

**Botschaft  
über die Teilnahme der Schweiz  
an der Weltausstellung 2010 in Shanghai**

vom 8. Juni 2007

---

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

Wir unterbreiten Ihnen mit vorliegender Botschaft den Entwurf eines Bundesbeschlusses über die Teilnahme der Schweiz an der Weltausstellung 2010 in Shanghai mit dem Antrag auf Zustimmung.

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

8. Juni 2007

Im Namen des Schweizerischen Bundesrates

Die Bundespräsidentin: Micheline Calmy-Rey  
Die Bundeskanzlerin: Annemarie Huber-Hotz

---

## Übersicht

*Der Bundesrat beantragt einen Verpflichtungskredit von 20 Millionen Schweizer Franken zu bewilligen, der die Teilnahme der Schweiz an der Weltausstellung 2010 in Shanghai ermöglichen soll.*

*Vom 1. Mai bis zum 31. Oktober 2010 wird in Shanghai die Weltausstellung 2010 stattfinden. Sie verspricht ein Anlass von bisher nicht erreichten Dimensionen zu werden. Voraussichtlich werden 200 Staaten und internationale Organisationen ihre Interpretation des Leitthemas «Better City, Better Life» präsentieren. Die Organisatoren erwarten während der sechs Monate rund 70 Millionen hauptsächlich aus China stammende Besucherinnen und Besucher. Weltausstellungen erfreuen sich besonders in Asien nach wie vor grösster Beliebtheit. Dies wurde an der Expo 2005 in Aichi, Japan, einmal mehr bestätigt, als statt der erwarteten 15 Millionen mehr als 22 Millionen Menschen die Ausstellung besuchten.*

*Im Hinblick auf den Schweizer Beitrag in Shanghai lancierte Präsenz Schweiz im Dezember 2006 einen zweistufigen Projektwettbewerb. In der Folge wurden 104 Projektvorschläge eingereicht. Zwölf davon wählte die elfköpfige Jury im Februar 2007 aus und gab den am Wettbewerb teilnehmenden Teams die Möglichkeit zur Weiterbearbeitung ihrer Projekte. Das Siegerprojekt wurde anlässlich der zweiten Jurierung am 23. Mai 2007 erkoren.*

*Das Projekt mit der Wettbewerbsnummer 8005 – ein Pavillonname muss noch gefunden werden – überzeugte die Jury sowohl aufgrund seiner Zeichenhaftigkeit und Originalität wie auch durch das Konzept, Nachhaltigkeit und Emotionen erlebbar zu machen.*

*Die zu erwartenden hohen Besucherzahlen sind eine Chance für die Schweiz, sich einem breiten und interessierten Publikum zu präsentieren. Die Teilnahme an der Ausstellung bietet der Schweiz einerseits Gelegenheit zur allgemeinen Landeswerbung, andererseits zu verstärkter Exportförderung und zum Aufbau und zur Pflege von Beziehungen.*

*Die Präsenz der Schweiz in China wird deshalb durch ein facettenreiches Rahmenprogramm und eine Kommunikationskampagne im Vorfeld und im Nachgang der Weltausstellung ergänzt.*

*Für die Teilnahme der Schweiz an der Weltausstellung 2010 in Shanghai, die kommunikativen Begleitmassnahmen und die Vorbereitungsarbeiten hat der Bundesrat ein Budget von 20 Millionen Franken vorgesehen. Davon sollen 4 Millionen Franken von der Privatwirtschaft beschafft werden.*

# Botschaft

## 1

### Ausgangslage und Rahmenbedingungen

#### 1.1

#### Geschichte und Bedeutung der Weltausstellungen

Im 19. Jahrhundert wiesen elf französische Industrieausstellungen mit ihrer Verbindung von Industrieschau und Fest den Weg zu den späteren Weltausstellungen – allerdings fehlte noch die internationale Beteiligung.

England, das Mutterland der industriellen Revolution, tat schliesslich den entscheidenden Schritt zur Internationalisierung und veranstaltete im Jahr 1851 in London die erste Weltausstellung. Diese setzte Massstäbe, die nur schwer zu übertreffen waren. Im berühmten Glaskristallpalast (Crystal Palace) des Architekten Joseph Paxton wurden in einem lichtdurchfluteten, hallenartigen Gewächshaus Produkte nahezu aller Nationen präsentiert.

Seither wurden 44 Weltausstellungen auf vier Kontinenten durchgeführt: 24 in Europa, 13 in Nordamerika, fünf in Asien – die erste davon 1970 in Osaka – und zwei in Australien. Afrika und Lateinamerika organisierten bisher noch keine Weltausstellung.

Seit der ersten Durchführung erfuhren die Weltausstellungen bedeutende Veränderungen: Waren sie im 19. und frühen 20. Jahrhundert vor allem ein Ort, an dem die Veranstalter die eigenen technischen Errungenschaften im weltweiten Vergleich positionieren konnten, konzentrieren sich die Veranstaltungen seit Mitte des letzten Jahrhunderts stärker darauf, eine wichtige Plattform für die allgemeine Landeswerbung zu schaffen. In den letzten Jahrzehnten standen, insbesondere in den industrialisierten Ländern, kulturelle Präsentationen im Vordergrund und die Beteiligungen wurden generell zur Pflege des nationalen Erscheinungsbildes genutzt. Seit der Weltausstellung 2000 in Hannover werden vermehrt auch innovative Lösungen für die Zukunft, z.B. im Hinblick auf die aktuellen Probleme in Umwelt und Entwicklung, thematisiert.

An den Weltausstellungen partizipieren immer mehr Länder aus allen Teilen der Welt: Als 1958 in Brüssel die erste Weltausstellung nach dem Zweiten Weltkrieg stattfand, beteiligten sich erst 39 Staaten. In Montreal 1967 stieg die Zahl auf 62, in Osaka 1970 bereits auf 78. In Sevilla 1992 präsentierten sich 112 Länder, in Hannover 2000 sogar deren 156. In Aichi 2005 schliesslich nahmen 121 Nationen teil. Die Organisatoren der Weltausstellung 2010 in Shanghai rechnen mit der Teilnahme von etwa 200 Staaten und internationalen Organisationen.

Bei den oben genannten Veranstaltungen handelt es sich um sogenannte Weltausstellungen erster Kategorie, die alle fünf Jahre für die Dauer von sechs Monaten organisiert werden können. Daneben anerkennt das Bureau International des Expositions (BIE)<sup>1</sup> in Paris, zu dessen Gründungsmitgliedern die Schweiz gehört, auch sogenannte Weltausstellungen zweiter Kategorie. Deren Thematik ist meist enger gefasst als jene der grossen Weltausstellungen und ihre Dauer ist auf drei Monate beschränkt. Nach dem heutigen Reglement des BIE kann ein solcher Anlass jeweils zwischen den Weltausstellungen erster Kategorie durchgeführt werden. Genua 1992,

<sup>1</sup> Weitere Informationen abrufbar unter: [www.bie-paris.org](http://www.bie-paris.org).

Taejon (Südkorea) 1993 und Lissabon 1998 waren derartige Veranstaltungen im letzten Jahrzehnt. Im Jahr 2008 wird in Zaragoza, Spanien, eine Weltausstellung zweiter Kategorie zum Thema «Water and Sustainable Development» (Wasser und nachhaltige Entwicklung) stattfinden. Mit Beschluss vom 29. März 2006 hat der Bundesrat für die Schweizer Teilnahme 3 Millionen Franken gesprochen.

Auch für die Weltausstellungen nach 2008 und 2010 kandidieren zahlreiche Städte: Für die Austragung der Weltausstellung zweiter Kategorie im Jahr 2012 sind beim BIE Bewerbungen von Yeosu (Südkorea), Tanger (Marokko) und Breslau (Polen) eingegangen. Offizielle Kandidaten für die Weltausstellung erster Kategorie im Jahr 2015 sind Izmir (Türkei) und Mailand.

## **1.2 Auftritte der Schweiz an Weltausstellungen**

Der Schweiz gelang es in der Vergangenheit mit attraktiven und innovativen Pavillons sowie interessanten und ansprechenden Begleitprogrammen meistens, bei Besucherinnen und Besuchern sowie den Medien eine hohe Akzeptanz zu finden und Begeisterung zu wecken. Seit dem Zweiten Weltkrieg war unser Land an sämtlichen Weltausstellungen erster Kategorie (Brüssel, Montreal, Osaka, Sevilla, Hannover und Aichi) präsent und nahm auch an den thematisch bedeutenderen Veranstaltungen der zweiten Kategorie teil.

Erfolgreich waren auch die bisherigen Auftritte der Schweiz im asiatischen Raum. Neben dem Projekt «Der Berg» im Rahmen der Weltausstellung 2005 in Aichi ist insbesondere die «Strahlende Struktur», der Schweizer Beitrag zur Weltausstellung 1970 in Osaka, zu erwähnen. Nachhaltige Anerkennung brachten der Schweiz aber auch die Teilnahmen an der Spezialweltausstellung in der Forschungsstadt Tsukuba 1985 und an der Gartenbau-Weltausstellung 1990 in Osaka.

### **1.2.1 Auftritt der Schweiz an der Weltausstellung 2005 in Aichi, Japan**

An der Weltausstellung in der japanischen Präfektur Aichi, die vom 25. März bis 25. September 2005 stattfand, wurden die Teilnehmer aufgefordert, unter dem Motto «Nature's Wisdom» (die Weisheit der Natur) die globalen Herausforderungen, mit denen die Menschheit konfrontiert ist, zu diskutieren. Angeboten wurden auch Symposien außerhalb des Geländes sowie Anschlussausstellungen.

Insgesamt nahmen 121 Nationen, darunter auch die Schweiz, 17 japanische Unternehmen und vier internationale Organisationen an dieser Weltausstellung teil. Das Besucherinteresse lag mit mehr als 22 Millionen Eintritten deutlich über den ursprünglichen Erwartungen von 15 Millionen.

Die Weltausstellung 2005 in Aichi sowie der Schweizer Pavillon waren ein grosser Erfolg<sup>2</sup>. Die Schweiz präsentierte sich in Aichi mit dem Projekt «Der Berg» (Japanisch «Yama»). Eine im Vorfeld der Weltausstellung in Japan durchgeführte Imagestudie hatte gezeigt, dass sich die Schweiz in Japan zwar grosser Beliebtheit erfreute und ihr in Bezug auf Werte wie schöne Landschaft und Natur ein gutes Image attes-

<sup>2</sup> Vgl. Schlussbericht EXPO 2005 Aichi, Japan, herausgegeben von Präsenz Schweiz.

tier wurde. Wirtschaftliche Innovationskraft wurde ihr hingegen nicht unbedingt zugestanden. Daher sollte die Schweiz in Japan unter dem Slogan «Dynamic Switzerland» als innovative, wirtschaftlich und kulturell leistungsfähige Nation positioniert werden. Für das Projekt arbeitete Präsenz Schweiz mit der Schweizer Botschaft in Japan, den institutionellen Partnern Pro Helvetia, Osec und Standort:Schweiz sowie Schweiz Tourismus zusammen.

An der Weltausstellung 2005 in Aichi wurde in einer 1300 m<sup>2</sup> grossen Halle ein gigantischer, am Computer künstlerisch gestalteter Berg mit Aussichtsterrasse und einer Ausstellung im Innenraum des Bergs eingerichtet. Der Berg selbst sprach das Publikum besonders an, indem er ein zum Teil klischehaftes Schweizerbild aufnahm und modern umsetzte. In der Ausstellung wurden traditionelle Mythen aktuell gedeutet und eine den japanischen Gästen bisher weniger bekannte «andere» Schweiz gezeigt, wobei vor allem den Sektoren «Top of Science» und «Visions» reges Interesse entgegengebracht wurde.

Als wichtige Erfolge sind die Einhaltung des von den eidgenössischen Räten gesprochenen Budgets von 15 Millionen Franken, die volle Auslastung des Schweizer Pavillons sowie die positive Besucher- und Medienresonanz zu nennen. Der Schweizer Pavillon lief täglich mit maximaler Kapazität. Dies schliesst auch die beiden kommerziellen Bereiche, den Shop «Best of Switzerland» sowie das Restaurant «Alpenrose», mit ein. Im Shop wurde eine breite Palette an bekannten, in Japan zum Teil vorher noch nicht erhältlichen Produkten angeboten und im Restaurant konnten sich die Gäste mit diversen frisch zubereiteten Schweizer Spezialitäten verköstigen.

Japanische Gäste freuten sich vor allem über den Berg mit der fotogenen Aussichtsterrasse und die interaktive Ausstellung, die mit Hilfe einer sprechenden Taschenlampe erkundet werden konnte. Schweizerinnen und Schweizer schätzten, dass sich ihr Land positiv und authentisch darzustellen vermochte.

Zudem fand bis Ende 2006 ein zweijähriges Rahmenprogramm mit über 200 kulturellen, wissenschaftlichen oder wirtschaftsorientierten Veranstaltungen in verschiedenen japanischen Städten statt.

In Japan berichteten die regionalen Medien täglich, die nationalen Medien bei besonderen Gelegenheiten, wie z.B. dem Schweizertag in Anwesenheit von Bundespräsident Samuel Schmid oder dem Besuch des japanischen Kaiserpaars, aus dem Pavillon und über das Rahmenprogramm. Der Inseratewert der erschienenen Artikel allein in Japan überschritt die Zwei-Millionen-Franken-Grenze deutlich. Auch die Schweizer Medien verfolgten den Anlass schon im Vorfeld, indem sie das Bergthema kritisch hinterfragten, sich jedoch von der Umsetzung überzeugen liessen.

Alle vor der Expo definierten quantitativen und qualitativen Ziele wurden erfüllt:

- a. Wahrnehmung der Schweiz in Japan als modernes, innovatives und wirtschaftlich potentes Land;
- b. Medienpräsenz in den wichtigen japanischen Medien;
- c. 800 000–1 000 000 Besucherinnen und Besucher im Schweizer Pavillon;
- d. mindestens 30 qualitativ hochstehende Veranstaltungen im Rahmenprogramm;
- e. stärkere Positionierung der KMU in Japan;

- f. mustergültiges Beispiel für zukünftige gemeinsame Auftritte der Partner von Präsenz Schweiz.

## **1.3 Weltausstellung 2010 in Shanghai**

### **1.3.1 Ausstellungsgelände**

Am 3. Dezember 2002 wählten die Delegierten des BIE unter den Bewerbern Breslau, Moskau, Shanghai, Yeosu und Querétaro (Mexiko) den Austragungsort für den Grossanlass des Jahres 2010. Die Wahl fiel mit überwiegender Mehrheit auf Shanghai, die grösste und bedeutendste Industriestadt Chinas. Shanghai ist direkt der Zentralregierung unterstellt und damit eine sogenannte regierungsunmittelbare Stadt, deren Status dem einer Provinz entspricht. Das Verwaltungsgebiet Shanghais hat eine Fläche von ca. 6300 km<sup>2</sup>, also ungefähr die Grösse des Kantons Bern, wobei nur 550 km<sup>2</sup> (9 Prozent) zum geografischen Stadtgebiet gehören und etwa 5800 km<sup>2</sup> (91 Prozent) aus Vorstädten und Gebieten mit ländlicher Siedlungsstruktur bestehen.

Shanghai liegt im Mündungsdelta des Yangtze in einer topografisch nicht sehr markanten, flachen Landschaft. Das Ausstellungsgelände der Weltausstellung 2010 befindet sich am Rand der Innenstadt Shanghais und ist durch ein intaktes Transportsystem gut erreichbar. Die nähere Umgebung besteht vorwiegend aus Wohnquartieren, einigen wenigen Fabriken und Güterbahnhöfen. Das Ausstellungsareal selbst ist zurzeit noch durch industrielle Nutzung geprägt und wird im Hinblick auf die Weltausstellung 2010 komplett erneuert. 10 000 Personen sind in neue Wohnungen umgesiedelt worden.

Das insgesamt 3,22 km<sup>2</sup> grosse Ausstellungsgelände ist in unterschiedliche Sektionen gegliedert. Neben den zentralen chinesischen Pavillons und den Gemeinschaftspavillons sind mehrere Blöcke für die Länderpavillons, geordnet nach Kontinenten, vorgesehen. Mehrere Eingänge werden das Areal für die Besucherinnen und Besucher erschliessen, zudem werden ein Fusswegenetz, ein internes Bahnsystem und Busliniennetz durch das Areal führen.

### **1.3.2 Themen**

Das Ausstellungsthema der Weltausstellung 2010 in Shanghai lautet «Better City, Better Life» (Bessere Stadt, besseres Leben)<sup>3</sup>. Dieses ist in folgende Unterthemen eingeteilt:

- a. Integration unterschiedlicher Kulturen in der Stadt;
- b. ökonomischer Fortschritt in der Stadt;
- c. Innovation von Wissenschaft und Technologie in der Stadt;
- d. Neubildung von Gemeinschaften in der Stadt;
- e. Interaktion Stadt–Land.

<sup>3</sup> Weitere Informationen abrufbar unter: [www.expo2010china.com](http://www.expo2010china.com).

### **1.3.3**

### **Erwartete Länder- und Besucherbeteiligung**

Die Weltausstellung 2010 in Shanghai öffnet ihre Tore am 1. Mai 2010 und dauert bis zum 31. Oktober 2010. Bis im Mai 2007 haben 139 Länder und internationale Organisationen ihr Mitwirken angekündigt. Es ist damit zu rechnen, dass sich diese Zahl noch weiter erhöht. Die Veranstalter gehen davon aus, dass sich bis zu 200 Staaten und internationale Organisationen anmelden werden.

Damit verspricht die Weltausstellung 2010 in Shanghai ein Anlass von bisher nicht erreichten Dimensionen zu werden. Die Organisatoren erwarten während der sechsmonatigen Ausstellung 70 Millionen Besucherinnen und Besucher. Selbst wenn nur die Hälfte, also 35 Millionen Menschen die Weltausstellung 2010 in Shanghai besuchen sollten, wären das immer noch mehr als 190 000 Eintritte pro Tag.

Zum Vergleich: Die Weltausstellung 2005 in Aichi zählte knapp mehr als 22 Millionen Besucherinnen und Besucher, die Weltausstellung 2000 in Hannover 18 Millionen.

### **1.4**

### **Teilnahme der Schweiz**

#### **1.4.1**

#### **Gründe für die Teilnahme der Schweiz**

Weltausstellungen stellen für die Schweiz eine der wenigen Plattformen mit weltweiter Ausstrahlung dar und sollten für die Pflege des Images und der Präsenz der Schweiz im Ausland bestmöglich genutzt werden. Auch sämtliche EU-Staaten werden, ebenso wie an den Weltausstellungen in Lissabon 1998, Hannover 2000 und Aichi 2005, mit beträchtlichen Budgets in Shanghai präsent sein.

In einer von Präsenz Schweiz in Auftrag gegebenen Bevölkerungsbefragung zum Thema Weltausstellungen (GfS Forschungsinstitut, 19. März 2002) finden es 50 Prozent der schweizerischen Bevölkerung generell gut, dass die Schweiz mehr unternimmt, um sich im Ausland bekannt zu machen. 45 Prozent bezeichnen die heutigen Anstrengungen als ausreichend. Nur 5 Prozent sind der Meinung, dass sich die Schweiz in diesem Bereich weniger engagieren sollte. Noch unbestrittener ist generell die Teilnahme an Weltausstellungen, wofür sich 81 Prozent ausgesprochen haben.

Bereits im Vorfeld des Eintreffens der offiziellen Einladung zur Weltausstellung in Shanghai verlangte die Motion Kohler vom 30.11.2005 (05.3731 «Weltausstellung 2010 in Shanghai. Die Schweiz muss präsent sein») die Präsenz der Schweiz an diesem wichtigen Anlass und die unverzügliche Zusage. Die Schweiz meldete sich im April 2006 an und war damit das zwölftes Land, das seine Teilnahme offiziell ankündigte.

Ausschlaggebend für die Mitwirkung der Schweiz an der Weltausstellung 2010 in Shanghai ist, dass die Bedeutung Chinas für die Schweiz in vielfacher Hinsicht sehr gross ist: Seit 1979 entwickeln sich die bilateralen Beziehungen zwischen der Schweiz und China kräftig. Die Volksrepublik ist heute einer der wichtigsten Partner der Schweiz in Asien, was durch gegenseitige hochrangige Besuche bestätigt wird. Seit 1991 wird zwischen den beiden Ländern ein Menschenrechtsdialog geführt. Zudem ist China seit 1992 der wichtigste Handelspartner der Schweiz in Asien. Als eines der wenigen westlichen Länder weist die Schweiz im Austausch mit der Volksrepublik China eine positive Handelsbilanz aus.

Als einer der ersten westlichen Staaten hat die Schweiz am 17. Januar 1950 die neu gegründete Volksrepublik China anerkannt. Im Jahr 2010 wird somit der 60. Jahrestag der diplomatischen Beziehungen Schweiz–China begangen. Die chinesische Regierung würde ein Abseitsstehen der Schweiz an der Weltausstellung 2010, einem für China sehr wichtigen Anlass, nicht verstehen.

Die Teilnahme an der Weltausstellung 2010 in Shanghai bietet der Schweiz sowohl wirtschaftlich, touristisch als auch gesamtpolitisch betrachtet die einmalige Chance, sich in China, dem grössten Wachstumsmarkt Asiens, und insbesondere in der Wirtschaftsmetropole Shanghai nachhaltig zu positionieren und sich einem breiten und interessierten Publikum zu präsentieren.

## **1.4.2 Das Image der Schweiz in China**

Im Jahr 2006 gab Präsenz Schweiz eine Studie zum Image der Schweiz in China und Hongkong<sup>4</sup> in Auftrag. Dazu wurden 2000 repräsentativ ausgewählte Personen der breiten Bevölkerung (mittlere und obere Schicht) in China sowie weitere 400 Personen in Hongkong befragt. Zusätzlich wurden verschiedene Gruppen von Meinungsführerinnen und -führern aus den Bereichen Politik, Medien (Journalisten), Wirtschaft (Manager) und Wissenschaft (Studierende) interviewt.

Die Ergebnisse dieser Studie zeigen, dass unser Land in China und Hongkong sowohl bei den Meinungsführerinnen und -führern als auch bei der Bevölkerung insgesamt über ein sehr gutes Image verfügt. Die politische Stabilität, die hohe Lebensqualität und das Umweltbewusstsein werden sehr positiv beurteilt. Hingegen werden die internationale Wettbewerbsfähigkeit, die Zukunftsorientierung sowie die Innovationskraft etwas kritischer beurteilt. Auffallend ist außerdem, dass sich die Befragten bei der Aufgabe, freie Assoziationen in Zusammenhang mit der Schweiz zu nennen, generell nur positiv geäußert haben.

Das Bild der Schweiz in China ist äusserst homogen. Es gibt nur geringe Unterschiede zwischen den Bevölkerungsgruppen, den verschiedenen Regionen Chinas sowie zwischen Journalistinnen und Journalisten, Managern und Studierenden. Allerdings sind das Image der Schweiz und die Kenntnis von Themen mit Bezug zur Schweiz im Osten Chinas und vor allem in Shanghai insgesamt besser als im übrigen Land.

Die Erkenntnisse dieser Imagestudie fliessen in die Strategie für die Präsenz der Schweiz in China ein, insbesondere in die Auftritte im «House of Switzerland» an den Olympischen Sommerspielen in Peking 2008 und an der Weltausstellung 2010 in Shanghai.

<sup>4</sup> Ergebnisse der Imagestudie abrufbar unter: [www.presence.ch](http://www.presence.ch), Kapitel Imagestudien.

**2.1****Bundesratsbeschluss vom 29. März 2006**

Am 29. März 2006 hat sich der Bundesrat grundsätzlich für eine Teilnahme der Schweiz an der Weltausstellung 2010 in Shanghai ausgesprochen und Präsenz Schweiz mit der unverzüglichen Aufnahme der Vorbereitungsarbeiten beauftragt. Das Budget wurde auf 20 Millionen Franken festgelegt, von denen 4 Millionen Franken aus der Privatwirtschaft beschafft werden müssen. Falls dies nicht gelingen sollte, wird der Fehlbetrag über die ordentlichen Budgets von Präsenz Schweiz kompensiert.

Für die Finanzierung der Vorbereitungsarbeiten und insbesondere des Projektwettbewerbs hat er für das Jahr 2006 einen Verpflichtungskredit von 1 Million Franken gesprochen, welcher über das ordentliche Budget von PRS kompensiert wurde.

**2.2****Vorbereitungsarbeiten**

Aufgrund des Bundesratsbeschlusses vom 29. März 2006 für eine Teilnahme der Schweiz an der Weltausstellung in Shanghai begann Präsenz Schweiz mit den Vorbereitungsarbeiten und der Akquisition von Sponsoren. Bei sämtlichen Tätigkeiten werden die Erfahrungen von Aichi berücksichtigt und eine strikte Einhaltung des Zeitplans und des Budgets angestrebt.

Bereits im Frühjahr 2006 erkundete eine Schweizer Delegation, bestehend aus Vertretern der Schweizer Botschaft in Peking, des Schweizer Generalkonsulats in Shanghai sowie des Bereichs Internationale Grossveranstaltungen von Präsenz Schweiz, erstmals das 3,22 km<sup>2</sup> grosse Ausstellungsgelände der Weltausstellung 2010 in Shanghai. Anders als in Aichi müssen die Pavillons von den Ausstellern selbst gebaut werden. Die Delegation konnte für die Schweiz eine Fläche von 4000 m<sup>2</sup> in der Zone C, in der Nähe einer Erschliessungsstrasse mit Busfahrspur, reservieren. Damit wird der Schweizer Pavillon in der Zone der ausländischen Pavillons (Europa, Amerika und Afrika) unmittelbar neben dem französischen Pavillon liegen und auf allen Seiten von öffentlichen Wegen umgrenzt und erschliessbar sein. Anlässlich des «1. International Participant Meeting» im November 2006 in Shanghai wurden weitere wertvolle Kontakte zu den Organisatoren der Weltausstellung und anderen Teilnehmern geknüpft.

**2.3****Projektwettbewerb****2.3.1****Verfahren**

Im Hinblick auf die Beteiligung der Schweiz an der Weltausstellung 2010 in Shanghai lancierte Präsenz Schweiz am 7. Dezember 2006 einen offenen zweistufigen Projektwettbewerb. Die Ausschreibung erfolgte im Schweizerischen Handelsblatt (SHAB), in der Fachpresse und im Internet. Der Wettbewerb unterstand den Bestimmungen des Bundesgesetzes vom 16. Dezember 1994<sup>5</sup> über das öffentliche

<sup>5</sup> SR 172.056.1

Beschaffungswesen und der Verordnung vom 11. Dezember 1995<sup>6</sup> über das öffentliche Beschaffungswesen. Ebenfalls berücksichtigt wurden die Regeln der WTO. In diesem Zusammenhang ist zu erwähnen, dass nach Artikel 53 der Verordnung über das öffentliche Beschaffungswesen der Auftraggeber einen Teil seiner Entscheidungsbefugnis zugunsten eines nach strikten Vorgaben bestimmten Preisgerichts abtritt, dessen Entscheid kaum in Frage gestellt werden kann.

Das Interesse am Wettbewerb war gross: Die Wettbewerbsunterlagen wurden mehr als 300 Mal vom Internet heruntergeladen. Insgesamt 104 Projektgruppen reichten bis am 22. Januar 2007 ihre Vorschläge für den Schweizer Auftritt in Shanghai ein. Eine elfköpfige Jury unter der Leitung von Uli Sigg, dem ehemaligen Schweizer Botschafter in China, wählte anlässlich ihrer Sitzung vom 15. und 16. Februar 2007 zwölf Entwürfe zur weiteren Bearbeitung aus. In der zweiten Stufe rangierte die Jury am 22. und 23. Mai 2007 sämtliche zugelassenen und dem Wettbewerbsprogramm entsprechenden Beiträge und erkore das Siegerprojekt.

### **2.3.2 Vorgaben des Wettbewerbs**

Der Wettbewerb bezog sich auf den Bau und die Einrichtung des gesamten Schweizer Pavillons, inklusive der Konzeption der Ausstellung:

- a. Ausstellung
- b. Grossformat-Kino
- c. Restaurant
- d. Shop
- e. VIP-Bereich
- f. Büros
- g. Personal und Nebenräume

Davon ausgenommen waren die Inhalte des Films «Best of Switzerland», der die landschaftlichen Schönheiten der Schweiz zum Inhalt hat und durch Dritte, unter anderem Schweiz Tourismus, produziert und im Grossformat-Kino den Besucherinnen und Besuchern vorgeführt wird. Die Präsentation dieses Films an der Weltausstellung 2010 in Shanghai wird durch einen Sponsor unterstützt (vgl. Ziff. 2.6.3).

Angesichts der grossen internationalen Konkurrenz an Weltausstellungen war ein «Eyecatcher» erwünscht, nicht zuletzt, um das Medieninteresse zu wecken. Das Wettbewerbsprogramm enthielt außerdem folgende strategische und konzeptionelle Vorgaben:

- a. Das bestehende Image der Schweiz bildet in jedem Fall den Ausgangspunkt. Der Auftritt soll durch innovative Eindrücke eine positive Weiterentwicklung der Wahrnehmung unseres Landes fördern.
- b. Der Auftritt an der Weltausstellung soll sich in die Schweizer Kampagne für China 2007–2011 einbinden, welche die Themen «Lebensqualität, Umwelt und internationale Reputation» ins Zentrum stellt und Bezug zum Hauptthema der Weltausstellung 2010 «Better City, Better Life» nimmt. Die

<sup>6</sup> SR 172.056.11

Schweiz soll als urbane, innovatives, qualitätsbewusstes und zukunftsorientiertes Land mit ihren verschiedenen Facetten vorgestellt werden.

- c. Die von der Schweiz vermittelte Botschaft muss klar und insbesondere auch für die chinesischen Besucherinnen und Besucher mit ihrem kulturellen Hintergrund leicht verständlich sein. Der Auftritt soll sich in erster Linie an das chinesische Publikum richten, das die deutliche Mehrheit stellen wird. Darstellungen, die Erstaunen und Neugier hervorrufen oder die z.B. die Wissbegierigkeit der Gastgeber ansprechen, sind genauso erwünscht wie solche, die lebendig und nicht allzu nüchtern konzipiert sind. Vor dem kulturellen Hintergrund der Besucherinnen und Besucher ist von provokativen, selbstkritischen oder ironischen Wirkungen in der übermittelten Botschaft abzusehen.
- d. Trotz ihrer geringeren Anzahl sind auch internationale Gäste bei der Planung zu berücksichtigen, insbesondere Besucherinnen und Besucher aus der Schweiz und Sponsoren, die sich mit dem Auftritt ihres Landes identifizieren können sollen.

## 2.4 Siegerprojekt

Die äussere Erscheinung des Pavillons präsentiert sich als hybrides Natur-Technik-Gebilde. Der luftdurchlässige Schleier bzw. Vorhang aus natürlichen und künstlichen Materialien beschattet den inneren «städtischen» Raum und deutet den äusseren «natürlichen» Raum im Inneren an. Die im Vorhang integrierten rötlichen Farbstoffsolarzellen bilden ein Grenzprodukt zwischen Natur und Technik.

Der überdachte und schattige «Stadtraum» wird durch seine technoiden Erscheinung, die Aktivitäten auf der multifunktionalen Bühne und den grossen Besucherfluss gezielt verdichtet. Die Bühne kann bei verschiedenen Veranstaltungen einbezogen und verschieden bespielt werden. Sie dient als Plattform für täglich wiederkehrende oder einmalige Veranstaltungen. Im Stadtraum wird die innovative und nachhaltige Gebäudetechnologie des Pavillons zudem audiovisuell erklärt.

Der Zugangsbereich zum Naturraum (Wiesenlandschaft) bleibt durch die hohe Durchflussrate der Sesselbahn von bis zu 3500 Personen pro Stunde in einer kontinuierlichen Bewegung. Die Sesselbahn als schweizerische Erfindung und Symbol für die touristische Erschliessung der Schweizer Berg- und Wiesenlandschaft vereint Ruhe und Bewegung.

Im Kino wird der Film «Best of Switzerland» gezeigt. Er wird aus Ausschnitten des IMAX-Films «The Alps» gemäss Vorgaben von Präsenz Schweiz gefertigt und eindrückliche Landschaftsaufnahmen enthalten. Die Besucherinnen und Besucher sind nicht in Bewegung, und die Vermittlung der Bilder ist ein frontales, audiovisuelles und immaterielles Erlebnis. Das Kino entspricht in seiner formalen Ausgestaltung dem Inhalt des Films.

Im VIP-Raum des Schweizer Pavillons werden ausgewählte Personen sowie Meinungsführerinnen und Meinungsführer, die spezifische Interessen vertreten, eingeladen, die Schweiz als urbane, zukunftsorientiertes, qualitätsbewusstes und innovatives Land kennen zu lernen. Die kundenspezifische Wissensvermittlung kann individuell und bis in die Detailebene mit dem Fokus auf Imagebildung und Promotion erfolgen. Die Materialien des Innenraums spiegeln die Schweiz als Land wider, in dem Wissen, aber auch das Recycling einen wichtigen Stellenwert haben.

In der Gebäudetechnik werden physikalische Grundprinzipien mit den Sinnen spürbar umgesetzt. Ein natürlicher Wasserkreislauf kühlt das Kino. Der Wasserfall hinter der transparenten Membrane entzieht dem Raum über Strahlung Wärme, gleichzeitig kondensiert Wasser an der Oberfläche und reduziert die Luftfeuchtigkeit. Die Sitzsteine werden vom Flusswasser gekühlt.

Der Energieaufwand für den Betrieb der Sesselbahn beträgt nur 50 Prozent des Stromverbrauches, der zur Klimatisierung von Ausstellungsräumen mit vergleichbaren Funktionen benötigt würde.

Die Fassade besteht aus einer essbaren Hülle aus Bioresin: Dieser aus Fäden der fermentierten Sojabohne bestehende Harz ist ungiftig, extrem abriebfest und leicht zu verarbeiten. In der natürlichen Umwelt zersetzen Bakterien Bioresin in Wasser und Kohlendioxid. Die Rückstände können als Dünger verwendet werden. Zur Herstellung der Hülle werden Platten gegossen und thermisch verformt.

Die Autoren des Siegerprojekts «Nummer 8005» sind:

Buchner Bründler AG Architekten BSA, Basel: Andreas Bründler

Element GmbH, Basel: Andreas Hunkeler

Waldhauser Haustechnik AG, Basel: Werner Waldhauser

Huerzeler Holzbau, Magden: Roland Huerzeler

Barbara Jenni, Sinologin, Zürich

Die Buchner Bründler AG war mitbeteiligt am Projekt «Schweizer Geschenk an die UNO» in New York und hat in China bereits mit einem berühmten chinesischen Künstler ein Projekt realisiert.

Das Interesse für die Schweizer Präsenz in China ist gross, wie zahlreiche positive Medienberichte in China nach Bekanntgabe des Siegerprojekts am 24. Mai 2007 beweisen. In ihren Artikeln weisen die chinesischen Medien darauf hin, dass der geplante Schweizer Auftritt an der Weltausstellung 2010 in Shanghai modern und innovativ sei. Das Siegerprojekt beschreiben sie als nachhaltig und zukunftsweisend.

Auch die offiziellen Behörden in Shanghai haben mit einem Beitrag auf ihrer Website [«www.shanghai.gov.cn»](http://www.shanghai.gov.cn) das Schweizer Siegerprojekt für die Weltausstellung 2010 vorgestellt.

## **2.4.1                   Würdigung des Preisgerichts**

Das Preisgericht hat das Siegerprojekt folgendermassen gewürdigt:

Der Pavillon will als starkes Zeichen gelesen werden. Er sucht nicht die einfache geometrische Form, sondern den Überraschungseffekt in der Ambivalenz seiner hybriden Elemente, wobei sich Form und Funktion, Innen und Aussen, durch die Semitransparenz der Fassade verschränken.

Die Potenziale des Pavillons liegen in seinem kontroversen Charakter. Der Pavillon ist eine hybride Fabrik, ein Labor der Nachhaltigkeit. Er ist ein architektonisches Enigma: ein hängendes Netz als Vorhang vor schweren Pylonen, die wie abgesägte Elefantenfüsse ohne sichtbare Last im Ausstellungsgelände stehen. Sein Grundriss ist eine imaginäre, politische Landkarte. Lesbar wird dieses komplexe Gebilde am ehesten als Maschine, als Fabrik, als eine Mischung aus Ingenieurskunst und Architektur aus dem Reich der Science-Fiction, die Wissenschaftsvisionen (Solatechnologie der Fassade) und ästhetische Designräume verbindet.

Das intellektuell anspruchsvolle Ausstellungskonzept besticht durch seinen klaren Anspruch, die Hybridität der Zukunftsstädte zwischen Technik und Natur darzustellen, um Lebensqualität im urbanen Raum zu schöpfen. Dabei beziehen sich die Autoren auf das asiatische Prinzip von Yin und Yang. Als spielerisches Element fügen die Autoren die Sesselbahn ein, die die Besucherinnen und Besucher aus der Schwere der Stadt hinaus in die Luftigkeit der Natur mitnimmt. Damit bringt der Pavillon die Grundthemen der Weltausstellung 2010 von Nachhaltigkeit und Lebensqualität in einen schlüssigen Kreislauf und bietet dem breiten Expo-Publikum ein für China spezielles und einmaliges Erlebnis.

Die Verbindung von Innovation und Nachhaltigkeit ist der Grundpfeiler des Konzepts. Die Fassade des Pavillons will ebenso «essbar» wie «Energie erzeugend» sein. Damit ist die Innovationskraft schlagend gegeben.

#### **2.4.2 Empfehlung des Preisgerichts**

Das Preisgericht hat einstimmig empfohlen, die Verfasser des mit dem ersten Preis ausgezeichneten Entwurfs mit der weiteren Bearbeitung gemäss Wettbewerbsprogramm zu beauftragen. Dabei sollen die Bemerkungen der schriftlichen Beurteilung der Arbeiten des Preisgerichts sowie die Erkenntnisse der Vorprüfung berücksichtigt werden. Zusätzlich ist ein Fachberatungsgremium gegründet worden, dem Mitglieder des Preisgerichts angehören.

Das Konzept soll insbesondere bezüglich der dargestellten Technologien ausgereift werden und Klarheit schaffen hinsichtlich einer verständlichen Darstellung von Nachhaltigkeit. Partnern und Sponsoren soll mittels einer attraktiven VIP-Lounge die Möglichkeit für Beziehungspflege geboten werden.

#### **2.5 Flankierende Massnahmen**

Um eine nachhaltige Präsenz der Schweiz in China zu garantieren, wird sowohl im Vorfeld der Weltausstellung als auch während und nach der Weltausstellung 2010, ähnlich wie bei der Kampagne «Dynamic Switzerland» in Japan in enger Zusammenarbeit mit den institutionellen Partnern von Präsenz Schweiz und der operationalen Führungsgruppe (Steering Group) ein Rahmenprogramm geplant. Diese Kommunikationskampagne wird im Zeitraum von 2007–2011 durchgeführt und stellt vor allem die Themen «Lebensqualität, Umwelt und internationale Reputation» ins Zentrum. Ein besonderes Augenmerk für Veranstaltungen während der Weltausstellung wird auf den Schweizer Tag sowie den 1. August gerichtet sein.

Analog zum erfolgreichen zweijährigen Länderprogramm «0406 SWISS CONTINUOUS ARTS IN JAPAN» plant Pro Helvetia auch für China wiederum ein Kulturprogramm, das eine weitere Entwicklung langfristiger kultureller Beziehungen zwischen der Schweiz und der Volksrepublik China anstrebt.

Die Osec wird die Kampagne dafür nützen, mit eigenen Aktivitäten chinesischen Investoren den Wirtschaftsstandort Schweiz näher zu bringen bzw. die Schweizer Exportwirtschaft mit Messeteilnahmen in China zu unterstützen. Die Aktivitäten von Schweiz Tourismus werden wenn möglich ebenfalls in die Kommunikationskampagne eingebunden. Präsenz Schweiz stellt über die Zusammenarbeit mit einer

internationalen PR-Agentur vor Ort sicher, dass diese Aktivitäten einen nachhaltigen Niederschlag in der chinesischen Presse und bei den Meinungsführerinnen und -führern finden.

## **2.6                   Organisation**

### **2.6.1               Projektteam**

Ein Projektteam unter der Leitung des Leiters Internationale Grossveranstaltungen von Präsenz Schweiz und unter Mitwirkung der Gewinner des Projektwettbewerbs ist für die erfolgreiche Weiterentwicklung der prämierten Idee für den Schweizer Pavillon an der Weltausstellung 2010 in Shanghai verantwortlich. Die Würdigung und Empfehlungen des Preisgerichts werden bei der Weiterbearbeitung der Idee berücksichtigt.

Das Projektteam ist zudem für die gesamte Konzeption, die Rechnungsführung, die Planung und die Umsetzung des Schweizer Auftritts in China sowie für den Betrieb des Schweizer Pavillons in Shanghai zuständig.

### **2.6.2               Controllingkonzept**

In enger Anlehnung an das Buchhaltungskonzept für die Schweizer Teilnahme an der Weltausstellung 2005 in Aichi und basierend auf den Empfehlungen im Revisionsbericht der Eidgenössischen Finanzkontrolle (EFK) vom 1. März 2007 wurde ein Buchhaltungskonzept definiert, das eine strikte Ausgaben- und Einnahmenkontrolle sowie eine Bilanzierung ermöglicht und ein Vertragscontrolling einschliesst. Ausgaben und Einnahmen werden separat budgetiert und in der Rechnung ausgewiesen.

### **2.6.3               Sponsoringkonzept**

Mit dem Entscheid des Bundesrats vom 29. März 2006, die Schweizer Teilnahme an der Weltausstellung 2010 in Shanghai zum Teil über private Gelder zu finanzieren, musste die Projektleitung möglichst früh Kontakt mit potenziellen Partnern aus der Privatwirtschaft aufnehmen. Der Präsident der Schweizerisch-Chinesischen Gesellschaft wurde mit der Akquisition von Sponsoren beauftragt. Er hatte die grossen Schweizer Firmen bereits im Vorfeld angeschrieben, um deren Interesse an der Weltausstellung 2010 in Shanghai abzuklären. Die Antworten waren mehrheitlich positiv. Die angeschriebenen Verwaltungsräte und CEOs waren überzeugt, dass die Schweiz in China nicht abseits stehen dürfe, und haben zum Teil bereits informell Bereitschaft bekundet, den Schweizer Auftritt mit finanziellen Mitteln zu unterstützen. Am 23. Juni 2006 wurde den grossen Schweizer Firmen an einer Sitzung in Zürich erstmals der Schweizer Auftritt in China vorgestellt.

Das präsentierte Sponsoringkonzept sieht die folgenden Kategorien vor:

- |    |                                       |                      |
|----|---------------------------------------|----------------------|
| a. | Hauptpartner Kampagne China 2007–2011 | ca. 3 Mio. Fr.       |
| b. | Hauptpartner Schweizer Pavillon       | 900 000–1,2 Mio. Fr. |
| c. | Co-Partner Schweizer Pavillon         | 400 000.– Fr.        |

Gemeinsam mit den Sponsoren wird vor dem Abschluss eines Vertrags ein auf sie zugeschnittenes Angebot erarbeitet werden (Visibilität, Imagetransfer, PR-Leistungen, Kundenbetreuung im und um den Schweizer Pavillon bzw. im Kontext der Kampagne).

Nach der Präsentation in Zürich fanden mit den interessierten Firmen bilaterale Gespräche statt. Diese Gespräche haben gezeigt, dass die Wirtschaft durchaus bereit ist, sich in den Dienst der Schweiz zu stellen, sofern der Auftritt in China attraktiv und qualitativ hochstehend ist und ihre Beiträge nicht diejenigen des Bundes reduzieren.

Den interessierten Volkswirtschaftsdirektoren wurde das Projekt in Zusammenarbeit mit Standort:Schweiz am 25. August 2006 vorgestellt, mit dem Ziel eine mögliche Einbindung der Regionen und Städte in den Schweizer Auftritt in Shanghai zu diskutieren. Mit Schreiben vom 16. Oktober 2006 wurden zudem sämtliche Volkswirtschaftsdirektoren kontaktiert und über das Projekt informiert. Die Zusammenarbeit mit den Kantonen wird durch den China-Beauftragten von Standort: Schweiz koordiniert.

## **2.6.4**

### **Operationelle Führungsgruppe (Steering Group)**

Im Herbst 2006 wurde eine operationelle Führungsgruppe, die sogenannte Steering Group gebildet. Diese steht unter der Führung des Leiters von Präsenz Schweiz und stellt sicher, dass die Projektziele und -vorgaben in Bezug auf Inhalte, Qualität, Termine und Kosten eingehalten werden. Die Steering Group tagt in der Regel alle zwei Monate und hat die Funktion eines Kurators, Supervisors und Controllers inne. Dieser Steering Group gehören unter anderem Vertreter der institutionellen Partner von Präsenz Schweiz sowie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der offiziellen Schweizer Vertretungen in China an.

## **3**

### **Inhalt des Finanzbeschlusses**

#### **3.1**

#### **Bundesratsantrag**

Für die Teilnahme der Schweiz an der Weltausstellung 2010 in Shanghai, die kommunikativen Begleitmassnahmen und die Vorbereitungsarbeiten beantragt der Bundesrat einen Verpflichtungskredit von 20 Millionen Franken.

Der beantragte Kredit von 20 Millionen Franken wurde im Budget 2007 und im Finanzplan 2008–2010 eingestellt. Der Verpflichtungskredit von 1 Million Franken für die Vorbereitungsarbeiten gemäss Bundesratsbeschluss vom 29. März 2006 ist in diesem Verpflichtungskredit enthalten.

Der Bundesrat hat entschieden, dass 6 Millionen Franken innerhalb des EDA kompensiert werden, 2 Millionen Franken im EVD und 1 Million Franken im EFD.

Ausserdem sollen 4 Millionen Franken von der Privatwirtschaft beschafft werden. Falls es nicht gelingen sollte, diese 4 Millionen aus der Privatwirtschaft zu beschaffen, wird der Fehlbetrag über das ordentliche Budget von Präsenz Schweiz finanziert. Die zusätzlich erforderlichen Bundesmittel für die Teilnahme der Schweiz belaufen sich somit auf 7 Millionen Franken.

### **Finanzierungsschlüssel:**

<b>Finanzierung Expo 2010 Shanghai</b>	in CHF						<b>TOTAL</b>
	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	
Finanzplan (Stand März 2006)	1'000'000	1'800'000	3'500'000	6'100'000	6'800'000	800'000	20'000'000
Finanzplan: Legislatur 2009-2011	380'300	2'508'100	3'721'600	6'000'000	6'650'000	740'000	20'000'000
<b>Beiträge PRS/EDA</b>	<b>1'000'000</b>	<b>1'000'000</b>	<b>1'000'000</b>	<b>1'000'000</b>	<b>1'000'000</b>	<b>1'000'000</b>	<b>6'000'000</b>
Sponsoring (PRS)			1'000'000	1'000'000	2'000'000		4'000'000
EFD (Bauten im Ausland)				500'000	500'000		1'000'000
EVD		500'000	500'000	500'000	500'000		2'000'000
Bundeshaushalt	-619'700	1'008'100	1'221'600	3'000'000	2'650'000	-260'000	7'000'000

In ihrem Tätigkeitsbericht vom 1. März 2007 regt die Finanzdelegation an, dass über die Privatwirtschaft zusätzliche, 4 Millionen Franken übersteigende Mittel beschafft werden können und sollen, damit der Schweizer Auftritt in China modularartig ausgebaut werden kann. Die Projektleitung trägt diesem Anliegen mit einem Budget für zusätzliche Module in Ergänzung zum Budget für das Basisprojekt Rechnung.

### **3.2 Budget Basisprojekt**

Das präsentierte Budget enthält sämtliche für den Bau des Schweizer Pavillons notwendigen Aufwendungen.

Im Laufe der Vorbereitungsarbeiten für den Auftritt der Schweiz in Shanghai wurde der Bereich Internationale Grossveranstaltungen von Präsenz Schweiz – bis im Herbst 2006 zusammengesetzt aus einem Bereichsleiter, einer Finanz- und Personalverantwortlichen sowie einem Kommunikationsverantwortlichen – personell verstärkt. Am 31. Mai 2007 umfasst er 480 Stellenprozent in Bern und wird durch einen auf der Botschaft in Peking stationierten Projektmitarbeiter sowie dessen Assistentin ergänzt (weitere 200 Stellenprozent).

Sämtliche Anstellungen sind befristet und werden über den beantragten Verpflichtungskredit Weltausstellungen finanziert. Die Kosten weiterer befristeter Anstellungen im Zusammenhang mit der Schweizer Teilnahme an der Weltausstellung 2010 werden ebenfalls über den beantragten Kredit bezahlt. Es wird damit gerechnet, dass für die Dauer des Betriebs des Schweizer Pavillons in Shanghai ca. 50 Personen (in erster Linie Sinologie-Studierende aus der Schweiz) für die Besucherbetreuung, den VIP-Bereich und in der Administration angestellt werden müssen.

Für den Betrieb des Restaurants im Schweizer Pavillon wird die Gamma Catering AG beauftragt, die bereit ist, für das Restaurant das volle unternehmerische Risiko zu tragen. Deshalb sind im präsentierten Budget weder Ausgaben noch Einnahmen aus dem Restaurationsbetrieb enthalten.

---

**Ausgaben**

---

<b>Vorbereitungsarbeiten</b>	<b>3 900 000.–</b>
Projektleitung Präsenz Schweiz: Personalkosten	2 800 000.–
Projektleitung Präsenz Schweiz: Administration, divers	800 000.–
Projektwettbewerb	300 000.–
 <b>Bau und Einrichtung Schweizer Pavillon</b>	 <b>9 400 000.–</b>
Konzept/Planung Schweizer Pavillon	750 000.–
Bau Schweizer Pavillon	8 650 000.–
 <b>Betrieb Schweizer Pavillon</b>	 <b>3 000 000.–</b>
Personalkosten	1 700 000.–
Unterhalt	450 000.–
Administration, Transporte, divers	850 000.–
 <b>Kommunikation</b>	 <b>2 500 000.–</b>
 <b>Reserven (Bau)</b>	 <b>1 200 000.–</b>
 <b>Brutto-Ausgaben</b>	 <b>20 000 000.–</b>

---

---

**Einnahmen von Dritten**

---

Sponsoring Privatwirtschaft	4 000 000.–
 <b>Netto-Ausgaben</b>	 <b>16 000 000.–</b>

---

Die Bruttogesamtausgaben für den Bund liegen somit deutlich unter den für die Weltausstellung 1992 in Sevilla (32 Mio. Franken) aufgewendeten Mitteln und denjenigen für die Weltausstellung 2000 in Hannover (23,5 Mio. Franken), jedoch 33 Prozent über den Aufwendungen für die Weltausstellung 2005 in Aichi (15 Mio. Franken). Während die Organisatoren in Aichi den Ausstellern gratis einen Pavillon zur Verfügung stellten, musste ein solcher in Sevilla und Hannover jeweils gebaut werden. In Shanghai wird dies ebenfalls der Fall sein. Zudem werden die Transportkosten wegen der Distanz erheblich höher sein als für die europäischen Ausstellungen.

### **3.3**

### **Kosten für zusätzliche Module durch Fremdfinanzierung**

Als Ergänzung zum Basisprojekt ist die Realisierung von zusätzlichen, durch Dritte finanzierten Projekten geplant. Diese Projekte werden erst in Auftrag gegeben und realisiert, wenn die Vorfinanzierung gesichert ist. Somit entsteht dem Bund in keinem Fall ein zusätzliches finanzielles Risiko.

---

#### **Projekte**

---

Bau Grossraum-Kino im Pavillon	1 100 000.–
Ausbau VIP-Bereich im Pavillon	500 000.–
Kommunikation China 2007–2011, Events	2 500 000.–
Einkauf Shop	900 000.–
<b>Total Ausgaben</b>	<b>5 000 000.–</b>

---

### **3.4**

### **Stand der Verhandlungen mit Sponsoren**

Bis im Mai 2007 konnte bereits mit zwei Unternehmen ein Vertrag abgeschlossen bzw. eine Absichtserklärung unterzeichnet werden. Ein Unternehmen wird das Basisprojekt mit gut 2 Millionen Franken in Bar unterstützen, das zweite wird mit ca. 2,3 Millionen Franken sowohl das Basisprojekt wie auch die Realisierung eines Grossraumkinos innerhalb des Schweizer Pavillons fördern. Mit weiteren fünf Grossunternehmen werden ebenfalls Verhandlungen als Hauptpartner der Kampagne geführt. Daneben wurden Gespräche mit mehreren kleineren Unternehmen als Haupt- bzw. Co-Partner des Schweizer Pavillons aufgenommen.

Von den Regionen zeigte sich insbesondere die Region Basel sehr interessiert an einer Zusammenarbeit und hat die entsprechenden Gespräche mit Präsenz Schweiz aufgenommen.

## **4**

### **Auswirkungen**

#### **4.1**

#### **Auswirkungen auf den Bund**

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

#### **4.2**

#### **Auswirkungen auf die Kantone und Gemeinden**

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

## **5 Verhältnis zur Legislaturplanung und zum Finanzplan**

Die Vorlage ist in der Legislaturplanung 2003–2007<sup>7</sup> angekündigt. In Beilage 1 des Berichts über die Legislaturplanung 2003–2007 figuriert unter Ziffer 3.1 der Verpflichtungskredit für die Teilnahme der Schweiz an der Weltausstellung 2010 in Shanghai.

## **6 Rechtliche Grundlagen**

### **6.1 Verfassungs- und Gesetzmässigkeit**

Gemäss Artikel 54 Absatz 1 der Bundesverfassung vom 18. April 1999<sup>8</sup> sind auswärtige Angelegenheiten Sache des Bundes. Auf der Grundlage dieser Bestimmung hat der Gesetzgeber das Bundesgesetz vom 24. März 2000<sup>9</sup> über die Pflege des schweizerischen Erscheinungsbildes im Ausland verabschiedet.

Die materiellrechtliche Basis für den beantragten Verpflichtungskredit findet sich in Artikel 2 Absatz 5 dieses Bundesgesetzes in Verbindung mit Artikel 3 Absatz 1 Buchstabe e und Absatz 2 der Verordnung vom 25. Oktober 2000<sup>10</sup> über die Pflege des schweizerischen Erscheinungsbildes im Ausland. Die Beteiligung an Weltausstellungen wird 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.

### **6.2 Vereinbarkeit mit internationalen Verpflichtungen der Schweiz**

Die Vorlage berührt keine internationalen Verpflichtungen der Schweiz.

### **6.3 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 2002<sup>11</sup> die Form eines einfachen Bundesbeschlusses vorgeschrieben. Als solcher ist er nicht dem fakultativen Referendum unterstellt.

<sup>7</sup> BBI 2004 1149

<sup>8</sup> SR 101

<sup>9</sup> SR 194.1

<sup>10</sup> SR 194.11

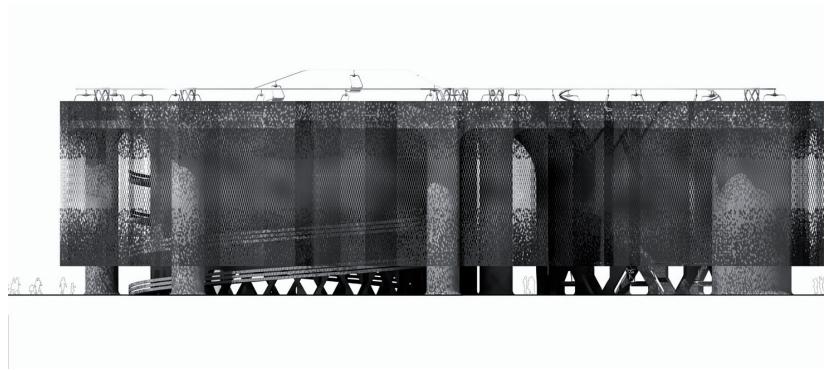
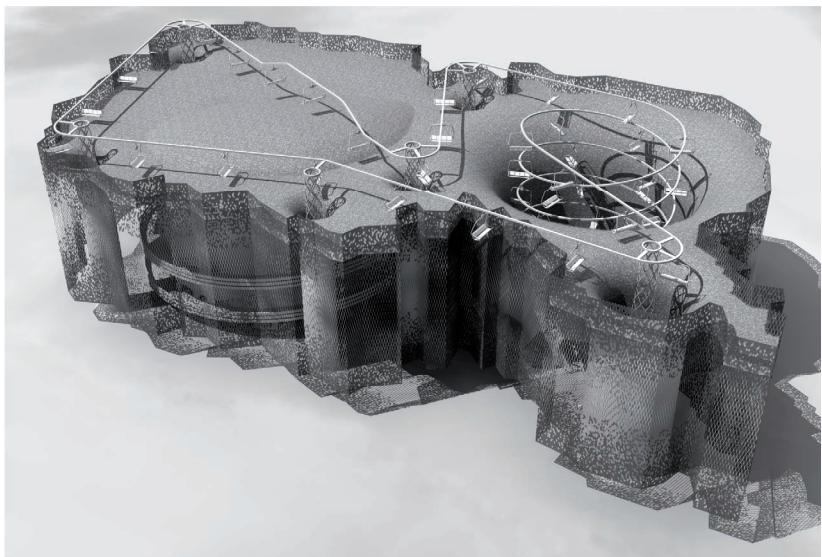
<sup>11</sup> SR 171.10

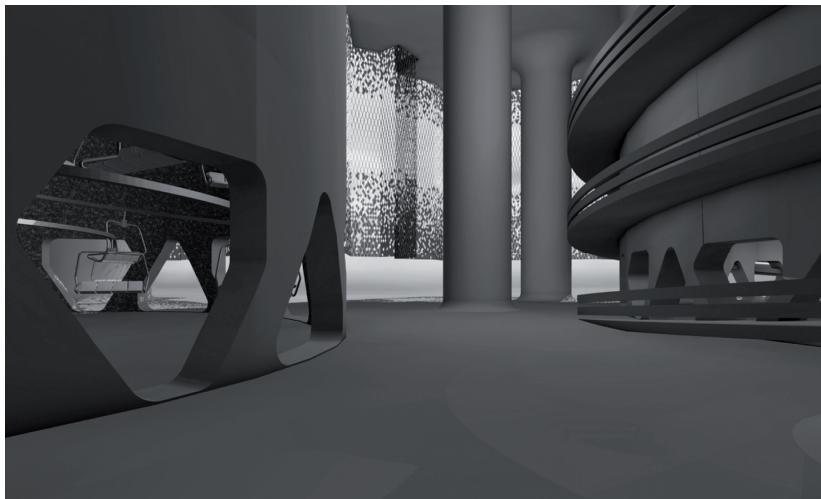
## **6.4**

### **Ausgabenbremse**

Artikel 159 Absatz 3 Buchstabe b BV sieht zwecks Begrenzung der Ausgaben vor, dass Subventionsbestimmungen sowie Verpflichtungskredite und Zahlungsrahmen, die neue einmalige Ausgaben von mehr als 20 Millionen Franken oder neue wiederkehrende Ausgaben von mehr als 2 Millionen Franken nach sich ziehen, der Zustimmung der Mehrheit der Mitglieder jedes der beiden Räte bedürfen. Da der beantragte Verpflichtungskredit eine einmalige Ausgabe darstellt und die 20 Millionen Franken nicht übersteigt, unterliegt die Vorlage nicht der Ausgabenbremse gemäss Artikel 159 Absatz 3 Buchstabe b BV.

## Ansichten Pavillon





4344

## Botschaft über die Teilnahme der Schweiz an der Weltausstellung 2010 in Shanghai

In	Bundesblatt
Dans	Feuille fédérale
In	Foglio federale
Jahr	2007
Année	
Anno	
Band	1
Volume	
Volume	
Heft	26
Cahier	
Numero	
Geschäftsnummer	07.040
Numéro d'affaire	
Numero dell'oggetto	
Datum	26.06.2007
Date	
Data	
Seite	4323-4344
Page	
Pagina	
Ref. No	10 135 092

Die elektronischen Daten der Schweizerischen Bundeskanzlei wurden durch das Schweizerische Bundesarchiv übernommen.

Les données électroniques de la Chancellerie fédérale suisse ont été reprises par les Archives fédérales suisses.  
I dati elettronici della Cancelleria federale svizzera sono stati ripresi dall'Archivio federale svizzero.