



22.027

Botschaft über die Teilnahme der Schweiz an der Weltausstellung 2025 in Osaka (Japan)

vom 18. März 2022

Sehr geehrte Frau Nationalratspräsidentin
Sehr geehrter Herr Ständeratspräsident
Sehr geehrte Damen und Herren

Mit dieser Botschaft unterbreiten wir Ihnen, mit dem Antrag auf Zustimmung, den Entwurf eines Bundesbeschlusses über die Teilnahme der Schweiz an der Weltausstellung 2025 in Osaka.

Wir versichern Sie, sehr geehrte Frau Nationalratspräsidentin, sehr geehrter Herr Ständeratspräsident, sehr geehrte Damen und Herren, unserer vorzüglichen Hochachtung.

18. März 2022

Im Namen des Schweizerischen Bundesrates

Der Bundespräsident: Ignazio Cassis
Der Bundeskanzler: Walter Thurnherr

Übersicht

Mit dieser Botschaft beantragt der Bundesrat dem Parlament einen Verpflichtungskredit von 16,7 Millionen Franken für die Teilnahme der Schweiz an der Weltausstellung 2025 in Osaka (Japan). Im Zentrum des Schweizer Auftritts soll das Thema «Die innovative Schweiz» stehen. Unter Einbezug des Personal- und Verwaltungsaufwands beträgt der Gesamtaufwand für die Präsenz der Schweiz in Osaka 19,4 Millionen Franken. Von den Gesamtkosten sollen 1,8 Millionen Franken durch Rabatte und 4,4 Millionen Franken durch finanzielle Beiträge Dritter gedeckt werden, was den Nettoaufwand des Bundes entsprechend reduzieren soll.

Ausgangslage

Vom 13. April bis 13. Oktober 2025 findet in Osaka eine Weltausstellung der Kategorie A statt. Das Thema lautet «Designing future Society for our Lives». Gerechnet wird mit 28 Millionen Besucherinnen und Besuchern und rund 150 Teilnehmerländern. Die bilateralen Beziehungen zwischen der Schweiz und Japan sind sehr gut. Für die Schweiz stellt ein Auftritt an der Expo in Osaka eine wichtige Plattform dar, um Visibilität für sich und ihre Anliegen zu generieren und ihre politischen, wirtschaftlichen, wissenschaftlichen und gesellschaftlichen Interessen zu verfolgen. Deshalb hat sich der Bundesrat am 12. Mai 2021 für eine Teilnahme der Schweiz an der Weltausstellung 2025 in Osaka ausgesprochen und das Eidgenössischen Departement für auswärtige Angelegenheiten (EDA) beauftragt, eine Botschaft zur Beantragung eines Verpflichtungskredits auszuarbeiten.

Inhalt der Vorlage

Wie der Bundesrat in der Strategie Landeskommunikation 2021–2024 vom 18. Dezember 2020 festgelegt hat, dient die Landeskommunikation dazu, die Interessenwahrung der Schweiz im Ausland mit den Instrumenten der Öffentlichkeitsarbeit zu unterstützen. Ein wichtiges Instrument zur Umsetzung dieser Strategie sind Auftritte der Schweiz an Weltausstellungen. Solche physischen Grossveranstaltungen bleiben weiterhin attraktiv und werden auch in Zukunft eine wichtige Rolle spielen. Eine Teilnahme an der Expo 2025 in Osaka ermöglicht es der Schweiz, sich in Japan und der ganzen Region mit ausgewählten Themen besser zu positionieren, ihre Wahrnehmung zu fördern und die Marke Schweiz zu stärken.

Im Zentrum des Auftritts an der Expo 2025 in Osaka steht die Positionierung unseres Landes als leistungsfähiger und führender Innovationshub. Anhand konkreter Beispiele aus Wirtschaft und Forschung soll gezeigt werden, wie die schweizerische Innovationskraft im Dienste von Wohlstand und Nachhaltigkeit steht. Für die Umsetzung des Mottos «Die innovative Schweiz» wurden drei besonders geeignete Themenfelder identifiziert:

- 1) Themenfeld «Life»: Life Sciences, Gesundheit und Ernährung;
- 2) Themenfeld «Planet»: Umwelt, Nachhaltigkeit, Klima und Energie;
- 3) Themenfeld «Augmented Human»: Robotik und Künstliche Intelligenz.

Bei öffentlichen und privaten Akteuren in der Schweiz besteht ein hohes Interesse an einer Teilnahme unseres Landes an der Expo 2025 in Osaka. Für sie stellt die Positionierung der Schweiz als leistungsfähiger Innovations- und Wirtschaftsstandort mit dynamischem Ökosystem, als attraktiver Ausbildungs- und Forschungsstandort, als hochkarätiger europäischer Partner und als anziehendes Reiseland ein wichtiges Ziel dar.

Das Budget für den Auftritt der Schweiz an der Expo 2025 in Osaka geht für die Planung, den Bau, den Betrieb und den Rückbau des Pavillons sowie für die begleitenden Kommunikationsmassnahmen nach Abzug der Rabatte in der Höhe von 1,8 Millionen Franken von einem Kostendach in der Höhe von 17,6 Millionen Franken aus. Dieses liegt damit unter dem Durchschnitt der Kosten für eine Teilnahme der Schweiz an Weltausstellungen der Kategorie A; aufgrund des höheren Baukostenniveaus und der höheren Lebenshaltungskosten in Japan liegen sie jedoch leicht über den Kosten für den Auftritt der Schweiz an der Expo 2020 in Dubai. Die entsprechenden Mittel werden im Voranschlag und im Finanzplan des EDA eingestellt (Kredit A202.0153 «Präsenz an Weltausstellungen und Sport-Grossveranstaltungen»). Eine Beteiligung von Dritten an den Kosten in der Höhe von 4,4 Millionen Franken wurde vorgesehen, was 25 Prozent des Kostendachs entspricht. Diese finanziellen Beiträge Dritter sollen unter Anwendung der im Jahr 2020 überarbeiteten Richtlinien des EDA zur Zusammenarbeit mit Sponsoren akquiriert werden. Sie werden nach dem Bruttoprinzip verbucht und sollen den Bundesbeitrag entsprechend reduzieren. Mit der vorliegenden Botschaft beantragt der Bundesrat dem Parlament einen Verpflichtungskredit im Umfang von 16,7 Millionen Franken (Gesamtaufwand 19,4 Millionen Franken abzüglich 2,4 Millionen Franken für Personalaufwand und 0,3 Millionen Franken für die Vorbereitungskosten 2022) für die Teilnahme der Schweiz an der Expo 2025 in Osaka.

Botschaft

1 Ausgangslage

1.1 Einleitung

Das Bundesgesetz vom 24. März 2000¹ über die Pflege des schweizerischen Erscheinungsbildes im Ausland beauftragt den Bundesrat und das Eidgenössische Departement für auswärtige Angelegenheiten (EDA) mit der Vermittlung von Kenntnissen über die Schweiz im Ausland, der Schaffung von Sympathien für unser Land und der Darstellung der Vielfalt und Attraktivität der Schweiz. Der Kernauftrag der Landeskommunikation liegt gemäss Artikel 1 der Landeskommunikationsverordnung vom 12. Dezember 2008² darin, die Interessenwahrung der Schweiz im Ausland mit den Instrumenten der Öffentlichkeitsarbeit zu unterstützen. Die Realisierung von Schweizer Auftritten an internationalen Grossveranstaltungen, z. B. Weltausstellungen und Olympischen Spielen, wird als zentrales Instrument der Landeskommunikation genannt. Diese dient dazu, die Aussenwahrnehmung unseres Landes aktiv mitzuprägen. Ein gutes Image der Schweiz im Ausland ist jedoch kein Selbstzweck. Es ist vielmehr ein Mittel, um eine positive Atmosphäre für die Anliegen der Schweiz zu schaffen und so Faktoren wie den ausserpolitischen Handlungsspielraum, die Standortattraktivität, den wirtschaftlichen und wissenschaftlichen Austausch oder den Tourismus zu beeinflussen. Die Ziele und inhaltlichen Prioritäten der Landeskommunikation hat der Bundesrat in der Strategie Landeskommunikation 2021–2024 vom 18. Dezember 2020³ festgelegt. Darin hat er Auftritte an internationalen Grossveranstaltungen als öffentlichkeits- und medienwirksame Plattformen bezeichnet, die am Austragungsort und international grosse Aufmerksamkeit auf sich ziehen und geeignet sind, direkt und via Medien ein breites Publikum zu erreichen. Gleichzeitig können auch hochkarätige Zielgruppen wie Meinungsführende aus Politik, Wirtschaft, Tourismus, Medien, Sport und Kultur angesprochen werden. Der Auftritt der Schweiz an solchen Grossveranstaltungen ist deshalb eine wichtige Gelegenheit, um die Strategie Landeskommunikation umzusetzen und die Schweiz und ihre Stärken positiv und in ihrer Vielfalt zu präsentieren.

Das Bedürfnis nach solchen physischen Grossanlässen ist auch heute, in Zeiten, die von der Covid-19-Pandemie und neuen digitalen Möglichkeiten geprägt sind, ungebrochen. An den Weltausstellungen der letzten 15 Jahre haben jeweils praktisch sämtliche Länder und eine bedeutende Anzahl internationaler Organisationen teilgenommen. Weltausstellungen stellen für die Länder nach wie vor eine wichtige Gelegenheit dar, um sich zu präsentieren und die bilateralen Beziehungen insbesondere zum Veranstaltungsländ zu pflegen. Während die Schweiz bei Weltausstellungen der Kategorie B (themenspezifische Ausstellungen von drei Monaten Dauer, z. B. Expo 2017 in

¹ SR 194.1

² SR 194.11

³ Abrufbar unter: www.eda.admin.ch > Aussenpolitik > Strategien und Grundlagen > Thematische Strategien > Strategie Landeskommunikation > Publikation: Strategie Landeskommunikation.

Astana) eine Teilnahme jeweils fallweise abwägt, bildet die Teilnahme an Weltausstellungen der Kategorie A (Universalausstellungen von sechs Monaten Dauer, z. B. Expo 2020 in Dubai) nach wie vor einen Eckpfeiler der Landeskommunikation und Imagepromotion. Die Schweiz hat als Gründungsmitglied des dafür zuständigen Bureau International des Expositions (BIE) an der Mehrzahl der Weltausstellungen teilgenommen. Es ist ihr gelungen, mit dem Schweizer Pavillon eine sowohl für das ausländische Publikum als auch für die inländischen Partner attraktive Marke zu etablieren. Dies zeigt sich auch gegenwärtig beim Auftritt an der Expo 2020 in Dubai, wo der Schweizer Pavillon zu den beliebtesten und meistbesuchten Länderpavillons gehört. Seit 2001 werden die Schweizer Auftritte an Weltausstellungen durch das EDA (Präsenz Schweiz) betreut.

1.2 Problemlage und Anlass des Finanzbegehrens

Gemäss Beschluss der Generalversammlung des BIE vom 1. Dezember 2020 wird die nächste Weltausstellung der Kategorie A vom 13. April bis 13. Oktober 2025 in Osaka (Japan) durchgeführt. Das Thema der Expo 2025 lautet «Designing future Society for our Lives», als Unterthemen wurden «Saving Lives», «Empowering Lives» und «Connecting Lives» definiert. Vor dem Hintergrund, dass die UNO das Jahr 2030 als Zeithorizont zur Erreichung der Ziele für nachhaltige Entwicklung («Sustainable Development Goals», SDGs) festgelegt hat, wird der Anlass voraussichtlich eine wichtige Plattform für die Diskussion über die SDGs und über das Thema Nachhaltigkeit generell darstellen. Die Organisatoren rechnen mit rund 150 offiziellen Teilnehmerländern und 25 weiteren Teilnehmenden (Sponsoren, internationale Organisationen, Nichtregierungsorganisationen etc.). Es werden gut 28 Millionen Besucherinnen und Besucher erwartet, davon 88 Prozent aus Japan. Das Ausstellungsgelände umfasst 155 Hektaren. Japan betrachtet die Expo 2025 als Chance, sich gegenüber dem Ausland weiter zu öffnen. Zum jetzigen Zeitpunkt haben 78 Länder und 6 Internationale Organisationen die Einladung Japans angenommen und ihre Teilnahme an der Expo bestätigt (Stand 28. Februar 2022), darunter Deutschland, Österreich, Frankreich, Italien, Grossbritannien, Spanien, Portugal und Luxemburg. Auch dem Departementsvorsteher des EDA wurde Ende 2020 die offizielle Einladung Japans an die Schweiz zur Teilnahme an der Expo 2025 in Osaka übermittelt. Am 12. Mai 2021 beschloss der Bundesrat grundsätzlich eine Teilnahme an der Weltausstellung 2025 in Japan und erteilte dem EDA den Auftrag, die vorliegende Botschaft zur Beantragung des Verpflichtungskredits auszuarbeiten. Gleichtags erfolgte die Annahme der Einladung unter Vorbehalt der Zustimmung durch die Eidgenössischen Räte.

Internationale Grossveranstaltungen werden auch in Zukunft eine wichtige Rolle spielen. Die Entwicklungen im Bereich der Digitalisierung und die Erfahrungen der Pandemie werden ihren Charakter teilweise verändern und die Bedeutung hybrider Formate wird zunehmen. Doch sowohl aus Angebot- als auch aus Nachfragesperspektive hält die Attraktivität von physischen Veranstaltungen weiterhin an. Dies zeigen die Erfahrungen mit der Durchführung von Grossveranstaltungen wie der Fussball-Europameisterschaft 2021. Dasselbe gilt auch für Weltausstellungen. Deren Ausrichtung wird auch in der heutigen Zeit von zahlreichen Ländern als attraktiv eingeschätzt. Generell verspricht die Durchführung dem Veranstaltungsland wirtschaftliche

Impulse, den Besuch von hochrangigen Delegationen aus aller Welt und eine erhöhte internationale Aufmerksamkeit. Deshalb ist auch gegenwärtig im Kontext der Covid-19-Pandemie das Interesse an der Durchführung von Weltausstellungen weiterhin hoch. So gibt es heute fünf offizielle Kandidaturen für die Durchführung der Expo 2030. Auch die bisherigen Erfahrungen mit der Expo 2020 in Dubai stimmen vorsichtig optimistisch. Sie zeigen, dass die Durchführung solcher Veranstaltungen unter Berücksichtigung der jeweils geltenden gesundheitlichen Rahmenbedingungen und mit angepassten Massnahmen weiterhin möglich ist. Das Besucheraufkommen an der Expo 2020 in Dubai aus der Region und Europa ist trotz der anhaltenden Pandemie mit bis jetzt 16 Millionen (Stand 28. Februar 2022, Dauer noch bis Ende März 2022) höher als dies erwartet wurde.

1.3 Bedeutung des zu finanzierenden Vorhabens

1.3.1 Die Beziehungen der Schweiz zu Japan

Die bilateralen Beziehungen zwischen der Schweiz und Japan sind sehr gut. Prägend sind die trotz grosser geographischer Distanz intensiven Kontakte auf allen Ebenen, vor allem im thematischen Schwerpunkt «Wohlstand». Politisch ist Japan ein Schwerpunktland der Aussenpolitischen Strategie 2020–2023 des Bundesrates vom 29. Januar 2020⁴ und für die Schweiz ein wichtiger Partner auf multilateraler Ebene. 2014 feierten die Schweiz und Japan das 150-jährige Jubiläum ihrer diplomatischen Beziehungen. Ein Auftritt der Schweiz an der Expo 2025 in Osaka böte die Gelegenheit, die bilateralen politischen Beziehungen weiter zu vertiefen. In wirtschaftlicher Hinsicht war Japan 2020 mit Exporten von 6,953 Milliarden Franken (ohne Gold- und Edelmetallhandel) und damit einem Anteil von 3,1 Prozent am gesamten schweizerischen Exportvolumen der achtgrösste Exportmarkt für die Schweiz. Die Handelsbeziehungen basieren auf zahlreichen Wirtschaftsverträgen, insbesondere auf einem 2009 abgeschlossenen Freihandelsabkommen. Die Schweiz ist zudem ein bedeutender Auslandsinvestor in Japan. Laut Angaben der Schweizerischen Nationalbank belief sich der Kapitalbestand der Schweizer Direktinvestitionen in Japan Ende 2020 auf 22 Milliarden Franken (oder 1,5 Prozent der gesamten schweizerischen Investitionen im Ausland). Der Bestand japanischer Investitionen in der Schweiz erhöhte sich gleichzeitig auf 41 Milliarden Franken (oder 3,4 Prozent der gesamten ausländischen Direktinvestitionen in der Schweiz). In den Bereichen Forschung und Innovation ist Japan für die Schweiz ein wichtiges Partnerland auf globaler Ebene und einer der wichtigsten Partner in Asien. Es existieren über 70 Partnerschaftsverträge zwischen Universitäten und Forschungszentren. 2007 wurde ein Kooperationsabkommen in den Bereichen Wissenschaft und Technik unterzeichnet.

Für den Schweizer Tourismus nimmt die Bedeutung der japanischen Gäste tendenziell ab. Gemessen an der Zahl der Logiernächte belegt Japan hinter China, Indien und Südkorea den vierten Platz in Asien und den 16. Platz insgesamt (Stand 2019).

⁴ Abruflbar unter: www.eda.admin.ch > Aussenpolitik > Strategien und Grundlagen > Aussenpolitische Strategie.

Dennoch bleibt Japan ein relevanter Markt. Japanische Gäste gehören mit durchschnittlichen Tagesausgaben von 300 Franken pro Tag zu den «High Spenders». Nach dem kompletten Einbruch der Touristenzahlen wegen der Covid-19-Pandemie ist eine gute und nachhaltige Neupositionierung der Schweiz im asiatischen Markt von grosser Bedeutung.

Das Image der Schweiz bei der breiten Bevölkerung Japans ist gut und war in den letzten Jahren auf hohem Niveau stabil. Auch in japanischen Medien ist die Wahrnehmung der Schweiz mehrheitlich positiv, allerdings werden Ereignisse mit Bezug zur Schweiz eher selten thematisiert. Im «Nation Brands Index 2021» – einem Imagevergleich zwischen 60 Ländern – belegt die Schweiz in Japan den 7. Gesamtrang. Besonders positiv nimmt die japanische Bevölkerung Natur und Landschaften der Schweiz, ihre Neutralität sowie die schweizerischen Marken und Produkte wahr, die mit hoher Qualität, Präzision und Tradition in Verbindung gebracht werden. Die Schweiz steht in Japan auch für ein reibungslos funktionierendes politisches System und einen ausgezeichneten Bildungsstandort.

Japan und die Schweiz stehen vor ähnlichen Herausforderungen, etwa in Bezug auf die alternde Bevölkerung oder die Digitalisierung. Das Engagement der Schweiz im Bereich Nachhaltigkeit wird in Japan relativ breit anerkannt. Allerdings ist das Wissen über nachhaltige Initiativen – etwa im Finanzsektor – und Projekte der Schweiz in Japan insgesamt eher gering. Ebenfalls vergleichsweise wenig sichtbar sind die Leistungen im Bereich Forschung und Innovation (inkl. Start-ups): Die Schweiz wird in Japan nur teilweise als wichtiger Standort für Wissenschaft und Forschung wahrgenommen und ihre Innovationsfähigkeit ist eher wenig bekannt. Hier besteht angesichts der Differenz zwischen realer und wahrgenommener Innovationskraft der Schweiz Verbesserungspotenzial. Dasselbe gilt für die Wahrnehmung gewisser wirtschaftlicher Aspekte wie der Standortqualität oder der Bedingungen für Unternehmer und Investoren angesichts der Stärken der Schweiz in diesen Bereichen.

1.3.2 Auftritt an der Expo Osaka: Die innovative Schweiz

Auftritte an Weltausstellungen bieten der Schweiz eine Plattform, um bei hochkarätigen Zielgruppen und einem breiten Publikum Aufmerksamkeit und Visibilität für sich und ihre Anliegen zu generieren, ihr Beziehungsnetz zu pflegen und auszubauen und ihre politischen, wirtschaftlichen, wissenschaftlichen und gesellschaftlichen Interessen zu verfolgen. Die Teilnahme an der Expo 2025 in Osaka ermöglicht es der Schweiz, sich in Japan, mit ausgewählten Themen stärker zu positionieren, ihre Visibilität zu erhöhen und die Marke Schweiz zu stärken. Ein Auftritt würde zudem in die gesamte Region Ostasien ausstrahlen, welche die weltwirtschaftliche und geopolitische Dynamik massgeblich prägt.

Im Zentrum des Auftritts soll gemäss dem Entscheid des Bundesrates vom 12. Mai 2021 das Thema «Innovative Schweiz» stehen. Anhand konkreter Beispiele aus Wirtschaft und Forschung soll gezeigt werden, wie die schweizerische Innovationskraft im Dienste von Wohlstand und Nachhaltigkeit steht. Der Schweizer Pavillon soll somit in der Schnittmenge der drei Landeskommunikationsprioritäten Innovation, Wirtschaft und Nachhaltigkeit situiert werden. Wie dargelegt, besteht in Japan in diesen

drei Bereichen ein Potenzial, um die Wahrnehmung der Stärken der Schweiz auf diesen Gebieten zu verbessern. Gleichzeitig ermöglicht eine Teilnahme eine inhaltliche Auseinandersetzung mit den Themenschwerpunkten der Expo Osaka, wie es von den Teilnehmerländern erwartet wird. Schliesslich wird so die Erreichung der ausserpolitischen Ziele gemäss ausserpolitischer Strategie in den Themenschwerpunkten Wohlstand und Nachhaltigkeit unterstützt.

In Osaka soll der Schweizer Pavillon im Vergleich mit früheren Auftritten thematisch stärker fokussiert werden. Die Konzentration auf das Thema Innovation erlaubt es der Schweiz, ihre Kompetenz und ihre Innovationskapazität anhand der vorgegebenen Themen der Expo – insbesondere Nachhaltigkeit, Gesundheit und Digitalisierung – zu demonstrieren. Die Schweiz soll in Osaka als leistungsfähiger, kompetitiver und führender Innovationshub präsentiert werden. Mit ihrem Leistungsausweis im Bereich der Innovation, ihren hervorragenden und renommierten Universitäten und akademischen Institutionen und ihren kompetitiven Unternehmen bietet der Bereich Bildung, Forschung und Innovation (BFI) ein grosses Potenzial, um die Stärken der Schweiz in den Vordergrund zu stellen. Eine Umfrage bei interessierten verwaltungsinternen und -externen Akteuren im Bereich Innovation hat ergeben, dass diese sechs Themenbereiche als besonders geeignet einschätzen, um die Innovationskraft der Schweiz zu illustrieren: 1) Life Sciences, Gesundheit und Nahrung, 2) Nachhaltigkeit, Klima und Energie, 3) Innovation, Forschung und Bildung sowie Wirtschaft, 4) Robotik und Künstliche Intelligenz, 5) Digitalisierung sowie 6) Architektur, Infrastruktur und Baukultur (siehe auch Ziffer 3.3.2).

2021 wurde durch den Bundespräsidenten ein neues Konsulat in Osaka angekündigt. 2022 wird die offizielle Eröffnung der neuen Lokalitäten stattfinden. Gleichzeitig erfolgt damit ein Ausbau von Swissex, dem Schweizer Netzwerk für Bildung, Forschung und Innovation. Die Aktivitäten am neuen Swissex-Standort in Osaka sollen dazu beitragen, Projekte zwischen Forschungseinrichtungen, Universitäten und Start-ups beider Länder weiter zu begünstigen. Damit verfügt die Schweiz über den komparativen Vorteil, dass verschiedene Schweizer Akteure schon physisch vor Ort präsent sind. In Zusammenarbeit mit dieser Vertretung kann die Präsenz der Schweiz an der Expo im Rahmen einer Vorkampagne thematisch und mit geeigneten Massnahmen vorbereitet werden. Gleichzeitig ist so gewährleistet, dass der BFI-Bereich nicht nur im Schweizer Pavillon selbst prominent in Erscheinung tritt, sondern auch über den Expo-Auftritt hinaus nachhaltig in der Region verankert ist. Die während der Weltausstellung geknüpften Beziehungen können dank des Konsulats und der Botschaft weiter gepflegt werden und dadurch auch langfristig ihren vollen Nutzen entfalten. Bei der thematischen Planung und Umsetzung des Auftritts der Schweiz wird Präsenz Schweiz eng mit den für das Thema Innovation zuständigen Einheiten des Bundes sowie weiteren interessierten öffentlichen und privaten Akteuren und Institutionen zusammenarbeiten.

Der Themenfokus Innovation soll im Schweizer Pavillon hauptsächlich entlang der zwei Achsen Nachhaltigkeit und Wirtschaft umgesetzt werden. Die Nachhaltigkeit wird sich fünf Jahre vor dem angestrebten Zielhorizont zur Erreichung der SDGs voraussichtlich zu einem wichtigen Thema der Expo Osaka entwickeln. Deren Themenschwerpunkte werden Gelegenheit bieten, um betreffend die Fortschritte und den verbleibenden Handlungsbedarf Bilanz zu ziehen. Die Expo wird voraussichtlich ein

globales Schaufenster für «Best Practices» im Bereich Nachhaltigkeit sein. Ein Auftritt würde so eine attraktive Plattform für innovative, auf Schweizer Knowhow beruhende Schweizer Lösungen in diesem Thema darstellen. Gleichzeitig kann auch die mit dem Gastgeberland Japan in diesem Bereich bereits heute bestehende Zusammenarbeit über Themen wie Stadtentwicklung, Mobilität, Klimatechnologie und Digitalisierung hinaus vertieft und um neue Aspekte mit Relevanz für BFI- und Wirtschaftsakteure erweitert werden.

Die zweite Umsetzungssachse Wirtschaft bietet innovativen Schweizer Unternehmen und Start-ups eine Plattform, um einem breiten Publikum den Mehrwert der Innovationskraft und des Knowhows der Schweiz zu präsentieren. So kann die Visibilität der Schweizer Wirtschaft und ihrer Stärken erhöht werden. Gleichzeitig können die bilateralen Wirtschaftsbeziehungen mit Japan weiter vertieft werden. Die Region Kansai, zu der Osaka gehört, ist zudem für die Schweizer Wirtschaft besonders attraktiv. Zahlreiche Akteure sind hier verankert. Kansai umfasst neben Osaka mehrere Grossstädte (u. a. Kyoto und Kobe) und gilt – gemessen an der Wirtschaftsleistung – als weltweit fünftgrösste Metropolregion. Ein Bereich mit grossem Potenzial ist insbesondere der Pharma- und Life-Sciences-Sektor. Mit einer der weltweit führenden, in Japan ausgesprochen präsenten Pharma-Industrie und ihrer Spitzenposition in der Life-Sciences-Forschung hat die Schweiz hier viel zu bieten.

Aus wirtschaftlicher Perspektive sei noch ergänzend darauf hingewiesen, dass auch Auftragsausschreibungen und Infrastrukturprojekte im Zusammenhang mit der Expo für Schweizer Anbieter interessant sind. Grossinfrastrukturprojekte bieten für Schweizer Unternehmen ein grosses Potenzial. Im Rahmen der Expo 2020 in Dubai beträgt der Umsatz von Schweizer Firmen, welche an der Konzeption sowie am Bau und Betrieb von Länderpavillons beteiligt sind, schätzungsweise 180 Millionen Franken. Mit geeigneten Promotionsaktivitäten bereits im Vorfeld des Anlasses zusammen mit relevanten Wirtschaftsförderungsagenturen soll dieses Potenzial gezielt erschlossen werden. Zudem soll der Auftritt in Osaka selbst ebenfalls als attraktive Plattform für die Schweizer Standortpromotion und das Destinations-Marketing genutzt werden.

1.3.3 Grosses Interesse schweizerischer Akteure an einer Teilnahme der Schweiz

Bei den potenziell interessierten öffentlichen und privaten Akteuren besteht ein hohes Interesse an einer Teilnahme der Schweiz an der Expo 2025 in Osaka. Dies zeigte eine Umfrage, die das EDA im Oktober 2021 bei relevanten Stellen und Institutionen aus den Bereichen BFI, Akademie, Wirtschaft und Kultur durchführte. Die Resultate der Umfrage belegen ein hohes Interesse der Akteure, sowohl am Auftritt der offiziellen Schweiz an der Expo 2025 in Osaka im Allgemeinen als auch an einer möglichen Mitwirkung im Schweizer Pavillon im Besonderen. Neben verschiedenen Akteuren aus dem BFI-Bereich und dem weiteren Innovations-Ökosystem (z. B. ETH Zürich und ETH Lausanne, verschiedene Universitäten und Hochschulen, Staatssekretariat für Bildung, Forschung und Innovation, Innosuisse, Schweizerischer Nationalfonds, Institut für Geistiges Eigentum, Bundesamt für Kommunikation, Geneva Science and Diplomacy Anticipator, Switzerland Innovation, digitalswitzerland) signalisierten

insbesondere auch Switzerland Global Enterprise, Schweiz Tourismus, die Handelskammer Schweiz-Japan und die Swiss Chamber of Commerce and Industry in Japan ihre Unterstützung für eine Präsenz der Schweiz in Osaka und ihr grundsätzliches Interesse an einer Mitwirkung. Ein Grossteil der genannten Organisationen und Institutionen verfügt auch schon über ein bestehendes Beziehungsnetz mit japanischen Akteuren.

Der Themenfokus Innovation stösst auf breite Zustimmung und die Teilnehmenden der Umfrage machten zahlreiche Vorschläge, welche Bereiche als am geeignetsten eingeschätzt werden, um das Thema umzusetzen und den Auftritt auch inhaltlich möglichst wirkungsvoll zu konzipieren (vgl. Ziffer 3.2.2). Dabei stellt für die Interessengruppen die Positionierung der Schweiz als leistungsfähiger Innovations- und Wirtschaftsstandort mit dynamischem Ökosystem, als attraktiver Ausbildungs- und Forschungsstandort, als hochkarätiger europäischer Partner und als anziehendes Reiseziel ein wichtiges Ziel dar. Auch die Stärkung und Positionierung der Marke Schweiz in Japan geniesst hohe Priorität. Von einem möglichen eigenen Engagement versprechen sich die Organisationen insbesondere den Auf- und Ausbau von Kontakten sowie die Lancierung oder das Vertiefen von internationalen Kooperationen und Partnerschaften. Für viele Akteure ist ausserdem eine Steigerung der Bekanntheit der eigenen Branche oder der eigenen Organisation eine wichtige Motivation, um so die Positionierung in Japan und im japanischen Markt zu stärken und die wirtschaftliche und wissenschaftliche Zusammenarbeit zu intensivieren. Zusammenfassend wird die Weltausstellung in Osaka von den Umfrageteilnehmenden als wichtige und geeignete Plattform gesehen, um sowohl die innovative Schweiz in Japan und international zu positionieren als auch die eigenen Interessen und Ziele zu verfolgen.

1.4 Verhältnis zur Legislaturplanung und zur Finanzplanung sowie zu Strategien des Bundesrates

Da die Weltausstellung in Osaka erst 2025 durchgeführt wird, ist die Vorlage weder in der Botschaft vom 29. Januar 2020⁵ zur Legislaturplanung 2019–2023 noch im Bundesbeschluss vom 21. September 2020⁶ über die Legislaturplanung 2019–2023 angekündigt. Aufgrund des Entscheids des Bundesrates vom 12. Mai 2021 sind ein Teil der Kosten bereits im Voranschlag und im Finanzplan des EDA eingestellt (17,6 Millionen Franken auf dem Kredit A202.0153 «Präsenz an Weltausstellungen und Sport-Grossveranstaltungen»). Wie unter Ziffer 1.1 ausgeführt wurde, beurteilt der Bundesrat Auftritte der Schweiz an Weltausstellungen als wichtiges Instrument zur Umsetzung seiner Strategie Landeskommunikation 2021–2024, die wiederum eine wirkungsvolle Aussenpolitik gemäss den Zielsetzungen der Aussenpolitischen Strategie 2020–2023 unterstützt und zu deren Umsetzung beiträgt (vgl. Ziffer 1.3.2).

Der Auftritt der Schweiz an der Expo Osaka steht weiter mit den Zielen und Prioritäten der BFI-Politik der Schweiz im Einklang, wie sie in der Botschaft zur Förderung von Bildung, Forschung und Innovation in den Jahren 2021–2024⁷ festgehalten sind.

⁵ BBI 2020 1777

⁶ BBI 2020 8385

⁷ BBI 2020 3681

Die Positionierung der Schweiz als Zentrum der Innovation und die thematischen Schwerpunkte leisten insbesondere einen Beitrag dazu, die BFI-Landschaft in der Schweiz auf internationaler Ebene noch verstärkt ins Bewusstsein zu rücken und ihre Attraktivität in der internationalen Forschungs- und Innovationszusammenarbeit zu fördern. Gleichzeitig deckt sich diese Ausrichtung des Schweizer Auftritts, die Stärkung der Marke Schweiz und die Nutzung solcher Plattformen auch mit den Zielen der Exportförderung und der Standortpromotion, wie sie in der Botschaft zur Standortförderung 2020–2023 vom 20. Februar 2019⁸ festgehalten sind, und mit den Zielen der Strategie zur Aussenwirtschaftspolitik des Bundesrates vom 21. November 2021⁹. Schliesslich entsprechen die vorgesehenen Themenschwerpunkte und die enge Zusammenarbeit mit verschiedenen Akteuren dem in der Strategie Nachhaltige Entwicklung 2030¹⁰ des Bundesrates geäusserten Ziel, die Agenda 2030 mit ihren globalen Zielen für nachhaltige Entwicklung und den Beitrag der Schweiz auch auf internationaler Ebene besser bekannt zu machen.

2 Inhalt des Kreditbeschlusses

2.1 Antrag des Bundesrates und Begründung

Angesichts der Interessen der Schweiz an einer Teilnahme an der Weltausstellung in Osaka bei gleichzeitiger Berücksichtigung der angespannten Situation der Bundesfinanzen in den nächsten Jahren hat das EDA ein Budget für den Auftritt der Schweiz an der Expo 2025 in Osaka erstellt. Dieses geht für die Planung, den Bau, den Betrieb und den Rückbau des Pavillons sowie für die begleitenden Kommunikationsmassnahmen von einem Gesamtaufwand in der Höhe von 19,4 Millionen Franken aus. Die entsprechenden Mittel werden im Voranschlag und im Finanzplan des EDA eingestellt (Kredit A202.0153 «Präsenz an Weltausstellungen und Sport-Grossveranstaltungen»). Den Personalaufwand in der Höhe von 2,4 Millionen Franken wird das EDA intern kompensieren. Weiter sind Rabatte in der Höhe von 1,8 Millionen Franken und eine Beteiligung von Dritten an den Kosten in Höhe von rund 4,4 Millionen Franken vorgesehen mit dem Ziel, den Bundesbeitrag entsprechend zu reduzieren (Kredit E100.0001 «Funktionsertrag (Globalbudget)»). Die finanziellen Beiträge Dritter werden nach dem Bruttoprinzip verbucht. Das Projektbudget setzt sich wie folgt zusammen:

⁸ BBl 2019 2365

⁹ Abrufbar unter: www.seco.admin.ch > Aussenwirtschaft & Wirtschaftliche Zusammenarbeit > Aussenwirtschaftspolitik > Strategie zur Aussenwirtschaftspolitik.

¹⁰ Abrufbar unter: www.eda.admin.ch > Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung > Strategie Nachhaltige Entwicklung 2030.

Projektbudget (in Schweizer Franken)

Kostenverteilung	2022	2023	2024	2025	2026	Total
Projektleitung (Saläre)	300 000	500 000	750 000	830 000	20 000	2 400 000
Projektleitung (Spesen, Administration)	50 000	80 000	80 000	80 000	10 000	300 000
Projektwettbewerb	250 000					250 000
Planung, Bau, Rückbau, Logistik		300 000	4 700 000	5 900 000	600 000	11 500 000
Betrieb			600 000	2 400 000		3 000 000
Komm., Events			200 000	500 000		700 000
Reserve			600 000	650 000		1 250 000
Gesamtaufwand	600 000	880 000	6 930 000	10 360 000	630 000	19 400 000
./. Rabatte			1 000 000	800 000		1 800 000
Kostendach	600 000	880 000	5 930 000	9 560 000	630 000	17 600 000
./.Sponsoringerträge			2 200 000	2 200 000		4 400 000
Geschätzter Nettoaufwand für den Bund	600 000	880 000	3 730 000	7 360 000	630 000	13 200 000

Die obige Tabelle präsentiert das Projektbudget in der Bruttodarstellung gemäss den Vorgaben von Artikel 31 und Artikel 47 des Finanzhaushaltsgesetzes vom 7. Oktober 2005¹¹. Das Projektbudget beträgt gemäss Bruttodarstellung 19,4 Millionen Franken. Darin enthalten sind Rabatte (Gratisprodukte oder Preisnachlässe in den Sparten Bau und Innenausbau) im Umfang von geschätzt 1,8 Millionen Franken, welche gemäss Bruttoprinzip den Aufwand in der Sparte Bau buchhalterisch erhöhen und gleichzeitig als Einnahmen dargestellt sind. Der Effekt der Rabatte ist somit kostenneutral. Unter Abzug dieser Rabatte belaufen sich die Kosten für den Schweizer Auftritt in Osaka auf 17,6 Millionen Franken. Diese Summe entspricht dem Kostendach für die Planung des Schweizer Auftritts.

Für den Schweizer Auftritt in Osaka werden finanzielle Verpflichtungen gegenüber Dritten eingegangen, die über das Voranschlagsjahr hinausgehen, weshalb der Bundesrat dem Parlament einen Verpflichtungskredit im Umfang von 16,7 Millionen Franken beantragt (Gesamtaufwand 19,4 Millionen Franken abzüglich 2,4 Millionen Franken für Personalaufwand und 0,3 Millionen Franken für die Vorbereitungskosten 2022). Die vorgesehenen Mittel für den Personalaufwand sind gemäss Artikel 11 Buchstabe b der Finanzhaushaltverordnung vom 5. April 2006¹² aus dem Verpflichtungskredit ausgeschlossen. Der Verpflichtungskredit beinhaltet eine Reserve von 1,25 Millionen Franken.

¹¹ SR 611.0

¹² SR 611.01

Um einen Vergleich zu ermöglichen, werden nachfolgend die Kosten für die letzten schweizerischen Teilnahmen an Weltausstellungen der Kategorie A aufgeführt (in Schweizer Franken):

1992 Sevilla	32,0 Millionen Franken (Pavillon selbst gebaut)
2000 Hannover	23,5 Millionen Franken (Pavillon selbst gebaut)
2005 Aichi	15,0 Millionen Franken (Pavillon zur Verfügung gestellt)
2010 Shanghai	24,0 Millionen Franken (Pavillon selbst gebaut, davon rund 8 Millionen Franken Sponsoringbeiträge aus der Privatwirtschaft und Eigenträge)
2015 Mailand	23,1 Millionen Franken (Pavillon selbst gebaut, davon 6,7 Millionen Franken finanzielle Sponsoringbeiträge und Sachleistungen im Wert von 2,8 Millionen Franken, 60 Prozent aus der Privatwirtschaft und 40 Prozent von Kantonen und Städten)
2020 Dubai	16,48 Millionen Franken (Pavillon selbst gebaut, inklusive eines EDA-intern kompensierten Zusatzkredits von 1,5 Millionen Franken wegen der durch Covid-19 bedingten Verschiebung der Expo um ein Jahr; finanzielle Sponsoringbeiträge 4,63 Millionen Franken und Sachleistungen in der Höhe von 1,84 Millionen Franken)

Das für den Auftritt an der Expo 2025 in Osaka vorgesehene Kostendach liegt somit unter dem Durchschnitt, jedoch leicht über den Kosten für den Auftritt der Schweiz an der Expo 2020 in Dubai. Basierend auf den Kostenangaben der offiziellen Expo-Veranstalterin ermöglicht das beantragte Budget den Bau eines kleinen, selbstgebauten Pavillons (Grundstückfläche 900 m²). Der Grund für die leicht höheren Kosten für den geplanten Auftritt in Osaka liegt darin, dass die vom Veranstalter veranschlagten Kosten deutlich höher liegen als an der Expo 2020 in Dubai. Dabei fallen insbesondere das im Vergleich zu Dubai höhere Baukostenniveau und die höheren Lebenshaltungskosten in Japan ins Gewicht. Mit den beantragten finanziellen Mitteln kann ein im Vergleich mit früheren Auftritten der Schweiz wesentlich kleinerer, aber dennoch attraktiver und wirkungsvoller Pavillon realisiert werden. Im Vergleich zum Schweizer Pavillon an der Expo 2020 in Dubai wurden mehr Mittel für das Kommunikations- und Eventbudget vorgesehen. Damit soll eine Teilnahme am hybriden Programm vor und während der Expo und eine attraktive Bespielung des Pavillons mit Anlässen (Wissenschaft, Wirtschaft und Kultur) ermöglicht werden. Wie bereits an der Expo 2020 in Dubai dürfte die Schweiz mit diesem Budget kostenmässig im unteren Bereich der Bandbreite dessen liegen, was vergleichbare europäische Länder für ihre Auftritte vorsehen. So sieht Österreich für den Auftritt ein Budget von 18 Millionen Euro vor, Deutschland plant einen Auftritt im Umfang von 56 Millionen Euro.

Um den Aufwand für die Eidgenossenschaft zu reduzieren, sollen unter Anwendung der im Jahr 2020 überarbeiteten Richtlinien des EDA zur Zusammenarbeit mit

Sponsoren¹³ Drittmittel akquiriert werden. Diese sollen den Auftritt und die Kernbotschaft der Schweiz mit ihren Inhalten und Botschaften verstärken. Die Richtlinien legen ein stärkeres Gewicht auf die Übereinstimmung zwischen dem thematischen Auftritt der Schweiz und den potenziellen Sponsoren, die Bedeutung eines positiven Imagetransfers und die Vermeidung von Reputationsrisiken. Deshalb kommen als Sponsoren ausschliesslich Unternehmen in Frage, die sowohl in Japan als auch in der Schweiz die in den Richtlinien genannten Anforderungen erfüllen. Damit soll ein im Vergleich mit früheren Auftritten homogenerer und stärkerer Auftritt erreicht werden. Der deutlichere thematische Fokus des Auftritts, die grössere Selektivität bei der Sponsorenwahl und das aufgrund eines vergleichsweise kleinen Pavillons limitierte Platzangebot für Sponsorenpräsenzen führen dazu, dass das Potenzial für die Akquisition von Drittmitteln begrenzt ist. Vor diesem Hintergrund wird der angestrebte Sponsoringanteil auf 25 Prozent des Kostendachs bzw. 4,4 Millionen Franken festgelegt. Die neben der Konsumgüterindustrie anzugehenden Branchen ergeben sich aus dem thematischen Fokus des Pavillons. Es sind dies insbesondere die Gesundheits-, Pharma- und Baubranchen (vgl. Ziffer 1.3.2). Diese sollen kontaktiert und von einem gemeinsamen Auftritt in Osaka überzeugt werden. Neben dem klassischen Sponsoring soll auch die Vermietung des Pavillons an Dritte einen Beitrag an das Erreichen des Sponsoringziels leisten. Die in Japan tätigen oder an Japan interessierten Schweizer Firmen sollen im Pavillon Räumlichkeiten für Kundenanlässe mieten können. Es soll dabei jederzeit gewährleistet werden, dass der Bund seine Kompetenz zur grundlegenden Konzipierung des Schweizer Pavillons gemäss seinen politischen Interessen wahren kann und dass die Erfüllung der Aufgaben des Bundes gemäss Gesetz und Verordnung über die Pflege des schweizerischen Erscheinungsbildes im Ausland im Vordergrund steht und nicht durch privates Sponsoring gefährdet wird.

Zusätzlich zu den finanziellen Beiträgen sollen verschiedene Firmen das Projekt über die Gewährung von Rabatten (als Gegenleistung für eine Produkteplatzierung) unterstützen. Diese Rabatte sind im obenstehenden Budget gemäss dem Bruttoprinzip abgebildet. Der Netto-Aufwand für die Eidgenossenschaft wird demnach 13,2 Millionen Franken betragen.

2.2 Inhalt der Vorlage, Erläuterungen zu einzelnen Bestimmungen

2.2.1 Bundesratsbeschluss 12. Mai 2021 und erste Massnahmen

Nach dem Bundesratsbeschluss vom 12. Mai 2021 und der entsprechenden Annahme der Einladung zur Teilnahme an der Expo hat das EDA in Zusammenarbeit mit der Schweizerischen Vertretung in Tokio den Kontakt zu den Expo-Organisatoren aufgenommen und im Oktober 2021 für den Schweizer Pavillon im thematischen Distrikt «Empowering Lives» provisorisch einen Standort für den Bau eines kleinen Pavillons

¹³ Abrufbar unter: www.eda.admin.ch > Aussenpolitik > Strategien und Grundlagendokumente > Thematische Strategien > Strategie Landeskommunikation > Richtlinien des EDA zur Zusammenarbeit mit Sponsoren.

(Grundstückfläche 900 m²) reserviert. Der Standort befindet sich an attraktiver Lage mit Sicht aufs Meer und nahe am japanischen Pavillon, was zu einem hohen Publikumsaufkommen führen sollte. An der Expo 2020 in Dubai finden regelmässig Treffen zwischen Nationen statt, die sich bereits für einen Pavillon in Osaka entschieden haben, um einen Informationsaustausch sicherzustellen. So wird zum Beispiel geprüft, ob Österreich wiederum ein Nachbar sein kann und dabei durch die Nutzung von gemeinsamer Infrastruktur Synergien geschaffen werden können.

2.2.2 Der Schweizer Pavillon in Osaka

Ziele des Auftritts und Schlüsselbotschaften

Beim Auftritt an der Expo 2025 in Osaka wird sich die Schweiz als innovatives, kompetitives, solidarisches und verantwortungsbewusstes Land mit einer hohen Standort- und Lebensqualität präsentieren. Im Zentrum steht «Die innovative Schweiz» und die Positionierung unseres Landes als leistungsfähiger und führender Innovationshub. Wie es in der Strategie Landeskommunikation 2021–2024 festgehalten ist, zielt die Teilnahme an der Expo Osaka darauf ab, die Wahrnehmung der Leistungen der Schweiz im Themenbereich Innovation zu steigern und die Visibilität von Schweizer Unternehmen und BFI-Akteuren zu erhöhen. Der Auftritt soll illustrieren, wie die schweizerische Innovationskraft im Dienst von Nachhaltigkeit und Wohlstand steht. Dies ist eine starke Botschaft des Schweizer Pavillons, die sich sowohl an Entscheidungsträgerinnen und Entscheidungsträger als auch an die Medien und ein breites Publikum richten soll. Folgende Kernbotschaften sollen unter Mitberücksichtigung des Destinationsmarketings dabei im Zentrum stehen:

- Die Schweiz ist mit ihrem hochstehenden und diversifizierten Bildungssystem ein Innovationshub.
- Die Schweiz schafft und sichert Wohlstand über Innovationen.
- Die Schweiz bietet qualitativ hochstehende und innovative Produkte und Dienstleistungen.
- Die Schweiz ist ein attraktiver Standort für Investitionen.
- Die Schweiz legt grössten Wert auf eine nachhaltige und ökologische Entwicklung.
- Die Schweiz ist eine stabile und verlässliche Partnerin für das Erreichen der Nachhaltigkeitsziele der UNO.
- Die Schweiz ist ein solidarisches und verantwortungsbewusstes Land.
- Die Schweiz ist eine attraktive, nachhaltige und sichere Reisedestination.

Inhaltliche Ausrichtung

Die Inhalte des Schweizer Pavillons sollen es ermöglichen, die mit dem Auftritt angestrebten Ziele zu erreichen und die Schlüsselbotschaften zu vermitteln. Die thematischen Schwerpunkte müssen deshalb mehreren Kriterien genügen: Sie müssen

erstens geeignet sein, das Thema Innovation attraktiv umsetzen und die Leistungsfähigkeit der Schweiz in diesem Bereich zu illustrieren; sie müssen zweitens inhaltlich und im Kontext der Weltausstellung in Osaka relevant und für das überwiegend japanische Zielpublikum interessant sein; und sie müssen drittens den Bedürfnissen, Prioritäten und Kompetenzen der schweizerischen Partner entsprechen. Aufbauend auf den in Ziffer 1.3.2 genannten sechs Themenbereichen, denen die Teilnehmenden in der Umfrage ein besonders hohes Potenzial attestierten, und unter Anwendung der obengenannten Kriterien, wurden drei besonders geeignete inhaltliche Schwerpunkte identifiziert:

1. Themenbereich «Life»: Der Themenbereich fokussiert auf Life Sciences, Gesundheit und Nahrung und umfasst unter anderem spezifische Fachbereiche wie die medizinische und pharmazeutische Forschung, Diagnostik, Medizinal- und Biotechnik, sowie die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit gesellschaftsrelevanten Fragen zu Ernährung, Alter, Fitness, Gesundheit und gesundem Lebensstil.
2. Themenbereich «Planet»: Der Themenbereich fokussiert auf Umwelt, Nachhaltigkeit, Klima und Energie und setzt sich beispielsweise mit Innovationen in Gebieten wie der Biodiversität, Kreislaufwirtschaft, Energieeffizienz und Dekarbonisierung auseinander.
3. Themenbereich «Augmented Human»: Der Themenbereich fokussiert auf Robotik und Künstliche Intelligenz, zeigt deren Potenzial zur Unterstützung von Mensch und Gesellschaft auf und weist darauf hin, welche Faktoren zur verantwortungsvollen und sicheren Nutzung dieses Potenzials berücksichtigt werden müssen. Er illustriert gleichzeitig die Stärken der Schweiz und der Akteure aus Forschung und Wirtschaft in diesem Themenbereich.

Das übergeordnete Thema «Die innovative Schweiz» zieht sich als roter Faden durch die drei Themenbereiche und bietet Platz sowohl für die Darstellung der Innovation als zentraler Ressource der Schweiz als auch für die Präsentation der Erfolgsfaktoren der schweizerischen Innovationsfähigkeit aus den Bereichen Bildung, Forschung und Wirtschaft (z. B. Bildungssystem, Hochschullandschaft, Unternehmens- und Forschungsstandort). Auch der Aspekt der Digitalisierung kommt als transversale Dimension in allen drei Themenschwerpunkten zum Ausdruck, während der in der Befragung ebenfalls genannte Bereich Architektur, Infrastruktur und Baukultur einerseits durch den Schweizer Pavillon selbst und andererseits durch den Beitrag von Schweizer Unternehmen zur Bereitstellung der Expo-Infrastruktur als Ganzes und zur Umsetzung zahlreicher Länderpavillons abgedeckt wird. Der Pavillon soll sowohl für ein eiliges als auch ein wissbegieriges Publikum etwas zu bieten haben, das heisst auf den ersten Blick begeistern und verständlich sein, aber auch Möglichkeiten für eine Vertiefung der Inhalte anbieten.

Format des Schweizer Auftritts

Beim Auftritt der Schweiz in Osaka soll mit dem Schweizer Pavillon eine starke physische Präsenz auf dem Expogelände mit digitalen Plattformen und Kommunikationskanälen verknüpft werden, die den Pavillon auch einem grösseren internationalen Publikum zugänglich machen, das nicht vor Ort sein kann. Wie unter Ziffer 1.2 ausgeführt wurde, hat die Bedeutung virtueller Anlässe und Kanäle im Kontext der

Covid-19-Pandemie zugenommen. Gleichzeitig sind die Wichtigkeit und die Attraktivität von physischen Veranstaltungen, die eine direkte Interaktion der Teilnehmenden ermöglichen, je länger je deutlicher zu Tage getreten. Mit einem hybriden Format, das sowohl einen attraktiven physischen Pol als auch flexible digitale Komponenten aufweist, können die jeweils spezifischen Vorteile kombiniert werden: Das Format bietet sowohl direkte Begegnungen und die Emotionen und unmittelbaren Eindrücke der physischen Präsenz als auch die erleichterten Zugangs- und Teilnahmemöglichkeiten von virtuellen Anlässen. Dies entspricht auch den Wünschen der schweizerischen Interessengruppen, wie aus der Umfrage des EDA hervorgeht. Bei der Frage, welches Auftrittformat für den Schweizer Pavillon an der Expo 2025 in Osaka als am sinnvollsten erachtet wird, sprach sich die grosse Mehrheit der Interessengruppen für ein hybrides Format mit grossem physischen und ergänzendem digitalen Anteil aus. Ebenfalls eine Mehrheit beurteilte dies auch als passendste Form für eine allfällige eigene Mitwirkung.

Für die architektonische Gestaltung des Pavillons sollen die folgenden Kriterien berücksichtigt werden:

- Der Pavillon ist von aussen klar als schweizerisch erkennbar und lädt zu einem Besuch ein.
- Die Gestaltung des Schweizer Auftritts ist überraschend und innovativ.
- Der Schweizer Auftritt dient der Förderung des allgemeinen Interesses an der Schweiz.
- Der Schweizer Auftritt vermittelt Innovationen, die für ein allgemeines Publikum verständlich sind.

Raumprogramm

Am provisorisch reservierten Standort auf dem Expogelände kann auf der Basis der Kostenberechnungen der Veranstalter ein kleiner zweistöckiger Pavillon mit einer Gesamtfläche von ca. 1200 m² errichtet werden. Zum Vergleich: Der Schweizer Pavillon an der Expo Dubai weist eine Grundfläche von 2200 m² auf. Die Gestaltung und das Raumprogramm müssen sich an diesem im Vergleich zu früheren Auftritten geringeren Platzangebot orientieren. Für die Konzeption des Pavillons sollen die an der Expo 2020 in Dubai gemachten positiven Erfahrungen berücksichtigt werden. So soll der Pavillon wiederum eine Fassade oder Architektur mit hoher Anziehungskraft und einem Wiedererkennungswert haben. Er soll als Pavillon mit freiem Besucherfluss geplant werden, um möglichst viele Besucherinnen und Besucher begrüßen zu können und lange Warteschlangen zu vermeiden. Neben der thematischen Ausstellung soll der Pavillon ein starkes emotionales Element haben. Auf Grund der positiven Rückmeldungen in Dubai soll ein immersiver Pavillon geplant werden, der sich gegenüber den anderen Pavillons durch einen sparsamen Einsatz von digitalen Präsentationselementen abgrenzt. Damit ein möglichst homogener Auftritt der Schweiz realisiert werden kann und aus Platzgründen sollen die Sponsorenpräsenzen in die Ausstellung integriert werden. Für die Durchführung von Anlässen soll nach Möglichkeit auch auf die Infrastruktur des neuen Konsulats in Osaka (Swissnex in Japan) zurückgegriffen werden. Diese thematischen Veranstaltungen sollen als hybride

Anlässe geplant werden, das heisst über Direktübertragung auch für ein Publikum zugänglich sein, das sich nicht in Osaka befinden wird. Schliesslich soll auch geprüft werden, ob eine Bühne für kulturelle Veranstaltungen und ein Restaurant mit Schweizer Spezialitäten im Pavillon Platz erhalten können. Für eine Kommunikation über die Schweiz mittels des gastronomischen Angebots besteht in Japan ein grosses Potenzial. Die Büroinfrastruktur soll aus Kosten- und Nachhaltigkeitsgründen wie in Dubai in Containern geplant werden und könnte allenfalls mit dem potenziellen Nachbarpavillon Österreich geteilt werden.

Ausschreibung Planung und Bau

Aus Kosten- und Effizienzgründen soll diesmal auf der Basis der definierten thematischen Ausrichtung des Pavillons für die Gestaltung, die Szenographie und den Bau des Pavillons eine zweistufige WTO-Totalunternehmerausschreibung mit einem vorgelagerten Ideenwettbewerb durchgeführt werden. Mit der Ernennung eines Totalunternehmers können die Baukosten in einem in Japan wegen hohen Anforderungen an die Erdbeben- und Taifunsicherheit des Gebäudes komplexen und teuren Umfeld von Anfang an kontrolliert werden. Für den Schweizer Pavillon in Dubai musste das durch die Architekten und Planer definierte Projekt in mehreren Schritten redimensioniert werden, um das zur Verfügung stehende Budget einzuhalten. Bei der Ausschreibung soll ein starkes Gewicht auf den Einsatz von nachhaltigen und – soweit möglich – lokal erhältlichen Baumaterialien und einen möglichst nachhaltigen Betrieb des Pavillons gelegt werden.

Zeitplan

- Herbst 2022: Durchführung einer Totalunternehmerausschreibung auf der Basis eines vorgelagerten Ideenwettbewerbs
- Ende 2023: Baubeginn in Osaka nach dem Abschluss der Planungsarbeiten
- Herbst 2024: Rekrutierung von Mitarbeitenden für den Betrieb des Pavillons
- 13.4.–13.10.2025 Betrieb des Pavillons in Osaka
- bis 31.3.2026: Rückbau des Pavillons

2.2.3 Projektorganisation

Projektteam

Das Projektteam für die Weltausstellung 2025 in Osaka bei Präsenz Schweiz besteht ab dem 1. Januar 2022 aus 150 Stellenprozenten und wird in den Jahren 2023–2025 in Bern und im Konsulat in Osaka auf maximal 650 Stellenprozent ausgebaut. Dieses Team unter der Leitung des Chefs Events & Produkte und in Koordination mit dem Staatssekretariat für Bildung, Forschung und Innovation ist für die Ausschreibung eines Totalunternehmerauftrags für die Konzeption und den Bau des Pavillons auf der Basis der im Kapitel 2.2.2 definierten inhaltlichen Ausrichtung verantwortlich. Das Projektteam ist zudem für die gesamte Konzeption, die Planung und die Umsetzung des Schweizer Auftritts in Osaka sowie für den Betrieb des Schweizer Pavillons und die Einhaltung des Budgets zuständig. Der Chef Events & Produkte bei Präsenz

Schweiz übernimmt wie an den Expos 2017 in Astana und 2020 in Dubai gleichzeitig die Funktion des Generalkommissärs.

Finanzen und Controlling

Präsenz Schweiz wird bei der Rechnungsführung des Verpflichtungskredites durch die Abteilung Rechnungswesen Ausland des EDA aktiv unterstützt. Die designierte Person wird ein Handbuch Rechnungswesen erstellen und während des Betriebs des Pavillons in Osaka auch regelmässig vor Ort sein und somit sicherstellen, dass das Gesamtprojekt finanziell korrekt abgewickelt und verbucht wird und über die Kredit-ausschöpfung jederzeit Rechenschaft abgelegt werden kann. Diese Person steht in engem Kontakt mit der für den Kredit verantwortlichen Person bei Präsenz Schweiz.

Präsenz Schweiz erstellt sämtliche Ausschreibungen und Verträge in Zusammenarbeit mit dem Kompetenzzentrum des EDA für Verträge, Beschaffungen und Compliance. Sämtliche Verträge werden eine Annullationsklausel für den Fall einer Verschiebung oder Absage der Veranstaltung enthalten. Die Zahlungspläne sollen so verhandelt werden, dass die jeweiligen Zahlungen zum spätestmöglichen Zeitpunkt geleistet werden müssen. So können die Kosten im Fall einer Annullations der Veranstaltung möglichst tief gehalten werden. Falls sich die Frage einer Absage der Teilnahme der Schweiz an der Expo 2025 in Osaka stellen sollte, wird das Kriterium sein, ob die mit dem Auftritt verbundenen Ziele mit einer Teilnahme erreicht werden können und welche Risiken gegebenenfalls damit verbunden wären. Sollte der Auftritt abgesagt werden müssen, würde das EDA den Bundesrat und die Finanzdelegation der Eidgenössischen Räte umgehend direkt über den Entscheid sowie die Gründe und die finanziellen Konsequenzen der Absage informieren. Der Finanzdelegation wird gemäss ihrem Wunsch analog zum Verfahren beim Auftritt der Schweiz an der Expo 2020 in Dubai jährlich ein Zwischenbericht über den Stand der Vorbereitungen und die finanzielle Situation unterbreitet.

Sponsoring

Aufgrund des Entscheids des Bundesrats vom 12. Mai 2021, für die Schweizer Teilnahme an der Weltausstellung 2025 in Osaka eine Beteiligung von Dritten an den Kosten im Umfang von rund 4,4 Millionen Franken vorzusehen, wird die Projektleitung im Jahr 2022 den Kontakt mit den in dieser Kreditbotschaft definierten Branchen aufnehmen. Aufgrund der im Vergleich zu Dubai bescheideneren Platzverhältnisse im geplanten Pavillon werden als Gegenleistung weniger eine Präsenz mit einer eigenen Ausstellung, sondern kleinere Pakete wie zum Beispiel ein Imagesponsoring mit Logopräsenz, die Durchführung von eigenen Anlässen im Pavillon und die finanzielle Unterstützung des kulturellen und wissenschaftlichen Programms im Vordergrund stehen.

2.2.4 Abschlussbericht und Evaluation

Es gibt mehrere Faktoren, um die Attraktivität und die Wirkung des Schweizer Auftritts an einer Weltausstellung zu beurteilen: a) der Erfolg des Auftritts bei Publikum

und Medien, b) die Wirkung des Auftritts hinsichtlich der Ziele der Strategie Landeskommunikation des Bundesrates und der Kernbotschaften des Schweizer Pavillons, c) das Ausmass in dem es gelingt, relevante Schweizer Akteure und Partner davon zu überzeugen, inhaltliche Beiträge zu leisten und den Auftritt zu unterstützen (Sponsoring, Sachleistungen), und d) die Beurteilung des Auftritts durch die beteiligten Partner. Um Bilanz über die Teilnahme der Schweiz an der Weltausstellung in Osaka zu ziehen, die durchgeführten Aktivitäten zu dokumentieren und zu beurteilen, ob die mit dem Auftritt der Schweiz verbunden Ziele erreicht werden konnten, soll nach Abschluss der Expo 2025 in Osaka wie üblich ein Schlussbericht verfasst werden. In diese Evaluation sollen Elemente wie die Besuchszahlen, die Resonanz in klassischen und sozialen Medien, das Erreichen der Sponsoringziele, die Rückmeldungen der Partner und Sponsoren sowie die Resultate der durchgeführten Medienanalysen und Imagestudien einfließen.

Ein zentrales Element der Auswertung ist dabei die Durchführung einer Besucherbefragung. Dieses Instrument wird bei Auftritten der Schweiz an internationalen Grossveranstaltungen systematisch eingesetzt und ist auch für den Auftritt in Osaka vorgesehen. Auch die Ergebnisse der Besucherbefragung werden im Schlussbericht präsentiert.

2.3 Teuerungsannahmen

Die dem Umfang des Rahmenkredits zugrundeliegenden Teuerungsannahmen werden im Bundesbeschluss (Art. 3) ausgewiesen. Den Teuerungsannahmen liegt der Indexstand des Landesindex der Konsumentenpreise vom Dezember 2021 von 101,5 Punkten zugrunde, wobei sich dieser Indexstand auf die Indexreihe «Dezember 2020 = 100 Punkte» bezieht. Die jährlichen Voranschlagskredite werden jeweils an die aktuellen Teuerungsannahmen angepasst.

3 Auswirkungen

3.1 Auswirkungen auf den Bund

3.1.1 Finanzielle Auswirkungen

Für eine Präsenz der Schweiz in Osaka im Rahmen der Weltausstellung 2025 (Kategorie A) werden Ausgaben in der Höhe von total 19,4 Millionen Franken anfallen. Davon entfallen 2,4 Millionen Franken auf den bis im Jahr 2026 befristeten Personalaufwand und 0,3 Millionen Franken für die Vorbereitungskosten 2022. Gemäss Artikel 21 des Finanzhaushaltsgesetzes in Verbindung mit Artikel 11 Buchstabe a der Finanzhaushaltsverordnung e contrario muss für die Finanzierung einer Teilnahme des Bundes an dieser Weltausstellung ein Verpflichtungskredit beim Parlament beantragt werden, da die voraussichtlichen Verpflichtungen gegenüber Dritten insgesamt mehr als 10 Millionen Franken betragen. Das EDA beantragt einen Verpflichtungskredit von 16,7 Millionen Franken.

Das Monitoring der Entwicklungen in der Region, die einen Auftritt der Schweiz an der Expo 2025 in Osaka negativ beeinflussen könnten (z. B. Absage oder Verschiebung der Durchführung), soll über die bei solchen Auftritten übliche Risikoanalyse hinaus insbesondere auch die Beurteilung eventueller finanzieller Risiken in diesem Zusammenhang ermöglichen. Durch entsprechende Vorkehrungen, beispielsweise in vertraglicher Hinsicht, sollen entsprechende Risiken minimiert werden.

3.1.2 Personelle Auswirkungen

Über den in Ziffer 3.1.1 erwähnten, befristeten Personalaufwand hinaus ist nicht geplant, dass personelle Ressourcen des Bundes gebunden werden. Somit sind keine weiteren personellen Auswirkungen auf den Bund zu erwarten.

3.1.3 Andere Auswirkungen

Andere spezifische Auswirkungen sind zurzeit nicht absehbar.

3.2 Auswirkungen auf die Kantone und Gemeinden sowie auf urbane Zentren, Agglomerationen und Berggebiete

Über die Auswirkungen auf Kantone und Gemeinden sowie urbane Zentren, Agglomerationen und Berggebiete lassen sich zurzeit keine präzisen Angaben machen. Ob und auf welche Einheiten der Auftritt der Schweiz an der Expo 2025 Osaka konkrete Auswirkungen haben wird, hängt wesentlich davon ab, ob sich Kantone, Städte und beispielsweise Tourismusregionen oder Wirtschaftsunternehmen aus diesen Regionen am Auftritt der offiziellen Schweiz beteiligen. Definitive Beschlüsse in dieser Hinsicht sind erst nach dem Entscheid des Schweizer Parlaments über den mit vorliegender Botschaft beantragten Verpflichtungskredit zu erwarten.

3.3 Auswirkungen auf die Volkswirtschaft

Bezüglich der Auswirkungen auf die Volkswirtschaft verweisen wir auf Ziffer 1.3.

3.4 Auswirkungen auf die Gesellschaft

Die Teilnahme der Schweiz an der Expo 2025 in Osaka kann auf die Schweizer Diaspora in der Region und auf Besucherinnen und Besucher aus der Schweiz eine identitätsstiftende Wirkung haben.

3.5 Auswirkungen auf die Umwelt

Bau, Betrieb, Unterhalt und Rückbau des Schweizer Pavillons tragen dem Expo-übergeordneten Thema Nachhaltigkeit Rechnung. Weil sich der Einsatz von erneuerbaren Energien in einem Pavillon, der nur während 6 Monaten in Betrieb sein wird, nicht kosteneffizient realisieren lässt, sollen mehrere Aussenbereiche bzw. Bereiche mit einer natürlichen Lüftung und Kühlung Teil des Pavillons sein. Es soll geprüft werden, ob der Pavillon mit nachhaltigen Materialien wie Holz erstellt werden kann.

Gemäss Angaben der Veranstalter muss der Pavillon nach Ende der Expo vollständig rückgebaut werden, weil das Gelände leer an die Stadt Osaka zurückgegeben werden muss. Auf der Insel soll nach der Expo ein Naherholungsgebiet errichtet werden. Der Pavillon kann also nicht als Teil der Nachnutzung auf dem Expogelände stehen bleiben. Es soll jedoch ein Einsatz des Pavillons nach der Expo an einem anderen Standort geprüft werden.

Bau und Betrieb des Pavillons sollen über eine geeignete Plattform CO₂-kompensiert werden.

3.6 Andere Auswirkungen

Andere spezifische Auswirkungen sind zurzeit nicht absehbar.

4 Rechtliche Aspekte

4.1 Verfassungs- und Gesetzmässigkeit

Gemäss Artikel 54 Absatz 1 der Bundesverfassung¹⁴ (BV) sind auswärtige Angelegenheiten Sache des Bundes. Auf der Grundlage dieser Bestimmung hat der Gesetzgeber das Bundesgesetz über die Pflege des schweizerischen Erscheinungsbildes im Ausland verabschiedet.

Die materiell-rechtliche Basis für den beantragten Verpflichtungskredit findet sich in den Artikeln 2 Absatz 5 und 3 Absatz 2 dieses Gesetzes in Verbindung mit den Artikeln 5 Buchstabe d und 6 Absatz 1 der Landeskommunikationsverordnung.

Artikel 3 Absatz 2 des genannten Gesetzes legt fest, dass offizielle Auftritte der Schweiz an Weltausstellungen und olympischen Spielen über ausserordentliche Beiträge der Eidgenossenschaft und nicht über den jährlichen Voranschlag des EDA finanziert werden.

Die Realisierung der Auftritte der offiziellen Schweiz an Weltausstellungen wird in Artikel 5 Buchstabe d der Landeskommunikationsverordnung als ein Instrument zur Pflege des schweizerischen Erscheinungsbildes im Ausland genannt.

Die Zuständigkeit der Bundesversammlung für die Bewilligung des beantragten Verpflichtungskredites ergibt sich aus Artikel 167 BV.

¹⁴ SR 101

4.2 Vereinbarkeit mit internationalen Verpflichtungen der Schweiz

Eine Teilnahme der Schweiz an der Expo 2025 in Osaka ist mit den internationalen Verpflichtungen der Schweiz vereinbar und steht mit keinen völkerrechtlichen Normen im Widerspruch. Der inhaltliche Fokus auf das Thema Innovation, das entlang der zwei Achsen Wirtschaft und Nachhaltigkeit umgesetzt wird, steht zudem in Einklang mit den Zielen und thematischen Prioritäten der Schweiz gemäss der Strategie Nachhaltige Entwicklung 2030 (vgl. auch Ziffer 1.5).

4.3 Erlassform

Da es sich bei der Vorlage um einen Finanzbeschluss handelt, der keine Rechtsregeln enthält, ist nach Artikel 163 Absatz 2 BV sowie Artikel 25 Absatz 2 des Parlamentsgesetzes vom 13. Dezember 2002¹⁵ die Form eines einfachen Bundesbeschlusses vorgeschrieben. Als solcher ist er nicht dem fakultativen Referendum unterstellt.

4.4 Unterstellung unter die Ausgabenbremse

Gemäss Artikel 159 Absatz 3 Buchstabe b BV untersteht der beantragte Verpflichtungskredit nicht der Ausgabenbremse und erfordert somit nicht ein qualifiziertes Mehr, da er eine einmalige Ausgabe von weniger als 20 Millionen Franken nach sich zieht.

¹⁵ SR 171.10

