

## **Antwort**

### **der Bundesregierung**

**auf die Kleine Anfrage der Abgeordneten Rainer Brüderle, Gudrun Kopp,  
Paul K. Friedhoff, weiterer Abgeordneter und der Fraktion der FDP  
– Drucksache 14/9620 –**

### **Entwicklung der Bundesagentur für Außenwirtschaft (bfai)**

#### Vorbemerkung der Fragesteller

Vor knapp zwei Jahren wurde ein umfassendes externes Gutachten über das Dienstleistungsangebot und die Organisationsstruktur der Bundesagentur für Außenwirtschaft (bfai) erstellt. Im Lichte der Ergebnisse dieses Gutachtens und angesichts knapper werdender öffentlicher Mittel wurde die bfai seitdem umstrukturiert.

#### Vorbemerkung der Bundesregierung

Die Bundesagentur für Außenwirtschaft (bfai) wurde 1951 als damalige Bundesauskunftsstelle für den Außenhandel gegründet. Im Rahmen der staatlichen Außenwirtschaftsförderung hat sie den Auftrag, der deutschen Wirtschaft erforderliche außenwirtschaftliche Informationen zur Verfügung zu stellen sowie das Berichtsmaterial der amtlichen deutschen Auslandsvertretungen über das Wirtschaftsgeschehen im Ausland auszuwerten und zugänglich zu machen.

Im Jahr 2000 wurde ein umfassendes externes Gutachten zum Dienstleistungsangebot und zur Organisationsstruktur der bfai erstellt, das eine Reihe von Optimierungsvorschlägen enthält.

Diese hat die bfai inzwischen in wesentlichen Teilen umgesetzt. Die empfohlene zukunftsorientierte Weiterentwicklung der Aufgabenstellung der bfai ist ebenfalls in mehreren Bereichen vorangebracht: Zum Beispiel hat die bfai den individuellen Auskunftsservice für mittelständische Unternehmen durch Direktrecherchen im Ausland ausgebaut. Das Informationsangebot berücksichtigt thematisch die neuen Zielgruppen Dienstleistungssektor/Freie Berufe und Handwerk. Außerdem übernahm die bfai zusätzliche Aufgaben im Bereich Informationsveranstaltungen als Instrument der Außenwirtschaftsförderung und richtete einen Internet-Marktplatz für Geschäftswünsche ein.

Im Bereich Marketing und Vertrieb sowie beim Einsatz moderner Kommunikationstechnik sind ebenfalls erhebliche Fortschritte erzielt worden, ebenso wie

durch neue strategische Partnerschaften und neue Kooperationsvereinbarungen mit privaten und staatlichen Organisationen (z. B. mit T-Online, DIHK, Verlagen, Verbänden usw.).

Um die zentrale Stellung der bfai im System der Außenwirtschaftsförderung zu verstärken, übertrug das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) im Herbst 2000 der bfai die Steuerung und Betreuung des neu entwickelten gemeinsamen Internet-Außenwirtschaftsportals iXPOS. Im Rahmen des Serviceverbundes Außenwirtschaft präsentieren dort Ministerien, Kammern, Ländervereine, Verbände und andere Akteure übersichtlich ihre Dienstleistungen. iXPOS schafft damit erstmalig für mittelständische Unternehmen Transparenz in der deutschen Außenwirtschaftsförderung und dient als Wegweiser durch das Angebot an Informationen und Dienstleistungen staatlicher und nicht-staatlicher Anbieter.

1. Wie hat sich der Haushaltsansatz für die bfai im Rahmen der Außenwirtschaftsförderung des Bundes seit 1998 entwickelt?

Die nachstehende Tabelle zeigt die Haushaltsansätze 1998 bis 2002 und des Regierungsentwurfs 2003:

Haushaltsjahr	Ausgaben		
	bfai – in T€ –	GfAI – in T€ –	Gesamt – in T€ –
1998	12 329	8 692	21 021
1999	12 361	8 845	21 206
2000	12 219	8 845	21 064
2001	11 926	8 181	20 107
2002	11 674	8 800	20 474
RegEntw. 2003	11 685	9 050	20 735

Von der im Jahr 2001 erfolgten Senkung des Haushaltsansatzes um 4,5 % gegenüber dem Vorjahr auf 20 107 T Euro hat das Auslandskorrespondentennetz, organisiert in der Gesellschaft für Außenhandelsinformation mbH (GfAI), den höheren Anteil der Absenkung – unter anderem bedingt durch Verzögerungen bei der Nachbesetzung im Korrespondentennetz – getragen. In 2002 und im Regierungsentwurf 2003 wurde der Haushaltsansatz für das Korrespondentennetz wieder aufgestockt.

2. Wie hat sich die Anzahl der Beschäftigten bei der bfai, insgesamt und gegliedert nach Auslandskorrespondenten, Verantwortlichen für Publikationen und Auskünfte sowie Beschäftigten in der internen Verwaltung, seit 1998 entwickelt?

Die Gesamtzahl der Beschäftigten der bfai einschließlich Auslandskorrespondenten hat sich von 235 im Jahr 1998 auf 211 in 2002 kontinuierlich verringert. Gründe hierfür sind 1,5 % Stelleneinsparung und Outsourcing entsprechend Organisationsgutachten.

Die Zahl der Auslandskorrespondenten bei der GfAI erhöhte sich bis 2002 auf 54 (1998: 53). Diese Auslandskorrespondenten werden bei der Informationsbeschaffung im Ausland im laufenden Jahr von 28 Ortskräften unterstützt (1998: 29).

Demgegenüber nahm die Anzahl der Stellen für Beschäftigte der bfai in Köln, die 1998 noch 182 Stellen umfasste, bis 2002 um 13,7 % auf 157 Stellen ab. Von den 182 Stellen in 1998 entfielen auf die Fachbereiche (u. a. Publikationen/ Auskünfte, Marketing und Öffentlichkeitsarbeit sowie Kundencenter) 103,5 Stellen (= 56,9 %), auf die Bereiche Informationstechnik, Innere Revision und Produktion 35 Stellen (= 19,2 %) sowie auf die interne Verwaltung einschließlich Innerer Dienst 43,5 Stellen (= 23,9 %). Von diesen 43,5 Stellen entfielen auf die Verwaltung des Auslandskorrespondentennetzes 7 Stellen.

2002 sind es in den Fachbereichen 103,25 Stellen (= 65,8 %), in den Bereichen Informationstechnik, Innere Revision und Produktion 18,25 Stellen (= 11,6 %) sowie in der internen Verwaltung 35,5 Stellen (= 22,6 %) einschließlich Innerer Dienst und der 5,5 Stellen für die Verwaltung des Auslandskorrespondentennetzes. Im Stellenplan der bfai bestehen außerdem noch 14 kw-Vermerke, die sich primär im Verwaltungsbereich auswirken werden.

3. Verfügt die Bundesregierung über Informationen zur Kundenstruktur der bfai, insbesondere über den Anteil mittelständischer Unternehmen (Definition des Instituts für Mittelstandsforschung Bonn), die die Leistungen der bfai konkret in Anspruch nehmen?

Die bfai zählt zurzeit knapp 66 000 Kunden. Gemäß Definition des Instituts für Mittelstandsforschung sind davon rd. 54 % mittelständische und kleine Unternehmen. Großunternehmen bilden rd. 15 % der bfai-Kunden. Die restlichen ca. 30 % gliedern sich in Kammern und Verbände, Behörden, Verlage etc., die hauptsächlich mittelständische Kunden bedienen.

4. Wie hat sich die Eigenfinanzierungsquote der bfai seit 1998 entwickelt?

Die nachstehende Tabelle zeigt die Entwicklung der Eigenfinanzierungsquote der bfai seit 1998:

Haushaltsjahr	Ist-Einnahmen – in T€ –	Ist-Ausgaben – in T€ –	Eigenfinanzierungsquote – in % –
1998	2 738	21 551	12,70
1999	2 481	20 820	11,92
2000	2 093	20 751	10,07
2001	1 876	20 481	9,16

Verschiedene Entwicklungen erklären die seit 1998 rückläufigen Einnahmen der bfai. Von besonderer Bedeutung ist die rasante Entwicklung des Mediums Internet seit Ende der 90er Jahre. Die bei Kunden generell ausgeprägte geringe Neigung, für im Internet angebotene Informationen zu zahlen, zeigte sich deutlich bei der Abrufbarkeit von bfai-Informationen über das neue Medium. Auch der einnahmenstärkste Bereich der Printmedien wurde nachhaltig durch das Internet als Vertriebsweg beeinträchtigt. Ein weiterer wesentlicher Grund für den Einnahmerückgang der bfai liegt in den so genannten Weiterverbreitungsvereinbarungen, die die bfai mit Industrie- und Handelskammern (IHK), Auslandshandelskammern (AHK) und Verbänden geschlossen hat. Diese Vereinbarungen verfolgen – im Interesse der Außenwirtschaftsförderung gemäß dem Förderauftrag der bfai – das Ziel, die Wirtschaft über Multiplikatoren noch umfassender mit bfai-Informationen zu versorgen. Den Vertragspartnern wurde

deshalb das Recht eingeräumt, bfai-Informationen kostenlos anzubieten. Die bfai profitiert zwar von stabilen Einnahmen aus diesen Verträgen, gleichzeitig geht dies jedoch einher mit einer geringeren Inanspruchnahme kostenpflichtiger Dienstleistungen bei der bfai.

Im Übrigen unterstreicht das o. a. externe Organisationsgutachten aus dem Jahr 2000, dass die Vorgabe einer Eigenfinanzierungsquote von seinerzeit 20 % unter den gegebenen Rahmenbedingungen unrealistisch war und nennt als Zielwert einen Eigendeckungsgrad von 14 %.

Dieser Eigendeckungsgrad soll bis 2005 erreicht werden. Ferner betonen die Gutachter in diesem Zusammenhang, dass das Hauptziel der bfai darin liege, die Außenwirtschaft zu fördern; die Erwirtschaftung von Eigeneinnahmen wird als Nebenzielorientierung bewertet.

5. Wie haben sich die unentgeltlichen und wie die entgeltlichen Zugriffe auf die bfai seit 1998 entwickelt?

Die Zahl der Internet-Besuche (Visits) bei der bfai belief sich 2001 auf rd. 333 000 verglichen mit rd. 202 000 in 2000 und rd. 166 000 in 1999. In diesen Zahlen sind unentgeltliche und entgeltliche Zugriffe enthalten.

Die Zahl der Nutzer via Internet gegen Entgelt lag 1998 bei 1 548 und erhöhte sich bis 2001 auf 2 252. Die durch entgeltliche Zugriffe über das Internet erzielten Umsätze betragen 1998: 67 965 Euro und 2001: 62 973 Euro (Hinweis: Kostenfreie Nutzung für sechs Wochen als Werbeaktion in 2001).

6. Kann die Bundesregierung die Beobachtung bestätigen, dass die Nachfrage der Unternehmen nach Informationen bei der bfai schon im Falle einer geringen Kostenbeteiligung radikal zurückgeht?

Eine eindeutige Korrelation von Nachfrage und Preis ist gegeben.

Besonders augenfällig ist die Zurückhaltung der Kunden bei Kostenpflichtigkeit im Internetbereich: In der sechswöchigen Testphase im Februar/März 2001 wurde die Nutzung der Datenbanken der bfai im Internet kostenlos angeboten und die Nutzerzahlen schnellten in die Höhe. In dieser Testphase nahm die Zahl der Besuche (Visits) um rund 40 % zu, die Zahl der abgerufenen Daten hat sich sogar mehr als verdoppelt.

Das für die bfai typische Kundenverhalten ist auch für den Printbereich zu belegen. Beispielsweise führten preisliche Anhebungen für einzelne Publikationen bzw. Periodika in der Spannweite von 5 bis 15 % im Jahr 1999 zu einer deutlich spürbaren Zurückhaltung bei den Kunden, die sich im Ergebnis in Einnahmeverlusten in Größenordnungen von 20 % niederschlugen.

Im Übrigen wird auf die Antwort zu Frage 4 verwiesen.

7. Wenn ja, teilt die Bundesregierung die Schlussfolgerung, dass unternehmensrelevante, kostenpflichtige Außenwirtschaftsinformationen von anderen Anbietern ebensogut bereitgestellt werden können?

Die Bundesregierung teilt diese Schlussfolgerung nicht. Über ein weltweites Korrespondentennetz wie das der bfai, verfügt kein privater Anbieter auch nur annähernd, noch weniger kann er die damit verbundene Informationstiefe und -breite erreichen (siehe auch Antwort zu Frage 8). Das bfai-Angebot unterscheidet sich von dem anderer Anbieter dadurch, dass die Informationen neutral und unabhängig, d. h. nicht gewerbsmäßig, erhoben werden, dass sie umfassend

alle für die deutsche Wirtschaft wichtigen Exportmärkte abdecken und dass sie kontinuierlich aktualisiert und überprüft werden. In aller Regel sind die Informationen privater Anbieter (z. B. finanziert über Anzeigen oder Consulting-Interessen) nur auf gerade besonders lukrative Märkte konzentriert, sie sind zudem oft deutlich teurer und erfüllen damit nicht die übergreifend zu sehende Aufgabe der außenwirtschaftlichen Mittelstandsförderung.

Die Bundesregierung geht davon aus, dass die Bereitstellung von verlässlichen Außenwirtschaftsinformationen weltweit für mittelständische Unternehmen aus Gründen des internationalen Wettbewerbs unverzichtbar ist, zumal der Export dieser Unternehmen eine zentrale Säule der deutschen Wirtschaft darstellt.

Aufgrund der anerkannten Qualität und Aktualität nutzen viele Multiplikatoren, wie Kammern, Verbände, Verlage und Banken, die bfai-Informationen in ihrem Informationsservice oder verbreiten sie für ihre mittelständischen Kunden in der zweiten Stufe direkt. Die bfai fördert diese „Nutzung in der zweiten Stufe“ durch den Abschluss weiterer Kooperationsvereinbarungen.

8. Nach welchen Kriterien werden bei der bfai zuverlässige von unzuverlässigen Informationen unterschieden und auf welchen Beobachtungen beruht in diesem Zusammenhang die Annahme der Bundesregierung, dass die Informationen der bfai zuverlässiger sind als diejenigen anderer Anbieter?

Die bfai-Informationen werden im Ausland überwiegend aus Primärquellen von eigenen, speziell geschulten Marktberichterstattem beschafft, die in dieser Form kein anderer Anbieter in Deutschland besitzt. Aufgrund des öffentlichen Auftrags der bfai-Korrespondenten haben diese Zugang zu offiziellen und seriösen Quellen und Daten vor Ort, z. B. zu Regierungsstellen, Kammern und Wirtschaftsverbänden usw. Hinzu kommen die Berichte der amtlichen deutschen Auslandsvertretungen an die bfai, die ebenfalls weitgehend auf der Basis von offiziellen Kontakten erstellt werden.

Im Inland befasst sich eine Reihe von hochqualifizierten Fachleuten der bfai mit der Beschaffung und Bewertung von weiteren Daten, z. B. Ausschreibungen, Projekte, Geschäftswünsche; hierbei wird ein kritischer Maßstab, z. B. bezüglich der Termine oder der Seriosität von Geschäftsanfragen, angelegt und es werden der deutschen Wirtschaft nur brauchbare Informationen weitergegeben. Eine vergleichbare Filterung ist bei anderen Anbietern aufgrund des nicht in dem gleichen Maße vorhandenen Know-hows nicht erkennbar.

Die bfai zieht im Übrigen keinen Vorteil daraus, Unternehmen für ein bestimmtes Land zu werben; sie informiert unabhängig und neutral.

9. Sieht die Bundesregierung einen Konflikt zwischen dem Bedarf vieler Unternehmen nach individuellen, auf die speziellen betrieblichen Belange ausgerichteten Informationen und dem allgemeinen öffentlichen Auftrag, dem die bfai als eine Bundesagentur unterliegt?

Die Bundesregierung sieht diesen Konflikt nicht. Die bfai hat sich in den letzten Jahren auf den veränderten Informationsbedarf der Wirtschaft, d. h. die Verlagerung von allgemeinen zu speziellen und individuellen Informationen, eingestellt. Das Angebot an Brancheninformationen wurde weiterentwickelt, der individuelle Auskunftsservice ausgebaut. Über die traditionellen Einzelauskünfte hinaus, die in Teilbereichen deutlich zugenommen haben, wurde ein so genannter elektronischer Profildienst entwickelt, der den Kunden anhand eines hinterlegten Interessensprofils nur diejenigen Informationen zukommen lässt, die sich mit diesem Profil decken. Desweiteren sind auch die Auslandsmitarbeiter in die Beantwortung von speziellen Fragen im Rahmen von spezifischen Informa-

tionsrecherchen eingeschaltet. Ein weiterer Schritt, den individuellen Informationsbedarf der Firmen auf Wunsch der Wirtschaft gezielt zu befriedigen, ist das Bestreben der bfai, die deutschen Unternehmen noch stärker an die Ausschreibungen internationaler Finanzierungsinstitutionen (z. B. der Weltbank) heranzuführen.

Generell ist festzustellen, dass die bfai mit ihrem Service die verbleibende Lücke zwischen Zeitungs- und Internetinformation und Einzelberatung durch die Auslandshandelskammern oder Consultingfirmen füllt.

10. Wie steht die Bundesregierung zu Vorschlägen, die bfai in eine private Rechtsform überzuführen?

In dem externen Gutachten über das Dienstleistungsangebot und die Organisationsstruktur wird die bfai mit ihrem Informationsangebot als unverzichtbares Instrument der deutschen Außenwirtschaftsförderung bezeichnet. Konkrete Vorschläge hinsichtlich der Rechtsform der bfai wurden seitens der Gutachter nicht unterbreitet. Erwogen wurde lediglich eine mittel- bis langfristige Umwandlung in eine GmbH, wobei allerdings davon ausgegangen wurde, dass es sich hierbei nur um eine „unechte“ Privatisierung bei Beibehaltung der vollen Bundesbeteiligung handeln kann.

Ein privatrechtlicher Status der bfai brächte zudem eine Reihe erheblicher Nachteile bei der Informationsbeschaffung (z. B. bei Kontakten zu offiziellen Stellen im In- und Ausland) mit sich.

11. Wie steht die Bundesregierung zu Vorschlägen, die Außenhandelskammern und die bfai organisatorisch und personell allmählich zu verschmelzen?

Eine Verschmelzung von bfai und Auslandshandelskammern brächte keinen Gewinn für die deutsche Außenwirtschaft. Die bfai schafft die informatorische Grundlage für ein Auslandsengagement deutscher Unternehmen und stellt sie in Deutschland objektiv und neutral zur Verfügung. Die Auslandshandelskammern, die im Übrigen unabhängige Rechtspersönlichkeiten des jeweiligen Gastlandes sind, konzentrieren sich auf die Beratung ihrer Mitglieder und Kunden vor Ort. Würden die bfai-Korrespondenten mit den Auslandshandelskammern verschmolzen, ginge die direkte Anbindung an die deutschen Gegebenheiten und Interessen der mittelständischen Wirtschaft, die sich durch die Vielzahl der Kunden bei der bfai focussieren, verloren. Eine organisatorische und personelle Verschmelzung der gesamten bfai (also auch der Inlandsmitarbeiter) mit den Auslandshandelskammern ist aus verschiedenen Gründen (u. a. Rechtssituation der AHK) nicht vorstellbar. Räumliche Bürogemeinschaften der bfai-Berichterstatter und der Auslandshandelskammern sind dagegen bereits an vielen Standorten vorhanden und andere Synergieeffekte werden konsequent genutzt (z. B. bei der Informationsnutzung und -weiterverbreitung).

Im System der Außenwirtschaftsförderung achten alle Beteiligten darauf, dass eine enge Kooperation zwischen bfai und dem Netz der Auslandshandelskammern, Delegierten und Repräsentanten der Deutschen Wirtschaft sowie den amtlichen deutschen Auslandsvertretungen zur Vermeidung von Überschneidungen und Nutzung von Synergien stattfindet.



