12.055

Botschaft über die Teilnahme der Schweiz an der Weltausstellung 2015 in Mailand

vom 16. Mai 2012

Sehr geehrter Herr Nationalratspräsident
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 2015 in Mailand.

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

16. Mai 2012

Im Namen des Schweizerischen Bundesrates

Die Bundespräsidentin: Eveline Widmer-Schlumpf
Die Bundeskanzlerin: Corina Casanova

Übersicht

Mit dieser Botschaft beantragt der Bundesrat einen Verpflichtungskredit von 23,1 Millionen Franken für die Teilnahme der Schweiz an der Weltausstellung 2015 in Mailand. Ein substanzieller Anteil von mindestens 8 Millionen Franken soll mittels Sponsoring getragen werden.

Vom 1. Mai bis 31. Oktober 2015 findet in Mailand auf dem neuen Messegelände Milano Rho die Weltausstellung 2015 statt. Sie steht unter dem Thema «Nutrire il pianeta. Energia per la vita» («Den Planeten ernähren. Energie für das Leben»). Die Organisatoren erwarten während der sechs Monate rund 20 Millionen Besucherinnen und Besucher: 75 Prozent aus Italien, 25 Prozent aus dem Ausland, davon 40 Prozent aus der Schweiz.

Der Bundesrat hat sich in Anerkennung der grossen Bedeutung Italiens als politischer und wirtschaftlicher Partner der Schweiz am 12. Mai 2010 für eine Teilnahme der Schweiz an der Weltausstellung 2015 in Mailand ausgesprochen und die Projektleitung für den Schweizer Pavillon an Präsenz Schweiz im Generalsekretariat des Eidgenössischen Departementes für auswärtige Angelegenheiten (EDA) übertragen.

Die Schweiz wird sich mit einem Pavillon auf insgesamt 4433 m² Fläche präsentieren. Den grössten Raum wird die thematische Ausstellung einnehmen, daneben werden Ausstellungsmöglichkeiten für Dritte sowie Begegnungsorte angeboten. Den Projektwettbewerb für die Gestaltung des Pavillons hat die Netwerch GmbH in Brugg mit ihrem Projekt «Confooderatio Helvetica» gewonnen, das die Jury mit seiner innovativen Architektur und einer eindrücklichen inhaltlichen Umsetzung des Ausstellungsthemas überzeugt hat. Das Projekt thematisiert unter anderem die weltweite Verfügbarkeit und Verteilung von Lebensmitteln und regt die Besucherinnen und Besucher an, das eigene Konsumverhalten zu reflektieren. Der Pavillon bietet aber auch eine optimale Marketingplattform für die Schweizer Landwirtschaft und Nahrungsmittelindustrie. Interessierte Schweizer Kantone und Städte haben ebenfalls die Möglichkeit, sich im Pavillon zu präsentieren. Die moderne und interaktive Architektur wird die Neugierde der Besucherinnen und Besucher wecken und sie dazu animieren, den Pavillon zu besichtigen und darin selber aktiv zu werden.

Für die Schweiz ist dieser Auftritt an der Weltausstellung im Nachbarland Italien von besonderer Bedeutung: Zwischen den beiden Ländern bestehen enge wirtschaftliche, politische und kulturelle Beziehungen. So ist Italien nach Deutschland und vor Frankreich der zweitwichtigste Handelspartner der Schweiz. Gleichzeitig ist die Schweiz für Italien der achtwichtigste Handelspartner. Ausserdem sind die Länder durch beträchtliche Direktinvestitionen in beide Richtungen miteinander verbunden. Für die Schweizer Exportwirtschaft ist Italien der drittwichtigste Absatzmarkt. Im Tourismusbereich ist Italien für die Schweiz sowie auch die Schweiz für Italien je der fünftwichtigste Quellenmarkt. Es bestehen zudem Kooperationen in zahlreichen Politikbereichen. Rund eine halbe Million italienischer Staatsangehöriger leben und arbeiten in der Schweiz und rund 50 000 Schweizerinnen und Schweizer sind in

Italien wohnhaft. Hinzu kommt das verbindende Element einer gemeinsamen Sprache. Diese engen Beziehungen zwischen der Schweiz und Italien können mit der Teilnahme der Schweiz an der Weltausstellung gefestigt und vertieft werden.

Daneben besteht aber auch ein zusätzliches Potenzial, insbesondere hinsichtlich der wirtschaftlichen Zusammenarbeit: Die Weltausstellung 2015 und das Schweizer Rahmenprogramm «Verso l'Expo Milano 2015» werden den Schweizer Unternehmen die Chance bieten, ihre Präsenz im Nachbarland Italien zu verstärken und zahlreiche Kontakte zu knüpfen.

Im Weiteren gibt es Bereiche, in denen für beide Länder tragfähige Konzepte erarbeitet werden müssen, wie etwa im Steuerbereich. Hier kann die Intensivierung der Kontakte, die mit einer Teilnahme an der Weltausstellung verbunden ist, zu einer lösungsorientierten Haltung beitragen.

Die Analyse des Bildes der Schweiz in Italien zeigt, dass sich die engen wirtschaftlichen und kulturellen Verflechtungen darin nicht spiegeln. Vielmehr ist das Bild relativ oberflächlich, von Klischees geprägt und in der Tendenz einseitig durch den Schweizer Finanzplatz bestimmt. Gerade im Hinblick auf eine weitere Vertiefung der Zusammenarbeit besteht somit Bedarf, die Wahrnehmung der Schweiz in Italien zu verbessern. Der Auftritt an der Weltausstellung 2015 in Mailand bietet dazu eine ausgezeichnete Plattform. Die Stärken der Schweiz wie die kulturelle Vielfalt, die Forschungskapazität, die Innovationskraft und die Kreativität können einer breiten Bevölkerung Italiens und anderer Länder sowie den ausländischen Medien nähergebracht werden. Damit dieser Auftritt eine nachhaltige Wirkung erzielt, wird vor, während und nach der Weltausstellung das Schweizer Veranstaltungsprogramm «Verso l'Expo Milano 2015» in Italien durchgeführt.

Insgesamt werden die Aktivitäten der Schweiz die Beziehungen zu unserem Nachbarland festigen, was sich in der wirtschaftlichen, politischen, wissenschaftlichen und kulturellen Zusammenarbeit positiv auswirken kann und dazu beitragen wird, das gegenseitige Potenzial noch besser auszuschöpfen.

Botschaft

1 Ausgangslage und Rahmenbedingungen

1.1 Ausgangslage

Weltausstellungen: beliebte Begegnungsorte, auch im Internetzeitalter

Seit der ersten Weltausstellung in London im Jahre 1851 sind 43 Veranstaltungen auf vier Kontinenten durchgeführt worden. Die Weltausstellungen haben in dieser Zeitspanne bedeutende Veränderungen erfahren: Wurden sie anfangs abgehalten, um einzelne neue Industrieprodukte und Konsumgüter vorzustellen, so entwickelten sie sich in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts zu nationalen Leistungsschauen. In den letzten Jahrzehnten standen kulturelle Präsentationen oder das nationale Erscheinungsbild im Vordergrund.

1928 wurde das «Bureau International des Expositions» mit Sitz in Paris gegründet und die Austragung von internationalen Ausstellungen geregelt. Seither wird unterschieden zwischen Weltausstellungen erster Kategorie (Universalausstellungen von sechs Monaten Dauer) und Weltausstellungen zweiter Kategorie (themenspezifisch, von drei Monaten Dauer). In Mailand wird 2015 die nächste Universalausstellung stattfinden.

Weltausstellungen stellen für die Länder auch heute noch eine wichtige Gelegenheit dar, sich zu präsentieren und die bilateralen Beziehungen, insbesondere zum Veranstaltungsland, zu pflegen. An den Weltausstellungen der letzten zehn Jahre haben jeweils fast alle Länder der Welt und eine bedeutende Anzahl internationaler Organisationen teilgenommen. Dem Veranstaltungsland verspricht eine Weltausstellung wirtschaftliche Impulse, einen erhöhten Bekanntheitsgrad, den Besuch von hochrangigen Delegationen aus aller Welt und viel Ansehen. Das Interesse an der Durchführung von Weltausstellungen ist daher weiterhin gross.

Schweizer Auftritte an Weltausstellungen

Die Schweiz ist ein Gründungsmitglied des «Bureau International des Expositions» und hat bisher an der Mehrzahl der offiziellen Weltausstellungen teilgenommen. Zuletzt hat unser Land an den Weltausstellungen 2005 in Aichi (Japan), 2008 in Zaragoza (Spanien) und 2010 in Shanghai (China) teilgenommen. 2012 nimmt die Schweiz an der Weltausstellung in Yeosu (Südkorea) teil. Das Parlament hat für diese Teilnahme der Schweiz mit dem Voranschlag 2010 einen Verpflichtungskredit von 6,5 Millionen Franken bewilligt. Die Schweizer Auftritte werden seit 2001 von Präsenz Schweiz betreut.

Der Schweiz ist es jeweils gelungen, mit attraktiven und innovativen Pavillons und Begleitprogrammen bei den Besucherinnen und Besuchern sowie den Medien grosses Interesse und eine hohe Akzeptanz zu finden. So gehörte der Schweizer Pavillon an der Weltausstellung 2010 in Shanghai zu den am meisten beachteten Pavillons. Rund 3 Millionen Besucherinnen und Besucher wurden darin empfangen und er wurde mehrfach ausgezeichnet. Die Medienberichterstattung in China mit zahlreichen Beiträgen über die im Pavillon präsentierte Schweizer Innovationskraft war breit und positiv. Der Schweizer Pavillon bot somit eine ausgezeichnete Plattform, um das Image der Schweiz in China zu stärken. Auch die Schweizer Wirtschaft

nahm die Gelegenheit wahr, um bestehende Beziehungen mit China zu pflegen und neue Kontakte zu knüpfen. Eine VIP-Lounge stand den Sponsoren sowie Dritten für Veranstaltungen zur Verfügung. Zahlreiche Firmen aus verschiedenen Sektoren der Schweizer Privatwirtschaft nutzten das Angebot. So wurden während der sechs Monate 136 Anlässe durchgeführt.

1.2 Weltausstellung 2015 in Mailand

Italien hatte sich am 31. März 2008 an der Generalversammlung des «Bureau International des Expositions» gegen Izmir, Türkei, als Austragungsort für die Weltausstellung 2015 durchgesetzt. Die Weltausstellung 2015 findet auf dem neuen Messegelände nordwestlich von Mailand in den Gemeinden Pero und Rho statt. Das Ausstellungsgelände hat direkten Anschluss an die Autobahnen und die Metrolinie.

Die Organisatoren erwarten rund 20 Millionen Besucherinnen und Besucher: 75 Prozent aus Italien, 25 Prozent aus dem Ausland, davon 40 Prozent aus der Schweiz. Es werden rund 120 Länder, 10 internationale Organisationen, 21 italienische Organisationen sowie 30 Sponsoren mitwirken. Im März 2012 hatten bereits 75 Länder ihre Teilnahme angemeldet.

Das Ausstellungsthema in Mailand lautet «Nutrire il pianeta. Energia per la vita» («Den Planeten ernähren. Energie für das Leben»). Die Weltausstellung wird somit zur Plattform für die Auseinandersetzung mit einer der grössten globalen Herausforderungen: Wie kann eine ausreichende, sichere und gesunde Ernährung für die Weltbevölkerung gewährleistet werden? Die Veranstaltung soll entsprechend für eine internationale Debatte über die Ernährung und für die Suche nach innovativen und nachhaltigen Lösungsansätzen genutzt werden.

Mit dieser thematischen und weniger rein touristischen Ausrichtung soll die Weltausstellung 2015 für die Konzipierung von zukünftigen Weltausstellungen wegweisend sein.

Um der Komplexität des Themas gerecht zu werden, setzt die Weltausstellung 2015 auf einen interdisziplinären Ansatz. Das Hauptthema ist in sieben Unterthemen aufgeteilt:

- Wissenschaft und Technologie für die Sicherheit und Qualität der Nahrung,
- Wissenschaft und Technologie für die Landwirtschaft und Biodiversität,
- Innovation in der Nahrungsmittelkette,
- Bildung im Bereich Nahrungsmittel,
- Ernährung und Lebensstile,
- Essen und Kultur,
- Kooperation und Entwicklung in der Ernährung.

Die Schweiz beabsichtigt, sich an der Weltausstellung in Mailand mit einem eigenen Pavillon zu beteiligen. Schon vor der Veranstaltung sollen mittels Aktivitäten in Italien die bilateralen Beziehungen gefestigt werden: Präsenz Schweiz sieht vor, ein Rahmenprogramm «Verso l'Expo Milano 2015» in enger Zusammenarbeit mit verschiedenen Partnern zu konzipieren und durchzuführen.

1.3 Bedeutung des zu finanzierenden Vorhabens und Interesse des Bundes

Eine Weltausstellung vor der Haustür

Für den Bundesrat ist die Teilnahme der Schweiz an der Weltausstellung 2015 in Mailand aus politischer, wirtschaftlicher, touristischer, wissenschaftlicher und kultureller Sicht von grosser Bedeutung. Die traditionell guten Beziehungen zwischen der Schweiz und Italien sind geprägt durch Verbindungen in allen genannten Bereichen.

Die enge Zusammenarbeit in verschiedenen Politikbereichen zeigt sich unter anderem im dichten Vertragsnetz zwischen den beiden Ländern, so etwa im Vertrag über die wissenschaftliche und technologische Zusammenarbeit (2006), im Abkommen über die Rechtshilfe in Strafsachen (2003) oder in der Kooperation der Polizei- und Zollbehörden (2000). Auch in weiteren Bereichen, wie etwa der grenzüberschreitenden Infrastruktur, besteht eine enge Zusammenarbeit.

Auch in wirtschaftlicher Hinsicht sind die zwei Nachbarländer eng miteinander verbunden. Italien ist der zweitwichtigste Handelspartner der Schweiz. Das bilaterale Handelsvolumen belief sich 2011 auf rund 35 Milliarden Franken. Italien weist traditionell einen hohen Handelsbilanzüberschuss gegenüber der Schweiz auf (2010: 2 Milliarden Franken). Als achtgrösster Investor schaffte die Schweiz mit Direktinvestitionen von 20 Milliarden Franken 76 071 Arbeitsplätze in Italien (Ende 2010). Mit 1,1 Millionen Logiernächten ist Italien ein wichtiger Quellenmarkt für den Schweizer Tourismus. Die Schweiz ist mit 4,9 Millionen Logiernächten das fünftwichtigste Land für den italienischen Tourismus.

Die bedeutende Gemeinschaft der ständigen italienischen Wohnbevölkerung in der Schweiz von rund 500 000 Personen sowie die rund 50 000 Auslandschweizerinnen und -schweizer in Italien zeugen ebenfalls von den engen Beziehungen. Rund 50 000 italienische Grenzgängerinnen und Grenzgänger arbeiten zudem in den Schweizer Grenzkantonen.

Mit 35 Schweizervereinen, vier Schweizerschulen, der Schweizerischen Handelskammer in Mailand sowie dem «Istituto Svizzero di Roma» mit Zweigstellen in Mailand und Venedig ist die Schweiz in Italien stark verankert.

Seit der Gründung der «Università della Svizzera italiana» 1996 hat sich zudem die bilaterale Zusammenarbeit im Forschungs- und Bildungsbereich verstärkt.

Die enge kulturelle Verbindung ergibt sich unter anderem dadurch, dass die Schweiz neben Italien das einzige italienischsprachige Land der Welt ist.

Die bilateralen Beziehungen werden ausserdem regelmässig mittels gemeinsamer Veranstaltungen gepflegt. So wurde zum Beispiel 2011 das 150-jährige Jubiläum der Republik Italien, das mit dem 150-jährigen Bestehen von diplomatischen Beziehungen zwischen der Schweiz und Italien zusammenfiel, als entsprechende Plattform genutzt.

Das Image der Schweiz in Italien

Die Schweizer Teilnahme an der Weltausstellung 2015 in Mailand soll dazu beitragen, ein differenzierteres Bild der Schweiz zu vermitteln und ihre Stärken deutlich aufzuzeigen.

Eine 2011 durchgeführte Studie zum Image der Schweiz in Italien hat nämlich gezeigt, dass die Beurteilung der Schweiz im Vergleich zu anderen Ländern kritischer ausfällt und das Bild stark von Klischees geprägt ist.

Die Schweiz wird mit positiven Merkmalen wie Sauberkeit, Ordnung, Effizienz, Schönheit, Ruhe sowie mit qualitativ hochstehenden Produkten und Dienstleistungen wie Uhren, Schokolade, Medizin in Verbindung gebracht. Weiter werden das Bildungs- und Forschungsniveau, die intakte Umwelt und die politische Stabilität positiv wahrgenommen. Deutlich kritischer beurteilen die Befragten die Schweiz bezüglich ihrer positiven Kraft in einer Zeit der weltweiten Instabilität, bezüglich der Herzlichkeit und der Freundlichkeit ihrer Bewohnerinnen und Bewohner und hinsichtlich ihrer internationalen Zusammenarbeit. Eigenschaften, die aus Schweizer Sicht zu einem positiven Image führen sollten, wie die Verkehrspolitik oder die sprachliche Nähe, werden in Italien kaum wahrgenommen. Letztere wird nur von 10 Prozent der Befragten genannt. In solchen Themenbereichen besteht ein Potenzial für die Landeskommunikation, das im Rahmen der Weltausstellung genutzt werden kann.

Die Schweiz als innovatives Land im Nahrungsmittelbereich

Der Schweizer Auftritt an der Weltausstellung 2015 und das Rahmenprogramm «Verso l'Expo Milano 2015» bieten eine einmalige Chance, die Schweizer Forschungskapazität und Innovationskraft im Nahrungsmittelbereich zu präsentieren.

Um der Komplexität des Themas «Den Planeten ernähren. Energie für das Leben» gerecht zu werden, wird sich die Weltausstellung mit verschiedenen Aspekten wie der Qualität von Nahrungsmitteln, der Sensibilisierung für gesunde Ernährung, dem Zusammenhang zwischen Nahrung und Kultur und der wissenschaftlichen Zusammenarbeit bei der Suche nach Lösungen für die Nahrungsmittelproblematik befassen.

Die Schweiz kann zu diesen Themen einen wichtigen Beitrag leisten: sei es mit ihren Forschungs- und Entwicklungsvorhaben, mit den Aktivitäten der Landwirtschafts- und der Nahrungsmittelbranche oder ihren Erfahrungen aus der internationalen Zusammenarbeit, beispielsweise der Direktion für Entwicklung und Zusammenarbeit (DEZA).

In der Jury des Projektwettbewerbs für den Schweizer Pavillon hat Präsenz Schweiz mit den Hochschulen und mit massgebenden Verbänden wie Swiss Food Research und Slow Food Schweiz zusammengearbeitet. Diese Kooperation soll im Hinblick auf die Entwicklung der Inhalte des Pavillons und des Programms weitergeführt und mit der Zusammenarbeit mit weiteren wichtigen Partnern wie dem Bundesamt für Landwirtschaft (BLW), dem Bundesamt für Gesundheit (BAG) oder Agro Marketing Suisse erweitert werden.

Eine wichtige Plattform für die Schweizer Wirtschaft

Die Weltausstellung 2015 in Mailand wird den Schweizer Unternehmen die Möglichkeit bieten, ihre Präsenz im Nachbarland Italien zu verstärken. Im Infrastrukturbereich schafft die Weltausstellung sowohl im Vorfeld als auch während der Veranstaltung ein beachtliches Volumen an Aufträgen, an denen sich Schweizer Unternehmen beteiligen werden. Zudem bietet die Expo 2015 eine interessante Plattform, um die Schweiz als Tourismusdestination zu präsentieren.

Gemäss einer Studie der Universität Bocconi von 2010 wird die Weltausstellung im Zeitraum 2011–2015 durchschnittlich 61 000 Personen beschäftigen und in Italien einen Gesamtumsatz von 69 Milliarden Euro generieren.

Anfang 2012 hat Präsenz Schweiz der «Università della Svizzera italiana» eine Wirtschaftsstudie in Auftrag gegeben, um die Themen zu definieren, über die sich die Schweiz im Vorfeld, während und nach der Weltausstellung 2015 in Italien positionieren soll. Die Studie wird aufzeigen, welche Bereiche neben der Ernährung, dem Leitthema der Weltausstellung, in Zusammenhang mit der Veranstaltung von Bedeutung sein werden und welche wirtschaftlichen Szenarien für die Schweizer Wirtschaft sowie die betroffenen Branchen daraus abzuleiten sind. Die Studie wird somit wichtige Grundlagen für eine gezielte, effektive und bedarfsgerechte Kommunikation gegenüber den verschiedenen Zielgruppen liefern. Die Resultate werden im Sommer 2012 in einem Zusatzbericht zuhanden der eidgenössischen Räte veröffentlicht.

Die Stärkung der bilateralen Beziehungen

Mit dem Schweizer Pavillon und dem Rahmenprogramm «Verso l'Expo Milano 2015» kann die Schweiz ihren Bekanntheitsgrad in Italien erhöhen und die bilaterale Zusammenarbeit sowohl in der Infrastruktur wie auch in verschiedenen Wirtschafts- und Politikbereichen und insbesondere auch im Nahrungsmittelsektor verstärken. Dabei werden die Grenzkantone Tessin und Graubünden mit ihrer «Italianità» eine wichtige Rolle spielen. Im Rahmen der Neuen Regionalpolitik (NRP) unterstützt das Staatssekretariat für Wirtschaft (SECO) das «Progetto San Gottardo 2012–2015», das unter anderem das Ziel verfolgt, die Gotthardregion an der Weltausstellung zu präsentieren. Die intensive Zusammenarbeit im Rahmen der Weltausstellung 2015 kann positive Auswirkungen auf verschiedene Bereiche haben, in denen die beiden Länder gemeinsam nach Lösungen suchen.

1.4 Vorgeschichte

1.4.1 Bundesratsbeschluss Mai 2010 und erste Massnahmen

Bundesratsbeschluss vom 12. Mai 2010

Bereits am 12. Mai 2010 hat sich der Bundesrat für eine Teilnahme der Schweiz an der Weltausstellung 2015 in Mailand ausgesprochen und die Projektleitung für den Schweizer Pavillon dem Eidgenössischen Departement für auswärtige Angelegenheiten (EDA) übertragen. Dieses wurde ermächtigt:

a. Italien nach Eingang der offiziellen Einladung im Namen des Bundesrates auf diplomatischem Weg über die Teilnahme der Schweiz zu informieren;

b. für die Vorarbeiten im Rahmen des Budgets 2011 plafonderhöhend 400 000 Franken und im Rahmen des Finanzplans 2012 plafonderhöhend 500 000 Franken zugunsten der Rubrik «Weltausstellungen» zu beantragen;

c. einen Verpflichtungskredit für die Finanzierung des Projekts in den Folgejahren in der Höhe von 23,1 Millionen Franken zu beantragen, wobei Drittmittel von mindestens 8 Millionen Franken vorzusehen sind.

Der Bundesrat hat das EDA beauftragt, die Vorbereitungsarbeiten aufzunehmen, provisorisch einen Platz für den Schweizer Pavillon zu reservieren sowie die entsprechende Kreditbotschaft an die eidgenössischen Räte zu verfassen.

Erste Massnahmen

Im Januar 2011 hat der Bundesrat dem italienischen Aussenminister Franco Frattini während eines Arbeitsbesuches in Bern das Schreiben zur Bestätigung der Teilnahme der Schweiz an der Weltausstellung Mailand 2015 übergeben. Die Schweiz ist somit als erstes Land der Einladung Italiens an die Weltausstellung 2015 gefolgt und geniesst bei den italienischen Organisatoren grosses Wohlwollen.

Mit einer Veranstaltung im Februar 2011 im «Centro Svizzero» in Mailand wurde die Teilnahme der Schweiz bekräftigt und eine gegenseitige Absichtserklärung unterzeichnet. Angestrebt werden eine Stärkung der Zusammenarbeit zwischen der Schweiz und Italien im Tourismus-, Wirtschafts- und Kulturbereich und die Förderung der die beiden Länder verbindenden «Italianità». Für die Umsetzung der Erklärung wurde eine gemeinsame Arbeitsgruppe Schweiz – Expo Milano 2015 mit Vertretern der Organisatoren der Weltausstellung und des Schweizer Generalkonsulats in Mailand gebildet. Eine erste Sitzung hat Anfang Mai 2012 stattgefunden.

Im Juni 2011 wurden anlässlich einer Informationsveranstaltung in Bern Vertreterinnen und Vertreter der Kantone, Regionen und Städte sowie institutionelle Partner von Präsenz Schweiz über eine mögliche Zusammenarbeit und Einbindung in den offiziellen Schweizer Auftritt informiert. Im November 2011 haben in Bern und Mailand zwei ähnliche Informationsveranstaltungen für die Partner aus der Privatwirtschaft stattgefunden.

Am 12. Oktober 2011 hat der Bundesrat den damaligen Generalsekretär des EDA, Dr. Roberto Balzaretti, zum Generalkommissär ad interim für die Schweiz ernannt. Dieser vertritt die Interessen der Schweiz gegenüber den Organisatoren der Weltausstellung und den anderen Teilnehmerländern und koordiniert die Aktivitäten in der Schweiz im Hinblick auf die Veranstaltung.

Im Rahmen des ersten Treffens der teilnehmenden Länder hat der Generalkommissär, Dr. Roberto Balzaretti, am 27. Oktober 2011 als erster Vertreter eines Landes den Teilnahmevertrag mit der Weltausstellung Mailand 2015 unterschrieben und damit für den Schweizer Pavillon einen attraktiven Standort in unmittelbarer Nähe zu den italienischen Pavillons reservieren können.

Infolge des Funktionswechsels von Dr. Roberto Balzaretti im EDA Anfang 2012 hat der Bundesrat am 16. Mai 2012 Botschafter Dante Martinelli zum neuen Generalkommissär für die Zeit der Vorbereitung und der Durchführung der Weltausstellung 2015 ernannt.

1.4.2 Schweizer Pavillon: Projektwettbewerb

Verfahren

Am 19. August 2011 hat Präsenz Schweiz einen anonymen Projektwettbewerb für die Gestaltung des Schweizer Pavillons («Forum Svizzero») an der Weltausstellung 2015 ausgeschrieben. Der Wettbewerb wurde in einem selektiven zweistufigen Verfahren publiziert und unterstand den Bestimmungen des Bundesgesetzes vom

16. Dezember 1994[1] über das öffentliche Beschaffungswesen sowie der Verordnung vom 11. Dezember 1995[2] über das öffentliche Beschaffungswesen. Subsidiär gelangten die Bestimmungen der Ordnung SIA 142 für Architektur- und Ingenieurwettbewerbe zur Anwendung.

Vorgaben

Ziel des Wettbewerbs war es, ein Projekt auszuwählen, das durch seine Aussage und Gestaltung einen attraktiven und überraschenden Auftritt der Schweiz an der Weltausstellung 2015 ermöglicht und dem Thema der Weltausstellung sowie den Resultaten der Imagestudie in Italien Rechnung trägt. Der Beitrag sollte in der Konkurrenzsituation zwischen den teilnehmenden Ländern geeignet sein, die Aufmerksamkeit der breiten Öffentlichkeit und der Medien zu wecken und einen nachhaltigen Eindruck zu hinterlassen, der mit der Schweiz und der Thematik der Weltausstellung in Verbindung gebracht wird.

Das Wettbewerbsprogramm enthielt folgende strategische und konzeptionelle Vorgaben:

a. Der Wettbewerbsbeitrag muss sich mit den Unterthemen des Ausstellungsthemas auseinandersetzen und die damit verbundenen Fähigkeiten der Schweiz aufzeigen. Die von der Schweiz vermittelte Botschaft muss klar und leicht verständlich sein.

b. Die Darstellung der Themen soll verschiedene Arten der Wahrnehmung berücksichtigen und den Besucherinnen und Besuchern auch mit überraschenden Elementen ein einmaliges und eindrückliches Erlebnis bieten. Die Schweiz soll im Zusammenhang mit dem Thema der Weltausstellung als innovatives und zukunftsorientiertes Land in Erscheinung treten und insbesondere bei Medien und Meinungsführenden als kompetente Partnerin für die Lösung von internationalen Herausforderungen wahrgenommen werden.

c. Der Auftritt richtet sich in erster Linie an das italienische Publikum, soll aber auch ermöglichen, dass sich die zahlreich erwarteten Besucherinnen und Besucher aus der Schweiz mit dem Auftritt ihres Landes identifizieren können. Ausserdem soll die Schweizer Wirtschaft von einer Nutzung der Plattform für ihre Bedürfnisse überzeugt werden.

d. Es sollen interaktive Technologien und nachhaltige Materialien zum Einsatz kommen.

Mit der Wahl von Jurymitgliedern aus Wissenschaft und Forschung im Nahrungsmittelbereich wurde den Teilnehmenden signalisiert, dass bei der Wahl des Gewinnerprojekts der Fokus auf dem Inhalt und weniger auf der Architektur liegen würde.

Das Interesse am Wettbewerb war gross: Die Wettbewerbsunterlagen wurden mehr als 400 Mal vom Internet heruntergeladen und insgesamt 103 Projektgruppen haben einen Vorschlag für den Schweizer Auftritt in Mailand eingereicht. Anlässlich ihrer Sitzung vom 17. Oktober 2011 hat die Jury acht Entwürfe zur Weiterbearbeitung in der zweiten Stufe ausgewählt.

1 SR **172.056.1**
2 SR **172.056.11**

Die zur zweiten Stufe zugelassenen Teams mussten sich mit qualifizierten Architektinnen und Architekten ergänzen, damit sie in der Lage sein würden, ihre Idee bis zur Ausschreibung der Ausführung an einen Generalunternehmer einschliesslich der Ausführungsplanung weiterzubearbeiten sowie die gestalterische Bauleitung auszuüben.

Siegerprojekt

Am 20. Januar 2012 hat die Jury das Projekt «Confooderatio Helvetica» der Netwerch GmbH aus Brugg als Siegerprojekt gewählt. Die siegreiche Projektidee überzeugte die Jury zunächst durch eine klare Botschaft, die zum Nachdenken über die Verteilungsgerechtigkeit, Abhängigkeiten im Lebensmittelsektor, die eigene Verantwortung und das eigene Verhalten als Konsumentin oder Konsument anregt. Der starke Bezug von «Confooderatio Helvetica» zur Ausstellungsthematik «Den Planeten ernähren. Energie für das Leben» hat die Jury zusätzlich überzeugt.

Das Siegerprojekt wird durch die Verfasser wie folgt beschrieben:

«Unter dem Leitthema ‹Wenn viele zu viel nehmen, hat es für die meisten zu wenig› präsentiert sich der Pavillon mit bis 12 Meter hohen Türmen, die aus einer hölzernen Plattform herausragen. Alle sind gefüllt mit typischen Schweizer Nahrungsmitteln. Besucherinnen und Besucher dürfen so viel mitnehmen, wie sie wollen. Sie werden dabei eindrücklich erleben, wie die Bestände abnehmen und dass das eigene Konsumverhalten darüber entscheidet, wie lange es noch für die anderen Besucherinnen und Besucher reicht.

Kräne hieven die Besucherinnen und Besucher in Liftkabinen auf die Türme, allerdings immer nur so hoch, wie die Bestände der Lebensmittel noch reichen. Diese Vorräte bis hin zum persönlichen Konsumfootprint beim Einscannen der mitgenommenen Lebensmittel können auf dem Smartphone und im Netz mitverfolgt werden.

Jeder der Speichertürme wartet mit einer eigenen Installation zum Kontext des jeweiligen Nahrungsmittels auf: spektakulär wie das drei Meter hohe Matterhorn aus brauner Milchschokolade, exakt wie die genau abgezählte Reiskörnerstatistik oder kulturhistorisch wie der Weg der Teigwaren von Asien bis auf die Schweizer Alpen.

Das Holz für die Plattform garantiert Nachhaltigkeit durch zahlreiche Verwendungsmöglichkeiten nach der Veranstaltung. Auch die Türme werden nach der Weltausstellung weiterverwendet und als Gewächshäuser im Rahmen von ‹Urban Gardening› in der Schweiz noch jahrelang für Nahrung sorgen.»

Empfehlungen der Jury

Die Jury hat folgende Empfehlung abgegeben, die bei der weiteren Bearbeitung des Projekts zwingend einzuhalten sind:

- Die Leistungen der Schweizer Landwirtschaft, insbesondere der multifunktionale Aspekt dieser Landwirtschaft (Landschaftsschutz, Biodiversität, Nachhaltigkeit), müssen zwingend in den Ausstellungsteil des Projekts integriert werden.
- Die in den Türmen abgegebenen Produkte müssen aus der Schweiz stammen und für die Schweiz typisch sein. Aus qualitativen Gründen müssen diese Produkte monatsweise durch andere ersetzt werden.

– Das Budget muss nach einer technischen Expertise bezüglich Machbarkeit (Kräne, mobile Plattformen, Sicherheit/Notausgänge) und Kapazität (1800 Besucherinnen und Besucher pro Stunde) überarbeitet werden. Insbesondere müssen auch die Rückbaukosten in das Budget integriert werden. Allenfalls können aus Kostengründen nicht alle sieben Türme realisiert werden.

1.5 Projektentwicklung, Rahmenaktivitäten und Projektorganisation

1.5.1 Geplante Entwicklung des Projekts

Das EDA wird das Projekt mit den Verfassern und den betroffenen Bundesämtern und Institutionen (DEZA, BAG, BLW, SECO, Schweiz Tourismus etc.) weiterentwickeln mit dem Ziel, in Italien in Bezug auf die Ernährungsthematik eine attraktive, solidarische und verantwortungsvolle Schweiz zu präsentieren. Die Besucherinnen und Besucher sollen vor dem Erklimmen der Türme in thematischen Ausstellungen über Beiträge unseres Landes zu einer sicheren und gesunden Welternährung informiert werden. Die Inhalte dieser Ausstellungen werden zusammen mit internen und externen Partnern erarbeitet.

Ein für die Schweiz wichtiger Aspekt, der dargestellt werden soll, ist die positive Wechselwirkung von Landwirtschaft und Tourismus.

Dann soll vor allem auch das Ernährungssystem als Ganzes gezeigt werden. Dazu gehört, dass der Bedarf an Nachhaltigkeit in der Schweiz und weltweit – hinsichtlich der Landwirtschaft sowie den vor- und nachgelagerten Stufen der natürlichen Ressourcen, der intakten Umwelt, der Verarbeitung, des Handels und des Konsums – thematisiert wird. Dazu gehört aber auch die Darstellung der internationalen Herausforderungen und der Verflechtungen der Schweiz: Wie kann die Ernährungssicherheit für alle gewährleistet werden – bei heute etwa 15 Prozent der Menschen, die an Hunger leiden, bei einer bis 2050 auf voraussichtlich 9 Milliarden Menschen anwachsenden Weltbevölkerung und einer geschätzen Verdoppelung der globalen Nachfrage nach Nahrungsmitteln im gleichen Zeitraum? Die Schweiz ist von den internationalen Entwicklungen betroffen. Sie ist aber auch Akteurin, indem sie solidarisch an den Bemühungen der internationalen Gemeinschaft teilnimmt und ihr Know-how bezüglich Landwirtschaft, Ernährung, Konsum und Entwicklungszusammenarbeit einbringt.

Diese Spannungsfelder einer gesamthaften Betrachtung sollen den Besucherinnen und Besuchern vor Augen geführt werden und zur Auseinandersetzung mit den komplexen Zusammenhängen anregen.

Im Einzelnen könnten einige prioritäre Handlungsfelder der Schweiz auf nationaler und internationaler Ebene dargestellt werden; dies zum Beispiel in den Bereichen nachhaltige Nutzung natürlicher Ressourcen entlang der gesamten Lebensmittelkette sowie Forschung und Innovation für ein nachhaltiges Ernährungssystem und eine gesunde Ernährung.

Über die Zusammenarbeit mit Schweizer Hochschulen und Schweizer Firmen wird gezeigt, welche Dienste unsere Wissenschaft und Forschung für die Welternährung leisten. Für diese thematischen Ausstellungen werden die Ausstellungsräume im Innenhof des Pavillons aufgewertet. Die Partner des Schweizer Pavillons sind aufge-

fordert, ihre Ausstellungen ebenfalls den Leitthemen Verantwortung und Solidarität unterzuordnen. Sämtliche Inhalte werden in einer Art und Weise vermittelt, die auf ein Expo-Publikum angepasst und gleichzeitig didaktisch und spielerisch ist. Es muss ausserdem vermieden werden, mit einem Mahnfinger aufzutreten. Sämtliche Empfehlungen der Jury werden berücksichtigt.

In den Türmen wird sodann spielerisch und interaktiv die Verantwortung jedes Einzelnen in Bezug auf die vorher präsentierten Inhalte thematisiert und somit ein kritisches Überdenken des eigenen Konsumverhaltens angeregt. Die Besucherinnen und Besucher verlassen den Pavillon nach einem Besuch des Bergrestaurants oder dem Kauf von Schweizer Produkten im Shop.

Das Projekt wird innerhalb des vorgegebenen Budgets von 23,1 Millionen Franken (siehe Ziff. 2.3) realisiert und muss entsprechend dimensioniert werden. Ziel ist es, über das im Budget geplante Sponsoring hinaus weitere Drittmittel zu akquirieren (siehe Ziff. 2.2 und 2.3), um in unserem Nachbarland einen starken, eindrücklichen und für die Schweizer Besucherinnen und Besucher identitätsstiftenden Auftritt der offiziellen Schweiz in enger Zusammenarbeit mit der Privatwirtschaft zu bieten.

Von Anfang an soll durch die Auftraggeberin auf die Nachhaltigkeit des Projekts geachtet werden, damit möglichst viele Teile des Pavillons nach der Expo wiederverwendet werden können.

1.5.2 Das Rahmenprogramm «Verso l'Expo Milano 2015»

Um eine nachhaltige Präsenz der Schweiz in Italien zu garantieren, ist sowohl im Vorfeld der Weltausstellung als auch während und nach der Veranstaltung in enger Zusammenarbeit mit den institutionellen Partnern von Präsenz Schweiz und der operationellen Steuerungsgruppe ein Schweizer Veranstaltungsprogramm «Verso l'Expo Milano 2015» geplant. Dieses wird im Zeitraum von 2013 bis 2016 durchgeführt. Unter anderem ist geplant, das Programm der Pro Helvetia «Lombardia 2014» als wichtiges Element des Rahmenprogramms aufzunehmen. Die Eröffnung des Gotthardtunnels im Jahr 2016 bietet ebenfalls eine wertvolle Plattform, um die enge Zusammenarbeit im Rahmen der Weltausstellung sowohl zeitlich als auch thematisch auszudehnen.

Im wirtschaftlichen Bereich spielen verschiedene Partner, wie u. a. Schweiz Tourismus, die Osec, der Swiss Business Hub, der im Generalkonsulat in Mailand integriert und verstärkt wird, die Schweizer Handelskammer in Italien und Marketingorganisationen im Lebensmittel- und im Agrarbereich wie zum Beispiel Agro Marketing Schweiz eine wichtige Rolle. Im Rahmen der institutionellen Aufgabenteilung und im Einklang mit den Zielen des Rahmenprogrammes strebt Präsenz Schweiz die Zusammenarbeit mit diesen wirtschaftlichen Partnern an.

«Verso l'Expo Milano 2015» wird auf das laufende Programm von Präsenz Schweiz in Italien abgestimmt, um die Synergien zwischen allen Massnahmen in Italien bestmöglich zu nutzen. Die Finanzierung der laufenden Aktivitäten in Italien erfolgt über das ordentliche Budget von Präsenz Schweiz. Die Finanzierung des Rahmenprogramms «Verso l'Expo Milano 2015» ist über den mit dieser Botschaft unterbreiteten Kredit geplant.

«Verso l'Expo Milano 2015» wird die Ergebnisse der Imagestudie in Italien sowie diejenigen der Wirtschaftsstudie der «Università della Svizzera italiana» berücksichtigen. Im Rahmen der Aufgabenteilung zwischen den Partnern von Präsenz Schweiz trägt das Programm zudem der Absichtserklärung vom 3. Februar 2011 zwischen dem EDA und der Organisatorin der Weltausstellung Rechnung, die eine Stärkung der Zusammenarbeit zwischen der Schweiz und Italien im Tourismus-, Wirtschafts- und Kulturbereich sowie die Förderung der die beiden Länder verbindenden «Italianità» anstrebt. «Verso l'Expo Milano 2015» soll einen Beitrag zur Stärkung dieser bilateralen Beziehungen leisten. Die Schweiz soll mit ihrer Innovationskraft und ihrer kulturellen und sprachlichen Vielfalt stärker in das Bewusstsein der italienischen Medien und Meinungsführenden gerückt werden. Es sollen ausserdem touristische Pakete geschnürt werden, welche die italienischen und ausländischen Besucherinnen und Besucher der Weltausstellung motivieren, ihren Besuch in Mailand mit einem Besuch in der Schweiz zu verbinden.

Präsenz Schweiz stellt über die Zusammenarbeit mit einer PR-Agentur vor Ort sicher, dass diese Aktivitäten einen nachhaltigen Niederschlag in der italienischen Presse und bei den italienischen Meinungsführenden finden.

1.5.3 Organisation

Projektteam

Das Projektteam für die Weltausstellung 2015 bei Präsenz Schweiz besteht zurzeit aus zwei Personen (200 Stellenprozente), dem Chef Internationale Grossveranstaltungen und dem Programmleiter Italien. Es wird in den Jahren 2013–2015 in Bern und auf dem Generalkonsulat in Mailand auf maximal zehn Personen ausgebaut.

Dieses Team unter der Leitung des Chefs Internationale Grossveranstaltungen ist in Zusammenarbeit mit den Gewinnern des Projektwettbewerbs für die Weiterentwicklung der prämierten Idee für den Schweizer Pavillon verantwortlich. Die Würdigung und die Empfehlungen der Jury werden dabei umgesetzt. Das Projektteam ist zudem für die gesamte Konzeption, die Planung und die Umsetzung des Schweizer Auftritts in Mailand sowie für den Betrieb des Schweizer Pavillons und die Einhaltung des Budgets zuständig.

Der Programmleiter Italien ist für die Strategie, das Konzept und die Umsetzung des Schweizer Aktivitätenprogramms in Italien rund um die Weltausstellung zuständig. Er arbeitet eng mit den Schweizer Vertretungen und Partnern von Präsenz Schweiz zusammen.

Finanzen und Controlling

Neu wird Präsenz Schweiz bei der Rechnungsführung des Verpflichtungskredites durch die Abteilung «Rechnungswesen Ausland» des EDA aktiv unterstützt. Die designierte Person wird während des Betriebs des Pavillons in Mailand auch vor Ort sein und somit sicherstellen, dass das Gesamtprojekt finanziell korrekt abgewickelt und verbucht wird und über die Kreditausschöpfung Rechenschaft abgelegt werden kann. Diese Person steht in engem Kontakt mit den für den Kredit verantwortlichen Personen bei Präsenz Schweiz, insbesondere dem Chef Internationale Grossveranstaltungen.

Sponsoring

Mit dem Entscheid des Bundesrats vom 12. Mai 2010, die Schweizer Teilnahme an der Weltausstellung 2015 in Mailand zu einem Drittel über Drittmittel zu finanzieren, musste die Projektleitung früh Kontakt mit möglichen Partnern aus der Privatwirtschaft sowie den Kantonen, den Regionen und den Städten aufnehmen. Bereits im Juni 2011 wurden anlässlich einer Informationsveranstaltung in Bern interessierte Volkswirtschaftsdirektorinnen und Volkswirtschaftsdirektoren, Vertreterinnen und Vertreter der Kantone, der Regionen und der Städte sowie die institutionellen Partner von Präsenz Schweiz über eine mögliche Einbindung in den offiziellen Schweizer Auftritt informiert. Am 11. und 14. November 2011 haben in Bern und Mailand ähnliche Veranstaltungen für die Privatwirtschaft stattgefunden.

Zusammen mit einer externen Agentur wurden die folgenden Sponsoringkategorien definiert und berechnet:

1 Presenting Partner	2 000 000 Fr.
3 Platin Partner	je 1 750 000 Fr.
6 Gold Partner	je 375 000 Fr.
10 Official Supplier	je 90 000 Fr.

Als Gegenleistung für ihr Sponsoring erhalten die beteiligten Firmen, Kantone und Städte die Möglichkeit, auf dem Gelände des Schweizer Pavillons präsent zu sein und den Schweizer Pavillon für eigene Anlässe zu nutzen. Ausserdem wird ihre Visibilität als Sponsor gewährleistet.

Die vier Grenzkantone Graubünden, Tessin, Uri und Wallis haben – unter Vorbehalt der Zustimmung durch die jeweiligen Kantonsregierungen – früh zugesichert, gemeinsam als Platin Partner des Schweizer Pavillons aufzutreten und somit 150 Quadratmeter auf dem Gelände des Pavillons zu gestalten und zu betreiben. Nach den ersten Treffen im Jahr 2011 hatte auch die Stadt Zürich zugesagt, Gold Partner zu werden und zusätzlich einen Teil des Pavillons für eine temporäre Präsenz zu mieten. Die Städte Bern und Basel- haben dem EDA offiziell bestätigt, an einer Präsenz in Mailand interessiert zu sein; ebenso die Stadt Genf, die den Pavillon kulturell bespielen möchte. An einer Sitzung mit den interessierten Städten wurde angeregt, dass diese den Pavillon analog zu den Kantonen gemeinsam als Platin Partner bespielen.

Proviande und Micarna haben bereits zugesichert, den Auftritt der Schweiz in Mailand mit Produkten zu unterstützen.

Von Seiten der Privatwirtschaft liegt die Zusage der Firma Geberit vor, sich als Gold Partner am Schweizer Pavillon zu beteiligen. Die Privatwirtschaft wird im Herbst 2012, nach dem Entscheid des Erstrates, ein zweites Mal zu einer Veranstaltung eingeladen. Viele Firmen haben informell ein Interesse signalisiert, ihren definitiven Entscheid jedoch vom Projekt für den Schweizer Pavillon und vom Entscheid der eidgenössischen Räte abhängig gemacht.

Operationelle Steuerungsgruppe

Im März 2012 hat Präsenz Schweiz eine operationelle Steuerungsgruppe gebildet. Diese stellt sicher, dass die Projektziele und -vorgaben in Bezug auf Inhalte, Qualität und Termine eingehalten werden. Die Steuerungsgruppe tagt in der Regel alle drei Monate und hat die Funktion eines Kurators, Supervisors und Controllers inne. Der

Steuerungsgruppe gehören unter anderem Vertreterinnen und Vertreter der institutionellen Partner von Präsenz Schweiz, das BLW, das BAG, das SECO, Schweiz Tourismus, die Delegierten der vier Grenzkantone, grosse Sponsoren sowie die offiziellen Schweizer Vertretungen in Italien an. Über die Zusammenarbeit in diesem Gremium wird auch sichergestellt, dass die Motion Schibli «Expo 2015 als Schaufenster für die Schweizer Landwirtschaft»[3] bezüglich der Interessen der Landwirtschaft umgesetzt werden kann.

2 Inhalt des Kreditbeschlusses

2.1 Bundesratsantrag

Für die Teilnahme der Schweiz an der Weltausstellung 2015 in Mailand, die kommunikativen Begleitmassnahmen («Verso l'Expo Milano 2015», Kommunikation, PR) und die Vorbereitungsarbeiten beantragt der Bundesrat einen Verpflichtungskredit von 23,1 Millionen Franken. Der beantragte Kredit von 23,1 Millionen Franken wurde im Budget 2013 und im Finanzplan 2014–2016 eingestellt.

2.2 Beschreibung des Inhalts der Vorlage im Einzelnen

Für die Teilnahme der Schweiz an der Weltausstellung 2015 in Mailand (1. Mai bis 31. Oktober 2015), die kommunikativen Begleitmassnahmen («Verso l'Expo Milano 2015», Kommunikation, PR) und die Vorbereitungsarbeiten wird ein Verpflichtungskredit von 23,1 Millionen Franken beantragt.

Ein substanzieller Anteil von mindestens 8 Millionen Franken soll mittels Sponsoring von Dritten getragen werden.

Ausdrückliches Ziel der Projektleitung ist es, dieses Sponsoring einzubringen und darüber hinaus zusätzliche Drittmittel zu akquirieren; dies, um sowohl im Vorprogramm als auch an der Weltausstellung einen starken, eindrücklichen und für die Schweizer Besucherinnen und Besucher identitätsstiftenden Auftritt der offiziellen Schweiz in enger Zusammenarbeit mit der Privatwirtschaft zu bieten und so den Interessen der Schweiz und den Erwartungen des Gastlandes und der weiteren teilnehmenden Länder gerecht zu werden.

Kann dieses Ziel erreicht werden, wird die entsprechende Budgetaufstockung durch einen Zusatzkredit zum Verpflichtungskredit in der Höhe der zusätzlich akquirierten Drittmittel den eidgenössischen Räten unterbreitet.

Das Projektteam bei Präsenz Schweiz wird in den Jahren 2013–2015 von heute zwei auf maximal zehn Personen ausgebaut. Diese Anstellungen sind zeitlich befristet und erfolgen nach dem Bundespersonalgesetz vom 24. März 2000[4]. Für den Betrieb des Schweizer Pavillons in Mailand werden temporär maximal 60 zusätzliche Mitarbeitende angestellt. Diese Anstellungen sollen aus Gründen der Flexibilität nach schweizerischem oder lokalem Privatrecht erfolgen können. Sämtliche Anstellungen werden über den beantragten Kredit finanziert.

3 2011 P 11.3260 Expo 2015 als Schaufenster für die Schweizer Landwirtschaft (N 18.03.11, Schibli Ernst).
4 SR **172.220.1**

2.3 Projektbudget

Für die Teilnahme der Schweiz an der Weltausstellung 2015 in Mailand (1. Mai bis 31. Oktober 2015), die kommunikativen Begleitmassnahmen («Verso l'Expo Milano 2015», Kommunikation, PR) und die Vorbereitungsarbeiten sind 23,1 Millionen Franken budgetiert.

Da 8 Millionen Franken an Sponsoring geplant sind, wird der Auftritt der Schweiz an der Weltausstellung 2015 in Mailand die Eidgenossenschaft gemäss dem vorliegenden Budget netto maximal 15,1 Millionen Franken kosten.

Falls sich der Budgetrahmen über zusätzliche Drittmittel erhöht, wird dies mittels eines Zusatzkredits zum Verpflichtungskredit beantragt.

Ausgaben (in Franken)

Projektleitung Präsenz Schweiz *Saläre, Administrationskosten*	3 000 000
Planung, Bau, Rückbau Pavillon	12 100 000
Betrieb Pavillon *Saläre, Unterkünfte, Unterhalt, Strom, Wasser*	4 730 000
Kommunikative Begleitmassnahmen *«Verso l'Expo Milano 2015», Kommunikation, PR*	2 000 000
Reserven	1 270 000
Total	**23 100 000**

Ausgaben pro Jahr (in Franken)

Jahr	2013	2014	2015	2016
Ausgaben	2 300 000	7 600 000	12 650 000	550 000

Einnahmen (in Franken)

Sponsoring cash	7 200 000
Vermietung Pavillon an Dritte	500 000
Umsatzbeteiligungen Restaurant und Shop	300 000
Total	**8 000 000**

Sowohl Ausgaben wie auch Einnahmen sind brutto budgetiert.

Die Eidgenössische Finanzkontrolle hat es dem EDA in ihrem Bericht vom Mai 2011 zudem untersagt, wirtschaftliche Risiken einzugehen und Restaurant sowie Shop auf eigene Rechnung zu führen. Deshalb sind im Budget lediglich Umsatzbeteiligungen und keine Wareneinkäufe und Umsätze vorgesehen.

Vergleich mit vergangenen Weltausstellungen

Im Vergleich ist das Budget tiefer als beispielsweise an der Weltausstellung 1992 in Sevilla (32 Millionen Franken). Die Auslagen der Eidgenossenschaft für den Auftritt an der Weltausstellung 2010 in Shanghai beliefen sich auf netto 16 Millionen Franken. Zusätzliche 7,5 Millionen Franken wurden durch Sponsoren (cash und Finanzierung von Zusatzmodulen) sowie Erlöse aus dem Shop an das Projekt beigetragen. Die eidgenössischen Räte hatten einen Verpflichtungskredit von 20 Millionen Franken bewilligt, der über die Realisierung von durch Dritte finanzierte Zusatzmodule erweitert werden durfte.

3 Auswirkungen

3.1 Auswirkungen auf den Bund

3.1.1 Finanzielle Auswirkungen

Aus dem Bundesbeschluss entstehen keine Folgekosten für den Bund, da es sich um einen punktuellen Kreditbeschluss mit klar begrenztem Verpflichtungskredit handelt.

3.1.2 Personelle Auswirkungen

Über die im Bundesbeschluss vorgesehenen befristeten Personalanstellungen hinaus ist nicht geplant, dass personelle Ressourcen des Bundes gebunden werden.

3.2 Auswirkungen auf die Kantone und Gemeinden

Auf die Kantone und Gemeinden hat der Bundesbeschluss keine besonderen Auswirkungen.

3.3 Andere Auswirkungen

Der Schweizer Auftritt an der Weltausstellung 2015 in Mailand und das Rahmenprogramm «Verso l'Expo Milano 2015» leisten einen wichtigen Beitrag zur Pflege des Images der Schweiz in Italien und zur Verstärkung der bilateralen Beziehungen zwischen den beiden Ländern. Vom Schweizer Aufritt sollen auch interessierte Kantone und Städte sowie die Schweizer Privatwirtschaft profitieren können. Dabei werden insbesondere die Grenzkantone Tessin und Graubünden mit ihrer sprachlichen und kulturellen Nähe zu Italien eine wichtige Rolle übernehmen.

4 Verhältnis zur Legislaturplanung und zu nationalen Strategien des Bundesrates

Die Vorlage ist in der Botschaft zur Legislaturplanung vom 25. Januar 2012[5] 2011–2015 angekündigt. Gemäss der aussenpolitischen Strategie 2012–2015 des Bundesrates vom 2. März 2012 soll den guten Beziehung zu den Nachbarländern der Schweiz Beachtung geschenkt werden. Gemäss der Strategie der Landeskommunikation des Bundesrates vom Juni 2012 sollen mit der Teilnahme der Schweiz an internationalen Grossveranstaltungen (Weltausstellungen, Olympische Spiele) eine breite Öffentlichkeit erreicht und deren grundsätzliche positive Wahrnehmung der Schweiz thematisch fokussiert verstärkt werden.

5 Rechtliche Aspekte

5.1 Verfassungs- und Gesetzmässigkeit

Gemäss Artikel 54 Absatz 1 der Bundesverfassung[6] (BV) sind auswärtige Angelegenheiten Sache des Bundes. Auf der Grundlage dieser Bestimmung hat der Gesetzgeber das Bundesgesetz vom 24. März 2000[7] über die Pflege des schweizerischen Erscheinungsbildes im Ausland verabschiedet.

Die materiell rechtliche Basis für den beantragten Verpflichtungskredit findet sich in Artikel 2 Absatz 5 und Artikel 3 Absatz 2 dieses Bundesgesetzes in Verbindung mit Artikel 5 Buchstabe d und Artikel 6 Absatz 1 der Verordnung vom 12. Dezember 2008[8].

In Artikel 3 Absatz 2 des genannten Bundesgesetzes steht ausdrücklich, 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 genannten Verordnung explizit 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.

5.2 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 2002[9] die Form eines einfachen Bundesbeschlusses vorgeschrieben. Als solcher ist er nicht dem fakultativen Referendum unterstellt.

5 BBl **2012** 481, hier 610
6 SR **101**
7 SR **194.1**
8 SR **194.11**
9 SR **171.10**

5.3 Unterstellung unter die Ausgabenbremse

Gemäss Artikel 159 Absatz 3 Buchstabe b BV bedarf der beantragte Verpflichtungskredit der Zustimmung der Mehrheit der Mitglieder jedes der beiden Räte, da er eine einmalige Ausgabe von mehr als 20 Millionen Franken nach sich zieht.