

Medienkonferenz: Exportförderung im Rahmen des Stabilisierungsprogramms des Bundes.

Eric Scheidegger (SECO), Rolf Jeker (VR-Präsident Osec), Daniel Küng (CEO Osec)
Zürich, 2. April 2009



Agenda.

- Ausgangslage & Rahmenbedingungen Eric Scheidegger
- Strategische Aspekte Rolf Jeker
- Umsetzung & Massnahmen Daniel Küng
 - a) Kennzahlen Osec
 - b) KMU-Umfrage
 - c) Stabilisierungsmassnahmen
- Fragen & Antworten

Wirtschaftskrise als Herausforderung.

- Die Weltwirtschaft befindet sich in einer scharfen Rezession, die alle Wirtschaftsräume betrifft.
- Die Schweiz muss 2009 mit einem BIP-Rückgang von -2,2% rechnen.
- Eine langsame Konjunkturerholung ist erst für den Verlauf des Jahres 2010 zu erwarten.

Wirtschaftliche Stabilisierungsmassnahmen.

- Mehrstufiges Vorgehen des Bundesrates
- Stabilisierung der Finanzmärkte
- Stabilisierung der Konjunktur: erste und zweite Stufe
- Allfällige dritte Stufe: Bundesrats-Entscheid im Juni 2009

Wirtschaftliche Stabilisierungsmassnahmen.

- Zusätzliche Mittel für Exportförderung
- Vorübergehende Anpassungen der Schweizerischen Exportrisikoversicherung:
Hilft Exporteuren bei Liquiditätsengpässen
- Verlängerung der Kurzarbeitsentschädigung von 12 auf 18 Monate

Agenda.

- Ausgangslage & Rahmenbedingungen Eric Scheidegger
- **Strategische Aspekte** Rolf Jeker
- Umsetzung & Massnahmen Daniel Küng
 - a) Kennzahlen Osec
 - b) KMU-Umfrage
 - c) Stabilisierungsmassnahmen
- Fragen & Antworten

Strategische Aspekte.

- Die zusätzlichen Mittel durch den Bund sollen zu einer rasch wirksamen und wenn möglich nachhaltigen Wertschöpfung bei der Schweizer Exportwirtschaft in allen Landesteilen führen.
- Die zusätzlichen Bundesmittel werden exportorientierten Unternehmen in enger Zusammenarbeit mit Drittanbietern (z.B. Handelskammern, „Pool of Experts“ sowie private Berater und Dienstleister) zukommen.
- Fokus auf Unterstützung von Freihandelsabkommen und Umwelt- und Energieeffizienztechnologien

Leistungsvereinbarung zwischen SECO und Osec.

Verstärkung bisheriger Leistungen (produktspezifisch und geographisch)

- Informationsvermittlung
- Beratung
- Messen

Neue Leistungen

- Auf- und Ausbau von Exportplattformen für Branchen (Clustering)
- Grundlagenmaterial (Trendspotting) bezüglich aufkommender Märkte
- Gemeinsame Initiativen (z.B. mit SERV) zu überlagernden Themen mit dem Ziel einer Verbesserung im „Cross-Selling“

Grundverbilligung des Angebotes

- Ausbildungsgefässe in Exportfragen in Zusammenarbeit mit privaten Anbietern
- Vergünstigte Bereitstellung von Messeraum
- Beratungsdienstleistungen im Zusammenhang mit neuen Exportprojekten

Agenda.

- Ausgangslage & Rahmenbedingungen Eric Scheidegger
- Strategische Aspekte Rolf Jeker
- **Umsetzung & Massnahmen Daniel Küng**
 - a) Kennzahlen Osec
 - b) KMU-Umfrage
 - c) Stabilisierungsmassnahmen
- Fragen & Antworten

Kennzahlen von Osec 2008.

Anzahl Mitarbeitende Osec	90
Anzahl Swiss Business Hubs	16
Anzahl Mitarbeitende Swiss Business Hubs	76
Gesamtbudget	CHF 35,4 Mio.
Davon Bundesbeiträge	CHF 26,9 Mio.

Geschäftszahlen 2008 von Osec.

Mandate	630
Betreute Unternehmen	1'464
Basisberatungsgespräche	1'720
Kundenzufriedenheit Beratung und Osec-Messeteilnehmer	91 %
Anzahl Messen mit „Swiss Pavilion“ im Ausland	41
Mitglieder Osec	1'351
Mitglieder „Pool of Experts“	440
Internetanwendersitzungen www.osec.ch	ca. 600'000

Agenda.

- Ausgangslage & Rahmenbedingungen Eric Scheidegger
- Strategische Aspekte Rolf Jeker
- **Umsetzung & Massnahmen** Daniel Küng
 - a) Kennzahlen Osec
 - b) KMU-Umfrage**
 - c) Stabilisierungsmassnahmen
- Fragen & Antworten

KMU-Umfrage: Exportverhalten in der Wirtschaftskrise.

Fakten zur Umfrage

Respondenten: 1'026 Unternehmen aus der Deutschschweiz, Westschweiz und Tessin.

Anteil exportierender Unternehmen: 842 Unternehmen

Branchen: Maschinen, Metallindustrie, Elektrotechnik, Apparate (28,2%), Dienstleistungen (10,8%), Lebensmittel (5,8%), Textilindustrie (4,2%), Chemische Industrie (3,9%), Medizinaltechnik (2,6%), usw.

Unternehmensgrösse: 1-10 MA (37,7%), 11-30 MA (21,3%), 31-50 MA (8,8%), 51-100 MA (11,2%), 101-150 (6%), 151-200 MA (2,7%), 201-300 MA (3,5%), 301-400 MA (1,8%), 401-500 (0,6%), mehr als 500 MA (6,3%)

Zeitraum: 5. März – 17. März

Methode: Online-Befragung

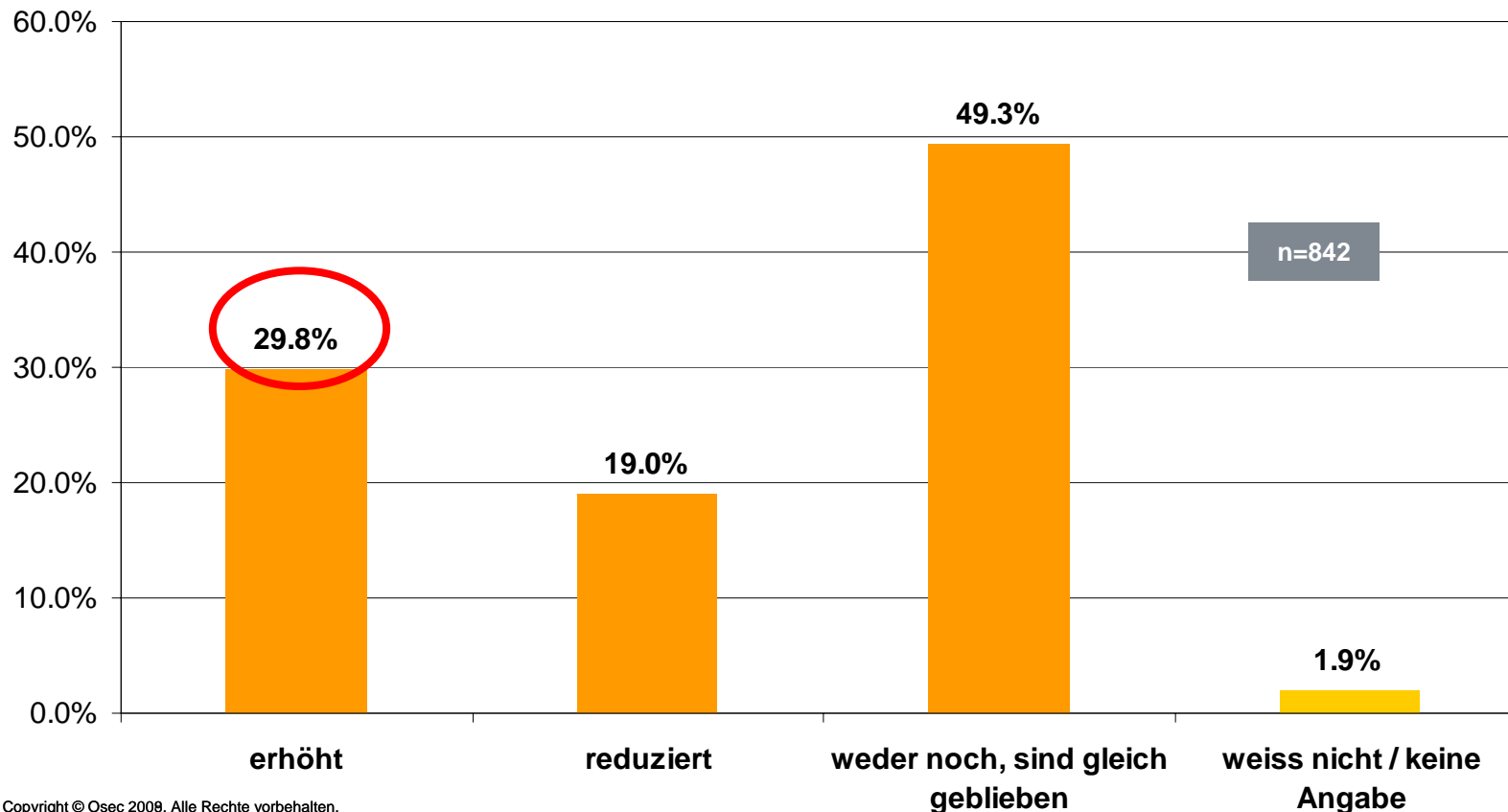
Umfang: 29 offene und geschlossene Fragen

Studienleitung: Marketagent.com

KMU reagieren auf Wirtschaftskrise mit Steigerung der Exportaktivitäten.

Bitte denken Sie an die Exportaktivitäten Ihres Unternehmens im letzten halben Jahr: Hat Ihr Unternehmen seine Exportaktivitäten in den letzten 6 Monaten ...?

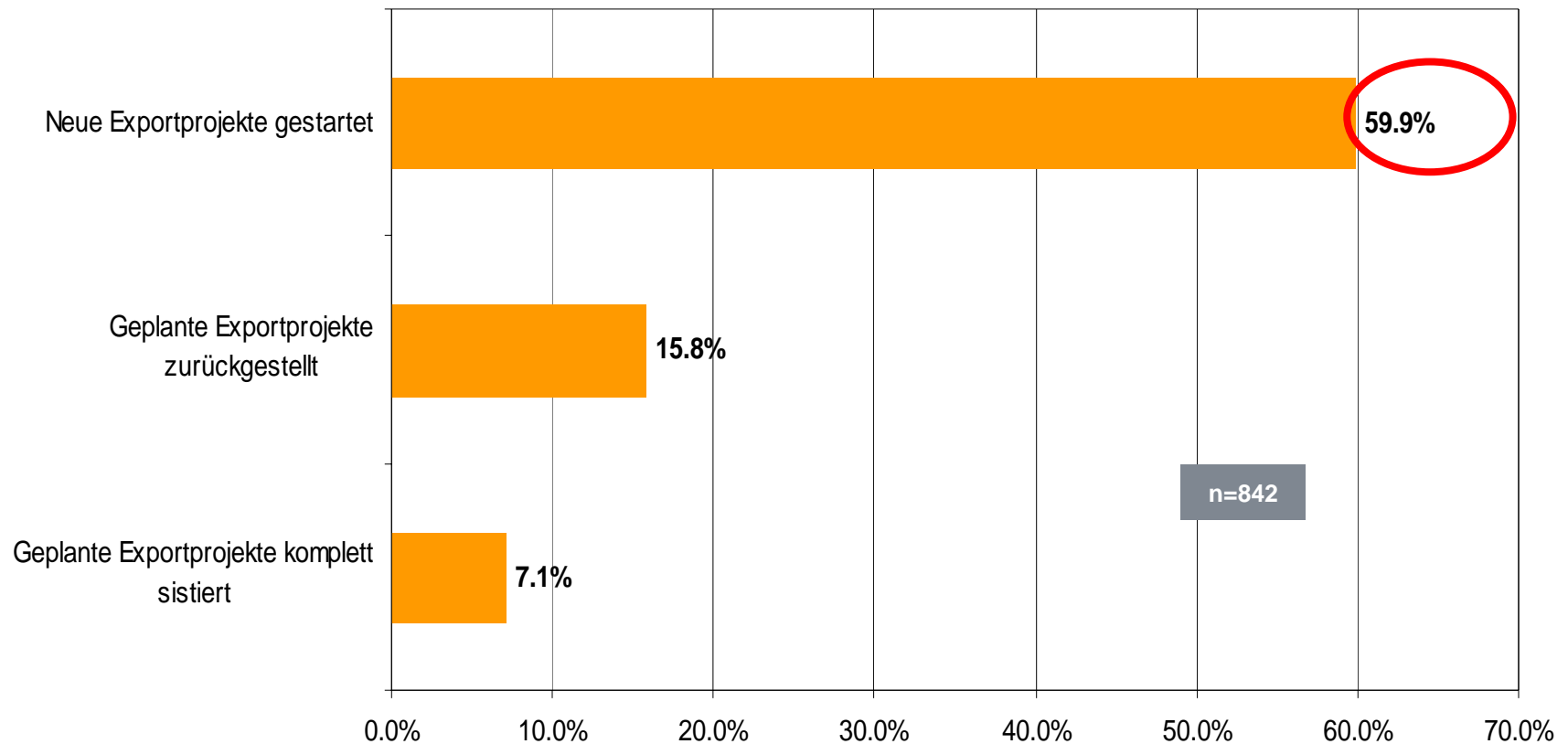
(Basis: Respondenten sind im Bereich Export „sehr erfahren“, „eher erfahren“ oder „eher weniger erfahren“ und der Exportanteil am Gesamtumsatz ihres Unternehmens beträgt mindestens 1%)



Neue KMU-Exportprojekte trotz Wirtschaftskrise.

Hat Ihr Unternehmen in den letzten 6 Monaten folgende Massnahmen getroffen?

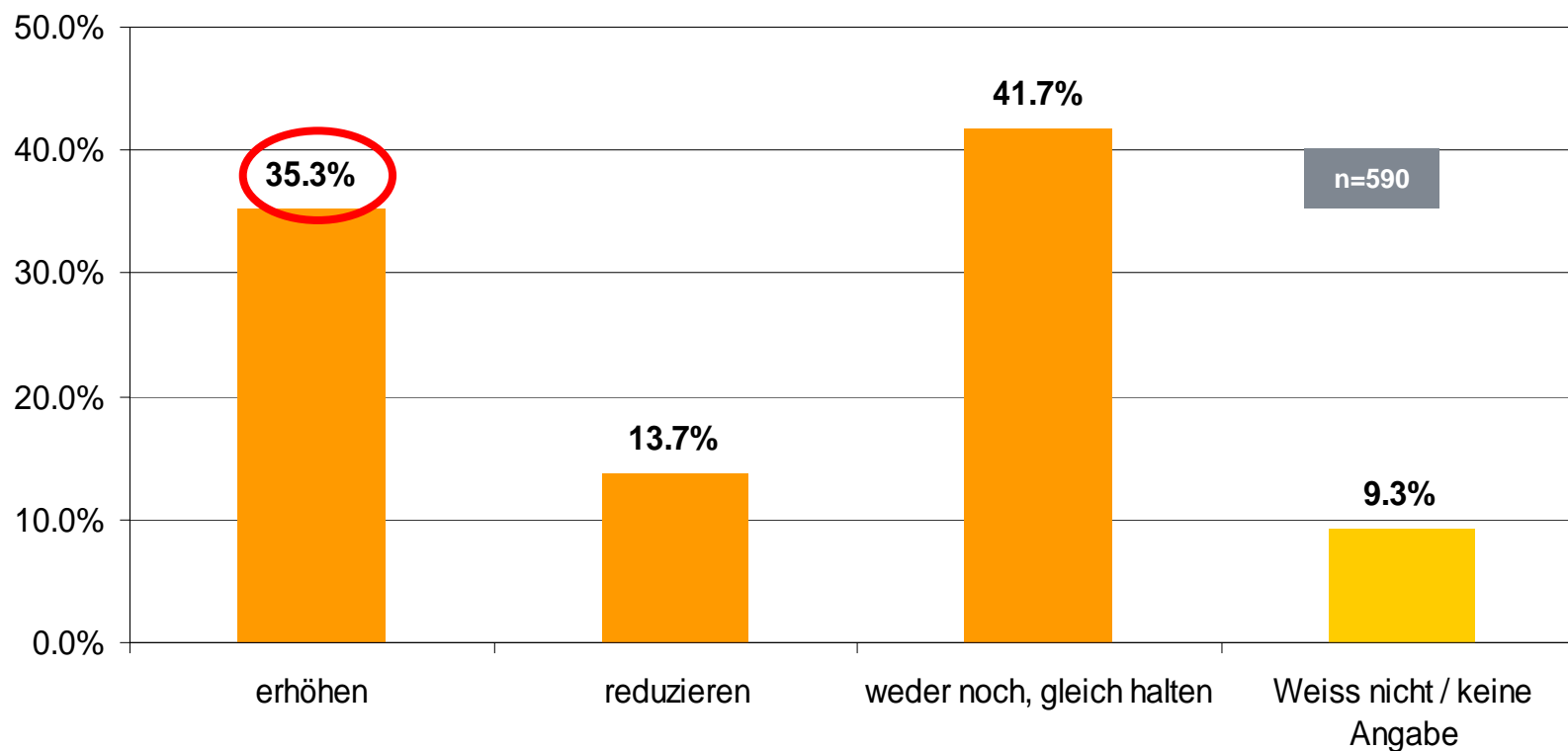
(Basis: Respondenten sind im Bereich Export „sehr erfahren“, „eher erfahren“ oder „eher weniger erfahren“ und der Exportanteil am Gesamtumsatz ihres Unternehmens beträgt mindestens 1%)



KMU planen bis Ende 2009 weitere Erhöhung der Exportaktivitäten.

Insgesamt gesehen, wird Ihr Unternehmen seine Exportaktivitäten bis Ende 2009 voraussichtlich ...?

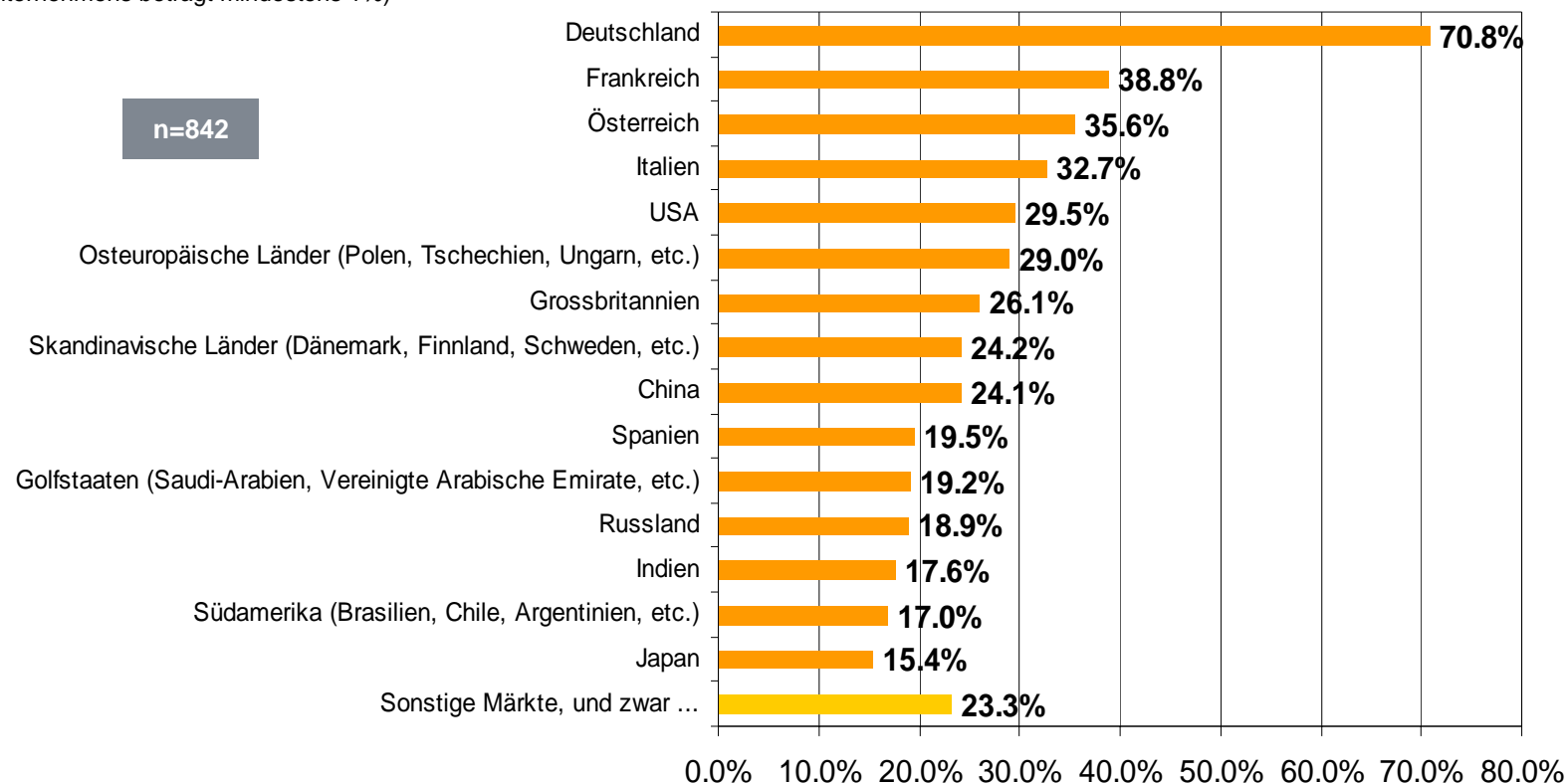
(Basis: Respondenten sind im Bereich Export „sehr erfahren“, „eher erfahren“ oder „eher weniger erfahren“, der Exportanteil am Gesamtumsatz ihres Unternehmens beträgt mindestens 1% und die globale Finanz-/Wirtschaftskrise hat Einfluss auf künftige Exportaktivitäten ihres Unternehmens)



In der Wirtschaftskrise sind „Nahe Märkte“ sehr wichtig.

Auf welche Märkte konzentriert Ihr Unternehmen momentan seine Exportaktivitäten?

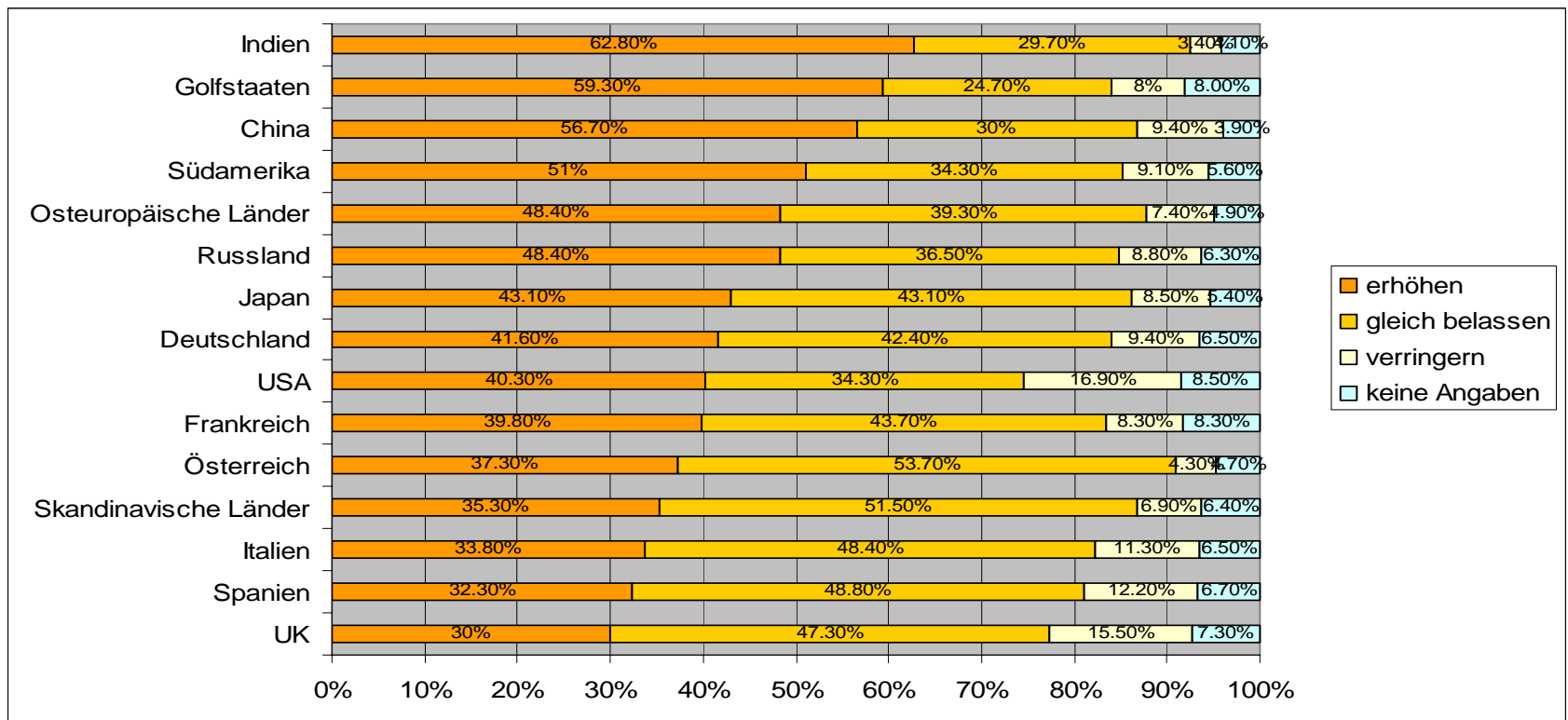
(Basis: Respondenten sind im Bereich Export „sehr erfahren“, „eher erfahren“ oder „eher weniger erfahren“ und der Exportanteil am Gesamtumsatz ihres Unternehmens beträgt mindestens 1%)



...aber wer in einem Land ist, bleibt oder verstärkt sogar.

Wird Ihr Unternehmen die Exportaktivitäten in den folgenden Märkten voraussichtlich erhöhen, verringern oder gleich belassen?

(Basis: Respondenten sind im Bereich Export „sehr erfahren“, „eher erfahren“ oder „eher weniger erfahren“, der Exportanteil am Gesamtumsatz ihres Unternehmens beträgt mindestens 1% und ihr Unternehmen konzentriert seine Exportaktivitäten momentan auf die jeweiligen Märkte)



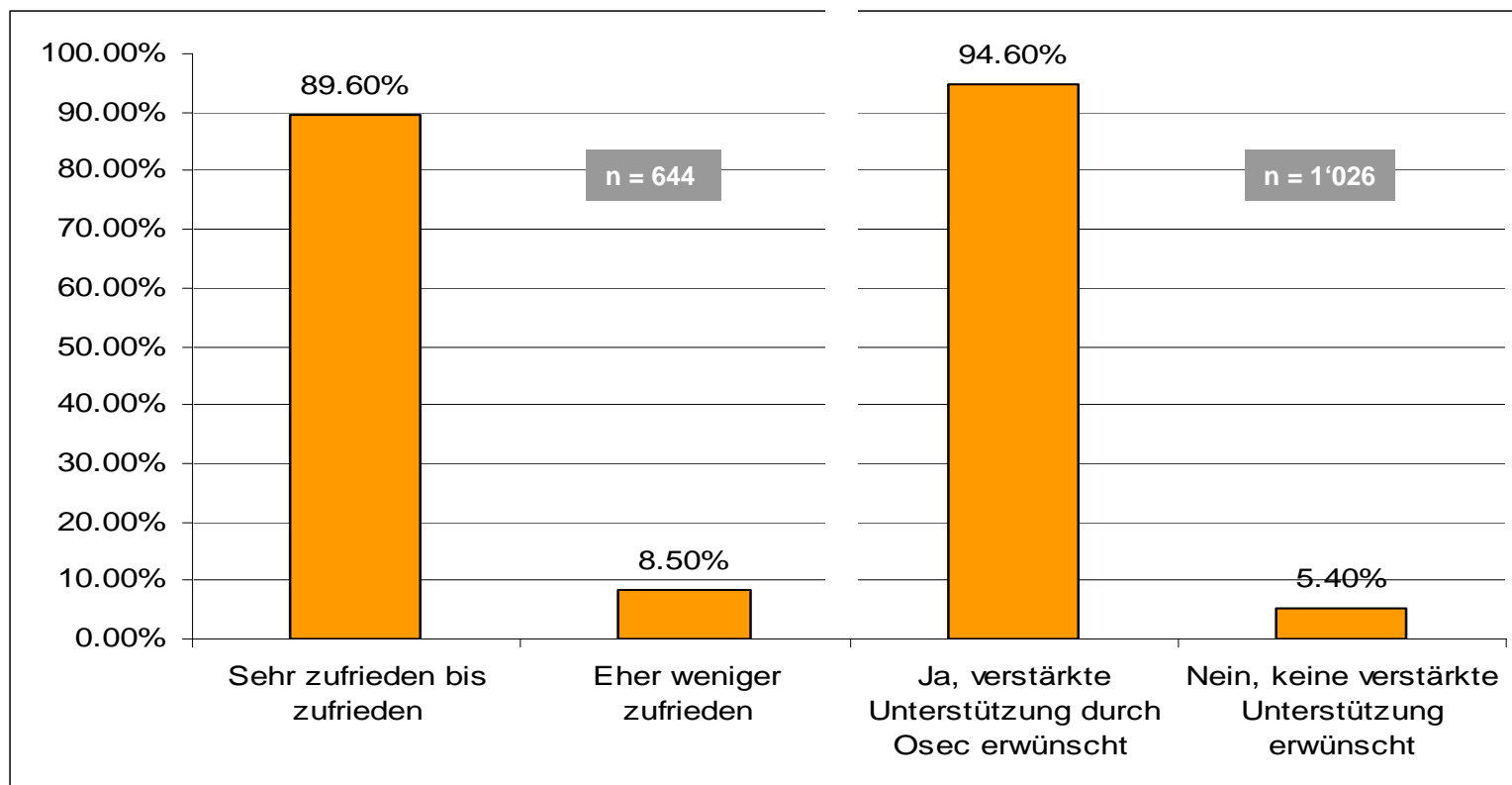
Gep plante Exportaktivitäten

KMU zufrieden mit Osec; in Wirtschaftskrise zusätzliche Unterstützung gewünscht.

Wie zufrieden sind / waren Sie bzw. ist / war Ihr Unternehmen mit den Osec Dienstleistungen?

(Basis: Respondenten haben schon einmal Dienstleistungen von Osec bezogen)

Wünschen Sie in diesen Krisenzeiten zusätzliche Unterstützung durch Osec?



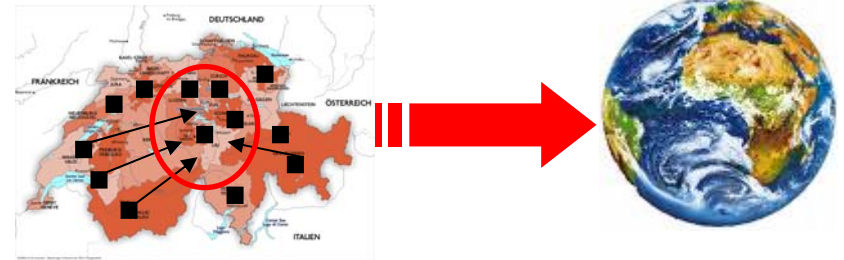
Agenda.

- Ausgangslage & Rahmenbedingungen Eric Scheidegger
- Strategische Aspekte Rolf Jeker
- **Umsetzung & Massnahmen** Daniel Küng
 - a) Kennzahlen Osec
 - b) KMU-Umfrage
 - c) **Stabilisierungsmassnahmen**
- Fragen & Antworten

Stabilisierungsmassnahmen: Dimensionen.

Exportplattformen (Clustering)

- Umwelttechnologie/Energie
- Autozulieferer
- Infrastruktur
- Health



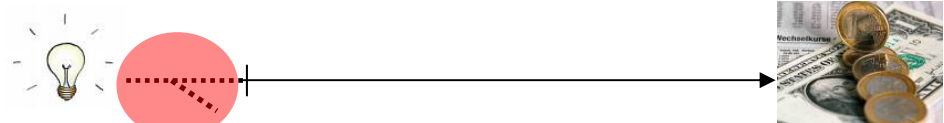
Länderschwerpunkte

- nahe Märkte
- FTA Märkte
- Osteuropa inkl. Russland
- Schwerpunkt-Länder der Schweizer Aussenwirtschaftspolitik

**Nicht aktiv bearbeitete Länder
in DL-Portfolio aufnehmen**

Neue Dienstleistungen / Produkte

- Pathfinder
- Trendspotting
- Fit for Export
- IFI (Zugang zu multinat. Finanzorganisationen)



**Nicht bearbeitete Teile der
Wertschöpfungskette abdecken**

Masdar City.

Masdar City soll die erste energie-, CO₂- und abfallneutrale Stadt der Welt werden und wird zurzeit in Abu Dhabi gebaut. Da nur modernste Umwelttechnologien in diesem Projekt Eingang finden, ist es wichtig, dass auch Schweizer Firmen sich dort aktiv engagieren können.



Ziele:

- Bildung eines Industrie-Clusters (in den Bereichen Umwelt und erneuerbare Energien) mit Fokus auf Export / Auslandmärkte
- Aufzeigen von konkreten Exportmöglichkeiten wie diese genutzt werden können

Massnahmen:

- Teilfinanzierung Projektplanung für „Swiss Village“, die als „seed money“ anschliessend in Abu Dhabi zur Genehmigung vorgelegt wird und Liefermöglichkeiten auf privilegierter Basis auslöst
- Infoveranstaltung / Marketing nach Genehmigung des Projekt- und Businessplan, um weitere Interessenten zu gewinnen
- Nach der Infoveranstaltung findet eine „Fact-Finding-Mission“ statt

„Globe 2010“.

Erste Ankündigungen der neuen Regierung in den USA lassen erkennen, dass in den USA vermehrt Investitionen in Umwelttechnologien gefördert werden sollen. Im Weiteren besteht mit Kanada ein FTA. In Vancouver findet mit der „Globe 2010“ alle 2 Jahre eine weltweit beachtete Messe zu Umwelttechnologie und erneuerbare Energie statt.

Ziele:

- Angebot der Schweizer Unternehmen gezielt mit der Nachfrage in Westkanada und im Westen der USA zusammenzubringen.
- Die „Globe 2010“ von Ende März 2010 soll als Aufhänger für diese zusätzlichen „Business opportunities“ im Westen der USA und Kanada genutzt werden.

Massnahmen:

- Vorbereitung einer Teilnahme von Schweizer Firmen an der „Globe 2010“ in Vancouver mit anschliessender „Fact-Finding-Mission“ in USA / Kanada
- Erarbeitung einer Übersichtsstudie mit den Trends, geplanten Projekten, Konkurrenzaktivitäten, Gesetzen und politischen Einflüssen.
- Diese Studie wird in der Schweiz vorgestellt. Zudem werden Firmen für eine Teilnahme an der „Globe 2010“ vorbereitet.
- Im Anschluss an die „Globe 2010“ erfolgt eine „Fact-Finding-Mission“, um so potenzielle Schweizer Anbieter mit Nachfragern im Westen der USA und Kanada zusammen zu führen

China Environmental Technology / Renewable Energy.

Abklärungen mit den chinesischen Behörden (MOFCOM, CCPIT, Umweltministerium etc.) vor Ort sowie Gespräche in der Schweiz haben ergeben, dass in China ein grosses Marktpotenzial für Schweizer Technologie in den Bereichen Umwelt und erneuerbare Energie besteht.

Ziele:

- Das Angebot der Schweizer Unternehmen gezielt mit der Nachfrage in China zusammen bringen.

Massnahmen:

- Erstellen und Vorstellen einer Studie mit Trends und Geschäftsmöglichkeiten in China (geplante Projekte, mögliche Kunden, Konkurrenzaktivitäten, Netzwerke)
- Anschliessend „Fact-Finding-Mission“ mit Match-Making, inkl. Besuch von Weltausstellung Shanghai 2010

Exportplattform Autozuliefererindustrie.

In der Schweiz existieren viele, zum Teil kleine Firmen, welche namhafte Aufträge für die deutsche Automobilindustrie produzieren. Klassischerweise ist ein grosser Teil im Tier 3 oder Tier 4 tätig. Mit dem Rückgang der Autoabsätze in Deutschland sind auch die Aufträge der Schweizer Zulieferer in den letzten Monaten markant zurückgegangen.

Ziele:

- Neue Absatzmärkte für Schweizer Unternehmen eruieren. Im Vordergrund stehen Autoproduzenten in Russland, Indien, ASEAN und China
- Prüfung ob die US-Automobilindustrie, welche vermehrt auf kleinere, energieeffiziente Fahrzeuge setzen muss, als Absatzmarkt an Bedeutung gewinnen könnte.

Massnahmen:

- Zwei Studien, welche das Nachfragepotenzial eruieren
- Verstärkung bestehender Interessengruppen im Automobilbereich
- Seminare mit Vertretern der Zielmärkte und Vorstellung von Hilfestellung durch Osec
- „Fact-Finding-Mission“ mit Match-Making vor Ort

Exportplattform Infrastrukturprojekte.

In vielen europäischen Ländern (z.B. Frankreich, Deutschland) ist zur Bekämpfung der beginnenden Rezession geplant, grosse staatliche Ersatzinvestitionen im Bereich der Infrastruktur anzuschieben (Strassen, Schulen, Spitäler etc.). In der Schweiz bestehen viele spezialisierte Firmen, welche als „Nischenplayer“ z.T. nur kleine, aber wichtige Produkte / Dienstleistungen für Infrastrukturprojekte liefern könnten. Es handelt sich dabei um Haustechnik, Verkehrsleitsysteme etc.

Ziele:

- Es wird geprüft, inwieweit diese hoch spezialisierten Firmen an diesen Infrastrukturprojekten partizipieren könnten mit anschliessender direkter Zusammenführung von Angebot und Nachfrage

Massnahmen:

- Übersichtsstudie von ganz Europa mit Eckdaten von geplanten Projekten, politischen und kommunalen / privaten Einflüssen, Major-Players
- Detailstudie in maximal 5 EU-Ländern mit grösstem Potential, Analyse von Projekten, Einflussnehmer (politische, kommunale und private), Konkurrenz, Finanzierungsmöglichkeiten, Ausschreibeverfahren etc.
- Gründung einer Exportplattform / Interessengruppe von produzierenden Zulieferern zu Infrastrukturprojekten
- Vorstellung der Geschäftsmöglichkeiten und Hilfestellung durch Osec (Seminare)
- „Fact-Finding-Mission“ mit Match-Making (ev. „Tischmessen“) vor Ort

Health-Dienstleistungen.

Eine Studie der HTW Chur, welche durch Osec in Auftrag gegeben wurde, hat gezeigt, dass drei Sektoren im Dienstleistungssektor ein grosses Potenzial für ein Exportwachstum aufweisen. Die Finanzdienstleistungen, Architektur und das Gesundheitswesen.

Ziel:

- Akquisition von ausländischen Patienten
 - > Investitionen in die Akquisition von Patienten zeigen sofort eine Wertschöpfung in der Schweiz
 - > Investitionen in die Vermarktung von Gesundheitsdienstleistungen sind nachhaltig

Massnahmen:

- Mitgliederwerbung für den Verein „Swiss Health“
- Start einer PR-Kampagne in den Golfstaaten und in Russland zur Gewinnung von Patienten, die sich in der Schweiz behandeln lassen
- Roadshows, Kongresse und Teilnahme an Gesundheitsmessen

Nahe Märkte.

Im Rahmen der strategischen Zielsetzungen hat Osec die Märkte Deutschland, Österreich, Frankreich, Italien, England und Spanien in den vergangenen Jahren nicht mehr aktiv beworben. In der jetzigen Wirtschaftskrise besteht jedoch wieder vermehrt Potenzial, weil viele KMU eher in nahen Märkten Geschäftsmöglichkeiten suchen. Dies zeigt auch eine KMU-Umfrage von Osec.

Ziele:

- Unterstützung von Schweizer und Liechtensteiner KMU, insbesondere Neuexporteure, beim erfolgreichen Export in die nahen Märkte
- Unterstützung dieser Unternehmen durch Betreuung, Beratung, Informationsvermittlung, Geschäftspartnervermittlung etc.
- Ansprache neuer Zielgruppen (vor allem Starters, Unternehmensneugründungen, etc.)

Massnahmen:

- Informationsveranstaltungen und Werbemassnahmen zu diesen Märkten
- Zusätzliche Beratungsgespräche (Firmenberatungstage)

Freihandelsabkommen-Länder (FTA).

Diejenigen Länder, mit denen die Schweiz kürzlich ein Freihandelsabkommen unterzeichnet hat bzw. unterzeichnen wird, bieten zusätzliches Exportpotenzial, weil der Handel mit diesen FTA-Staaten durch die Abkommen erleichtert wird.

Ziele:

- Erhöhung der Visibilität der FTA-Länder in der Schweiz
- Erleichterter Marktzutritt durch Osec-seitige Marktabklärungen und Vermittlung von Geschäftskontakten
- Unterstützung der Unternehmen durch Beratung, Informationsvermittlung, etc.
- Stabilisierung / Erhöhung der Exporte

Länder:

Ägypten, GCC (Golfstaaten), Japan, Kanada, Kolumbien, Peru, Südkorea, Südafrika

Massnahmen:

- Informationsveranstaltungen, Marktstudien und Werbemassnahmen zu diesen Märkten
- Zusätzliche Beratungsgespräche (Firmenberatungstage)
- Zusätzliche Messen und Messeprojekte in diesen Märkten

Osteuropa / Russland.

Russland gehört zu den Ländern, die gemäss der schweizerischen Aussenwirtschaftsstrategie des Bundesrates prioritär zu behandeln sind. Auch andere Märkte Osteuropas ergeben neue Chancen für Schweizer Unternehmen, wenn die Dynamik in diesen Ländern wieder zunimmt.

Ziele:

- Erhöhung der Visibilität der Märkte Osteuropas und Russland
- Erleichterter Marktzutritt durch Osec-seitige Marktabklärungen und Vermittlung von Geschäftskontakten
- Stabilisierung / Erhöhung der Exporte
- Unterstützung dieser Unternehmen durch Betreuung, Beratung, Informationsvermittlung, etc.

Massnahmen:

- Informationsveranstaltungen und Werbemassnahmen zu diesen Märkten
- Zusätzliche Beratungsgespräche (Firmenberatungstage)
- „Fact-Finding-Missions“ in diese Länder, um Kontakte zu knüpfen und aufzubauen
- Sonderprojekte zu Sochi 2014 und EURO 2012 in Polen und der Ukraine

Internationale Finanzinstitutionen.

Die Bretton Woods-Institutionen, die Europäische Bank für Wiederaufbau und Entwicklung sowie die regionalen Entwicklungsbanken für Asien, Lateinamerika und Afrika vergeben jährlich Aufträge im Wert von rund CHF 100 Mia.. Schweizer Firmen partizipieren jedoch markant unterproportional an diesem Auftragsvolumen.

Ziele:

- Schweizer Firmen sollen befähigt werden, erfolgreich an diesen Ausschreibungsverfahren teilzunehmen.
- Osec ebnet (in Zusammenarbeit mit SERV) heimischen Unternehmen den Weg zu den Instrumenten der Internationalen Finanzinstitutionen.
- Netzwerke vor Ort und in den Banken werden von Experten (z.B. „Pool of Experts“) und von Osec intensiver gepflegt.

Massnahmen:

- Workshops / Delegationsreisen zur Befähigung einer erfolgreichen Teilnahme an den Ausschreibungsverfahren (Tender) der internationalen Finanzinstitutionen.

Sonderfonds dritte Träger.

- Sonderfonds beträgt CHF 1 Mio.
- Sonderfonds für Projekte privater und öffentlicher Organisationen
- Projekte müssen direkt in der Schweiz ihre Wertschöpfung erzielen, d.h. der Einsatz der Mittel hat grösstenteils in der Schweiz zu erfolgen
- Projekte müssen in sinnvoller Ergänzung zu den Stabilisierungsmassnahmen von Osec stehen
- Projektträger müssen sich bei der Vergabe von Beiträgen an den Projekten ebenfalls finanziell oder mittels geldwerten Leistungen beteiligen
- Die Projektgenehmigung erfolgt zu zwei Daten: Juli 09 und im Dezember 09
- Projekte müssen bis spätestens 30 Tage vor Projektgenehmigungssitzung eingereicht sein
- Osec selbst kann aus diesem Fonds keine Mittel beziehen
- Das Entscheidungsgremium ist paritätisch aus Osec, Seco und Wirtschaft zusammen gesetzt

Weitere Informationen, Reglement und Antragsformulare unter: www.osec.ch/sonderfonds

Stabilisierungsmassnahmen: Nutzen für KMU's.

- Verstärkung der Unterstützung für traditionelle Märkte (Nahe M., Osteuropa)
- Zugang zu neuen Märkten (z.B. FTA-Länder)
- Einbezug in Exportplattformen
- Zusätzliche Dienstleistungen (z.B. Pathfinder)
- Nachfragebarometer aus interessanten Exportmärkten (Trendspotting)
- Zugang zu internationalen Ausschreibungen

➔ **Steigerung der Exporte im 2009 und 2010**

➔ **Nachhaltige Wirkung**

➔ **In allen Landesteilen wirksam**

Bei Fragen zur Internationalisierung:

0844 811 812

Exportförderung im Rahmen des Stabilisierungsprogramms des Bundes
Zürich, 2. April 2009