung. Die Teilnahme an Weltausstellungen ist eine Prestigeangelegenheit und politisch bedingt. Auch unser Pavillon in Osaka ist keine Industrieausstellung, weshalb auch die Industrie wiederholt gegen die Konzeption opponiert hat. Das Pavillon ist prestigemässig ein Erfolg; er liegt aber schon in der Linie einer allgemeinen und neutralen Imagewerbung. Mit Exportförderung hat es wenig zu tun. Man kann daher die Beiträge für Weltausstellungen nicht zu den Krediten für Exportförderung hinzuschlagen. Auch früher wurde dies nie getan.

Bezüglich der Tätigkeit des Auslandes ist festzuhalten, dass wir stark im Rückstand sind. Auch die in unserer Botschaft auf Seite 5 erwähnten 21 Millionen DM, die Deutschland allein für die offizielle Beteiligung an Messen und Ausstellungen 1968 ausgegeben hat, sind bereits pro 1969 auf 28 Millionen angestiegen und steigen noch weiter an. Wohl ist die Steuerlast im Ausland sicher höher, aber umgekehrt erhält die Exportindustrie staatliche Exportbeiträge unter anderen Titeln, staatliche Exportkredite, etc., wie wir sie nicht kennen. Auch ein wesentlicher Teil der staatlichen Finanzhilfe unserer Partner an Entwicklungsländer wird verwendet für finanzielle Unterstützungen zugunsten der eigenen Exportindustrie.

- 12 -

Zur Frage der Tätigkeit der Handelszentrale im Rahmen der Entwicklungshilfe ist zu erwähnen, dass diese angefangen hat, Stagiaires aufzunehmen, Vorträge zu organisieren, Marktanalysen durchzuführen, dies in Verbindung mit dem Trade Center GATT/UNCTAD.

Was die Anfrage von Nationalrat Tenchio betreffend die Art der Unterstützung betrifft, die den Handelskammern zukommen soll, so sehen wir zwei Arten von Hilfe vor. Einmal die Spesenentschädigung für die Entlastung der diplomatischen Vertretungen. Das EPD sieht hierfür zur Zeit einen Betrag von Fr. 100'000.- vor. Dann ist die Einschaltung der Handelskammern für besondere Werbeaktionen vorgesehen. Die Handelskammern sind heute ein Instrument unserer Aussenwirtschaftspolitik ohne offiziellen Anstrich.

Die Präsenz der Schweiz im Ausland und die Diversifikation erachten wir als unerlässlich, insbesondere nachdem der Protektionismus in den USA Oberhand zu gewinnen scheint, Retorsionen der EWG gegen USA sowie Japan gegen die EWG denkbar sind. Auch im Integrationszusammenhang will die Schweiz danach trachten, ihre handelspolitische Bewegungsfreiheit soweit als möglich zu wahren. Um sich gegenüber den neuen grossen Wirtschaftsblöcken durchzusetzen, muss sie dann aber auch bereit sein, einen entsprechenden Aufwand für die Landeswerbung in Kauf zu nehmen.

Grütter: Ich nehme die Erklärungen von Bundesrat Brugger entgegen. Als Mitglied der Aufsichtskommission weiss ich jedoch, dass neben den von Herrn Botschafter Jolles erwähnten sachlichen Gründen von verschiedener Seite darauf aufmerksam gemacht wurde, wie unpassend es wäre, in einer gleichen Parlamentssession über das Exportdepot und die Handelsförderung zu diskutieren.

Zur Koordinationsfrage unterbreite ich einen weiteren Antrag, der wie folgt lautet:

"Die Zentrale für Handelsförderung ist verpflichtet, Werbeaktionen, die der allgemeinen Landeswerbung dienen, in enger Zusammenarbeit mit anderen interessierten Organisationen durchzuführen."

Bundesrat Brugger: Zu diesem Antrag ist zu erwähnen, dass er durch die Formulierung von Abs. 2 von Art. 1 des vorgeschlagenen Bundesbeschlusses bereits gedeckt ist.

Tenchio: Ich bejahe die Botschaft. Es ist natürlich eine Ermessensfrage.

Schuler: Die Frage der Bemessung der Höhe des Bundesbeitrages gehört in die Detailberatung. Wir schliessen hier die Eintretensdebatte ab. Eintreten ist beschlossen.

Von Conzett ist Antrag auf Befristung bis Ende 1975 eingereicht worden. Wir gehen über zur Detailberatung.

Titel und Ingress:

keine Bemerkungen

Artikel 1:

Conzett: Ich bin bereit, mit der Befristung auf 5 Jahre zu gehen. Wenn die Koordination einer Globalwerbung aber vorher gelingt, so sollte die Befristung nicht bis zum letzten Moment ausgenützt werden.

Raissig: Ich schlage vor, die Befristung in Artikel 2 aufzunehmen.

Hagmann: Wenn der koordinierende Ausschuss von Herrn Stettler seine Studien in 3 Jahren abgeschlossen hätte, so glaube ich nicht daran, dass die Vorlage vor 5 Jahren dem Parlament unterbreitet würde. Wir sollten deshalb 4 Jahre vorsehen, um einen Druck auszuüben.

Chopard: Die Anträge Grütter schaffen zusammen einen Rahmen von 2,5 Mio Franken. Ich möchte Bundesrat Brugger fragen, warum dieser Betrag nicht genügt.

Bundesrat Brugger: Ich bin grundsätzlich mit einer Befristung einverstanden, die jedoch nicht zu kurz bemessen sein sollte. Abs. 2 von Art. 1 bringt ja bereits die Koordinationsverpflichtung für die Landeswerbung deutlich zum Ausdruck sowie die Erwartung, dass eine neue Konzeption ausgearbeitet werden soll.

Zu Chopard: Bei unserem Antrag stehen ab 1. Januar 1971 2,8 Millionen Franken zur Verfügung, bei demjenigen von Herrn Grütter nur 1,5 Millionen. Die Voraussetzung, dass eine Verschlechterung der Lage der Exportwirtschaft eintritt, von der die zusätzliche Million im Antrag Grütter abhängig gemacht wird, dürfte sich nämlich in nächster Zukunft nicht erfüllen.

Auch der Bundesrat sieht in Abs. 1, Al. 2 zusätzliche Beiträge vor. Diese sollen jedoch nicht der Exportförderung im eigentlichen Sinne dienen und können daher auch nicht von der Lage der Exportwirtschaft abhängig gemacht werden, sondern der allgemeinen Landeswerbung. Es handelt sich hier um zwei grundverschiedene Dinge.

Die Tatsache, dass die OSEC in den letzten drei Jahren Defizite aufwies, die im betreffenden Jahr allein 660'000 Franken erreichen dürften, zeigt eindeutig, dass die Beibehaltung eines Bundesbeitrages in der Höhe von 1,5 Millionen Franken völlig ungenügend wäre. Die OSEC könnte nicht nur die ihr zugedachten neuen Aufgaben nicht an die Hand nehmen, sondern müsste vielmehr ihre bisherigen Aktivitäten stark einschränken.

Hotz: In Anbetracht des Betriebsdefizits von über Fr. 300'000 im Jahre 1969 wäre es logisch, wenn statt 1,5 Millionen 2 Millionen gegeben würden. Ich stelle einen entsprechenden Antrag.

Jolles: Ich darf auf Tabelle Seite 12 aufmerksam machen. Das budgetierte Betriebsdefizit für 1970 erhöht sich für die reine Verwaltungsrechnung auf Fr. 661'000.-. Die Büroräumlichkeiten der Handelszentrale in Zürich sind gekündigt worden. Für 1972 ist mit einer massiven Er-

höhung der Büromiete zu rechnen. Auch die Löhne der Angestellten müssen angepasst werden. Die Handelszentrale braucht den vorgeschlagenen Kredit von 2, 8 Millionen Franken. Nationalrat Grütter mag sich erinnern, dass ursprünglich viel mehr beantragt wurde.

In den 2,8 Millionen sind einige hunderttausend Franken eingeschlossen, um die Imagewerbung aufrecht zu erhalten, die bisher aus dem Prämienfonds finanziert wurde.

Was schliesslich die Erhöhung der Mitgliederbeiträge betrifft, wäre bei einer allzu massiven Erhöhung derselben zu befürchten, dass dies den Austritt vieler kleiner und mittlerer Firmen zur Folge hätte.

Bereinigung des 1. Absatzes

Schuler: Es liegen 3 Anträge vor, nämlich

Antrag des Bundesrates	2,8 Mio Franken
Antrag Grütter	1,5 Mio Franken
Antrag Hotz	2,0 Mio Franken

Abstimmung über die Höhe des Beitrages

Antrag des Bundesrates	6 Stimmen
Antrag Grütter	5 Stimmen

Gegenüberstellung Antrag des Bundesrates / Antrag Hotz

Antrag des Bundesrates	5 Stimmen
Antrag Hotz	7 Stimmen

Mit 7 zu 5 Stimmen ist dem Antrag Hotz zugestimmt (Jahresbeitrag 2 Millionen Franken).

Abstimmung über die Befristung

Schuler: Der Bundesrat widersetzt sich nicht einer Befristung.

Antrag Konzett	5 Jahre	9 Stimmen
Antrag Hagmann	4 Jahre	3 Stimmen

Der Befristung auf 5 Jahre ist auf Antrag Konzett zugestimmt.

Berger: Ich frage mich, ob durch die Befristung der Vorlage die 2 Millionen nicht bis 1975 aufrecht erhalten bleiben müssen?

Conzett: Wenn der Bundesrat eine neue Vorlage unterbreitet, so kann sie die vorhergehende schon vor Ablauf des betreffenden Bundesbeschlusses ersetzen.

Bundesrat Brugger: Wir haben gerade jetzt ein Beispiel. Das alte Wohnbauförderungsgesetz, das an sich weiterläuft, ist durch ein neues ersetzt worden.

Bereinigung Absatz 2

Antrag Grütter: neues Alinea 2 betreffend Verpflichtung zur Zusammenarbeit mit andern interessierten Organisationen in Fragen der allgemeinen Landeswerbung.

Grütter: Ich halte an meinem Antrag fest, auch für Alinea 2.

Jolles: Durch die Kürzung von 2,8 auf 2 Millionen Franken wird die Handelszentrale ohnehin keine neue Tätigkeit im Sinne einer allgemeinen Landeswerbung aus ihren ordentlichen Mitteln an die Hand nehmen können. Die Koordinationsfrage stellt sich daher lediglich im Zusammenhang mit Aktionen, für die gemäss bestehendem Alinea 2 auf dem Budgetwege zusätzliche Beiträge zugestanden werden. Für derartige Aktionen ist das Koordinationserfordernis im entsprechenden Absatz bereits ausdrücklich festgehalten.

Schuler: Die Erwägungen, die dem neuen Antrag Grütter zugrunde liegen, gehören logischerweise in die zukünftige Botschaft über die allgemeine Landeswerbung.

Abstimmung:

Für den Antrag Grütter	4 Stimmen
Dagegen	7 Stimmen

Antrag Grütter: zusätzliche Mittel bis zu 1 Mio Franken dürfen nur bei Verschlechterung der Lage der Exportwirtschaft an die Handelszentrale ausgerichtet werden.

Bundesrat Brugger: Ich empfehle, dem Antrag Grütter nicht zuzustimmen, weil zusätzliche Beitragsleistungen gar nicht zum Spiele kommen würden. Ich möchte nochmals betonen, dass es nach Fassung von Abs. 2 in der bundesrätlichen Vorlage nicht darum geht, der Handelszentrale zusätzliche Mittel für Exportförderung, sondern ausschliesslich Mittel für nicht kommerzielle, allgemeine Landeswerbung zur Verfügung zu stellen. Diese allgemeine Landeswerbung stellt eine nationale Aufgabe dar, deren Bedeutung ständig zunimmt. Ihre Wirkung kommt nicht nur der Exportwirtschaft, sondern der schweizerischen Allgemeinheit zugute.

Grütter: Was wir bezwecken, ist der Abbau der Subventionen.

Schuler: Es geht darum, dem Bundesrat die Möglichkeit zu geben, zusätzliche Mittel für die allgemeine Landeswerbung bereitzustellen. Da dies auf dem Budgetweg geschehen muss, behält das Parlament sein Mitspracherecht.

Brunner: Der Vorschlag, auf dem Budgetwege zusätzliche Mittel erhältlich zu machen, ist ein Fass ohne Boden oder zumindest mit einem ziemlich tiefen Boden. Jedenfalls könnte ich nur zustimmen, wenn verbürgt wird, dass auf diesem Wege nicht einfach Mittel für die normale Tätigkeit der Handelszentrale eingefordert werden.

Bundesrat Brugger: Ich möchte klarstellen, dass solche Mittel ja nur im Einvernehmen mit der Pro Helvetia und der Verkehrszentrale ausgesprochen werden dürfen. Diese Institutionen werden ihrerseits dafür sorgen, dass diese Beträge für eine allgemeine, auch ihre Belange umfassende Landeswerbung und nicht für Konsumexportförderung eingesetzt werden. Sie sollten uns diese Möglichkeit billigerweise geben.

Abstimmung:

Für Fassung wie im Antrag des Bundesrates vorgeschlagen	8 Stimmen
Für Antrag Grütter	4 Stimmen

Artikel 2: keine Bemerkungen

Gesamtabstimmung:

Bereinigte Vorlage	dafür	8 Stimmen
	dagegen	4 Stimmen

Die Anträge Grütter werden als Minderheitsanträge aufrechterhalten.

Schluss der Sitzung: 13.20 Uhr