

Regierungsrat

Rathaus / Barfüssergasse 24
4509 Solothurn
www.so.ch

Eidg. Volkswirtschaftsdepartement
Herr Bundespräsident Joseph Deiss
Bundeshaus Ost
3003 Bern

29. Juni 2004

Vernehmlassung zum Bundesgesetz zur Förderung der Information über den Unternehmensstandort Schweiz

Sehr geehrter Herr Bundespräsident Deiss
Sehr geehrte Damen und Herren

Für die uns gebotene Gelegenheit, zum Entwurf des Bundesgesetzes zur Förderung der Information über den Unternehmensstandort Schweiz Stellung nehmen zu können, danken wir Ihnen bestens.

1. Allgemeine Bemerkungen

Die bisherigen Erfahrungen und Ergebnisse nach acht Jahren Vollzug des Bundesbeschlusses zur Förderung der Information über den Unternehmensstandort Schweiz beurteilen wir überwiegend positiv. Es wurden Strukturen, multimediale Instrumente und ein umfangreicher Kalender von gut besuchten Veranstaltungen in adäquat ausgewählten Zielmärkten weltweit geschaffen. Damit gelang es, die Schweiz im globalen Wettbewerb um Standorte von Unternehmen attraktiv zu positionieren und ihr zusätzliche Beachtung zu verschaffen. Die Kantone können auf diesem soliden Fundament ihre eigenen Aktivitäten auf- und ausbauen.

Standortmarketing ist eine Daueraufgabe, die dem raschen Wandel im Markt um ausländische Direktinvestitionen stets angepasst werden muss. Die Notwendigkeit einer kontinuierlichen, effizienten und professionellen Promotion für den Unternehmensstandort Schweiz ist deshalb unseres Erachtens grundsätzlich und mehr denn je unbestritten.

Mit Blick auf Grössenordnungen, Wahrnehmbarkeit und Mitteleinsatz gilt zu beachten, dass die Schweiz beispielsweise in Deutschland einem Bundesland oder in anderen Ländern einer Provinz oder Region entspricht. Diese Gebietseinheiten haben meist eigenständige, umfassende Auftritte und vor allem auch konkrete, über das Marketing hinausgehende Aktivitäten auf dem Markt für ausländische Direktinvestitionen mit umfangreichen Fördermitteln. Gerade für unser föderalistisch geprägtes und

klein strukturiertes Land ist deshalb entscheidend, im Wettbewerb mit anderen, teilweise zentralistischen und meist grösseren Ländern eine nachhaltige Promotion und Kundenbetreuung auf Bundesebene zu betreiben.

Ähnlich wie im Tourismus geht es auch hier um das Herstellen und Beibehalten gleicher Spiesslängen im Standortwettbewerb.

Auch der Kanton Solothurn beteiligte sich in den vergangenen Jahren – und wird dies auch weiterhin tun – aktiv an verschiedenen Informations- und Promotionsprojekten. Er gelangte damit auch zu zahlreichen interessanten Kontakten. Daraus resultierten manche erfolgreiche Ansiedlungen von Unternehmen im Kanton. Die Zusammenarbeit mit „Standort:Schweiz“, der zuständigen Organisation des Bundes, ist insgesamt nutzbringend.

2. Spezielle Bemerkungen zu den gestellten Fragen

Frage a) *Unterstützen Sie die Weiterführung des Programms „Standort:Schweiz“ des Bundes auf der Basis der vorliegenden Unterlagen?*

Wir unterstützen ausdrücklich die Bemühungen des Bundes, die internationalen Marketingaktivitäten zugunsten des Unternehmensstandortes Schweiz weiterzuführen und insbesondere zugunsten eines einheitlichen Aussenbildes und professionellen Auftritts der Schweiz im Ausland zu koordinieren. Wir sind überzeugt, dass Standortmarketing sowohl nach Aussen wie indirekt auch nach Innen, hier v.a. mit dem Erkennen von Schwachstellen dank permanentem Vergleich mit Mitbewerbern (Benchmarking) und der Optimierung von Strukturen, nützliche Wirkungen zeitigt.

Frage b) *Wo sehen Sie zusätzlichen Handlungsbedarf resp. Korrekturen beim heutigen Programm?*

Handlungsbedarf sehen wir grundsätzlich bei den durch den Bund wahrzunehmenden Aufgaben und Zuständigkeiten bzw. Schnittstellen des Programms.

- Schnittstelle Bund – Kantone

Das heutige Programm konzentriert sich auf die Informationsvermittlung bzw. das Vermitteln von qualifizierten Kontakten oder Interessenten an die Kantone. Einzelne, konkrete Ansiedlungsprojekte gelangen dadurch unseres Erachtens oft zu früh in zu viele Kantone. In vielen Fällen wird dadurch aus einem "Schweiz-Fokus" zu früh ein für ausländische Investoren eher verwirrender, durch "Kantönligeist" wettbewerbsgetriebener "Kantonsfokus". Dies ist weder im Interesse des Investors, noch in jenem der Schweiz und somit oft kontraproduktiv.

Wir vertreten die Meinung, dass der Bund erfolversprechende Marketingkontakte länger exklusiv und unter grösstmöglicher Wahrung der „Kantonsneutralität“ begleiten sollte, um diese erst dann an die Kantone überzuleiten, wenn Ansiedlungsvorhaben und Standortanforderungen einen minimalen Konkretisierungsgrad enthalten. Denkbar wäre eine strukturierte, aktiv begleitete Überleitung solcher Projekte auf der Basis sorgfältig ergründeter Kundenpräferenzen. Zu prüfen wäre auch eine Kundensegmentierung, indem sich der Bund beispielsweise eher auf Grossunternehmen mit grösseren Ansiedlungsvorhaben oder strategisch bedeutsame Projekte konzentriert.

Allein schon angesichts der bestehenden Aufgaben (Organisation zahlreicher Anlässe, Koordination mit den Kantonen, Information und anderweitige Bedienung der Kunden) und erst recht wegen der erwähnten, zusätzlich nötigen Aufgaben (Beratung, längere Begleitung) halten wir die bisherigen Kapazitäten auf Bundesebene (seco und Standort:Schweiz) für unzureichend. Da vermag auch die Koordination von Aktivitäten mit den Aussenstellen des EDA und mit Präsenz Schweiz, weiteren Drittinstanzen sowie evtl. Schweiz Tourismus nicht genügend Abhilfe zu verschaffen. Die empfohlene Aufstockung personeller und finanzieller Ressourcen sollte in Erwartung eines erhöhten Wirkungsgrades angestrebt werden.

- Zusammenarbeit mit externen Partnern

Die knappen Ressourcen im Bereich Standortmarketing des seco und der Outsourcing-Organisation „Standort:Schweiz“ erfordern eine intensive Zusammenarbeit mit externen Partnern. Neben den Wirtschaftsförderungen der Kantone und Vertretern von Kantonsgruppen spielen heute und künftig privatwirtschaftliche Partner eine zentrale Rolle. Sie decken mit ihren profunden Kenntnissen Fachthemen ab, zu welchen Wirtschaftsförderer zugewandte Amtsstellen oder ebenfalls Dritte beziehen (z.B. Steuern, Personalfragen, Finanzierungen).

Für die meisten Partner (Banken, Anwaltskanzleien, Personalvermittler, Relocation-Agenturen, etc.) des Standort:Schweiz-Programmes setzen Kantons- oder Landesgrenzen kaum Restriktionen hinsichtlich ihres Aktionsfeldes für konkrete Ansiedlungsprojekte, welche aus den Marketingprogrammen des Bundes hervorgehen.

Zwei in jedem Projekt wichtige Aspekte, die Steuer- und die Rechtsberatung, werden seit Jahren äusserst kompetent aber exklusiv durch zwei Anwaltskanzleien behandelt. Diese stellen die Fachreferenten an Investoren-Seminaren und erhalten fachspezifische Direktanfragen – sofern sie bei Standort:Schweiz eingehen – zur Weiterbehandlung. Diese Exklusivität ist, trotz vereinnahmter "Partnergebühr", wettbewerbspolitisch und staatspolitisch nicht unbedenklich. Die kommerziellen Interessen dieser privaten Kanzleien und Partner "funktionieren" verständlicherweise nach dem ökonomischen Prinzip. Ansiedlungen aus diesen Kontakten erfolgen naturgemäss eher in jenen Kantonen, zu welchen diese externen Partner gut etablierte Kontakte unterhalten. Dies wiederum widerspricht dem Grundsatz, dass das Standort:Schweiz-Programm gleiche Voraussetzungen für alle Kantone bieten soll.

Die Chancengleichheit aller Kantone ist in dieser Beziehung zu verbessern und die Wettbewerbspolitik zu berücksichtigen. Die Zusammenarbeit mit externen Partnern ist u.E. diesbezüglich zu überprüfen.

Frage c) *Welchen Mitteleinsatz erachten Sie als sachgerecht zur Erfüllung der Aufgaben?*

Den vorgesehenen Mitteleinsatz erachten wir als unzureichend, zumal die Aufgaben im Sinne einer nachhaltigen Wirkung optimiert und intensiviert werden sollten. Gerade die stark föderalistische Schweiz braucht eine gegen aussen gut wahrnehmbare, einheitliche Marketingkonzeption mit welcher

potenzielle ausländische Unternehmen und neue Märkte identifiziert, beworben, informiert und noch intensiver begleitet werden sollten.

Die starke Kopplung der vorgesehenen (moderaten) Bundesmittel an verfügbare Drittmittel erachten wir staats- und wettbewerbspolitisch als bedenklich. Die Finanzierung des Standort:Schweiz-Programmes sollte ohne verpflichtende Drittmittelpartizipation sichergestellt werden. Drittmittel sollten eine ergänzende, aber keine verpflichtende Komponente darstellen.

Im Quervergleich mit andern Ländern und ähnlichen international ausgerichteten Bundesförderprogrammen (Landwirtschaft, Tourismus, Kultur) sowie mit Blick auf deutlich höhere Promotionsausgaben der Kantone und auf die effektiven Bundessteuereinnahmen aus Unternehmensansiedlungen sollten die Bundesmittel für das Standort:Schweiz Programm massiv aufgestockt und von der Drittmittelbeschaffung entkoppelt werden.

Wir bedanken uns für eine wohlwollende Prüfung unserer Anträge.

Mit freundlichen Grüßen

IM NAMEN DES REGIERUNGSRATES

sig.

Ruth Gisi

Frau Landammann

sig.

Dr. Konrad Schwaller

Staatsschreiber