



Studie zu Massnahmen zur Verbesserung der Nutzung von Freihandelsabkommen

Im Auftrag des Staatssekretariat
für Wirtschaft SECO

21. Dezember 2022

Executive Summary

Ausgangslage

Mit einem Netz von 35 Freihandelsabkommen (FHA), welche 73 Länder und Territorien umfassen, gehört die Schweiz zu den Ländern mit den weltweit meisten abgeschlossenen FHA. Unternehmen stehen jedoch bei der Nutzung von FHA vor unterschiedlichen Herausforderungen. So sind die Abkommen sehr umfassende und komplexe Instrumente, die Anwendung im Warenhandel setzt auch vertieftes Fachwissen zu Themen wie den Ursprungsregeln oder Ursprungsnachweisen voraus. Dies widerspiegelt sich auch in der Nutzungsrate der FHA. Im Rahmen einer vom SECO beauftragten Studie zeigte sich einerseits, dass Schweizer Importunternehmen 2018 mit Hilfe der FHA 2,5 Milliarden Schweizer Franken einsparen konnten. Dies entspricht einer Nutzungsrate von 73%. Bei den Exportunternehmen lag die Einsparung bei 1,8 Milliarden Schweizer Franken und einer Nutzungsrate von 80%. Die Unternehmen hätten jedoch bei einer vollumfänglichen Nutzung der FHA im Handel von Ursprungswaren von zusätzlichen Zolleinsparungen im Umfang von importseitig 447 Millionen Franken und exportseitig 443 Millionen Franken profitieren können. Weiter ergaben Firmenbefragungen des SECO, dass sich Unternehmen nicht genügend gut über die Nutzung der FHA informiert fühlen und dass ein Bedürfnis nach einem verbesserten Informations- und Unterstützungsangebot zur Nutzung der FHA besteht.

Auftrag des Bundesrates

Der Bundesrat hat das WBF im Rahmen der Gesamtschau zur Stärkung des Schweizer Wirtschaftsstandortes beauftragt zu überprüfen, ob die Nutzung der FHA vereinfacht sowie verbessert werden kann und bis Ende 2022 darüber Bericht zu erstatten. Die folgende Studie wurde im Auftrag des SECO durch EY Schweiz durchgeführt und analysiert das bestehende, das erwünschte sowie das potenziell zusätzliche Informations- und Unterstützungsangebot zu FHA. Des Weiteren erlaubt die Analyse, Empfehlungen und Ansätze zur Vereinfachung sowie Verbesserungen des Angebots abzugeben.

Basierend auf der geschilderten Ausgangslage, beschäftigt sich diese Studie mit der folgenden Frage:

Wie können die Informations- und Unterstützungsangebote zur Nutzung von FHA für Schweizer Unternehmen verbessert und/oder vereinfacht werden?

Das Vorgehen

Aufbauend auf den bereits durchgeführten Studien sowie den Firmenbefragungen des SECO wurde in der aktuellen Studie der Fokus auf die individuellen Ansichten und qualitativen Lösungsansätze für Unternehmen, welche FHA nutzen möchten, gelegt. Das bestehende Informations- und Unterstützungsangebot wurde mithilfe einer Gap-Analyse mit dem von Unternehmen gewünschten Angebot verglichen. Darauf aufbauend wurden Ansätze zur Verbesserung der Angebote vorgeschlagen.

Die Analyse der bestehenden Angebote

In der Analysephase hat EY einerseits Interviews mit bundesinternen Expertinnen und Experten zur Nutzung von FHA durchgeführt. Diese zeigten auf, dass es insbesondere an einer Gesamtverantwortung, Übersichtlichkeit, Bekanntheit sowie benutzerfreundlichen Darstellung der bestehenden Angebote fehlt. Andererseits wurden 50 nationale sowie 20 internationale aktuelle Informations- und Unterstützungsangebote zur Nutzung von FHA gruppiert und bewertet. Um die aktuellen Angebote zu gruppieren, wurden diese wie folgt unterteilt: Theoretische Informationsangebote zu FHA, praxisbezogene Informationsangebote zur konkreten Nutzung von FHA und praxisbezogene Unterstützungsangebote zur konkreten Nutzung von FHA. Die Gruppierung des Angebotes hat ergeben, dass die bestehenden nationalen Informations- und Unterstützungsangebote grundsätzlich viele Angaben abdecken, welche ein Unternehmen benötigt, um ein FHA zu nutzen. Zur Bewertung und zur Messung der Qualität der bestehenden Informations- und Unterstützungsangebote wurden acht Bewertungskriterien verwendet: Übersichtlichkeit, Komplexität, Sichtbarkeit, Ausführlichkeit, Relevanz, Interaktivität, Verlinkung und Sprachen. Die Bewertung des Angebotes hat aufgezeigt, dass das bestehende Angebot zwar viele gute Elemente beinhaltet, aber auch Potential zur Verbesserung, z.B. bei der Übersichtlichkeit oder der Sichtbarkeit des Angebotes, besteht.

Die Analyse des von den Wirtschaftsakteuren erwünschten Angebotes

Nach der Analyse der bestehenden Angebote wurde durch Interviews mit Unternehmen und Wirtschaftsvertretern untersucht, welche Herausforderungen, Bedürfnisse und Wünsche zur Nutzung der FHA bestehen. Die Interviews ergaben, dass die bestehenden theoretischen und praxisbezogenen Informations- und Unterstützungsangebote grundsätzlich die Informationsbedürfnisse der Unternehmen abdecken. Die Unternehmen und Wirtschaftsvertreter bestätigten die Erkenntnisse der Analyse, dass obschon viele gute Elemente enthalten sind, es den bestehenden Angeboten unter anderem an Übersichtlichkeit, Sichtbarkeit sowie

Benutzerfreundlichkeit fehlt. Dabei wurden Webseiten zum Teil nicht als nutzerfreundlich wahrgenommen und Suchfunktionen als erschwert zu handhaben empfunden. Viele Befragte gaben an, dass man sich das Fachwissen zur Nutzung der FHA im Selbststudium aneignen müsse. Obschon vielen Befragten der initiale Aufwand in Form von Zeit und Ressourcen bewusst ist, stellt die uneinheitliche Verteilung der Informationen auf den verschiedenen Angebotsseiten, fehlenden direkte Kontaktmöglichkeiten sowie die nicht alltagsnahe Fachsprache der Informationen eine grosse Herausforderung dar. Die aktuellen Angebote erfüllen somit gemäss den Interviews nicht die (individuellen) Nutzungsbedürfnisse und es besteht Ausbaupotential, um die Unternehmen bei der Nutzung der FHA zu unterstützen.

Resultate der Gap-Analyse

Die Ergebnisse der Analyse des bestehenden Informations- und Unterstützungsangebotes sowie der Interviews wurden in einer Gap-Analyse untersucht, wobei hier der Unterschied zwischen dem aktuellen Angebot und dem von den Wirtschaftsakteuren erwünschten Angebot festgehalten wurde. Die Gap-Analyse verdeutlichte, dass das theoretische Informationsangebot zu FHA von den Befragten als umfassend wahrgenommen wird und nur wenige Massnahmen zur Verbesserung benötigt werden. Die grössten ungedeckten Bedürfnisse liegen hingegen bei den praxisbezogenen Informations- und Unterstützungsangeboten. Den Unternehmen fehlt es innerhalb der praxisbezogenen Informationsangeboten an einer Vereinfachung und Zusammenführung aller Informationen, an einem Einstieg für Neunutzende sowie an einer höheren Benutzerfreundlichkeit der Angebote. Ein zentralisiertes Informationsangebot, ein verbesserter Webauftritt mit visuellen sowie interaktiven Elementen würde die Nutzung der Angebote vereinfachen. Des Weiteren könnten Erklärungsvideos, ein Entscheidungsbaum oder branchenspezifische Informationen den Unternehmen den komplexen Inhalt zu FHA näher bringen und die Nutzung für Einsteiger erleichtern. Ein Newsletter könnte zudem helfen, die Unternehmen auf dem aktuellen Stand zu halten und über fortlaufende Änderungen sowie relevante Fachthemen zu informieren. Die Bedürfnisse zu den praxisbezogenen Unterstützungsangeboten gleichen einerseits denjenigen der praxisbezogenen Informationsangebote, andererseits wurden weitere Wünsche zu praktischen Nutzungsangeboten geäussert. Dabei wünschen sich die Wirtschaftsvertreter Beispielaufgaben mit Musterlösungen, Lernmöglichkeiten und spezifische Tools, die ihnen bei der alltäglichen Nutzung der FHA helfen. Nicht zuletzt würden Unternehmen direkte Kontaktmöglichkeiten durch eine Hotline oder Ansprechpersonen schätzen, um individuelle Anliegen und Unsicherheiten zu besprechen.

1 Theoretische Informationsangebote zu FHA	2 Praxisbezogene Informationsangebote zu FHA	3 Praxisbezogene Unterstützungsangebote zu FHA
▶ Fehlende Einstiegsseite	▶ Fehlende Einstiegsseite	▶ Fehlende Einstiegsseite
	▶ Fehlende Sichtbarkeit	▶ Fehlende Sichtbarkeit
	▶ Fehlende Übersicht	▶ Fehlende Übersicht
	▶ Fehlende fortlaufende Informationen	▶ Fehlende Tools
	▶ Fehlende Beispielaufgaben	▶ Fehlende Lernmöglichkeiten
	▶ Fehlendes Informationsangebot	▶ Fehlende Beispielaufgaben
	▶ Fehlende Komplexitätsreduktion	▶ Fehlende direkte Ansprechpersonen
	▶ Fehlende Modernität	▶ Fehlende anonyme Hotline
		▶ Fehlende Modernität

Abbildung 1 - Identifizierte Gaps pro Gruppe (eigene Darstellung)

Empfehlungen und Ansätze zur Verbesserung des Angebotes

Auf der Grundlage der Gap-Analyse wurden unterschiedliche Ansätze erarbeitet. Diese stützen sich einerseits auf die ermittelten Bedürfnisse aus den Interviews sowie auf eine Aufwandsschätzung. Die Ansätze wurden in drei verschiedene Aufwandskategorien (gering, mittel, hoch) eingeteilt wobei sie sich gleichzeitig daran orientieren, die in den Gap-Analysen identifizierten Lücken zu schliessen. Pro Ansatz werden teils mehrere Varianten zur Umsetzung vorgeschlagen.

Somit reichen die Ansätze über Massnahmen, die mit geringem Aufwand umgesetzt werden können, wie zum Beispiel einem Entscheidungsbaum mit einer Übersicht zum bestehenden Informations- und Unterstützungsangebot, bis zu solchen, die mit einem hohen Aufwand realisiert werden können, wie zum Beispiel einem neuen Informationsportal zu FHA. Zu beachten ist, dass aufwändigere Massnahmen mehrere Gaps schliessen und einer Vielzahl an Bedürfnissen der Unternehmen nachkommen können. Bei der Umsetzung der Ansätze erscheint es wichtig, Aufwand und Wirkung der einzelnen Massnahmen miteinander zu vergleichen, aber auch zu beachten, welche der identifizierten Gaps damit geschlossen werden können. In der folgenden Abbildung sind die Ansätze (mit den Varianten zur Umsetzung) dargestellt.

Mit höchster Priorität könnten diejenigen Empfehlungen und Ansätze umgesetzt werden, die mit wenig Ressourcenaufwand eine im Vergleich hohe Wirkung erzielen. Diese umfassen

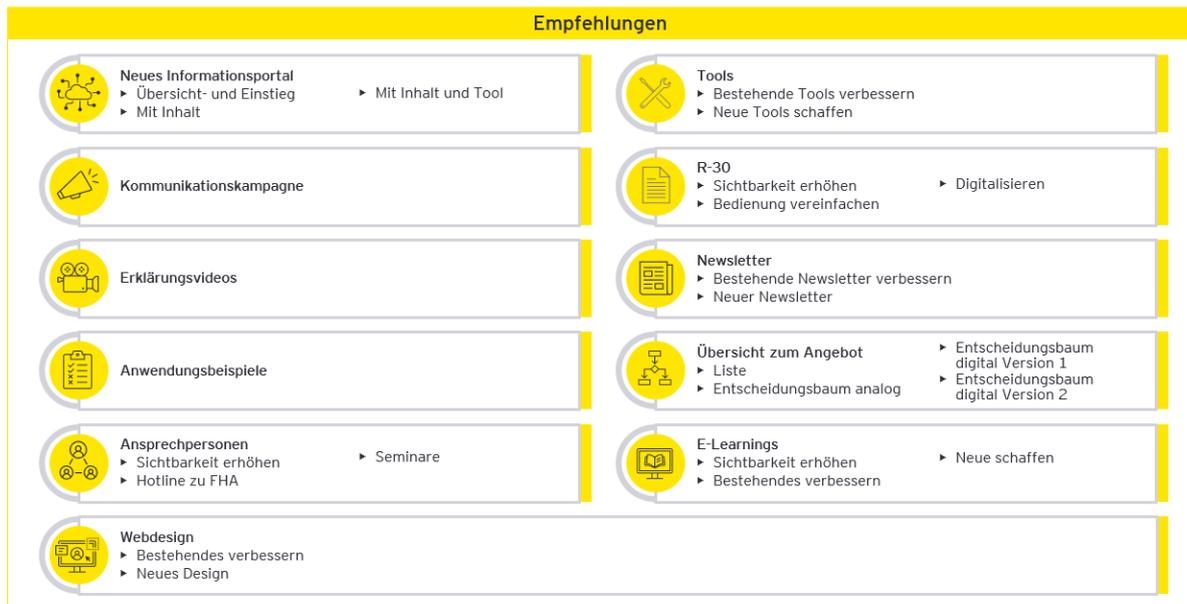


Abbildung 2 - Übersicht Empfehlungen / Ansätze (eigene Darstellung)

die Ansätze «Übersicht zum Angebot: Analoges Entscheidungsbaum», «Übersicht zum Angebot: Digitaler Entscheidungsbaum (Version 1)», «Neue Anwendungsbeispiele», «Neue Erklärungsvideos», «Sichtbarkeit der E-Learnings erhöhen», «R-30: Sichtbarkeit erhöhen», «R-30: Bedienung vereinfachen», «Bestehende Newsletter verbessern», «Bestehendes Webdesign verbessern», «Sichtbarkeit der Tools erhöhen», «Sichtbarkeit der Ansprechpersonen erhöhen» sowie «Kommunikationskampagne». Weiter könnten einige aufwändigere Ansätze umgesetzt werden, da diese vermutlich eine höhere Wirkung haben werden. Diese umfassen «Entscheidungsbaum digital (Version 2)», «Neue E-Learnings schaffen», «Neues Webdesign», «Ansprechpersonen: Seminare» sowie eine der drei Ansätze von «Neues Informationsportal».

Diejenigen Ansätze, welche mit wenig Aufwand und in einer kurzen Zeit umgesetzt werden können, könnten zeitnah realisiert werden. Anschliessend könnte der aufwändigere Ansatz «Neues Informationsportal zu FHA - freihandelsabkommen.ch» angegangen werden. Dieses neue Informationsportal könnte modular auf- und ausgebaut werden, sodass eine erste Version mit wenigen Modulen (z.B. nur mit einer Übersicht- und einem Einstieg zum bestehenden Informations- und Unterstützungsangebot) bereits mit einem mittleren Aufwand umgesetzt werden könnte.

Durch ein übersichtlich strukturiertes, zentralisiertes und verständliches Informations- und Unterstützungsangebot könnte einerseits die Nutzung von FHA weiter erhöht und andererseits der Aufwand, welchen Unternehmerinnen und Unternehmer zur Nutzung benötigen, verringert werden. Die erarbeiteten Ansätze sind daher zur erleichterten Nutzung der FHA

ausgestaltet und umfassen Massnahmen, die auf der Grundlage von Analysen und Interviews erarbeitet wurden. Damit die Ansätze die erwünschte Wirkung zeigen, könnte die Zusammenarbeit aller Anbieter von Informations- und Unterstützungsangeboten zu FHA weiter gestärkt werden, damit das Know-How und die bestehenden Ansätze optimal kombiniert und die Nutzung von FHA verbessert werden könnte.

Die Studie wurde in Zusammenarbeit mit dem SECO erstellt. Sie wurde am 20. Dezember 2022 durch das SECO geprüft und freigegeben.

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	x	
Tabellenverzeichnis	xii	
Abbildungsverzeichnis	xv	
1	Freihandelsabkommen	1
1.1	Analysegegenstand FHA	1
1.2	Zielsetzung von FHA	1
1.3	Funktionsweise von FHA	2
2	Aktuelle Situation der FHA in der Schweiz.....	4
2.1	Situation FHA in der Schweiz	4
2.2	Vorarbeiten, Vorstudien.....	4
2.3	Auftrag.....	5
3	Allgemeine Methodik	6
3.1	Verständnis des Auftrages	6
3.2	Phase 1: Analyse.....	7
3.3	Phase 2: Abgleich.....	8
3.4	Phase 3: Empfehlung	8
4	Bestehende Informations- und Unterstützungsangebote	10
4.1	Interviews mit bundesinternen Expertinnen und Experten	10
4.2	Methodik	11
4.2.1	Gruppierung der Angebote	11
4.2.2	Bewertung der Qualität der Angebote	13
4.3	Analyse und Ergebnisse	14
4.3.1	Vorliegen und Umfang der Angebote.....	14
4.3.2	Bewertung der Angebote	28
5	Erwünschte Informations- und Unterstützungsangebote	43
5.1	Methodik	43
5.1.1	Einbindung von Vorstudien.....	43
5.1.2	Vorgehen in dieser Studie	46
5.2	Analyse und Ergebnisse	46
5.2.1	Analyse zu den theoretischen Informationsgruppen zu FHA	47
5.2.2	Analyse zu den praxisbezogenen Informationsangeboten zur Nutzung von FHA	47
5.2.3	Analyse zu den praxisbezogenen Unterstützungsangeboten zur Nutzung von FHA	50
5.2.4	Zwischenfazit.....	52

6	Potenziell zusätzliche Informations- und Unterstützungsangebote	55
6.1	Erkenntnisse aus den Interviews mit Expertinnen und Experten	55
6.2	Theoretisches Informationsangebot zu FHA	55
6.3	Praxisbezogene Informationsangebote zur konkreten Nutzung von FHA.....	55
6.3.1	Enterprise Singapore	55
6.3.2	Trade4MSMEs (WTO)	56
6.3.3	Zoll Deutschland.....	57
6.4	Praxisbezogene Unterstützungsangebote zur konkreten Nutzung von FHA.....	58
6.4.1	Access2Markets	59
6.4.2	ePing.....	61
6.4.3	Free Trade Agreement Portal	61
6.4.4	Global Trade Helpdesk	62
6.4.5	Market Access Map.....	63
6.4.6	Rules of Origin Facilitator	65
6.4.7	UK Online Tariff Finder.....	66
6.5	Zwischenfazit.....	66
7	Abgleich von bestehenden und erwünschten Angeboten	68
7.1	Gap-Analyse in den verschiedenen Gruppierungen.....	68
7.1.1	Theoretische Informationsangebote zu FHA.....	68
7.1.2	Praxisbezogene Informationsangebote zur konkreten Nutzung von FHA.....	69
7.1.3	Praxisbezogene Unterstützungsangebote zur konkreten Nutzung von FHA.....	74
7.2	Zwischenfazit.....	77
8	Empfehlungen und Ansätze	79
8.1	Übersicht zum bestehenden Informations- und Unterstützungsangebot.....	81
8.1.1	Übersicht - Liste mit Anbietern (Aufwandskategorie 1)	81
8.1.2	Übersicht - Entscheidungsbaum analog (Aufwandskategorie 2)	82
8.1.3	Übersicht - Entscheidungsbaum digital (Aufwandskategorie 2).....	83
8.1.4	Übersicht - Entscheidungsbaum digital (Aufwandskategorie 3).....	84
8.2	Anwendungsbeispiele - Neues Angebot schaffen (Aufwandskategorie 1)	85
8.3	Erklärungsvideos - Neues Angebot schaffen (Aufwandskategorie 2)	86
8.4	E-Learnings	88
8.4.1	E-Learnings - Sichtbarkeit erhöhen (Aufwandskategorie 1)	88
8.4.2	E-Learnings - Bestehendes Angebot verbessern (Aufwandkategorie 2)	89
8.4.3	E-Learnings - Neue Angebote schaffen (Aufwandkategorie 3)	90
8.5	R-30.....	92
8.5.1	R-30 - Sichtbarkeit erhöhen (Aufwandskategorie 1)	92
8.5.2	R-30 - Bedienung vereinfachen (Aufwandskategorie 2).....	93

8.5.3	R-30 - Digitalisieren (Aufwandkategorie 3)	94
8.6	Bestehende Tools: Überarbeitung	95
8.6.1	Sichtbarmachung erhöhen (Aufwandkategorie 1)	96
8.6.2	Tares Benutzerfreundlichkeit verbessern (Aufwandkategorie 2)	96
8.6.3	Zolldatenbank von S-GE optimieren (Aufwandkategorie 2)	98
8.7	Neues (integriertes) Tool: Anforderungen präferenzierter Ursprung	99
8.7.1	Kollaboration mit EU (Aufwandskategorie 2)	99
8.7.2	Kollaboration mit dem ITC (Aufwandskategorie 2)	100
8.7.3	Fragebogen zur Ursprungsbestimmung einführen (Aufwandskategorie 2)	102
8.7.4	Eigenes integriertes Tool (Aufwandskategorie 3)	103
8.8	Neues Tool - Zolleinsparungen in CHF (Aufwandskategorie 2)	104
8.9	FHA Newsletter	106
8.9.1	Bestehende Newsletter verbessern (Aufwandskategorie 1)	106
8.9.2	Neuer Newsletter zur FHA-Nutzung einführen (Aufwandskategorie 2)	107
8.10	Webdesign bei Bundeswebseiten	108
8.10.1	Bestehendes verbessern (Aufwandskategorie 2)	108
8.10.2	Neues Design (Aufwandskategorie 3)	110
8.11	Zugang zu Ansprechpersonen	111
8.11.1	Sichtbarkeit erhöhen (Aufwandskategorie 1)	111
8.11.2	(Anonymisierte) Hotline zu FHA und Ursprungsregeln (Aufwandskategorie 1)	112
8.11.3	(Branchenspezifische) Seminare (Aufwandskategorie 2)	114
8.12	BAZG: Übersichtlichkeit	115
8.12.1	Übersichtlichkeit punktuell verbessern (Aufwandskategorie 2)	116
8.12.2	Übersichtlichkeit durch neue Elemente verbessern (Aufwandskategorie 2)	117
8.12.3	BAZG: Übersichtlichkeit - Neues Webdesign (Aufwandskategorie 2)	118
8.13	Neues Informationsportal schaffen	119
8.13.1	Übersicht- und Einstiegsseite (Aufwandskategorie 3)	119
8.13.2	Übersicht- und Einstieg mit Inhalt (Aufwandskategorie 3)	120
8.13.3	Übersicht- und Einstieg mit Inhalt und Tool (Aufwandskategorie 3)	121
8.14	Kommunikationskampagne (Aufwandskategorie 1)	123
8.15	Zwischenfazit Empfehlungen und Ansätze	124
9	Fazit und Ausblick	128
	Anhang A: Resultate der Interviews mit den Wirtschaftsvertretern	131
	Anhang B: Definitionen	137
	Anhang C: Liste mit Informations- und Unterstützungsangeboten	140
	Literaturverzeichnis	145

Abkürzungsverzeichnis

BAZG:	Bundesamt für Zoll und Grenzsicherheit
BLW:	Bundesamt für Landwirtschaft
EA:	Ermächtigter Ausführer
EFTA:	Europäische Freihandelsassoziation
EU:	Europäische Union
EURO-MED:	Euro-Mediterran
FHA:	Freihandelsabkommen
GPK-N:	Geschäftsprüfungskommission des Nationalrates
GTH:	Global Trade Helpdesk
HS:	Harmonisiertes System
HSG:	Universität St. Gallen
ICC:	International Chamber of Commerce
ITC:	International Trade Center
KKMU:	Kleinst-, klein- und mittlere Unternehmen
KMU:	Kleine- und mittlere Unternehmen
MFN:	Meistbegünstigungszollsatz
PAN-Zone:	Paneuropäische Freihandelszone
PEM:	Pan-Europa-Mittelmeer
PS:	Prozessschritt
PVK:	Parlamentarische Verwaltungskontrolle
ROSA:	Rules of Origin Self-Assessment
SECO:	Staatssekretariat für Wirtschaft
S-GE:	Switzerland Global Enterprise
SSIB:	Swiss School for International Business
UN:	United Nations / Vereinte Nationen

WBF:	Departement für Wirtschaft Bildung und Forschung
WCO:	World Customs Organization
WTO:	World Trade Organization
WUP:	Warenursprung und Präferenz
WVB:	Warenverkehrsbescheinigung

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1 - Übersicht Angebot SECO.....	15
Tabelle 2 - Informations- und Unterstützungsangebot des SECO.....	15
Tabelle 3 - Übersicht Angebot BAZG	17
Tabelle 4 - Informations- und Unterstützungsangebot des BAZG	17
Tabelle 5 - Übersicht Angebot S-GE.....	18
Tabelle 6 - Informations- und Unterstützungsangebot von S-GE.....	19
Tabelle 7 - Übersicht Angebot EFTA	20
Tabelle 8 - Informations- und Unterstützungsangebot der EFTA	20
Tabelle 9 - Übersicht Angebot BWL	21
Tabelle 10 - Informations- und Unterstützungsangebot des BLW	21
Tabelle 11 - Übersicht Angebot Handelskammern	22
Tabelle 12 - Informations- und Unterstützungsangebot der Handelskammern.....	22
Tabelle 13 - Übersicht Angebot der Wirtschaftsverbände.....	23
Tabelle 14 - Informations- und Unterstützungsangebot der Wirtschaftsverbände.....	23
Tabelle 15 - Übersicht Angebot Beratungsunternehmen	24
Tabelle 16 - Informations- und Unterstützungsangebot der Beratungsunternehmen.....	25
Tabelle 17 - Übersicht internationale Organisationen	26
Tabelle 18 - Informations- und Unterstützungsangebot von int. Organisationen.....	26
Tabelle 19 - Gesamtbewertung aller Angebote	29
Tabelle 20 - Bewertung des SECO Angebotes.....	30
Tabelle 21 - Bewertung des Angebotes des BAZG	32
Tabelle 22 - Bewertung des Angebotes von S-GE.....	35
Tabelle 23 - Bewertung des BLW Angebotes	37
Tabelle 24 - Bewertung des BLW Angebotes	38
Tabelle 25 - Bewertung des Angebotes der Handelskammern.....	38
Tabelle 26 - Bewertung des Angebotes der Wirtschaftsverbände	39
Tabelle 27 - Bewertung des Angebotes von finesolutions	40
Tabelle 28 - Bewertung des Angebotes der ZFEB (zollschule.ch).....	42
Tabelle 29 - Bewertung internationale Organisationen.....	42
Tabelle 30 - Bericht Seco zu den Resultaten der Firmenbefragung zur Nutzung von FHA durch Schweizer Exporteure.....	44
Tabelle 31 - Bewertung der Webseite von Enterprise Singapore	56
Tabelle 32 - Bewertung der Webseite Trade4MSMEs	57
Tabelle 33 - Bewertung der Webseite des deutschen Zolls.....	58
Tabelle 34 - Bewertung von Access2Markets	59
Tabelle 35 - Bewertung von ROSA	60
Tabelle 36 - Bewertung von ePing.....	61

Tabelle 37 - Bewertung des Free Trade Agreement Portal.....	62
Tabelle 38 - Bewertung des Global Trade Helpdesk.....	63
Tabelle 39 - Bewertung der Market Access Map	64
Tabelle 40 - Bewertung des Rules of Origin Facilitator	65
Tabelle 41 - Bewertung UK Online Tariff Finder.....	66
Tabelle 42 - Kriterien pro Ansatz	79
Tabelle 43 - Zuteilung in Aufwandskategorien.....	81
Tabelle 44 - Übersicht Liste.....	82
Tabelle 45 - Entscheidungsbaum analog.....	83
Tabelle 46 - Entscheidungsbaum digital Version 1	84
Tabelle 47 - Entscheidungsbaum digital Version 2.....	85
Tabelle 48 - Neue Anwendungsbeispiele	86
Tabelle 49 - Neue Erklärungsvideos	87
Tabelle 50 - E-Learnings Sichtbarkeit	89
Tabelle 51 - Bestehende E-Learnings verbessern	90
Tabelle 52 - Neue E-Learnings	91
Tabelle 53 - R-30 Sichtbarkeit	92
Tabelle 54 - R-30 Bedienung vereinfachen	93
Tabelle 55 - R-30 digitalisieren	95
Tabelle 56 - Bestehende Tools Sichtbarmachung.....	96
Tabelle 57 - Tares Benutzerfreundlichkeit	97
Tabelle 58 - Zolldatenbank von S-GE optimieren	98
Tabelle 59 - Kollaboration mit EU.....	100
Tabelle 60 - Kollaboration mit dem ITC.....	101
Tabelle 61 - Fragebogen zur Ursprungsbestimmung	102
Tabelle 62 - Eigenes Tool zur Präferenzbestimmung	103
Tabelle 63 - Neues Tool Zolleinsparungen in CHF	105
Tabelle 64 - Bestehende Newsletter verbessern.....	106
Tabelle 65 - Neuer FHA Newsletter	108
Tabelle 66 - Bestehendes Webdesign verbessern	109
Tabelle 67 - Neues Webdesign	110
Tabelle 68 - Ansprechpersonen Sichtbarkeit	112
Tabelle 69 - Ansprechperson Hotline zu FHA	113
Tabelle 70 - Ansprechperson Seminare	115
Tabelle 71 - BAZG Übersichtlichkeit punktuell verbessern	116
Tabelle 72 - BAZG Übersichtlichkeit durch neue Elemente verbessern.....	117
Tabelle 73 - BAZG Übersichtlichkeit neues Webdesign	118
Tabelle 74 - Neues Informationsportal Übersicht- und Einstieg	119
Tabelle 75 - Neues Informationsportal Übersicht- und Einstieg mit Inhalt	121

Tabelle 76 - Neues Informationsportal Übersicht- und Einstieg mit Inhalt und Tool	123
Tabelle 77 - Kommunikationskampagne	124
Tabelle 78 - Übersicht zu den Empfehlungen / Ansätzen	125
Tabelle 79 - Inputs Unternehmen	133
Tabelle 80 - Inputs SPEDLOGSWISS	133
Tabelle 81 - Inputs Spediteure	134
Tabelle 82 - Inputs Handelskammern	134
Tabelle 83 - Inputs Wirtschaftsverbände.....	135
Tabelle 84 - Inputs Beratungsunternehmen	136

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1 - Identifizierte Gaps pro Gruppe (eigene Darstellung).....	iv
Abbildung 2 - Übersicht Empfehlungen / Ansätze (eigene Darstellung).....	v
Abbildung 3 - Prozess Freihandelsabkommen Importeure und Exporteure (eigene Darstellung).....	3
Abbildung 4 - Die drei Phasen der Studie (eigene Darstellung).....	6
Abbildung 5 - Übersicht Analysephase (eigene Darstellung)	8
Abbildung 6 - Einordnung der Angebote in drei Gruppen (eigene Darstellung).....	12
Abbildung 7 - Prozess Freihandelsabkommen Importeure und Exporteure (eigene Darstellung). ...	12
Abbildung 8 - Untersuchte Angebote (eigene Darstellung)	14
Abbildung 9 - Abdeckung Gruppe 2 (eigene Darstellung).....	27
Abbildung 10 - Abdeckung Gruppe 3 (eigene Darstellung).....	28
Abbildung 11 - Probleme beim bestehenden Informations- und Unterstützungsangebot	45
Abbildung 12 - Identifizierte Gaps (eigene Darstellung).....	78

1 Freihandelsabkommen

1.1 Analysegegenstand FHA

Als mittelgrosse, offene Volkswirtschaft, die stark in der Weltwirtschaft eingebunden ist, hängt der Wohlstand der Schweiz zu einem grossen Teil vom internationalen Handel ab. Die stete Verbesserung des Zugangs zu ausländischen Märkten ist deshalb ein Pfeiler der schweizerischen Aussenwirtschaftspolitik. Hier spielen FHA eine zentrale Rolle.¹

Ein FHA ist ein völkerrechtlicher Vertrag, der zwischen Staaten oder Staatengruppen abgeschlossen wird. Dieser Vertrag regelt, nebst weiteren Vereinbarungen, den Abbau von Zöllen im Warenhandel zwischen den Partnerländern. Durch den sogenannten präferenziellen Handel werden Zölle gesenkt oder komplett abgebaut.

Exportierende und importierende Unternehmen, welche die FHA zielgerichtet nutzen, können ihre Wettbewerbsfähigkeit deutlich erhöhen. Die Vertragswerke sind in der Regel sehr komplex und es ist insbesondere für KMU herausfordernd, die betriebseigenen Vorteile abzuschätzen und zu bewerten, ob sich eine Anwendung lohnt.²

1.2 Zielsetzung von FHA

Mit FHA werden verschiedene staatspolitische Ziele verfolgt:³

- FHA tragen zur Wettbewerbsfähigkeit des Wirtschaftsstandortes Schweiz bei
- FHA erleichtern den Zugang zu wichtigen und dynamischen Märkten
- FHA schaffen klare Regeln für faire Handelsbeziehungen zwischen den Ländern
- FHA sind ein wirkungsvolles Instrument gegen die Hochpreisinsel Schweiz und sichern eine breite Auswahl für die Konsumenten
- FHA ermöglichen das Bekräftigen von Normen für Arbeits- und Umweltschutz
- FHA erleichtern den Austausch von Wissen und Technologien, unter anderem dank Direktinvestitionen

Die Nutzung von FHA bringt für Unternehmen verschiedene Vorteile im internationalen Warenhandel mit sich:⁴

¹ [Ziele und Strategie \(admin.ch\)](#)

² [Optimale Nutzung von FHA](#)

³ [Ziele und Strategie \(admin.ch\)](#)

⁴ [Optimale Nutzung von FHA](#)

- Reduktion des Verzollungsaufwands und der -kosten
- Keine oder reduzierte Zollansätze für das Schweizerische Unternehmen im Import
- Keine oder reduzierte Zollansätze für den Kunden im Ausland beim Import in das Partnerland; dadurch Erhöhung der Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens dank kompetitiver Preisangebote
- Wettbewerbsvorteile (die EU hat z.B. noch kein Abkommen mit China)

1.3 Funktionsweise von FHA

Unternehmen profitieren im internationalen Warenhandel nicht automatisch von den in den FHA vorgesehen präferenziellen Zollansätzen - vielmehr müssen sie sicherstellen, dass die Voraussetzungen für die Nutzung eines FHA erfüllt sind. Geschieht dies nicht, bezahlen sie trotz bestehendem FHA den regulären Zollansatz.

Damit ein Unternehmen die Voraussetzungen einer FHA Nutzung erfüllen kann, muss es sich in einem ersten Schritt darüber informieren, ob zwischen der Schweiz und dem Ursprungsland (Import) oder dem Exportland (Export) ein FHA besteht. In einem zweiten Schritt muss das Unternehmen wissen, ob seine Ware vom FHA abgedeckt ist oder nicht. Um dies herauszufinden, braucht das Unternehmen die relevante Zolltarifnummer (numerische Codierung einer Ware) sowie die Zollpräferenz (Vorzugsbehandlung) seiner Ware/Tariflinie. In einem dritten Schritt muss das Unternehmen herausfinden, ob seine Ware die Ursprungsregeln gemäss FHA erfüllt. Dazu muss das Unternehmen die Ursprungsregeln seiner Ware kennen.

Definition: Der Begriff **Ursprungsregeln** steht für die Kriterien, die eine Ware erfüllen muss, um gemäss einem bestimmten FHA präferenziell in ein Vertragsland importiert werden zu können. Ursprungsregeln umfassen zum Beispiel die ausreichende Be- oder Verarbeitung einer Ware, das Territorialitätsprinzip, Beförderungsbestimmungen, die Kumulation, das Draw-Back-Verbot sowie die sog. Listenregeln (siehe Anhang B für Definitionen der einzelnen Ursprungsregeln).

Nachdem das Unternehmen die Listenregeln seiner Ware identifiziert hat, muss der Exporteur prüfen, ob seine Ware diese ebenfalls erfüllt. Ist dies der Fall, kann er dies mit einem präferenziellen Ursprungsnachweis nachweisen. Der Importeur muss sicherstellen, dass er den Ursprungsnachweis vom Exporteur erhält, dieser korrekt ausgestellt ist und dass die

Beförderungsbestimmungen eingehalten worden sind. Je nach vereinbarten Handelsklauseln ist der Importeur oder Exporteur verantwortlich, dass die Waren basierend auf dem Ursprungsnachweis bei der Importverzollung präferenziell (gemäss FHA) veranlagt werden.

Definition: Ein **Ursprungsnachweis** ist ein Dokument, welches dazu dient, den präferenziellen Ursprung der darauf vermerkten Waren zu belegen. Als Ursprungsnachweis der Schweiz gelten insbesondere die Warenverkehrsbescheinigungen EUR. 1 / EUR-MED oder die Ursprungserklärung.

In einem vierten Schritt muss das Unternehmen - basierend auf dem Ursprungsnachweis - eine Präferenzveranlagung beantragen. Je nach vereinbarten Handelsklauseln, ist der Importeur oder der Exporteur für die Verzollung verantwortlich. Dieser kann für die präferenzielle Veranlagung auch einen Spediteur beauftragen.

In einem letzten Schritt muss das Unternehmen wissen, wie es bei Problemen mit der präferenziellen Veranlagung verfahren soll, und wen es diesbezüglich kontaktieren kann.

Der fünfschrittige Prozess, welcher ein Unternehmen bei der Nutzung eines FHA durchläuft, ist im Folgenden graphisch dargestellt:



Abbildung 3 - Prozess Freihandelsabkommen Importeure und Exporteure (eigene Darstellung)

2 Aktuelle Situation der FHA in der Schweiz

2.1 Situation FHA in der Schweiz

Die Schweiz ist eines der Länder mit den meisten abgeschlossenen FHA weltweit.⁵ Neben der Konvention der EFTA und dem FHA mit der EU⁶ verfügt sie gegenwärtig über ein Netz von 33 FHA mit 43 Partnern.⁷ Die Abkommen werden normalerweise im Rahmen der EFTA abgeschlossen. Dennoch hat die Schweiz die Möglichkeit, FHA auch ausserhalb der EFTA abzuschliessen, wie beispielsweise im Fall Japans oder Chinas.

2.2 Vorarbeiten, Vorstudien

Die GPK-N hat im Januar 2015 die PVK mit einer Evaluation der Auswirkungen von FHA beauftragt. Gestützt auf diesen Bericht forderte die GPK-N den Bundesrat auf, mittels verbesserten Datengrundlagen systematisch zu prüfen, wie Schweizer Unternehmen die FHA nutzen.

Im Rahmen der beauftragten Überprüfung hat das SECO zwei Studien sowie zwei Firmenbefragungen zur Nutzung von FHA lanciert. Die Studie «Analyse zur Nutzung von Freihandelsabkommen im Auftrag des SECO»⁸ zeigt, dass Schweizer Importeure im Jahr 2018 2,5 Milliarden Schweizer Franken dank der Nutzung von FHA Zöllen einsparen konnten. Dies entspricht bei den Importen einer durchschnittlichen Nutzungsrate der FHA von 73%. Bei den Exporteuren lag die Nutzungsrate der FHA im Jahr 2018 bei 80%. Dies entspricht Zollerparnissen von 1,8 Milliarden Franken. Basierend auf der Studie publiziert das SECO seit 2020 jährlich den FHA-Monitor⁹: Eine umfassende Datenanalyse, welche die wichtigsten Informationen zur Nutzung der einzelnen FHA der Schweiz zusammenfasst.

Die beiden Firmenbefragungen haben ergeben, dass sich Importeure wenig und Exporteure neutral bis gut über die Nutzung der FHA informiert fühlen. Importeure informieren sich regelmässig über ihre Spediteure (65%), während die Exporteure die Webseite des SECO, des BAZG oder der kantonalen Handelskammern am häufigsten als Informationsquelle verwenden. Beide Gruppen wünschen sich mehr Informations- und Unterstützungsangebote

⁵ [Optimale Nutzung von FHA](#)

⁶ [SECO Freihandelsabkommen](#)

⁷ [Freihandelspartner der Schweiz \(Stand November 2022\)](#)

⁸ [Studie Analyse zur Nutzung von FHA.pdf](#)

⁹ [FHA-Monitor](#)

zur Nutzung von FHA. Dazu regen sie ein Tool zur Bestimmung des präferenziellen Ursprungs, ein neues Informationsportal und Online-Kurse an. Exporteure wünschen sich ausserdem ein Tool, welches die möglichen Zolleinsparungen in CHF berechnet und eine Hotline.

2.3 Auftrag

In der am 16. Februar 2022 veröffentlichten Gesamtschau «Stärkung des Wirtschaftsstandorts Schweiz - Gesamtschau des Bundesrates»¹⁰ stellte der Bundesrat Vorhaben vor, um den Wirtschaftsstandort Schweiz zu stärken. Im Rahmen dieser Gesamtschau wurde das WBF beauftragt zu prüfen, ob - und gegebenenfalls wie - die Nutzung von FHA für die Wirtschaftsakteure vereinfacht und verbessert werden könnte, mit dem Auftrag, dem Bundesrat bis Ende 2022 darüber Bericht zu erstatten.

Die folgende Studie wurde auf Basis dieses Auftrages durchgeführt und analysiert das bestehende, das erwünschte sowie das potenzielle, zusätzliche Informations- und Unterstützungsangebot (Best Practice) zu FHA. Des Weiteren erlaubt die Analyse, Empfehlungen und Ansätze zur Vereinfachung sowie Verbesserungen des Angebots abzugeben.

Basierend auf der geschilderten Ausgangslage, beschäftigt sich diese Studie mit der folgenden Frage:

Wie können die Informations- und Unterstützungsangebote zur Nutzung von FHA für Schweizer Unternehmen verbessert und/oder vereinfacht werden?

Durch die Studie soll das Ziel unterstützt werden, eine Anwendung der FHA zu stärken und der Schweizer Wirtschaft damit höhere Zolleinsparungen zu ermöglichen. Zudem sollen der administrative und zeitliche Aufwand für die Nutzung von FHA bei den Unternehmen, und die damit verbundenen Kosten reduziert werden.

¹⁰ [Bericht Stärkung des Wirtschaftsstandorts Schweiz - Gesamtschau des Bundesrates.pdf](#)

3 Allgemeine Methodik

3.1 Verständnis des Auftrages

Aufbauend auf den bereits durchgeführten Studien und den zwei Firmenumfragen wurde das bestehende, das erwünschte sowie das potenziell zusätzliche Informations- und Unterstützungsangebote zur verbesserten und vereinfachten Nutzung von FHA analysiert. Da bei den Firmenumfragen und bei den beiden Studien des SECO und der HSG bereits quantitative Forschung betrieben wurde, fokussiert sich die Methodik der folgenden Analyse auf einen qualitativen Forschungsansatz. Dadurch werden individuelle Ansichten bei der Erarbeitung von möglichen Lösungsansätzen miteinbezogen, welche die bisherigen Resultate optimal ergänzen. Für die Bearbeitung wurde ein dreistufiges Vorgehen gewählt (siehe Abbildung 4):

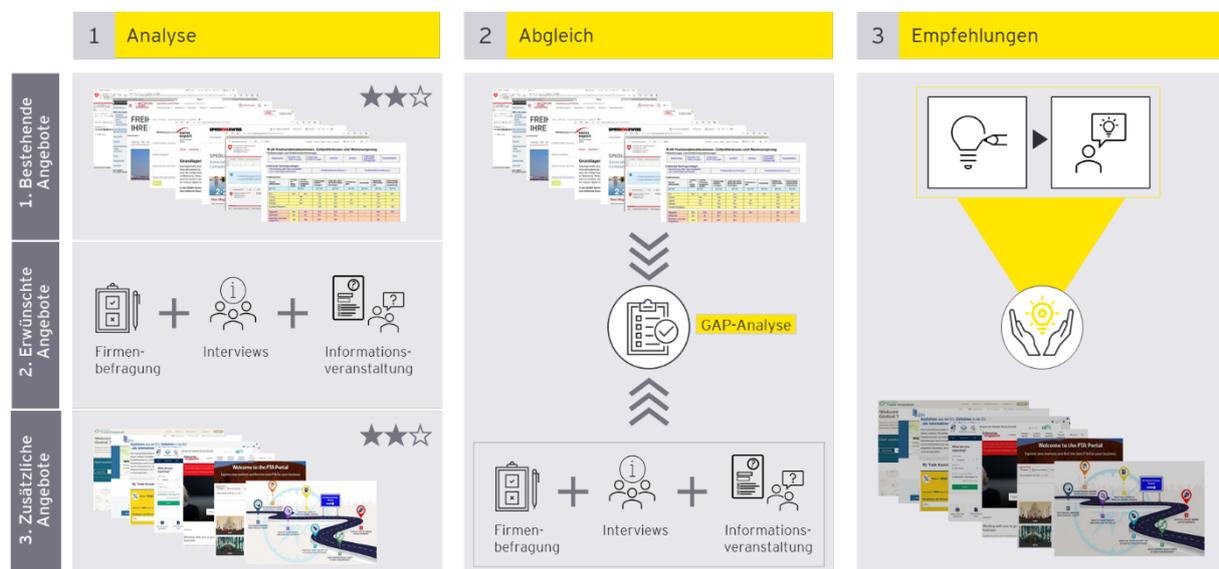


Abbildung 4 - Die drei Phasen der Studie (eigene Darstellung)

In allen drei Phasen wurde auf eine enge Zusammenarbeit mit nationalen sowie auch internationalen Fachexpertinnen- und Fachexperten geachtet. Um diese Zusammenarbeit zu garantieren, wurden zehn Interviews mit nationalen und zehn Interviews mit internationalen Fachexperten und Fachexpertinnen durchgeführt. Ausserdem wurde grosser Wert daraufgelegt, Inputs und Empfehlungen zur Studie von den Wirtschaftsakteuren als Adressaten der Studie einzuholen. Diese Inputs und Empfehlungen wurden mittels 26 Interviews mit

Unternehmen, Wirtschaftsverbänden, Handelskammern, Beratungsunternehmen und Speditoren sowie über eine Informationsveranstaltung erhoben.

3.2 Phase 1: Analyse

In einer ersten Phase wurde das bestehende Informations- und Unterstützungsangebot zur Nutzung von FHA vertieft analysiert. Zudem wurden die Bedürfnisse der Wirtschaftsakteure zu erwünschten Informations- und Unterstützungsangeboten zur Nutzung von FHA untersucht und potenziell zusätzliche Angebote recherchiert.

Analyse der Bestehende Informations- und Unterstützungsangebote: Aufbauend auf einer vom SECO zur Verfügung gestellten Übersicht zu den bestehenden Informations- und Unterstützungsangeboten für Unternehmen im internationalen Warenhandel wurde eine ausführliche Recherche zu nationalen sowie auch internationalen Informations- und Unterstützungsangeboten durchgeführt. 70 Angebote wurden nach Informations- und Unterstützungsinhalten charakterisiert und gruppiert. Ausserdem wurden die bestehenden Angebote auf Basis von gemeinsam mit dem SECO festgelegten Kriterien (z. B. Übersichtlichkeit, Komplexität, Sichtbarkeit, Ausführlichkeit, etc.) bewertet. Die Methodik der Gruppierung wird in [Kapitel 4.2.1](#) die Methodik der Bewertung in [Kapitel 4.2.2](#) beschrieben.

Analyse der von den Wirtschaftsakteuren Erwünschte Informations- und Unterstützungsangebote: Die Resultate der Firmenbefragungen des SECO bildeten die Basis der Analyse. Darauf aufbauend wurden einerseits 26 strukturierte Interviews mit Wirtschaftsakteuren durchgeführt, andererseits Sekundärforschung betrieben. Zudem wurde den Teilnehmenden einer durch das SECO organisierten Informationsveranstaltung¹¹ Fragen zu den erwünschten Informations- und Unterstützungsangeboten gestellt. Gemeinsam mit dem SECO wurden verschiedene Gruppen von Interviewpartnern identifiziert: a) Unternehmen b) Handelskammern c) Wirtschaftsverbände d) Spediteure e) Beratungsunternehmen. Bei der Auswahl der zu interviewenden Unternehmen wurde auf eine angemessene Verteilung hinsichtlich der Grösse der Unternehmen und der Branche geachtet. Bezüglich der Grösse wurde zwischen Mikrounternehmen, kleinen Unternehmen, mittleren Unternehmen und grossen Unternehmen unterschieden. Bezüglich der Branchen wurden diejenigen priorisiert, in denen die Nutzung von FHA unterrepräsentiert ist. Der Fragebogen für die Interviews wurde in enger Zusammenarbeit mit dem SECO erstellt. Er umfasste standardisierte Fragen sowie

¹¹ [Informationsveranstaltung zur Firmenbefragung zur Nutzung von Freihandelsabkommen und mögliche Massnahmen vom 03. November 2022](#)

an die einzelnen Wirtschaftsakteuren angepasste, individuelle Fragen. Die Erkenntnisse der Interviews wurden nach den unterschiedlichen Akteuren gruppiert und ausgewertet.

Detaillierte Analyse von Potenziell zusätzliche Informations- und Unterstützungsangebote: Anhand einer Sekundärforschung, Interviews mit Vertretern von internationalen Organisationen sowie Interviews mit EY Expertinnen und Experten wurden internationale «Best Practice» Informations- und Unterstützungsangebote identifiziert. Die identifizierten Angebote wurden im Detail analysiert und bewertet. Die in der Analyse der bestehenden Informations- und Unterstützungsangebote bereits festgelegten Kriterien (z.B. Übersichtlichkeit, Komplexität, Sichtbarkeit, Ausführlichkeit, etc.) bildeten die Grundlage der Bewertung. Siehe Abbildung 5 mit einer Übersicht zur Analysephase.

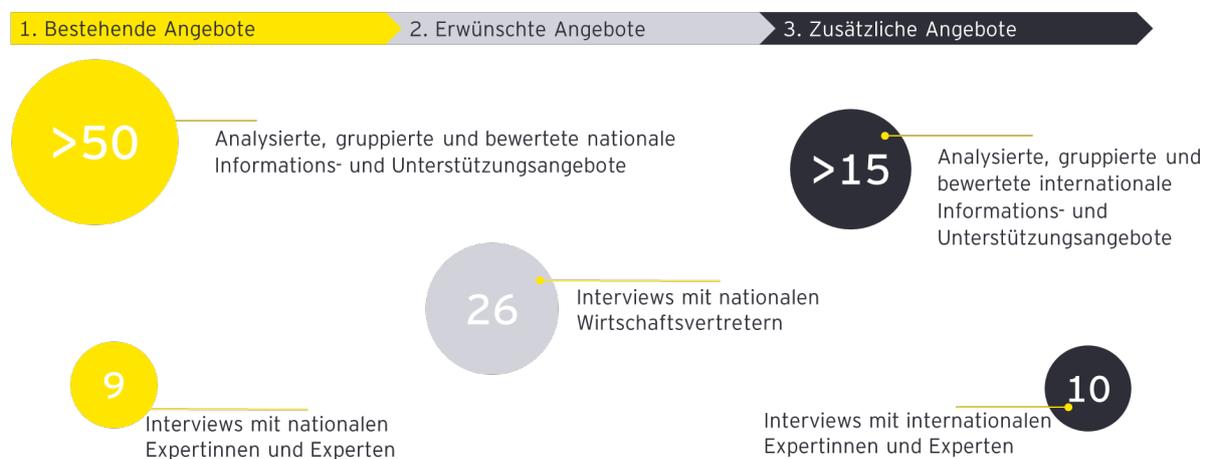


Abbildung 5 - Übersicht Analysephase (eigene Darstellung)

3.3 Phase 2: Abgleich

In der zweiten Phase wurde ein Abgleich zwischen den bestehenden Informations- und Unterstützungsangeboten zur Nutzung von FHA und den Bedürfnissen der Wirtschaftsakteure vollzogen. Der Abgleich wurde anhand einer Gap-Analyse und anhand der Prozessschritte zur Nutzung eines FHA strukturiert. Er zeigt auf, inwiefern die Bedürfnisse der Wirtschaftsakteure abgedeckt sind und in welchen Bereichen Verbesserungsbedarf besteht. Ausserdem zeigt der Abgleich auf, ob gewisse von den Unternehmen gewünschte Informations- und Unterstützungsangebote bereits vorhanden sind, jedoch von den Unternehmen übersehen, nicht gefunden oder wegen schlechter Umsetzung nicht genutzt werden.

3.4 Phase 3: Empfehlung

In der dritten und letzten Phase werden Empfehlungen und Ansätze zu neuen bzw. zu verbessernden Informations- und Unterstützungsangeboten abgegeben. Die Ansätze sind in

drei Gruppen unterteilt: 1. Ansätze, die schnell und kostengünstig umgesetzt werden können; 2. Ansätze, die mittelfristig umgesetzt werden können und Kosten verursachen; 3. Ansätze, die langfristig und kostenintensiv sind. Damit die gewünschte Zielerreichung überprüft werden kann, wurden Indikatoren zur Messung der Wirksamkeit entwickelt. Die Ansätze sind inhaltlich gemäss den Prozessschritte zur Nutzung von FHA strukturiert.

4 Bestehende Informations- und Unterstützungsangebote

4.1 Interviews mit bundesinternen Expertinnen und Experten

Folgende Themen, die bereits aus den erfolgten Firmenbefragungen des SECO bekannt sind, wurden in Gesprächen mit Expertinnen und Experten des SECO, des BAZG und von S-GE mehrfach erwähnt:

- Die Thematik zur Nutzung von FHA ist komplex (insbesondere die präferenziellen Ursprungsregeln).
- Die Unternehmen müssen einen gewissen zeitlichen und administrativen Aufwand betreiben, wenn sie FHA nutzen wollen.

Zudem wurden die folgenden Themen adressiert:

- Es fehlt eine klare Gesamtverantwortung für die «Informations- und Unterstützungsangebote zur Nutzung von FHA» SECO intern.
- In sieben von neun Gesprächen wurde ein Verbesserungsvorschlag thematisiert: Als hilfreich wird eine neue, übergeordnete und benutzerfreundliche Webseite als Einstiegspunkt für handeltreibende Unternehmen angesehen.

Kritik an dem bestehenden Informations- und Unterstützungsangebot äusserte sich in den folgenden Punkten (sortiert nach Häufigkeit der Nennung):

- Unübersichtlichkeit - zu viele Informationen an zu vielen verschiedenen Orten (in allen Gesprächen ein Thema)
- Fehlende Bekanntheit der Angebote
- Unattraktive Darstellung der Angebote (wenige bis keine visuellen Elemente)
- Fehlende Benutzerfreundlichkeit der Angebote
- Fehlende Verlinkung der Angebote

Sieben von neun Expertinnen und Experten haben die drei Verbesserungsoptionen nach ihrer Wichtigkeit wie folgt priorisiert:

1. Zusammenführung respektive Sichtbarmachung bestehender Angebote
2. Punktuelle Verbesserung der bestehenden Angebote
3. Schaffung von neuen, zusätzlichen Angeboten

4.2 Methodik

4.2.1 Gruppierung der Angebote

Die Gruppierung der bestehenden Angebote soll zwei Fragen beantworten:

- In welchen Bereichen gibt es ein genügendes Angebot?
- Wo sind Lücken vorhanden?

Die Gruppierung der Angebote erfolgt in drei Gruppen:

1. Theoretische Informationsangebote zu FHA

Zu dieser Gruppe gehören diejenigen Angebote, die allgemeine theoretische Informationen zu FHA enthalten und die Nutzenden über die wichtigsten Fragen zu FHA aufklären, wie z.B. wieso die Schweiz FHA abschliesst, mit welchen Ländern diese bereits abgeschlossen wurden und mit welchen Ländern man in Verhandlung ist. Dieses Angebot richtet sich somit an alle, die sich über FHA grundsätzlich informieren wollen. Der im Kapitel eingeführte Prozess über fünf Prozessschritte zur Nutzung von FHA bezieht sich auf die praxisbezogene Nutzung eines FHA und wird deshalb in dieser Gruppe nicht betrachtet.

2. Praxisbezogene Informationsangebote zur konkreten Nutzung von FHA

Zur Gruppe 2 gehören alle Angebote, welche den Unternehmen praxisorientierte Informationen zur konkreten Nutzung eines FHA bereitstellen. Die Angebote umfassen Informationen zur Tarifierung einer Ware, dem Erfüllen der Ursprungsregeln oder dem Ausfüllen eines Ursprungsnachweises. Folglich sollte das Informations- und Unterstützungsangebot der Gruppe 2 die im Kapitel eingeführten fünf Prozessschritte der Nutzung eines FHA abdecken.

3. Praxisbezogene Unterstützungsangebote zur konkreten Nutzung von FHA

Zu dieser Gruppe zählen diejenigen Angebote, welche den Unternehmen nicht nur Informationen, sondern interaktive Unterstützung bei der konkreten Nutzung eines FHA anbieten. Das Angebot umfasst daher einerseits digitale Tools und Nachschlagewerke aber auch Ausbildungsangebote sowie Auskunftsstellen. Wie auch die Gruppe 2 sollte die Gruppe 3 alle Prozessschritte der Nutzung eines FHA ([Kapitel 1.3](#)) abdecken.

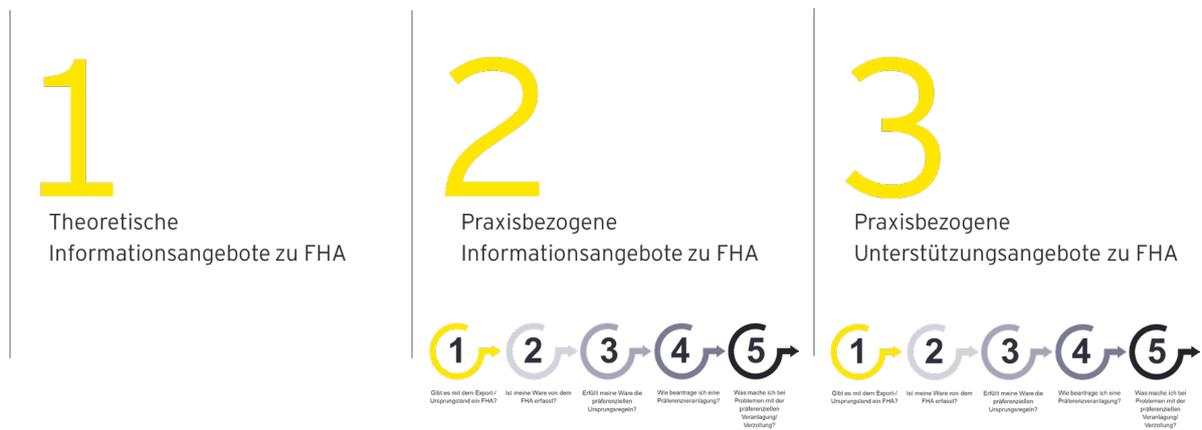


Abbildung 6 - Einordnung der Angebote in drei Gruppen (eigene Darstellung)

Gruppe 2 und Gruppe 3 unterscheiden sich dahingehend, dass die Nutzenden bei Gruppe 2 die Informationen selbstständig zusammensuchen müssen, während sie bei Gruppe 3 Schritt für Schritt durch die Informationen geleitet werden. Bei der Gruppe 3 handelt es sich somit um interaktive und bei der Gruppe 2 um lineare Angebote. Die Schnittstellen zwischen den einzelnen Gruppen sind teilweise verschwommen, deswegen kann nicht immer eine eindeutige Zuordnung erfolgen.

Pro Gruppe wurden weitere Kategorisierungen durchgeführt. Bei der Gruppe 1 wurde nach «ausführlich abgedeckt», «abgedeckt», «bedingt abgedeckt» und «nicht abgedeckt» kategorisiert. Bei den Gruppen 2 und 3 wurde zudem analysiert, welche Prozessschritte (PS) der Nutzung eines FHA durch das Angebot abgedeckt werden. Die Kategorie «ausführlich abgedeckt» bedeutet, dass ein Informations- oder Unterstützungsangebot einen PS im Vergleich zu anderen Angeboten sehr detailliert und umfassend abdeckt. Dies kann durch verschiedene Teilangebote oder einem sehr detaillierten Einzelangebot erfolgen. Die Kategorie «ab-



Abbildung 7 - Prozess Freihandelsabkommen Importeure und Exporteure (eigene Darstellung).

gedeckt» bedeutet, dass ein Informations- oder Unterstützungsangebot ein PS so weit abdeckt, dass alle erforderlichen Informationen vorhanden sind. Die Kategorie «bedingt abgedeckt» bedeutet, dass nicht alle erforderlichen Informationen vorhanden sind, um einen PS abzuschliessen. Diejenigen Angebote, welche zwar die Informationen abdecken, aber entweder kostenpflichtig sind oder sonst speziellen Aufwand wie eine Registrierung benötigen wurden ebenfalls nur als «bedingt abgedeckt» markiert. Die Kategorie «nicht abgedeckt» bedeutet, dass keine Informations- oder Unterstützungsangebote vorhanden sind.

4.2.2 Bewertung der Qualität der Angebote

Ziel der Bewertung ist es, die einzelnen Angebote anhand verschiedener qualitativer Kriterien zu vergleichen resp. das Verbesserungspotenzial aufzuzeigen. Gemeinsam mit dem SECO wurden die Kriterien für die Bewertung der Informations- und Unterstützungsangebote festgelegt. Dies mit der Frage verbunden:

Hilft dieses Informationsangebot einem Unternehmen, ein FHA in der Praxis zu nutzen?

Es wurden die folgenden acht Kriterien entwickelt:

- **Übersichtlichkeit** (Struktur, visuelle Elemente, Modernität)
Bewertet wurde der Gesamteindruck des Informations- und Unterstützungsangebotes. Finden sich die Nutzenden schnell zurecht? Gibt es zusätzlich zu Texten auch visuelle Elemente (Graphiken, Videos)? Ist der Auftritt des Angebotes modern?
- **Komplexität** (Erforderliches Fachwissen, leichte Verständlichkeit der Sprache)
Wie wird mit dem komplexen Thema umgegangen? Sind die Informationen so aufbereitet, dass sie auch von Nicht-Fachleuten verstanden werden, oder wird viel Fachwissen vorausgesetzt?
- **Sichtbarkeit**
Ist das Informations- und Unterstützungsangebot gut auffindbar? Ist es der Zielgruppe bekannt?
- **Ausführlichkeit**
Wie umfassend sind die Informationen? Werden zum Beispiel die Ursprungsregeln in einem kleinen Abschnitt oder auf mehreren Seiten erklärt?
- **Relevanz**
Nützen die Informationen einem Unternehmen, das FHA in der Praxis anwenden möchte?
- **Interaktivität**

Wie werden die Nutzenden durch das Angebot abgeholt? Bestehen viele interaktive Elemente, wie z.B. eine Suchfunktion oder ein E-Learning?

- **Verlinkungen**

Finden die Nutzenden Links zu weiteren relevante Angeboten?

- **Sprachen**

Ist das Angebot in mehreren Landessprachen (D/F/I) zur Verfügung gestellt? Ist das Angebot in Englisch auffindbar?

Pro Kriterium wurden minimal 1 und maximal 5 Punkte vergeben.

4.3 Analyse und Ergebnisse

4.3.1 Vorliegen und Umfang der Angebote

Die Informations- und Unterstützungsangebote zur Nutzung von FHAs sind sehr umfassend. In diesem Bericht wurden die Informations- und Unterstützungsangebote des SECO, des BAZG, der EFTA, des BLW, der HK, der Wirtschaftsverbände, von privaten Beratungsunternehmen von internationalen Organisationen sowie von anderen Staaten untersucht (Siehe Anhang C). Die untersuchten Angebote und eine Übersicht zum Inhalt von diesen werden im Folgenden detaillierter beschrieben und betrachtet.



Abbildung 8 - Untersuchte Angebote (eigene Darstellung)

4.3.1.1 SECO

Gruppe	Was	Relevanter Inhalt	Link
Grp.1 & 2	FHA	Informationen zu FHA (Nutzung, Ziel, Strategie, Inhalten etc.), Übersicht aller FHA	SECO FHA
Grp. 1 & 2	Internationaler Warenverkehr	Informationen zur Aufhebung der Industriezölle, dem präferenziellen Ursprung oder Handelserleichterungen	SECO Internationaler Warenhandel
Grp. 1 & 2	Technische Handelshemmnisse	Verweis auf die massgebenden technischen Vorschriften je nach Produktkategorie; Erläuterungen zur Anwendung der staatsvertraglichen Vereinbarungen (MRA), des Bundesgesetzes über die technischen Handelshemmnisse (THG), das Cassis-de-Dijon, usw.	SECO Technische Handelshemmnisse
Grp. 1 & 2	KMU Portal	Informationen und weiterführende Links zum Aussenhandel für KMU	SECO KMU Portal

Tabelle 1 - Übersicht Angebot SECO

Das Informationsangebot zur Nutzung von FHA des SECO umfasst hauptsächlich theoretische Informationen zu FHA wie beispielsweise zu den Freihandelspartnern der Schweiz auf der Webseite [FHA](#), Informationen zum präferenziellen Ursprung oder der Aufhebung der Industriezölle auf der Webseite [Internationaler Warenhandel](#), Informationen zu technischen Vorschriften nach Produktkategorien oder Erläuterungen zu Anwendungen der staatsvertraglichen Vereinbarungen auf der Webseite [technische Handelshemmnisse](#) und Informationen und weiterführende Links zum Thema Aussenhandel beim [KMU Portal](#). Eine [Kontakt-aufnahme](#) mit dem SECO ist per Kontaktformular, per Telefon oder per Mail möglich.

Durch das Angebot des SECO werden die drei in [Kapitel 4.2.1](#) definierten Gruppen folgendermassen abgedeckt:

SECO					
Gruppe 1: Theoretische Informationen	Ausführlich abgedeckt				
Gruppe 2: Praxisbezogene Informationen	PS 1 xx	PS 2 -	PS 3 -	PS 4 -	PS 5 --
Gruppe 3: Praxisbezogene Unterstützung	PS 1 --	PS 2 --	PS 3 --	PS 4 --	PS 5 --

Tabelle 2 - Informations- und Unterstützungsangebot des SECO

Legende: (xx) = ausführlich abgedeckt; (x) abgedeckt (-) = bedingt abgedeckt (--)= nicht abgedeckt

Das Informationsangebot des SECO beinhaltet sehr ausführlich theoretische Basisinformationen zu FHA (Gruppe 1). Das Angebot ist an Nutzende adressiert, welche sich im Allgemeinen über FHA informieren wollen oder es als Ausgangspunkt für weitere Angebote (BAZG, S-GE) nutzen. Damit deckt das Angebot des SECO die Gruppe 1 ausführlich und die Gruppe 2 bedingt ab. Bei der Gruppe 2 wird der PS 1 über die Webseite FHA ausführlich abgedeckt und PS 2, PS 3 sowie PS 4 über die Webseiten Internationaler Warenhandel und FHA bedingt abgedeckt. Für Vertiefungen zu den Prozessschritten wird zu dem Angebot des BAZG oder S-GE verlinkt.

4.3.1.2 BAZG

Das BAZG stellt ein vielfältiges Angebot an praxisorientierten und rechtlich verbindlichen Informationen und Unterstützungen zur Nutzung von Freihandelsabkommen zur Verfügung. Dieses umfasst Fachbeiträge auf den Webseiten, ausführliche Dokumente wie das [R-30](#) oder die [Wegleitung zur Pan-Euro-Med Ursprungskalkulation](#), [E-Learnings](#) zu z.B. dem präferenziellen Ursprung oder das kostenlose Tool [Tares](#), welches Unternehmen z.B. bei der Tarifierung unterstützt. Eine [Kontaktaufnahme](#) mit dem BAZG ist per [Kontaktformular](#) oder per Telefon über die Auskunftszentralen möglich.

Gruppe	Was	Relevanter Inhalt	Link
Grp. 1 & 2	Freihandel und präferenzieller Ursprung	Informationen zu Ursprungs- und Verfahrensbestimmungen zu FHA.	Freihandel, präferenzieller Ursprung
Grp. 1 & 2	Revidiertes PEM-Übereinkommen	Informationen und zu den Auswirkungen des revidierten PEM-Übereinkommen auf Unternehmen und zu den Übergangsregeln	BAZG PEM-Übereinkommen
Grp. 1 & 2	Allgemeines Präferenzensystem (APS/GSP)	Informationen zu Ursprungs- und Verfahrensbestimmungen im APS	BAZG APS/GSP
Grp 1 & 2	Zolltarif	Details zu Schweizer Zolltarif, Zöllen, Einfuhrbewilligungspflichten, Generalzoll	BAZG Zolltarif
Grp. 1 & 2	Zollkontingente	Allgemeine Informationen über die Kontingente und die Ausschöpfungsraten der Agrarzollkontingente	BAZG Zollkontingente
Grp. 2	Richtlinie 30	Dokument mit zahlreichen PDF-Dateien. Unterteilung in drei Teile. Erstens "Erläuterungen und Verfahrensbestimmungen", zweitens "Nationale Rechtsgrundlagen", drittens "Abkommen". Im dritten Teil werden zum Beispiel auch die Listenregeln aufgeführt.	BAZG Richtlinie 30 und BAZG Datenlieferung Listenregeln

Grp. 2	Zirkulare	Zirkulare zu verschiedenen Themen wie FHA, Tarifeinreichungen, etc.	BAZG Zirkulare
Grp. 2	Euro-Med-Matrix	Überblick über das PEM-Übereinkommen und die Kumulation	BAZG Matrix-Euro-Med
Grp. 2	Wegleitung zur Pan-Euro-Med Ursprungskumulation	Übersicht über die Verwendung und das Ausstellen von Ursprungsnachweisen im Rahmen der Euro-Med Kumulation	BAZG Wegleitung Pan-Euro-Med
Grp. 2	Merkblatt zur Bestimmung der formellen Gültigkeit von Ursprungsnachweisen	Hilfe zur Beurteilung der formellen Gültigkeit von Ursprungsnachweisen	BAZG Ursprungsnachweise
Grp. 3	Tares	Details zum Schweizer Gebrauchstarif mit Zollansätzen und zusätzlichen Informationen	BAZG Tares
Grp. 3	E-Learnings	E-Learning zum präferenziellen Ursprung, zum EUR-MED und zum Tares	BAZG E-Learnings

Tabelle 3 - Übersicht Angebot BAZG

Durch das Angebot des BAZG werden die drei in [Kapitel 4.2.1](#) definierten Gruppen folgendermassen abgedeckt:

BAZG					
Gruppe 1: Theoretische Informationen	Abgedeckt				
Gruppe 2: Praxisbezogene Informationen	PS 1	PS 2	PS 3	PS 4	PS5
	xx	xx	xx	x	--
Gruppe 3: Praxisbezogene Unterstützung	PS 1	PS 2	PS 3	PS 4	PS 5
	x	x	x	-	--

Tabelle 4 - Informations- und Unterstützungsangebot des BAZG

Legende: (xx) = ausführlich abgedeckt; (x) abgedeckt (-) = bedingt abgedeckt (--)= nicht abgedeckt

Das Informations- und Unterstützungsangebot des BAZG ist auf die praxisorientierte Nutzung von FHA ausgerichtet. Die Adressaten sind exportierende und importierende Unternehmer mit verschiedenen Leveln an Fachexpertise. Das Angebot dient als Ausgangspunkt, Zwischenpunkt und als Endpunkt von Informationen und deckt alle drei Gruppen ab. Die Informationen für die Gruppe 1 sind weniger ausführlich als beim SECO. In der Gruppe 2 werden PS 1 - 4 durch das R-30 und die weiteren Dokumente und Zirkulare (z.B. Euro-Med-Matrix oder dem Merkblatt zur formellen Gültigkeit von Ursprungsnachweisen) ausführlich abgedeckt. PS 5 wird durch die Gruppe 2 nicht abgedeckt. In der Gruppe 3 bieten der Tares sowie die E-Learnings interaktive Unterstützung zu PS 1 - 4; PS 1, 2 und 3 werden abgedeckt und PS 4 bedingt abgedeckt.

4.3.1.3 S-GE

[S-GE](#) ist die offizielle, nicht-gewinnorientierte Schweizer Organisation für Exportförderung und Standortpromotion mit Standorten in der ganzen Schweiz und in 31 Ländern. Der Verein betreibt u.a. das [GoGlobal Cockpit](#), welches individualisierte Informationen für Unternehmen wie Länderanalysen oder eine Schritt-für-Schritt Exporthilfe mit Angaben zu HS-Codes, Zollansätzen und Ursprungsregeln beinhaltet, stellt eine [Online-Zolldatenbank](#) zur Verfügung, welche länderbezogene Informationen zu tarifären und nichttarifären Handelsmassnahmen beinhaltet, hat mehrere Webinare zum Thema FHA durchgeführt ([z.B. zum Thema präferenzieller Ursprung](#)), stellt ein [Excel zur Ursprungskalkulation](#) zur Verfügung, bietet individuelle branchenspezifische [Exportberatungen](#), eine Hotline, eine Chatfunktion sowie Themenbeiträge wie den [Flyer zur optimalen Nutzung von FHA](#) oder ein [Glossar mit Fachbegriffen](#) an. Ausserdem arbeitet S-GE eng mit einigen Handelskammern zusammen

Gruppe	Was	Relevanter Inhalt	Link
Grp. 2	Ursprung	Informationen zum Ursprung. Zum Beispiel: Berechnung des Ursprungs	S-GE Ursprung
Grp. 2	Webinare	z.B. Webinar zu Freihandelsabkommen und präferenziellem Ursprung	S-GE Webinar Alle Webinare
Grp. 2	Flyer zur optimalen Nutzung von FHA	Flyer, welcher mit Beispielen aufzeigt, wieso sich FHA lohnen	S-GE Flyer
Grp. 2 & 3	Exporthelp	Beratungen (1h kostenlos), Erklärungen, Antworten und Links zum Thema Export und FHA	S-GE FHA
Grp. 3	GoGlobal Cockpit	Cockpit für Fragen zum Export mit Länderanalysen, Business Opportunities, Fachinformationen und Veranstaltungen sowie einer Schritt-für-Schritt Exporthilfe	S-GE GoGlobal Cockpit
Grp. 3	Zolldatenbank	Modular aufgebaute Zolldatenbank mit Informationen zu Zollansätzen, Importformalitäten und Ursprungsregeln	S-GE Zolldatenbank
Grp. 3	Ursprungskalkulation	Excel Tabelle zur Kalkulation des Ursprungs / Überprüfung, ob die Präferenz erreicht wurde	S-GE Ursprungskalkulation
-	Bilaterale Handelskammern	Liste mit bilateralen Handelskammern	S-GE Bilaterale Handelskammern
-	Expert Directory	Online-Verzeichnis mit Experten für Exportfragen, eingeteilt nach Ländern, Branchen und Dienstleistungen	S-GE Expert Directory
-	Exportdienstleistern	Liste mit privaten Exportdienstleistern in der Schweiz	S-GE Exportdienstleistern
-	Start in den Export	Tipps, Infos und Kontakte für KMU und Start-Ups im Bereich Export	Start in die Internationalisierung S-GE

Tabelle 5 - Übersicht Angebot S-GE

(z.B. HKBB oder IHZ), welche [Seminare](#) zum Thema Nutzung von Freihandelsabkommen durchführen (Siehe Unterkapitel 4.3.1.5 HK). S-GE selber führt keine solche Fachseminare durch. Eine Kontaktaufnahme mit S-GE ist per Mail, per Chat oder per Telefon (Hotline) möglich.

Durch das Informations- und Unterstützungsangebot von S-GE werden die drei in [Kapitel 4.2.1](#) definierten Gruppen folgendermassen abgedeckt:

S-GE					
Gruppe 1: Theoretische Informationen	Abgedeckt				
Gruppe 2: Praxisbezogene Informationen	PS 1	PS 2	PS 3	PS 4	PS 5
	x	x	x	x	--
Gruppe 3: Praxisbezogene Unterstützung	PS 1	PS 2	PS 3	PS 4	PS 5
	-	-	-	-	-

Tabelle 6 - Informations- und Unterstützungsangebot von S-GE

Legende: (xx) = ausführlich abgedeckt; (x) abgedeckt (-) = bedingt abgedeckt (--)= nicht abgedeckt

Das Informations- und Unterstützungsangebot von S-GE ist auf die praxisorientierte Nutzung von FHA ausgerichtet. Die Adressaten sind exportierende Unternehmen. Das Angebot dient als Ausgangspunkt, Zwischenpunkt und als Endpunkt von Informationen und deckt alle drei Gruppen ab. In der Gruppe 2 wird der PS 1 - 4 mit Fachbeiträgen und Webinaren abgedeckt. Für Vertiefungen wird auf das Informationsangebote des BAZG (z.B. [R-30](#)) verwiesen, welches die PS ausführlicher abdeckt. In der Gruppe 3 werden mit der S-GE Zolldatenbank (Mendel Online) und mit individuellen Beratungen die PS 1 - 3 abgedeckt. PS 4 und 5 werden bedingt durch die individuellen Beratungen abgedeckt. Da für die Zolldatenbank eine Registrierung notwendig ist und die Beratungen ab einer Stunde kostenpflichtig sind, wurden auch die PS 1 - 3 nur mit bedingt abgedeckt markiert.

4.3.1.4 EFTA

Auf der [EFTA Webseite](#) sind ausführliche Informationen zu den FHA der EFTA Staaten zu finden. Es werden unter anderem eine [Free Trade Map](#), einen [FTA Monitor](#), Fachbeiträge zu dem [PEM-Übereinkommen](#) oder Ursprungsregeln sowie ausführliche Informationen zu den [einzelnen Freihandelsabkommen](#) zur Verfügung gestellt. Ausserdem werden [Seminare](#) zur Funktionsweise der EFTA angeboten. Eine [Kontaktaufnahme](#) mit der EFTA ist per Mail sowie per Telefon möglich.

Gruppe	Was	Relevanter Inhalt	Link
Grp. 1	FTA Monitor	Informationen zur Nutzung der FHAs	FTA Monitor

Grp. 1 & 2	Karte zu FHA	Visuelle Darstellung von bestehenden oder geplanten FHAs	Free Trade Map
Grp. 1 & 2	FHA	Informationen zu den einzelnen FHAs der EFTA mit Auflistung der Ursprungsregeln	Free Trade Agreements
Grp. 3	Seminare	Funktionsweise der EFTA	Seminare

Tabelle 7 - Übersicht Angebot EFTA

Durch das Informations- und Unterstützungsangebot der EFTA Webseite werden die drei in [Kapitel 4.2.1](#) definierten Gruppen folgendermassen abgedeckt:

EFTA					
Gruppe 1: Theoretische Informationen	Abgedeckt				
Gruppe 2: Praxisbezogene Informationen	PS 1	PS 2	PS 3	PS 4	PS 5
	x	x	-	--	--
Gruppe 3: Praxisbezogene Unterstützung	PS 1	PS 2	PS 3	PS 4	PS 5
	--	--	--	--	--

Tabelle 8 - Informations- und Unterstützungsangebot der EFTA

Legende: (xx) = ausführlich abgedeckt; (x) abgedeckt (-) = bedingt abgedeckt (--)= nicht abgedeckt

Die Webseite der EFTA ist, wie die Webseite des SECO, nicht primär für die praxisorientierte Nutzung der FHA vorgesehen. Sie dient mehr als Quelle für theoretische Informationen zu FHA. Eine Ausnahme bilden die abrufbaren FHA-Texte, welche Wirtschaftsakteure zum Beispiel für die Identifikation der Ursprungsregeln nutzen. Durch das Angebot wird Gruppe 1 abgedeckt. Bei Gruppe 2 werden PS 1 - 2 abgedeckt und PS 3 wird durch die Auflistung der Ursprungsregeln pro Abkommen bedingt abgedeckt. Gruppe 3 wird nicht abgedeckt.

4.3.1.5 BLW

Auf der Webseite des BLW werden bei der Unterseite [Freihandelsabkommen](#) allgemeine Informationen zu den Agrarkonzessionen, den Agrarmärkten und dem Agrarhandel bereitgestellt. Bei den Unterseiten [Einfuhr](#) und [Ausfuhr](#) werden spezifische Informationen zum Import und zum Export von Agrarprodukten angeboten. Eine [Kontaktaufnahme](#) mit dem BLW ist per Telefon oder Mail möglich.

Gruppe	Was	Relevanter Inhalt	Link
Grp. 1	FHA	Allgemeine Informationen zu den Agrarkonzessionen, den Agrarmärkten und dem Agrarhandel	BLW Agrarprodukte
Grp. 2	Einfuhr	Informationen zur Einfuhr von Agrarprodukten (Generaleinfuhrbewilligung/Kontingente/etc.)	BLW Einfuhr

Grp. 2	Ausfuhr	Informationen zur Ausfuhr von Agrarprodukten (Links zu Exportförderung/SGE/IHK/etc.)	BLW Ausfuhr
--------	---------	--	-----------------------------

Tabelle 9 - Übersicht Angebot BLW

Durch das Informations- und Unterstützungsangebot des BLW werden die drei in [Kapitel 4.2.1](#) definierten Gruppen folgendermassen abgedeckt:

BLW					
Gruppe 1: Theoretische Informationen	Abgedeckt				
Gruppe 2: Praxisbezogene Informationen	PS 1	PS 2	PS 3	PS 4	PS 5
	x	--	--	-	--
Gruppe 3: Praxisbezogene Unterstützung	PS 1	PS 2	PS 3	PS 4	PS 5
	--	--	--	--	--

Tabelle 10 - Informations- und Unterstützungsangebot des BLW

Legende: (xx) = ausführlich abgedeckt; (x) abgedeckt (-) = bedingt abgedeckt (--)= nicht abgedeckt

Das Informations- und Unterstützungsangebot des BLW ist eine Einstiegsseite für Unternehmen, welche mit Agrarprodukten handeln. Es liefert spezifische Informationen zu Konzessionen für solche Produkte (HS 1 - 24) und leitet die Nutzenden über Links zu weiteren relevanten Webseiten weiter. Das Angebot deckt die Gruppe 1 sowie PS 1 der Gruppe 2 ab. PS 4 der Gruppe 2 wird bedingt abgedeckt. Die Informationen für die Gruppe 1 sind weniger ausführlich als diejenigen des SECO und hauptsächlich auf die Agrarbranche fokussiert. Gruppe 3 wird durch das Angebot nicht abgedeckt.

4.3.1.6 Handelskammern

Es wurden die Angebote der Handelskammer beider Basel, der IHK der Zentralschweiz, der IHK St. Gallen Appenzell, der Tessiner HK sowie der Genfer HK analysiert. Die Webseiten der untersuchten HK beinhalten im Generellen wenige bis keine Informationen zur Nutzung von FHA. Eine Ausnahme bildet zum Beispiel die HKBB, welche auf der Webseite bei der [Infotheke](#) und auf [YouTube](#) kurze Erklärungsvideos zu z.B. den Ursprungskriterien anbietet. Vertieft wird die Thematik durch kostenpflichtige individuelle Beratungen und Seminare z.B. zum [präferenziellen Ursprung](#) oder der [Tarifizierung](#). Die Seminare sind praxisorientiert und umfassen Fallbeispiele. Zudem bieten die Handelskammern in Zusammenarbeit mit dem BAZG [Seminare für Ermächtigte Ausführer \(EA\)](#) an. Diese werden von Mitarbeitenden des BAZG inhaltlich vorbereitet und durchgeführt. Weiter betreiben die Industrie- und Handelskammern die [SSIB](#), welche umfassende Aus- und Weiterbildungen im Aussenhandel anbietet. Im Regelfall wird den teilnehmenden Unternehmen an den Seminaren die Präsentation zur Verfügung gestellt. Diese unterscheiden sich bezüglich der Grösse und der Branche. Ein EA Tagesseminar kostet zwischen 490 - 630 CHF (unterschiedliche Preise für HK Mitglieder

und nicht Mitglieder) und ein Tagesseminar z.B. zum präferenziellen Ursprung 600 - 750 CHF. Kontaktaufnahmen zu den HK sind unterschiedlich möglich (Kontaktformulare, Telefon, Mail).

Gruppe	Was	Relevanter Inhalt	Link
Grp. 2	Webseiten	Wenige bis keine Informationen zur Nutzung von FHA	Webseite der HKBB Webseite der IHZ Webseite der CC-TI Webseite der CCIG Webseite der SSIB
Grp. 3	Aus- und Weiterbildungen	Kostenpflichtige individuelle Beratungen und Seminare z.B. zu den Ursprungsregeln.	Seminare der IHK Seminare der BHK Beratungen der HKGR

Tabelle 11 - Übersicht Angebot Handelskammern

Durch das Informations- und Unterstützungsangebot der Handelskammern werden die drei in [Kapitel 4.2.1](#) definierten Gruppen folgendermassen abgedeckt:

Handelskammern (HK)					
Gruppe 1: Theoretische Informationen	Nicht abgedeckt				
Gruppe 2: Praxisbezogene Informationen	PS 1	PS 2	PS 3	PS 4	PS 5
	--	--	--	--	--
Gruppe 3: Praxisbezogene Unterstützung	PS 1	PS 2	PS 3	PS 4	PS 5
	-	-	-	-	-

Tabelle 12 - Informations- und Unterstützungsangebot der Handelskammern

Legende: (xx) = ausführlich abgedeckt; (x) abgedeckt (-) = bedingt abgedeckt (--)= nicht abgedeckt

Die Informations- und Unterstützungsangebote der kantonalen Handelskammern sind auf die praxisorientierte Nutzung von FHA ausgerichtet. Die Adressaten sind die Mitglieder der Handelskammern. Für die Gruppe 1 und Gruppe 2 stellen die Handelskammern keine frei zugänglichen Informationen zur Verfügung (Ausnahme Erklärungsvideos der HKBB Basel). Durch interaktive und praxisbezogene Unterstützungsangebote wie Aus- und Weiterbildungen (z.B. [Exportseminar FHA](#)) und individuellen Beratungen decken sie in der Gruppe 3 PS 1 - 4 vollständig sowie PS 5 bedingt ab. Da die Aus- und Weiterbildungen kostenpflichtig sind, wurden die PS als bedingt abgedeckt markiert.

4.3.1.7 Wirtschaftsverbände

Die Hauptfunktion der Wirtschaftsverbände ist die Vertretung der politischen Interessen ihrer Mitglieder. Hinsichtlich der FHA zeigt sich diese Funktion zum Beispiel in dem Positionspapier «[Free Trade Agreements](#)» des Verbandes scienceindustries. Die Verbände informieren ihre Mitglieder über ihre Newsletter zu den neusten Nachrichten über FHAs und nehmen

teils eine beratende Funktion ein. Sonst bieten sie wenige bis keine Informations- und Unterstützungsangebote zur Nutzung der FHA an. Ausnahmen sind swiss export, SPEDLOGS-WISS und Swiss Shippers Council, welche Schulungen, Kurse und Beratungen zur Nutzung von FHA anbieten. Speziell zu erwähnen ist das Unterstützungsangebot von swiss export, welches [Seminare auf verschiedenen Stufen](#) («Basic», «Advanced», «Expert»), Webinare sowie auch Beratungen beinhaltet. Ein Tagesseminar zum [Warenursprung und Präferenzen](#) von swiss export kostet zwischen CHF 680 - 780. Kontaktaufnahmen zu den Wirtschaftsverbänden sind unterschiedlich möglich (Kontaktformulare, Telefon, Mail).

Gruppe	Was	Relevanter Inhalt	Link
Grp. 2	Generell	Newsletter mit aktuellen Informationen zu FHA	Economiesuisse SwissTextiles
Grp. 2 & 3	swiss export	Aus- und Weiterbildungen, Webinare, Veranstaltungen sowie Exportberatungen	Seminare von swiss export
Grp. 2 & 3	SPEDLOGS-WISS	Weiterbildungen, Kurse und weiteres zum Thema Zoll	Kurse und Seminare SPEDLOGSWISS
Grp. 2 & 3	Swiss Shippers Council	Beratungen und Schulungen zu Ursprung und FHA	Schulungen Swiss Shippers Council

Tabelle 13 - Übersicht Angebot der Wirtschaftsverbände

Durch das Informations- und Unterstützungsangebot der Wirtschaftsverbände werden die drei in [Kapitel 4.2.1](#) definierten Gruppen folgendermassen abgedeckt:

Wirtschaftsverbände (WV)					
Gruppe 1: Theoretische Informationen	Nicht abgedeckt				
Gruppe 2: Praxisbezogene Informationen	PS 1	PS 2	PS 3	PS 4	PS 5
	--	--	--	--	--
Gruppe 3: Praxisbezogene Unterstützung	PS 1	PS 2	PS 3	PS 4	PS 5
	-	-	-	-	--

Tabelle 14 - Informations- und Unterstützungsangebot der Wirtschaftsverbände

Legende: (xx) = ausführlich abgedeckt; (x) abgedeckt (-) = bedingt abgedeckt (--)= nicht abgedeckt

Die Wirtschaftsverbände informieren ihre Mitglieder über aktuelle Nachrichten zu FHA. Darüber hinaus stellen sie keine Informationen oder Unterstützungen für die Gruppe 1, 2 oder 3 bereit. Ausnahmen bilden die Verbände swiss export, SPEDLOGSWISS sowie Swiss Shippers' Council, welche mit ihren kostenpflichtigen Seminaren zur Nutzung von FHA die PS 1 - 4 der Gruppe 3 abdecken. Da die Aus- und Weiterbildungen kostenpflichtig sind, wurden die PS als bedingt abgedeckt markiert.

4.3.1.8 Beratungsunternehmen

In der Schweiz gibt es einige private Anbieter, die Informations- und Unterstützungsangebote zur Nutzung von FHA anbieten. Die Angebote umfassen kostenpflichtige Beratungen und Schulungen sowie (teilweise ausführliche) kostenlose Informationen zu der Nutzung von FHA auf den Webseiten. Die Beratungen betreffen zum Beispiel eine [Nutzenanalyse von Freihandelsabkommen](#) oder [Seminare zur Tarifierung](#). Eine Nutzenanalyse kostet bei einem Anbieter CHF 2'900. Die Analyse, ob ein Unternehmen EA werden kann pro Stunde CHF 260. Kontaktaufnahmen zu den Wirtschaftsverbänden sind unterschiedlich möglich (Kontaktformulare, Telefon, Hotline, Mail).

Gruppe	Was	Relevanter Inhalt	Link
Grp. 2 & 3	finesolutions	Seminare zum präferenziellen Warenursprung, Beratungen, Software und viele kostenlose Informationen zur Nutzung von FHA auf der Webseite	Webseite finesolutions
Grp. 2 & 3	ZFEB (zollschule)	Zollberatungen, Weiterbildungen, Seminare, Inhouse Training, Facherläuterungen zur Nutzung von FHA	Webseite ZFEB
Grp. 2 & 3	EWAG	Kombination von einem Aussenhandelsnetzwerk Fachzirkel Verzollung, von Beratungen und Schulungen	Webseite EWAG
Grp. 2 & 3	G. Englmaier	Zollberatungen, Weiterbildungen, Seminare, Inhouse Training	Webseite G. Englmaier
Grp. 2 & 3	BKM Consulting	Zollberatungen, Weiterbildungen, Seminare, Inhouse Training	Webseite BKM Consulting
Grp. 2 & 3	Euro-1.ch	Webseite mit Informationen zur Nutzung von FHA, Praxisbeispielen, Weiterbildungen/Kurse (werden durch swiss export angeboten)	Webseite Euro-1
Grp. 3	Big Four (EY, PwC, Deloitte, KPMG)	Individuelle Beratungen	

Tabelle 15 - Übersicht Angebot Beratungsunternehmen

Durch das Informations- und Unterstützungsangebot der Beratungsunternehmen werden die drei in [Kapitel 4.2.1](#) definierten Gruppen folgendermassen abgedeckt:

Beratungsunternehmen					
Gruppe 1: Theoretische Informationen	Bedingt abgedeckt				
Gruppe 2: Praxisbezogene Informationen	PS 1	PS 2	PS 3	PS 4	PS5
	x	x	x	x	--
	PS 1	PS 2	PS 3	PS 4	PS 5

Gruppe 3: Praxisbezogene Unterstützung	-	-	-	-	-
--	---	---	---	---	---

Tabelle 16 - Informations- und Unterstützungsangebot der Beratungsunternehmen

Legende: (xx) = ausführlich abgedeckt; (x) abgedeckt (-) = bedingt abgedeckt (--)= nicht abgedeckt

Die Informations- und Unterstützungsangebote von Beratungsunternehmen sind auf die praxisorientierte Nutzung von FHA ausgerichtet. Die Adressaten sind importierende und exportierende Unternehmen. Die Gruppe 1 wird bedingt abgedeckt. Bei der Gruppe 2 werden mit ausführlichen Fachbeiträgen und Beispielaufgaben (z.B. [Beitrag zu Listenregeln von fineresolutions](#)) die PS 1 - 4 abgedeckt. Bei der Gruppe 3 werden über Aus- und Weiterbildungen sowie individuellen Beratungen die PS 1 - 4 vollständig und der PS 5 bedingt abgedeckt. Da die Beratungen kostenpflichtig sind, wurden die PS von Gruppe 3 nur als bedingt abgedeckt markiert.

4.3.1.9 Internationale Organisationen

Das Informations- und Unterstützungsangebot der internationalen Organisationen ist auf KMUs ausgerichtet. Es beinhaltet Fachbeiträge und verschiedene Tools zur Tarifierung, zur Bestimmung der Ursprungsregeln oder der technischen Handelshemmnisse. Die relevantesten Anbieter umfassen das ICC, das ITC, die UN, die WB, die WCO und die WTO. Kontaktaufnahmen zu den internationalen Organisationen sind unterschiedlich möglich (Kontaktformulare, Telefon, Hotline, Mail).

Wer	Gruppe	Was	Relevanter Inhalt	Link
ICC	Grp. 2 & 3	Diverse Tools	Informationen zu den Incoterms. Incoterm-Regeln, Tools für den Online-Handel, etc.	ICC Resources for business
ITC	Grp. 3	Market Analysis Tools and Market Access Map	Abfrage von internationalen Zolltarifen und weiteren Informationen	ITC Market Access Map
	Grp. 3	Rules of Origin Facilitator	ITC-Datenbank für Ursprungsregeln und Ursprungsbestimmungen in Handelsabkommen	Rules of Origin Facilitator
	Grp. 3	Global Trade Helpdesk (GTH)	Tarifäre und nicht-tarifäre Informationen	Global Trade Helpdesk
	Grp. 3	e-Ping	Tool, welches über Änderungen bei technischen Handelshemmnissen berichtet	e-ping

UN	Grp. 2	Trade Facilitation Implementation Guide	Der Leitfaden zur Umsetzung von Handelserleichterungen ist ein Instrument zur Vereinfachung des grenzüberschreitenden Handels.	Trade Facilitation Implementation
UN	Grp. 3	Comtrade Database	Überblick über Handelsströme und Zugang zu Handelsstatistiken	Comtrade Database
WB	Grp. 2 & 3	World Integrated Trade Solution (WITS)	Zugang zu länderspezifischen Handelsstatistiken und -schutzmassnahmen. Handelszahlen, Zollltarife und Nicht-tarifäre Handelshemmnisse (von UNCTAD TRAINS)	World Integrated Trade Solution
WCO	Grp. 2 & 3	HS Tool	Aktuelle Informationen zum HS-System	HS Tool
	Grp. 2 & 3	Origin Tool	Informationen zu FHA und Ursprungsregeln	Origin Tool
WTO	Grp. 2 & 3	Trade Facilitation Agreement Implementation Database	Angaben zu den Massnahmen punkto Handelserleichterung der TFA-Mitglieder. Implementierungskennzahlen sowie -bereiche	Trade Facilitation Agreement Database
	Grp. 2 & 3	Trade Facilitation Agreement Facility	Information zur Umsetzung des TFA	Trade Facilitation Agreement Facility

Tabelle 17 - Übersicht internationale Organisationen

Durch das Informations- und Unterstützungsangebot der internationalen Organisationen werden die drei in [Kapitel 4.2.1](#) definierten Gruppen folgendermassen abgedeckt:

Internationale Organisationen					
Gruppe 1: Theoretische Informationen	Ausführlich abgedeckt				
Gruppe 2: Praxisbezogene Informationen	PS 1	PS 2	PS 3	PS 4	PS5
	x	x	x	x	--
Gruppe 3: Praxisbezogene Unterstützung	PS 1	PS 2	PS 3	PS 4	PS 5
	x	x	x	x	--

Tabelle 18 - Informations- und Unterstützungsangebot von int. Organisationen

Legende: (xx) = ausführlich abgedeckt; (x) abgedeckt (-) = bedingt abgedeckt (--)= nicht abgedeckt

Die Informations- und Unterstützungsangebote von internationalen Organisationen sind auf die theoretische sowie auch auf die praxisbezogene Nutzung von FHA ausgerichtet. Gruppe 1 wird durch die Angebote ausführlich abgedeckt. Bei Gruppe 2 werden mit Fachbeiträgen PS 1 - 4 abgedeckt. In der Gruppe 3 werden über verschiedene integrierte Tools (z.B. Rules of Origin Facilitator) die PS 1 - 4 abgedeckt. Die Angebote der internationalen Organisationen sind in der Schweiz nicht bekannt und werden nur selten von Schweizer Unternehmen

genutzt. Deshalb wird im Rahmen dieses Kapitels nicht tiefer auf die einzelnen Angebote eingegangen. Best Practice Angebote werden im [Kapitel 6](#) detailliert analysiert.

4.3.1.10 Zwischenfazit Gruppierung

Die theoretischen Informationsangebote zu FHA (Gruppe 1) werden insbesondere vom SECO ausführlich abgedeckt.

Praxisbezogene Informationsangebote zu FHA (Gruppe 2) werden hauptsächlich durch das BAZG, S-GE und Beratungsunternehmen über Dokumente oder Webseitenbeiträge bereitgestellt. Besonders das BAZG stellt z.B. über die Merkblätter oder das R-30 viele Informationen zur Verfügung. Die PS 1 - 4 werden abgedeckt und der PS 5 wird nicht abgedeckt.

	 Gibt es mit dem Export-/Ursprungsland ein FHA?	 Ist meine Ware von dem FHA erfasst?	 Erfüllt meine Ware die präferenziellen Ursprungsregeln?	 Wie beantrage ich eine Präferenzveranlagung?	 Was mache ich bei Problemen mit der präferenziellen Veranlagung/ Verzollung?
SECO	XX	-	-	-	--
BAZG	XX	XX	XX	X	--
S-GE	X	X	X	X	--
EFTA	X	X	-	--	--
BLW	X	--	--	-	--
HK	--	--	--	--	--
WV	--	--	--	--	--
BU	X	X	X	X	--
IO	X	X	X	X	--

Abbildung 9 - Abdeckung Gruppe 2 (eigene Darstellung)

Legende: (xx) = ausführlich abgedeckt; (x) abgedeckt (-) = bedingt abgedeckt (--)= nicht abgedeckt

HK = Handelskammern, WV = Wirtschaftsverbände, BU = Beratungsunternehmen, IO = Internationale Organisationen

Praxisbezogene, interaktive Unterstützungsangebote (Gruppe 3) werden durch das BAZG (Tares, E-Learnings), S-GE (Zolldatenbank, individuelle Beratungen), Handelskammern (Seminare, Beratungen), Beratungsunternehmen (Seminare, Beratungen) sowie auch über einige Wirtschaftsverbände (Seminare, Beratungen) bereitgestellt. Da die Seminare und Beratungen kostenpflichtig sind, zählen sie hinsichtlich der PS nur als bedingte Abdeckung. Somit werden die PS 1 - 4 durch die Gruppe 3 teils abgedeckt und teils bedingt abgedeckt und der PS 5 wird bedingt abgedeckt.

	 1 Gibt es mit dem Export-/Ursprungsland ein FHA?	 2 Ist meine Ware von dem FHA erfasst?	 3 Erfüllt meine Ware die präferenziellen Ursprungsregeln?	 4 Wie beantrage ich eine Präferenzveranlagung?	 5 Was mache ich bei Problemen mit der präferenziellen Veranlagung/ Verzollung?
SECO	--	--	--	--	--
BAZG	X	X	X	-	--
S-GE	-	-	-	-	-
EFTA	--	--	--	--	--
BLW	--	--	--	--	--
HK	-	-	-	-	-
WV	-	-	-	-	--
BU	-	-	-	-	-
IO	x	x	x	x	--

Abbildung 10 - Abdeckung Gruppe 3 (eigene Darstellung)

Legende: (xx) = ausführlich abgedeckt; (x) abgedeckt (-) = bedingt abgedeckt (--)= nicht abgedeckt

HK = Handelskammern, WV = Wirtschaftsverbände, BU = Beratungsunternehmen, IO = Internationale Organisationen

Die bestehenden nationalen Informations- und Unterstützungsangebote decken grundsätzlich viele Angaben ab, welche ein Unternehmen benötigt, um ein FHA zu nutzen. Obwohl die Informations- und Unterstützungsangebote umfassend sind, fühlen sich gemäss Firmenbefragungen des SECO Importeure zu wenig und Exporteure neutral bis gut über die Nutzung der FHA informiert. Folglich muss das Problem weitere Ursachen als nur die Abdeckung der Informationen haben. Mögliche Problematiken könnten die tiefe Sichtbarkeit, die fehlende Übersichtlichkeit oder die hohe Komplexität der bestehenden Informations- und Unterstützungsangebote sein.

4.3.2 Bewertung der Angebote

Um das bestehende Informations- und Unterstützungsangebot vertiefter auf Eigenschaften wie z.B. die Übersichtlichkeit oder die Sichtbarkeit zu untersuchen, wurde es basierend auf acht Kriterien bewertet.

Die Bewertung zeigt, dass das bestehende Informations- und Unterstützungsangebot sehr viele gute Elemente beinhaltet. Sei es die Ausführlichkeit und die hohe Relevanz des Angebotes des BAZG, die übersichtliche Darstellung des Inhaltes mit dem integrierten Tool Mendel Online von S-GE, die hohe Bekanntheit des Angebotes des SECO, die hohe Relevanz der praxisorientierten Seminare der Handelskammern oder die hohe Sichtbarkeit von den Angeboten einiger Beratungsunternehmen. Im Folgenden ist eine Übersicht mit den Gesamtbewertungen dargestellt.

Übersicht Bewertung aller Angebote									
Kriterien	SECO	BAZG	S-GE	EFTA	BLW	HK	WV	BU	IO
Übersichtlichkeit	3	2	5	4	2	3	4	4	4
Komplexität	4	3	4	3	3	3	3	4	3
Sichtbarkeit	5	3	2	3	2	4	4	5	2
Ausführlichkeit	4	5	5	4	3	3	2	4	5
Relevanz	2	4	5	3	3	4	2	5	4
Interaktivität	2	3	4	3	2	4	3	4	4
Verlinkung	4	4	2	3	3	2	2	3	3
Sprachen	5	3.75	3.75	1.25	5	2.5	2.5	2.5	-
Insgesamt	3.6	3.5	3.8	3	2.9	3.3	2.8	3.9	3.6

Tabelle 19 - Gesamtbewertung aller Angebote

Legende: HK = Handelskammern, WV = Wirtschaftsverbände, BU = Beratungsunternehmen, IO = Internationale Organisationen

Der Bund (SECO, BAZG & BWL) bietet den Unternehmen ein ausführliches Informations- und Unterstützungsangebot, um FHA zu nutzen. Insbesondere auf der Webseite des BAZG können Unternehmen alle praxisrelevanten Informationen zur Nutzung eines FHA finden, wenn sie wissen, wo sie nachschauen müssen. Negativ aufgefallen ist die fehlende Übersichtlichkeit, welche einerseits durch das veraltete «Bundesdesign» der Webseiten und andererseits durch eine fehlende Prozessstruktur (fehlende Angaben für schrittweises Vorgehen) und fehlende Benutzerfreundlichkeit (die Nutzenden müssen sich bereits mit dem Angebot auskennen, um zu wissen, wie man es bedient) bedingt ist. Die fehlende Übersichtlichkeit führt zu einer trägen Navigation, einer tiefen Sichtbarkeit von relevanten Inhalten wie den E-Learnings des BAZG sowie zu einer erhöhten Komplexität des Angebotes. Erstmalig Nutzende landen durch die Navigation direkt beim komplexen R-30 anstatt beim entsprechenden E-Learning. Dadurch besteht die Gefahr, dass die Nutzenden abgeschreckt werden resp. mit der Nutzung überfordert sind.

Die Auswertung zeigt auch auf, wo bei den bestehenden Angeboten Verbesserungspotential besteht. Die Massnahmen, um dieses Verbesserungspotential zu realisieren werden im Kapitel 8 thematisiert.

Die Ergebnisse umfassen folgende Detailerkennnisse:

4.3.2.1 Bewertung SECO

Kriterien	Bewertung	Begründung
Übersichtlichkeit	3	+ visuelle Elemente (Karte mit Übersicht über FHA) - überholtes «Bundesdesign» der Webseite

		<ul style="list-style-type: none"> - dicht gedrängter Text - viele Unterseiten auf der Webseite (unklar wo die Informationen zu finden sind)
Komplexität	4	<ul style="list-style-type: none"> + leicht verständliche Sprache + komplexer Inhalt möglichst einfach erklärt - keine Beispielaufgaben
Sichtbarkeit	5	<ul style="list-style-type: none"> + Google Suche + Firmenumfrage des SECO + Interviews mit Wirtschaftsakteuren
Ausführlichkeit	4	<ul style="list-style-type: none"> + sehr umfassend - nicht alle Informationen an einem Ort
Relevanz	2	<ul style="list-style-type: none"> - wenige Informationen zur praxisorientierten Nutzung
Interaktivität	2	<ul style="list-style-type: none"> - Navigation unklar (z.B. die Informationen bei «Nutzung von FHA» sind eher technischer Natur) - Interaktivität nur über Links - keine Tools, Seminare, E-Learnings etc.
Verlinkung	4	<ul style="list-style-type: none"> + viele Verlinkungen zu relevanten Informationen - gewisse Verlinkungen werden übersehen (z.B. R-30 in FAQ)
Sprachen	5	<ul style="list-style-type: none"> + in allen Landessprachen sowie in Englisch verfügbar
Insgesamt	3.6	

Tabelle 20 - Bewertung des SECO Angebotes

Die Informationen werden von verschiedenen Abteilungen des SECO unterhalten. Dies führt dazu, dass zum Beispiel Verlinkungen oder die Darstellung nicht überall einheitlich sind. Positiv aufgefallen ist die leicht verständliche Sprache, die hohe online Sichtbarkeit und Bekanntheit, welche sich durch die Firmenumfragen des SECO zeigt und sich in den Interviews mit den Wirtschaftsakteuren weiter bestätigt hat, die Ausführlichkeit der Informationen, visuelle Elemente wie die Karte zu allen bestehenden und geplanten FHA sowie die Verlinkungen zu weiteren relevanten Informations- und Unterstützungsangeboten. Zudem ist die Webseite in den verschiedenen Landessprachen sowie in Englisch verfügbar. Negativ aufgefallen ist die fehlende Übersichtlichkeit (dies zeigt sich u.a. in dicht gedrängten Texten oder Unklarheit darüber, wo die benötigten Informationen zu finden sind), die überholte Navigation, die fehlende Interaktivität mit den Nutzenden, sowie die fehlende Relevanz der Informationen für Unternehmen, welche FHA konkret nutzen wollen.

Unterseite Freihandelsabkommen: Positiv aufgefallen sind die ansprechenden visuellen Elemente mit der Weltkarte zu den FHAs, die Ausführlichkeit der Informationen beim Reiter [Inhalt der FHA](#) und [Nutzung der FHA](#) (mehr theoretische Informationen) und die hohe Sichtbarkeit (erster Hit auf Google, wenn der Begriff FHA eingegeben wird). Negativ aufgefallen ist, dass wenig praxisbezogene Informationen zur Nutzung von FHA vorhanden sind und

dass gewisse Verlinkungen zu z.B. dem R-30 des BAZG (Freihandelsabkommen > Inhalt FHA > Ursprungsregeln > FAQ) schwer aufzufinden sind.

Unterseite Internationaler Warenhandel: Positiv aufgefallen ist die Kurzzusammenfassung der Themen auf der [Ausgangsseite](#), die Ausführlichkeit der Informationen z.B. beim Reiter [Aufhebung Industriezölle](#), Verlinkungen zu weiteren relevanten Informationen (viele Verlinkungen zum BAZG) sowie die Inhaltsverzeichnisse bei den Reitern [Stahl- und Aluminium-Einfuhren in die USA](#) und Schutzmassnahmen auf Stahlimporten, welche die Übersichtlichkeit erhöhen. Negativ aufgefallen ist, dass keine Verlinkungen zu praxisrelevanten Angeboten von z.B. dem BAZG (R-30 oder E-Learnings) und S-GE (Zolldatenbank) bestehen und dass viele Informationen nicht auf Unternehmen, welche FHAs in der Praxis nutzen wollen, ausgerichtet sind.

Unterseite Technische Handelshemmnisse: Positiv aufgefallen sind die Zusammenfassung der Inhalte auf der [Ausgangsseite](#) sowie die Verlinkungen zu relevanten anderen (internationalen) Informations- und Unterstützungsangeboten (z.B. unter dem Reiter [Importplattform](#) zum Tares oder dem GTH). Negativ aufgefallen ist, dass wenige Informationen zur praxisbezogenen Anwendung von FHAs für Unternehmen vorhanden sind, dass keine visuellen Elemente vorhanden sind und dass die Informationen nur aus dicht gedrängtem Text bestehen.

KMU-Portal (Reiter Aussenhandel): Positiv aufgefallen ist die Kurzzusammenfassung des Inhaltes mit visuellen Elementen auf der [Ausgangsseite](#) und die Verlinkungen zu S-GE und dem BAZG. Negativ aufgefallen ist die eher tiefe Sichtbarkeit und Bekanntheit des Angebotes (im Vergleich zu den anderen Webseiten des SECO), einige Doppelspurigkeiten zu den anderen Webseiten des SECO sowie dass das BAZG auf der gesamten Webseite EZV genannt wird.

Verbesserungsvorschläge: Unternehmen, welche nur praxisbezogene Informationen benötigen sollten direkt auf der Ausgangsseite ans BAZG oder an S-GE weitergeleitet werden. Die Reiter und die Inhalte sollten vereinheitlicht werden (z.B. überall Kurzzusammenfassungen mit Bildern). Das Design der Webseiten sollte modernisiert werden (weniger dicht gedrängter Text und einfachere Navigation) und die Suchfunktion präsender gemacht werden (wie bei [zoll.de](#)). Ausserdem könnte mehr auf die Seminare und Beratungen der HK hingewiesen, eine Chatfunktion und kurze Erklärungsvideos eingebaut und der gesamte Inhalt einmal auf Ungereimtheiten (z.B. nicht funktionierende Links) überprüft werden. Ausserdem könnten die Möglichkeiten zur Kontaktaufnahme präsender positioniert werden.

4.3.2.2 Bewertung BAZG

Kriterien	Bewertung	Begründung
Übersichtlichkeit	2	+ «Schneller zur gesuchten Information» - Funktion + Unterscheidung zwischen Firmen und Privaten - keine visuellen Elemente - überholtes «Bundesdesign» der Webseite - dicht gedrängter Text - unklar wo die Informationen zu finden sind
Komplexität	3	+ komplexer Inhalt möglichst einfach erklärt + E-Learnings - komplexe «Zollsprache» (viele Fachbegriffe) - Sehr viele Informationen
Sichtbarkeit	3	+ Bekanntheit bei Unternehmen hoch + Firmenumfrage des SECO - einige wichtige Dokument und die E-Learnings haben eine sehr tiefe Sichtbarkeit
Ausführlichkeit	5	+ alle Informationen vorhanden
Relevanz	4	+ alles praxisbezogene Informationen - viele Informationen zu anderen Themen als FHA
Interaktivität	3	+ interaktive Beispielaufgaben bei den E-Learnings + Tares - überholte Navigation (z.B. beim R-30 mit Download-Links oder beim E-Learning präferenziellen Ursprung) - Interaktivität nur über Links
Verlinkung	4	+ Verlinkungen zu allen relevanten Informationen + R-30 und der Tares beinhalten sehr gute Verlinkungen - einige Links funktionieren nicht
Sprachen	3.75	+ in allen Landessprachen sowie in Englisch verfügbar - einige Angebote nicht in allen Landessprachen verfügbar (E-Learnings, R-30)
Insgesamt	3.5	

Tabelle 21 - Bewertung des Angebotes des BAZG

Das Angebot des [BAZG](#) punktet bei der Ausführlichkeit, der Relevanz des Inhalts und bei den Verlinkungen. Die Funktionen «[Schneller zur gesuchten Information](#)» und «[Meist gesuchte Stichwörter](#)» sind sehr hilfreich für die Nutzenden um sich zurechtzufinden (werden leider übersehen, da sie nicht optimal auf der Webseite platziert sind). Bei der Navigation ist die Unterscheidung zwischen Informationen für Private und Informationen für Unternehmen sinnvoll.

Negativ zu bewerten ist die fehlende Übersichtlichkeit, die fehlende Interaktivität sowie die Komplexität des Angebotes. Der Übersichtlichkeit schadet das Fehlen einer klaren Struktur mit einer Übersicht zum Informations- und Unterstützungsangebot des BAZG. Die Interaktivität funktioniert über viele Reiter und (Download)-Links, was zu einer trägen Navigation

führt. Die Komplexität entsteht durch die «Zollsprache» (viele komplizierte Zollbegriffe), welche ein gewisses Fachwissen voraussetzt und durch die grosse Masse an Informationen. Eine grosse Herausforderung ist die erfolgreiche Suche nach den gewünschten Informationen. Es gibt in den verschiedenen E-Learnings, Dokumenten oder Tools keine Hinweise dazu, welche Unterstützung wo zu finden ist. Die Nutzenden müssen die umfassende BAZG Webseite im Detail kennen, um zu wissen, wo die benötigten Informationen auffindbar sind.

E-Learnings: Die E-Learnings des BAZG sind sehr hilfreich, um einen Überblick über diese komplexe Materie zu erhalten. Die Interessierten werden Schritt für Schritt durch die Thematik geführt. Die E-Learnings zeigen auch, wo die nötigen Informationen nachgeschlagen werden können. Ausserdem werden bei den E-Learnings Beispielaufgaben zu der Nutzung von FHA zur Verfügung gestellt. Das Design der Schulungen ist überholt und die Sichtbarkeit tief.

R-30: Das R-30 stellt einen «One-Stop-Shop» für Unternehmen dar. Alle für die Nutzung eines FHA relevanten Informationen, insbesondere zu den präferenziellen Ursprungsregeln, sind darin enthalten. Das Dokument ist übersichtlich aufgebaut: es wird nach drei Themenbereichen und mit Farbcodierungen strukturiert. Die Navigation ist durch die Download-Verlinkungen erschwert, die Komplexität auf Grund einer fehlenden Anleitung für die Anwendung des R-30 hoch und das Dokument ist zu wenig präsent auf der Webseite des BAZG platziert. Um auf das Dokument zu kommen muss ein Nutzender folgendermassen navigieren: Informationen Firmen > Ausfuhr aus der Schweiz > Freihandel, präferenzieller Ursprung > Publikationen.

Tares: Der Tares ist ein ausführliches und kostenloses Tool, unter anderem zur Bestimmung von Zollansätzen, der Höhe der MWST oder Zusatzabgaben bei der Einfuhr in die Schweiz. Das Tool wird durch ein E-Learning und Anleitungen Schritt für Schritt erklärt. Die Daten werden monatlich aktualisiert. Das Design und die Navigation des Tools sind im Vergleich zur S-GE Zolldatenbank / Mendel Online veraltet, dies schadet der Übersichtlichkeit. Die Dokumente «Entscheiden», «Erläuterungen», «Anmerkungen» und «Bemerkungen», welche wichtige Informationen z.B. zu den Ursprungsregeln beinhalten, werden leicht übersehen.

Dokumente: Auf der BAZG Webseite sind ausführliche Dokumentationen zu komplexen Themen wie der Kumulation oder dem PEM-Übereinkommen zu finden. Es fehlt aber eine übersichtliche Struktur der Dokumente auf der Webseite (z.B. bei [Zirkulare zu verschiedenen Themen](#)). Die Bezeichnung der Dokumente ist teilweise mehr auf zollinterne Mitarbeitende als auf Kundinnen und Kunden des Zolls ausgerichtet. Relevante Dokumente wie z.B. «Matrix

Euro-Med», «Wegleitung zur Pan-Euro-Med Ursprungskumulation» und «Merkblatt zur formellen Gültigkeit von Ursprungsnachweisen» haben eine tiefe Sichtbarkeit.

Kontaktaufnahme: Fragen können über die Auskunftszentrale oder per Kontaktformular eingereicht werden. Zudem erteilt das BAZG auf Anfrage hin verbindliche Zolltarifauskünfte¹² und Ursprungsauskünfte.

Verbesserungsvorschläge: Durch eine Übersicht zum Informations- und Unterstützungsangebot zur Nutzung von FHA (Liste mit den wichtigsten E-Learnings, Tools und Dokumenten mit einer Kurzbeschreibung der Inhalte) würde die Übersichtlichkeit des BAZG Angebotes um einiges erhöht werden. Diese könnte mit einer Übersicht zum Schritt für Schritt vorgehen um ein FHA zu nutzen und einer «Anleitung» zur Bedienung der BAZG Webseite kombiniert werden (z.B., dass Neueinsteigende in die Thematik mit dem E-Learning beginnen sollen). Die Suchfunktion sollte präziser positioniert werden (wie bei zoll.de). Die E-Learnings sollten sichtbarer gemacht und/oder modernisiert werden (in den Gesprächen mit den Unternehmen hat sich herausgestellt, dass viele die E-Learnings nicht kennen). Das R-30 sollte sichtbarer gemacht, ein Erklärungsvideo zur Bedienung erstellt und die Download-Verlinkungen abgeändert werden. Auf der Webseite sollten mehr Beispielaufgaben mit Musterlösungen zu z.B. der Ursprungskalkulation integriert, das Design der Webseite modernisiert und Erklärungsvideos zu komplexen Themenbereichen (z.B. direkt von den Zöllnern) integriert werden. Ausserdem könnten die Möglichkeiten zur Kontaktaufnahme präziser positioniert werden.

4.3.2.3 Bewertung S-GE

Kriterien	Bewertung	Begründung
Übersichtlichkeit	5	+ viele visuelle Elemente + modernes Webseitendesign (Text nicht dicht gedrängt, Design der Reiter/Tabs) + einfache Nutzung
Komplexität	4	+ leicht verständliche Sprache – teilweise wird Fachwissen vorausgesetzt
Sichtbarkeit	2	+ Firmenumfrage des SECO + Verlinkungen zu S-GE von anderen Angeboten – Google Suche – Interviews mit Unternehmen
Ausführlichkeit	5	+ sehr umfassendes Angebot + GoGlobal Cockpit + Tool (Zolldatenbank) + Beratungen, Webinare, Hotline und Chat-Funktion

¹² [Zolltarifauskünfte \(admin.ch\)](http://Zolltarifauskunfte.admin.ch)

Relevanz	5	+ fast nur praxisrelevante Informationen für Exporteure
Interaktivität	4	+ Chat-Funktion + Anregung zur Kontaktaufnahme + Zolldatenbank & GoGlobal Cockpit + Navigation der Webseite
Verlinkung	2	+ Relevante Verlinkungen – wenige Verlinkungen (insbesondere im Vergleich zum Bundesangebot)
Sprachen	3.75	– Zolldatenbank nur in Deutsch und Englisch verfügbar
Insgesamt	3.8	

Tabelle 22 - Bewertung des Angebotes von S-GE

Das Angebot von S-GE punktet durch seine Modernität, die übersichtliche Darstellung und durch die geringe Komplexität, welche durch eine leicht verständliche Sprache sichergestellt wird. Negativ zu bewerten ist die eher tiefe Sichtbarkeit und Bekanntheit des Angebotes (z.B. der Zolldatenbank oder des GoGlobal Cockpits) und fehlende Erklärungsvideos zur Anwendung des Excels zur Ursprungskalkulation oder von der Zolldatenbank.

Webseite: Die Webseite von S-GE ist benutzerfreundlich aufgebaut, beinhaltet viele visuelle Elemente und adressiert sowohl Personen mit Vorkenntnissen zu FHA wie auch ohne. Im Vergleich zur Webseite des SECO und des BAZG ist die Lesefreundlichkeit um einiges höher, da der Text mehr verteilt und die Webseite besser strukturiert ist (z.B. durch die Reiter). Negativ zu bewerten ist, dass nur wenige Beispielaufgaben zur praktischen Anwendung von FHA z.B. zur Anwendung der Ursprungsregeln oder dem Ausstellen einer Warenverkehrsbescheinigungen auf der Webseite verfügbar sind.

GoGlobal Cockpit: Das GoGlobal Cockpit überzeugt durch die Benutzerfreundlichkeit, die Interaktivität und indem auf die individuellen Bedürfnisse der Nutzenden eingegangen wird. Bei der Registrierung kann ein Unternehmen seine Produkte / Dienstleistungen eingeben. Das übersichtlich gestaltete Cockpit wird dann individuell für die Produkte / Dienstleistungen erstellt, welche das Unternehmen exportiert. Beim Export von Produkten wird eine Schritt-für-Schritt Exporthilfe zur Verfügung gestellt, bei welcher Informationen zu den Zollansätzen, den Ursprungsregeln, den Incoterms sowie auch eine Zusammenfassung mit Verlinkungen zu weiteren Informationen (z.B. zur Zolldatenbank) bereitgestellt wird. Negativ zu bewerten ist die tiefe Sichtbarkeit des Angebotes sowie die benötigte Registrierung mit Angaben zum Unternehmen, welche Nutzende abschrecken könnte.

Zolldatenbank: Mit der Zolldatenbank offeriert S-GE ein kostenloses, benutzerfreundliches, einfach zu navigierendes und sehr ausführliches Tool zur Nutzung von FHA. Das Tool liefert Informationen zur Tarifnummer, den Zollsätzen, Steuern und Abgaben, den Ursprungsregeln sowie zu den Import- oder Exportbestimmungen. Es steht allen Schweizer Unternehmen kostenlos zur Verfügung, wird regelmässig aktualisiert und die Bedienung per [Anleitung](#) sowie auch per [Webinar](#) erklärt. Das Tool erfordert jedoch eine einmalige Registrierung und das Einloggen zur Benutzung. Negativ zu bewerten ist die tiefe Sichtbarkeit des Tools. S-GE ist nicht bei allen Unternehmen bekannt und unter einer Google Suche schlecht aufzufinden, was sich auch bei den Interviews mit den Wirtschaftsakteuren bestätigt hat. Es gibt [verschiedene Zolldatenbanken](#) von Mendel Online im Netz, was die Nutzenden verwirren kann und die Auffindbarkeit des Tools zusätzlich vermindert. Die Zolldatenbank ist nur in Deutsch und Englisch verfügbar - einige Teile nur in Englisch. Dies verschlechtert das Angebot um einiges, da Fachbegriffe in Englisch nicht für alle Nutzenden verständlich sind.

Excel zur Präferenzkalkulation: Mit dem Excel zur Präferenzkalkulation wird ein einfaches Tool zur Berechnung des präferenziellen Ursprungs angeboten. Die Grenzen des Tools liegen bei branchenspezifischen Vorschriften oder bei einer Kumulation, in diesen Fällen kann das Excel nicht mehr unterstützen. Ausserdem ist die Bekanntheit bei Unternehmen tief.

Webinare: Die Webinare von S-GE bieten Unternehmen eine kostenlose Möglichkeit, um die Thematik weiter zu vertiefen. Sie werden mit Expertinnen und Experten durchgeführt. S-GE bietet selbst keine kostenpflichtigen Seminare an, dies übernehmen die Handelskammern, einige Wirtschaftsverbände und private Anbieter.

Verbesserungsvorschläge: Eine kurzes Erklärungsvideo zur Nutzung der Zolldatenbank oder des Excels zur Ursprungskalkulation sollten erstellt werden. Die Zolldatenbank (und deren ausschliessliche Nutzbarkeit für Schweizer Unternehmen) sollte sichtbarer und bekannter gemacht werden. Auf der Webseite sollten mehr Beispielaufgaben mit Musterlösungen integriert und die Webseite im Generellen über Suchmaschinenoptimierungen bekannter gemacht werden (bei der ersten Google Suche war die Webseite von S-GE fast nicht aufzufinden).

4.3.2.4 Bewertung EFTA

Kriterien	Bewertung	Begründung
Übersichtlichkeit	4	+ viele visuelle Elemente (z.B. FHA Karte) + modernes Webdesign

		– viele Reiter
Komplexität	3	+ leicht verständliche Sprache – keine Begriffserklärungen – keine Beispielaufgaben
Sichtbarkeit	3	+ Interviews mit Wirtschaftsvertretern + Interviews mit Expertinnen und Experten – Google Suche – Firmenumfrage des SECO
Ausführlichkeit	4	+ Zusammenfassung der einzelnen FHAs der EFTA – viele Informationen zu anderen Themen als FHA
Relevanz	3	+ Zusammenfassung der einzelnen FHAs der EFTA – keine Erklärungen zu komplexen Begriffen – viele akademische/theoretische Informationen
Interaktivität	3	+ modernes Webdesign – Navigation über viele Reiter/Tabs – Interaktivität nur über Links
Verlinkung	3	+ viele Verlinkungen zu relevanten Angeboten – wenige Verlinkungen
Sprachen	1.25	– nur in Englisch verfügbar
Insgesamt	3	

Tabelle 23 - Bewertung des BLW Angebotes

Die Webseite der EFTA überzeugt durch eine hohe Übersichtlichkeit, welche durch visuelle Elemente (z.B. [Free Trade Map](#)) und einem modernen Webdesign sichergestellt wird. Die Zusammenfassungen der einzelnen FHAs ([Beispiel Marokko](#)) mit Erläuterungen der Ursprungsregeln sind übersichtlich gestaltet und haben eine hohe Relevanz für Wirtschaftsakteure. Negativ zu bewerten ist, dass das Angebot nur in Englisch verfügbar ist, dass es bei Schweizer Wirtschaftsakteuren nur bedingt bekannt ist und dass die komplexe Thematik nicht durch Begriffserklärungen oder Beispielaufgaben (z.B. zu den Ursprungsregeln) vereinfacht wird.

4.3.2.5 Bewertung BLW

Kriterien	Bewertung	Begründung
Übersichtlichkeit	2	– überholtes «Bundesdesign» der Webseite – dicht gedrängter Text – unklar wo die Informationen zu finden sind
Komplexität	3	+ leicht verständliche Sprache – keine Beispielaufgaben
Sichtbarkeit	2	– Google Suche – Firmenumfrage des SECO
Ausführlichkeit	3	+ Viele Informationen zu Agrarprodukten – Viele Informationen zu anderen Themen als FHA

Relevanz	3	- Wenige Informationen zur praxisorientierten Nutzung
Interaktivität	2	- Navigation über viele Reiter/Tabs - Interaktivität nur über Links
Verlinkung	3	+ Viele Verlinkungen zu relevanten Angeboten - Einige Verlinkungen funktionieren nicht
Sprachen	5	+ In allen Landessprachen sowie in Englisch verfügbar
Insgesamt	2.9	

Tabelle 24 - Bewertung des BLW Angebotes

Die Struktur der Webseite des BLW ist unübersichtlich (eng gedrängter Text sowie keine visuellen Elemente) und die Navigation ist überholt, da eine Interaktivität mit dem Nutzenden nur über die Reiter oder die Links möglich ist (einige Links funktionieren nicht).

4.3.2.6 Bewertung Handelskammern

Kriterien	Bewertung	Begründung
Übersichtlichkeit	4	+ modernes Webseitendesign Bsp. xx + einfache Nutzung
Komplexität	3	+ Beispielaufgaben in den Seminaren - keine Erklärungen zu komplexen Begriffen oder Themenbereichen auf den Webseiten
Sichtbarkeit	4	+ Firmenumfrage des SECO + Interviews mit Unternehmen
Ausführlichkeit	3	+ ausführliche Seminare - wenig konkreter Inhalt auf Webseiten
Relevanz	4	+ praxisrelevante Informationen in den Seminaren und Beratungen
Interaktivität	4	+ einfache Navigation + eingehen auf individuelle Bedürfnisse in den Beratungen und Seminaren - wenig interaktive Elemente auf der Webseite
Verlinkung	2	- wenige Verlinkungen zu relevanten Angeboten
Sprachen	5	+ alle Sprachregionen werden abgedeckt
Insgesamt	3.6	

Tabelle 25 - Bewertung des Angebotes der Handelskammern

Webseiten: Die Webseiten der Handelskammern sind moderner und übersichtlicher gestaltet als diejenigen des Bundes. Über die Nutzung von FHA gibt es auf den Webseiten wenige bis keine praxisrelevante Informationen.

Aus- und Weiterbildungen: Mit ihren kostenpflichtigen Aus- und Weiterbildungen schliessen die Handelskammern eine entscheidende Lücke, da die Unternehmen direkte Hilfestellung

zur Nutzung von FHA erhalten. Die Seminare sind praxisorientiert, umfassen Fallbeispiele und gehen direkt auf die individuellen Bedürfnisse der Unternehmen ein. Dadurch haben sie eine hohe Relevanz. Die Umfrage bei Schweizer Exporteuren des SECO hat gezeigt, dass die Angebote bei den Unternehmen bekannt sind. Je nach Region, in der die Handelskammer angesiedelt ist, ist das Angebot in Deutsch, Französisch oder Italienisch verfügbar. Negativ zu bewerten ist, dass die Unternehmerinnen und Unternehmer auch in den Seminaren nur wenige Beispielaufgaben mit Musterlösungen z.B. zur Ursprungskalkulation fürs Selbststudium erhalten. Zusammen mit den HK könnte das BAZG Beispielaufgaben mit Musterlösungen zur Verfügung stellen. Weiterhin ist negativ zu bewerten, dass die Seminare kostenpflichtig sind.

4.3.2.7 Bewertung Wirtschaftsverbände

Kriterien	Bewertung	Begründung
Übersichtlichkeit	4	+ modernes Webseitendesign + einfache Nutzung
Komplexität	3	+ tiefe Komplexität – wenig komplexe Informationen auf der Webseite, welche erklärt werden müssen – keine Beispielaufgaben
Sichtbarkeit	4	+ Interviews mit den Unternehmen – Firmenumfrage des SECO
Ausführlichkeit	2	– wenige Informationen
Relevanz	2	+ Seminare und Beratungen einiger Wirtschaftsverbände – wenige praxisrelevante Informationen
Interaktivität	3	+ Seminare und Beratungen einiger Wirtschaftsverbände – Navigation- und Interaktivität auf Webseiten
Verlinkung	2	– wenige Verlinkungen zu relevanten Angeboten
Sprachen	2.5	– viele Angebote nicht in allen Landesprachen verfügbar
Insgesamt	2.8	

Tabelle 26 - Bewertung des Angebotes der Wirtschaftsverbände

Die Verbände stellen eine sehr gute Möglichkeit für die Informationsverbreitung und Sichtbarmachung von bestehenden und/oder neuen Informations- und Unterstützungsangeboten dar, da sie eine grosse Reichweite haben und im engen Kontakt mit ihren Mitgliedern stehen. Unterschiedliche Vertreter der Wirtschaftsverbände haben in den Interviews ihre Bereitschaft zur Kommunikation von neuen oder bestehenden Angeboten bestätigt. Zum Beispiel würden die Vertreterinnen und Vertreter eine Übersicht zum Informations- und Unterstützungsangebot zur Nutzung von FHA über ihren Newsletter teilen.

4.3.2.8 Bewertung Beratungsunternehmen

In der Schweiz gibt es einige private Anbieter, die Beratungen zur Nutzung von FHA anbieten (EWAG, EY, finesolutions, PWC, unabhängige Beraterinnen und Berater). Bei der Analyse sind zwei Beratungsunternehmen aus der Deutschschweiz aufgefallen: finesolutions¹³ und die ZFEB (zollschule.ch)¹⁴. Diese wurden auf Basis ihres Webseitenangebotes analysiert. Die Beratungen selber wurden nicht bewertet.

finesolutions		
Kriterien	Bewertung	Begründung
Übersichtlichkeit	5	+ modernes Webseitendesign + einfache Nutzung + Struktur der Reiter/Tabs + Erklärungsvideos zu Beginn der Fachbeiträge
Komplexität	5	+ einfache Sprache + kurze Erklärungsvideos + Beispielaufgaben mit Musterlösungen
Sichtbarkeit	5	+ hohe Auffindbarkeit im Netz (Suchmaschinenoptimierung) + Bekanntheit bei Unternehmen
Ausführlichkeit	5	+ detaillierte kostenlose Fachbeiträge + Beratungen sowie Aus- und Weiterbildungen
Relevanz	5	+ praxisrelevante Informationen + Beispielaufgaben mit Musterlösungen
Interaktivität	5	+ individuelle Beratungen und Seminare + Navigation auf Webseiten
Verlinkung	3	+ einige Verlinkungen zum Bundesangebot – wenige Verlinkungen zu S-GE oder den HK
Sprachen	1.25	– nur in Deutsch
Insgesamt	3.9	

Tabelle 27 - Bewertung des Angebotes von finesolutions

Das Beratungsunternehmen finesolutions bietet kostenpflichtige hybride Seminare zum präferenziellen Warenursprung, kostenpflichtige Beratungen, kostenpflichtige Software sowie kostenlose ausführliche Fachbeiträge zur Nutzung von FHA auf der Webseite an.

Das Informations- und Unterstützungsangebot von finesolutions überzeugt. Die Webseite von finesolutions verfügt über eine übersichtliche und strukturierte Darstellung, eine hohe Ausführlichkeit und Relevanz der Informationen für Unternehmen, eine hohe Sichtbarkeit

¹³ [finesolutions AG](#)

¹⁴ [ZFEB/zollschule](#)

durch die Suchmaschinenoptimierung, eine einfache Navigation sowie eine leichte Verständlichkeit der Informationen und des komplexen Themas. Negativ zu bewerten ist, dass das Angebot nur in Deutsch verfügbar ist und dass die Verlinkungen zum Teil begrenzt sind.

Die kostenlosen Fachbeiträge sind in einer leicht verständlichen Sprache geschrieben und werden mit kurzen Erklärungsvideos, Definitionstextboxen zu komplexen Fachbegriffen, Tippboxen oder Fallbeispielen optimal ergänzt. Unter anderem beinhalten die Fachbeiträge folgende Inhalte:

- Der Fachbeitrag Listenregeln¹⁵ erklärt die richtige Anwendung des R-30 anhand von Fallbeispielen.
- Der Fachbeitrag Revision des PEM¹⁶ erläutert die wichtigsten Vereinfachungen des revidierten PEM-Übereinkommens und fasst sie in einer Liste zusammen.
- Der Fachbeitrag Präferenzkalkulation¹⁷ zeigt anhand eines Beispiels, welche Mindestangaben für die Kalkulation benötigt werden.

Die Webseite von finesolutions mit verschiedenen Fachbeiträgen stellt in vieler Hinsicht eine Best Practice dar. Bezüglich der Ausführlichkeit unterscheiden sich die Informationen nicht allzu sehr von den Informationen, welche auch durch das BAZG angeboten werden. Der grosse Unterschied besteht bei der Aufbereitung. finesolutions setzt hohen Wert auf eine möglichst starke Vereinfachung der Informationen. Dies geschieht durch die Beispielaufgaben, die Zusammenfassung der Dokumente, durch die leicht verständliche Sprache sowie die übersichtliche Darstellung.

ZFEB (zollschule.ch)		
Kriterien	Bewertung	Begründung
Übersichtlichkeit	3	+ moderne Webseite – dicht gedrängter Text – weniger strukturiert als finesolutions
Komplexität	3	– wenige Erklärungen auf der Webseite – keine Beispielaufgaben
Sichtbarkeit	5	+ hohe Auffindbarkeit im Netz
Ausführlichkeit	4	+ umfassendes Angebot – teils nur Verlinkungen zu weiteren Informationen des BAZG

¹⁵ [Fachbeitrag von finesolutions zu Listenregeln](#)

¹⁶ [Fachbeitrag von finesolutions zur Revision des PEM](#)

¹⁷ [Fachbeitrag von finesolutions zur Präferenzkalkulation](#)

Relevanz	4	+ praxisrelevante Informationen
Interaktivität	4	+ individuelle Beratungen und Seminare + Navigation auf Webseite
Verlinkung	3	+ Verlinkungen zum Angebot des Bundes – wenige Verlinkungen zu S-GE oder den HK
Sprachen	2.5	+ Beratungen in allen Landessprachen – Webseite auf Deutsch
Insgesamt	3.3	

Tabelle 28 - Bewertung des Angebotes der ZFEB (zollschule.ch)

Die Webseite der zollschule bietet ein umfassendes und ausführliches Angebot zur Nutzung von FHA an und ist über ihre Aus- und Weiterbildungen bei den Unternehmen bekannt. Speziell positiv aufgefallen ist, dass die zollschule die Beratungen in allen Landessprachen sowie auch in Englisch anbietet. Im Vergleich zum Informations- und Unterstützungsangebot von finesolutions ist die Webseite der zollschule komplexer, und hat eine schlechtere Navigation. Ausserdem werden weniger Beispielaufgaben öffentlich zugänglich angeboten.

4.3.2.9 Bewertung internationale Organisationen

Kriterien	Bewertung	Begründung
Übersichtlichkeit	4	+ modernes Webseitendesign + Einfache Nutzung
Komplexität	3	– Vorwissen muss oft vorhanden sein
Sichtbarkeit	2	– bei Schweizer Unternehmen nicht bekannt
Ausführlichkeit	5	+ ausführliche Fachbeiträge + umfassende Tools
Relevanz	4	+ Tools zu Bestimmung der Ursprungsregeln – kein Fokus auf die Schweiz
Interaktivität	4	+ Benutzerfreundliche Navigation + interaktive Tools
Verlinkung	3	+ Verlinkungen zu anderen int. Tools – keine Verlinkungen zu nationalen Angeboten
Sprachen	-	+/- nicht bewertet, da international
Insgesamt	3.6	

Tabelle 29 - Bewertung internationale Organisationen

Die internationalen Organisationen bieten ein breites Informations- und Unterstützungsangebot zur Nutzung von FHA. Im Generellen ist das moderne Webdesign, die hohe Ausführlichkeit der Angebote sowie die hohe Relevanz und Interaktivität, welche durch integrierte Tools sichergestellt wird, positiv aufgefallen. Negativ aufgefallen ist die tiefe Bekanntheit der Angebote bei Schweizer Unternehmen.

5 Erwünschte Informations- und Unterstützungsangebote

5.1 Methodik

5.1.1 Einbindung von Vorstudien

Die Erhebung der erwünschten Informations- und Unterstützungsangebote baut auf den zwei Studien und Firmenbefragungen des SECO auf. Das SECO hat im Rahmen der beauftragten Überprüfung zwei Studien durchgeführt und dabei zwei Firmenbefragungen zur Nutzung von FHA veranlasst. Die Studie «Analyse zur Nutzung von Freihandelsabkommen im Auftrag des SECO» verdeutlichte einerseits, dass 2018 Schweizer Importeure durch die FHA und mit einer durchschnittlichen Nutzungsrate von 73% eine Einsparung von CHF 2,5 Milliarden erreichen konnten. Die Nutzungsrate bei Exporten in FHA-Ländern lag im gleichen Jahr sogar bei 80%, was Zollersparnisse im Wert von CHF 1,8 Milliarden entspricht.

Um ein besseres Verständnis über den Gebrauch sowie mögliche Vereinfachungen in der Nutzung der FHA zu gewinnen, führte das SECO zwei Firmenbefragungen durch. Die erste Firmenbefragung erfolgte im Mai 2021 und zielte auf 122 Unternehmen, welche Waren in die Schweiz importieren und gleichzeitig hohe nichtrealisierte Zolleinsparungen aufwiesen. Die Ergebnisse zeigten, dass sich die befragten Unternehmen zu wenig über FHA informiert fühlten. Weiterhin wünschten sich zwei Drittel der Teilnehmenden ein Informationsportal zur Nutzung von FHA, wobei mehr als die Hälfte der Unternehmen ein Tool zur Berechnung der präferenziellen Zölle hilfreich finden und Onlinekurse zur Anwendung begrüßen würden. Die Umfrage zeigte weiterhin, dass als Informationsquellen primär Spediteure und Webseiten des Bundes (SECO, BAZG) genutzt wurden, danach folgen die Angebote der Handelskammern, von S-GE sowie von den Wirtschaftsverbänden. Gleichzeitig appellierten rund 40 Prozent der befragten Unternehmen an mehr Informationen zu FHA.

Die zweite Firmenbefragung, hielt die Bedürfnisse der exportseitigen Unternehmen fest. Die Befragung fand zwischen 2021 und 2022 statt und schloss 418 Unternehmen aus verschiedenen Branchen mit ein. Exportorientierte Unternehmen gaben in der Befragung an, dass sie sich neutral bis eher gut über die Bedingungen für die Nutzung der FHA fühlen. Als Informationsquellen gaben diese wiederum die Webseiten des Bundes, die Handelskammern, S-GE sowie Spediteure an. In der Umfrage zeigte sich auch, dass die Unternehmen einen starken Wunsch nach Unterstützungsangeboten haben. Als wichtigstes zusätzliches Unterstützungsangebot wurden zwei Tools gewünscht: Ein Tool, das anzeigt, ob die Anforderungen des präferenziellen Ursprungs erfüllt werden und ein Tool, welches mögliche Zollein-

sparungen in CHF berechnet. Weiterhin wurden Onlinekurse und eine Hotline zur Anwendung respektive Fragen rund um die FHA als wichtig eingestuft. Unterstützungsangebote, wie zum Beispiel ein Informationsportal, Verbesserungen zu bestehenden Informationsangeboten, der Ausbau von spezialisierten Beratungsdienstleistungen u.a. wurden als neutral bis wenig wichtig wahrgenommen.

Erwünschte Unterstützungsangebote zur Nutzung von Freihandelsabkommen	Mittelwert
Ein Tool, welches aufzeigt, ob die Anforderungen des präferenziellen Ursprungs erfüllt werde	4.08
Ein Tool, welches den Nutzen von FHA aufzeigt, also die möglichen Zolleinsparungen in CHF berechnet	3.71
Online-Kurse zur Anwendung von FHA	3.58
Eine Hotline für Fragen rund um FHA	3.49
Ein neues Informationsportal zur Nutzung von FHA	3.29
Verbesserung des bestehenden Informationsangebots (SECO, BAZG, Switzerland Global Enterprise (S-GE), etc.)	3.22
Ausbau von spezialisierten Beratungsdienstleistungen (S-GE, Handelskammern, Bundesstellen, etc.)	3.11
Frequently Asked Questions and Answers (FAQ) zu FHA	2.97
Ein Chatroboter, welcher Fragen interaktiv beantwortet	2.68
Skala von 1 bis 5, 1 = wenig wichtig, 5 = sehr wichtig	

Tabelle 30 - Bericht Seco zu den Resultaten der Firmenbefragung zur Nutzung von FHA durch Schweizer Exporteure¹⁸

Das SECO führte im November 2022 eine Informationsveranstaltung zur Nutzung von Freihandelsabkommen durch und lud die anwesenden Wirtschaftsvertreter dabei zu einer interaktiven Umfrage ein. Die Umfrage, welche mit Unterstützung von EY durchgeführt wurde, fokussierte sich auf Probleme der bestehenden Informations- und Unterstützungsangebote sowie auf zukünftig erwünschte Angebote. Knapp zwei Drittel der teilnehmenden Unternehmen gaben an, dass die bestehenden Informations- und Unterstützungsangebote eine zu hohe Komplexität aufweisen. 17 Prozent sahen das Problem bei der Dezentralisierung sowie bei der Menge an Informationen und weitere 11 Prozent bei der fehlenden Benutzerfreundlichkeit. Eine kleine Minderheit der Teilnehmenden fand die unattraktive Darstellung und die tiefe Sichtbarkeit der Unterstützungsangebote als herausfordernd. Weiterhin konnten die

¹⁸ [Bericht Seco zu den Resultaten der Firmenbefragung zur Nutzung von FHA durch Schweizer Exporteure](#)

Unternehmen in offenen Antworten angeben, welche neuen Informations- und Unterstützungsangebote sie sich wünschen würden. Ein grosser Teil der Beteiligten gab an, dass fachspezifische und praxisbezogene Seminare und Informationsangebote geschätzt seien sowie klarere Kommunikationen zu Neuerungen respektive Änderungen. Gleichzeitig würde eine Hotline dabei helfen, individuelle Bedürfnisse anzusprechen und eine einfache Abklärungsmöglichkeit für Unternehmen ermöglichen. Weitere Antworten thematisierten Tools, die Berechnungen und Abklärungen zu Kriterien vereinfachen sollen sowie interaktive Informationsplattformen, die unter anderem auch nachvollziehbare Kalkulationsbeispiele aufzeigen könnten.

Wo sehen Sie das grösste Problem beim bestehenden Informations- und Unterstützungsangebot zu Freihandelsabkommen?

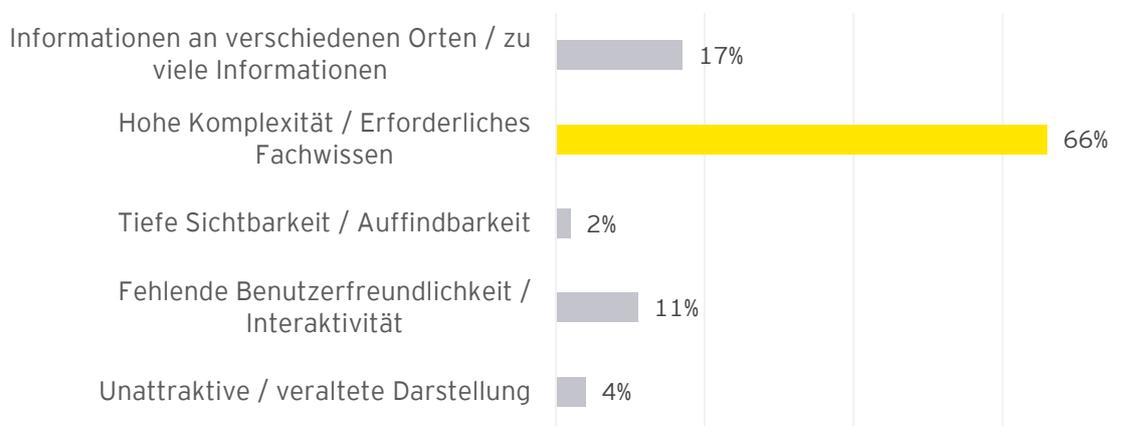


Abbildung 11 - Probleme beim bestehenden Informations- und Unterstützungsangebot ¹⁹

Die Befragung an der Informationsveranstaltung fokussierte sich weiterhin auf spezifische Bedürfnisse eines potenziellen zukünftigen Tools. Die Unternehmen gaben hier einerseits an, dass im Falle eines Tools, das die Anforderungen des präferenziellen Ursprungs aufzeigen könnte, Themen wie Kompatibilität, Sprachenverfügbarkeit aber auch die Benutzerfreundlichkeit und Einfachheit der Bedienung als besonders wichtig wahrgenommen wurden. Im Falle eines Tools, das den Nutzen respektive die Einsparungen von FHA berechnen würde, wurde einerseits der Datenschutz von vielen Unternehmen sowie die Individualisierung der Kalkulationen als wichtig empfunden. Weiterhin fanden die Unternehmen die Zuverlässigkeit bzw. Aktualität sowie die einfache Handhabung des Tools bedeutend.

¹⁹ [Bericht Seco zu den Resultaten der Firmenbefragung zur Nutzung von FHA durch Schweizer Exporteure](#)

5.1.2 Vorgehen in dieser Studie

Insgesamt wurden 26 Interviews mit relevanten Wirtschaftsvertretern geführt:

- Es wurden zwölf **Unternehmen** befragt. Alle Interviewpartner sind in ihrem Unternehmen für die Nutzung von FHA verantwortlich.
- Zudem wurden die Erkenntnisse zweier Austausche zwischen dem SECO und dem Verband der **Spediteure** SPEDLOGSWISS im Jahr 2021 berücksichtigt und weitere Interviews mit 5 Spediteuren durchgeführt.
- Mit zwei Vertretern von **Handelskammern** wurde jeweils ein Interview durchgeführt, um die Rolle der Handelskammern als wichtige Informationsquelle zur Nutzung von FHA zu analysieren.
- Sechs Interviews wurden mit **Wirtschaftsverbänden** geführt, die als Anlaufstelle für Fragen zur Nutzung von FHA dienen und die Interessen ihrer Mitglieder vertreten.
- Es wurde ein Interview mit einem **spezialisierten Beratungsunternehmen** durchgeführt, um Rückmeldungen von dessen Beratungen von relevanten Kunden in die Studie einfließen zu lassen.

In den Interviews wurden standardisierte Fragebögen verwendet, welche für die unterschiedlichen Wirtschaftsvertreter mit individuellen Fragen ergänzt wurden.

Zudem wurden die Befragten gebeten, drei Verbesserungsoptionen zu priorisieren:

- Punktuelle Verbesserung der bestehenden Angebote
- Zusammenführung respektive Sichtbarmachung bestehender Angebote
- Schaffung von neuen, zusätzlichen Angeboten

5.2 Analyse und Ergebnisse

Um die Antworten der unterschiedlichen Wirtschaftsakteuren zu analysieren, wurden die Ergebnisse wiederum in die in [Kapitel 4.2.1.](#) erstellten drei Gruppen unterteilt (Tabelle mit Ergebnissen unterteilt nach Wirtschaftsakteuren in Anhang A):

1. Theoretische Informationsangebote zu FHA
2. Praxisbezogene **Informationsangebote** zur konkreten Nutzung von FHA
3. Praxisbezogene **Unterstützungsangebote** zur konkreten Nutzung von FHA

5.2.1 Analyse zu den theoretischen Informationsgruppen zu FHA

Zu der Gruppe der theoretischen Informationsgruppen zu FHA gehören allgemeine theoretische Informationen, die die Nutzenden über die wichtigsten Anliegen zu FHA aufklären.

In den zwei Firmenbefragungen des SECO stellte sich heraus, dass sich viele import- wie auch exportorientierte Unternehmen die Informationen zur Nutzung der FHA bei den Webseiten des SECO und des BAZG einholen. Dies bestätigten auch die Interviews mit den Unternehmen sowie mit den Spediteuren. Die Webseite des SECO wird dabei meist als erste Anlaufstelle genutzt, um zum Beispiel herauszufinden ob mit dem Zielland ein FHA besteht. Die Informationen auf den Webseiten werden allgemein als sehr ausführlich und umfangreich beschrieben, jedoch werden einzelne Herausforderungen wahrgenommen. Einerseits seien die Webseiten teils unübersichtlich gestaltet, was dazu führt, dass die Nutzenden die gewünschten Informationen nicht oder nur nach intensiver Suche finden. Andererseits würden gemäss den befragten Unternehmen auf solchen Seiten keine klare Kommunikation zu allfälligen Neuerungen oder Änderungen zu FHA sichtbar festgehalten werden. Die anspruchsvolle Sprache der Inhalte sowie die fehlende vereinfachte Darstellung der Informationen, erschwert nicht nur das Verständnis der Inhalte, sondern auch das Verständnis für die Wichtigkeit der Informationen für das individuelle Unternehmen. Dies führt zu einem hohen Bearbeitungsaufwand insbesondere bei KMUs, um die Inhalte zu verstehen und zur Nutzungsunsicherheit der FHA.

Bei allen Befragungen zeigte sich, dass die Webseiten des Bundes und weitere Informationsangebote für die Informationsbeschaffung der Unternehmen äusserst wichtig sind und rege genutzt werden. Diese decken die wichtigsten Informationen ab und werden auch als umfangreich wahrgenommen, jedoch fällt es vielen (kleinen und mittelgrossen) Unternehmen schwer die Fachsprache zu verstehen und die wichtigsten Informationen für ihre Produkte herauszufiltern. Nicht nur wird der Zeitaufwand dadurch erhöht, sondern auch die Unsicherheit zur richtigen Nutzung.

5.2.2 Analyse zu den praxisbezogenen Informationsangeboten zur konkreten Nutzung von FHA

Die zweite Gruppe bezieht sich auf die Angebote, die praxisorientierte Informationen zur konkreten Nutzung von FHA bereitstellen. Dazu gehören Informationen zur Tarifierung, Erfüllung der Ursprungsregeln oder dem konkreten Ausfüllen eines Ursprungsnachweises.

Die Bedürfnisse zu diesen Angeboten wurden in den Firmenbefragungen des SECOs nicht eindeutig festgestellt. Einerseits wurde während den zwei Firmenbefragungen des SECO

von über 60 Prozent der beteiligten importorientierten Unternehmen der Wunsch nach einem konkreten Informationsportal zur Nutzung der FHA geäußert. Andererseits wurden von exportorientierten Unternehmen die Verbesserung und der Ausbau dieser Informationsangebote als neutral bis wenig wichtig eingestuft. Während der Umfrage an der Informationsveranstaltung des SECO wurde von Unternehmen des Weiteren die hohe Komplexität der aktuellen Informations- und Unterstützungsangebote, sowie der Wunsch nach spezifischen praxisorientierten Seminaren und Schulungen, interaktiven Informationsplattformen etc. angesprochen. In den Interviews stellte sich ein ähnliches Bild heraus. Dabei wünschten sich die Unternehmen sowie Spediteure, HK, Wirtschaftsverbände und Beratungsunternehmen eine Zentralisierung respektive die Konzentrierung der Informationsangebote an einen Ort / auf einer Seite, sowie kurze, knappe und sprachlich vereinfachte Informationen. Beim Angebot des BAZG wurde darauf hingewiesen, dass zu viele Informationen vorhanden sind (z.B. bei den bereitgestellten Excel Files oder beim R-30) und die Nutzenden sich deswegen nicht zurechtfinden. Dabei wurde erwähnt, dass Dokumente und Merkblätter über die Informationsportale hinweg vereinheitlicht und Änderungen besser und sichtbarer kommuniziert werden sollen. Auch fiel ein Mangel an der Sichtbarkeit der Informationsangebote auf und es wurde der schwierige Einstieg respektive Orientierung für Personen ohne FHA-Kenntnisse thematisiert. Diesbezüglich wurde eine Übersicht zum bestehenden Informationsangebot im Generellen und eine Übersicht der Angebote pro Webseite/Anbieter (z.B. direkt beim Einstieg in die Webseite) gewünscht. Als Verbesserungsvorschläge wurde in den Interviews die Modernisierung (Interaktivität und Benutzerfreundlichkeit) (z.B. neues Webdesign beim BAZG oder beim SECO oder die Überarbeitung des R-30 oder der E-Learnings) sowie branchenspezifische Informationsangebote zur Nutzung der FHA vorgeschlagen. Wirtschaftsverbände schlugen vor, kurze Erklärungsvideos zu verschiedenen Themenbereichen zur Verfügung zu stellen sowie ein Entscheidungsbaum zur Nutzung der FHA zu erstellen, welcher die erforderlichen Prozessschritte einer Nutzung darstellt und auf zur Verfügung stehende Informations- und Unterstützungsangebote pro Prozessschritt verweist. Weiterhin wurde von allen Interviewgruppen vorgeschlagen, dass ein FHA spezifischer Newsletter einen grossen Nutzen für alle Anwender erbringen könnte. Diesbezüglich wurde auf den EA Newsletter verwiesen, welcher schon länger nicht mehr erschienen sei. Diesen haben die Unternehmen und auch die Spediteure geschätzt. Es wurde betont, dass in einem FHA Newsletter oder auch im bestehenden Newsletter des Bundes vermehrt auf bestehende Angebote (wie z.B. das R-30, die E-Learnings oder die Seminare der HK) hingewiesen werden soll, damit Unternehmen von dem Angebot erfahren. Die interviewten HK und Wirtschaftsverbände haben sich dazu bereiterklärt, den FHA spezifischen Newsletter oder zum Beispiel

eine Übersicht zum bestehenden Informations- und Unterstützungsangebot in ihren Newslettern zu integrieren. Bei den Interviews mit den Unternehmen und den Spediteuren wurde der Wunsch nach mehr Beispielaufgaben z.B. zu den Ursprungsregeln geäussert. Diese könnten in die Zirkulare des BAZG integriert oder per kleinen Handbuch mit Musterlösungen bereitgestellt werden.

Das Bedürfnis zur Verbesserung und zum Ausbau der Informationsangebote wurde in den Umfragen unterschiedlich wichtig wahrgenommen. Dies mag einerseits am Wissensstand der befragten Gruppen (exportorientierte Unternehmen fühlen sich generell besser informiert zur Nutzung von FHA) als auch an der Grösse der Unternehmen liegen (grössere Unternehmen besitzen eher fachspezifisches Personal, das sich nur mit Aussenhandelsthemen beschäftigt). Gleichzeitig wird von den meisten Teilnehmenden wiederum die benötigte Einfachheit, Vereinheitlichung respektive Zentralisierung der Angebote angesprochen. Praxisbezogene Informationsangebote sollen dabei Vorlagen und Entscheidungshilfen anbieten, die den Unternehmen, die sich bereits mit FHA beschäftigen und gewisse Informationen dazu besitzen, helfen die Nutzung zu erleichtern.

Die Uneinigkeit der Befragten bezüglich den Verbesserungen und dem Ausbau der Informationsangebote könnte damit zusammenhängen, dass nicht alle Anbieter alle benötigten Prozessschritte zur Nutzung der FHA gleich abdecken. Ziel der Prozessschritte ist es, festzuhalten welche Schritte ein Unternehmen bei der Nutzung eines FHA durchlaufen muss und ob die Angebote diese Schritte auch abdecken. Gemäss den Angaben aus den Interviews und Umfragen, nutzen Unternehmen primär Informationsangebote vom SECO, BAZG, S-GE, Handelskammern, Wirtschaftsverbänden als auch von Beratungsunternehmen. Dabei decken das BAZG, S-GE sowie Beratungsunternehmen die meisten Prozessschritte der Gruppe 2 ab, also ob es ein FHA gibt (PS 1), ob die eigenen Waren erfasst werden (PS 2), ob diese den präferenziellen Ursprungsregeln entsprechen (PS 3) und wie man eine Präferenzveranlagung beantragen kann (PS 4). Auf den Seiten des SECO hingegen wird zwar ausführlich thematisiert, ob es ein FHA mit dem Export-/Ursprungsland (PS 1) gibt, jedoch werden weitere Prozessschritte nur bedingt abgedeckt. Die HK und Wirtschaftsverbände decken zu praxisbezogenen Informationsangeboten keine Prozessschritte ab. Daraus könnte man herleiten, dass die Inkongruenz zwischen den Angeboten in den Prozessschritten zu unterschiedlichen Wahrnehmungen, wie zum Beispiel in Bezug auf die Ansammlung der Informationen oder des Inhaltsverständnisses führen kann. Der fünfte Prozessschritt (Was mache ich bei Problemen mit der präferenziellen Veranlagung / Verzollung?), der in keinen der Angebote aufgegriffen wird, wird dabei auch von den Nutzern in Bezug zu den praxisbezogenen Informationsangeboten kaum in Betracht gezogen. Hinsichtlich der Wünsche der Unternehmen

ist aufgefallen, dass diese sich nur selten spezifisch auf einen Prozessschritt beziehen, sondern, dass diese direkt mehrere PS umfassen. Ein Beispiel wäre der von den Befragten vorgeschlagener FHA spezifischer Newsletter. Dieser kann einerseits alle Prozessschritte umfassen, andererseits kann er auch in einzelnen Ausgaben detailliert auf die spezifischen Prozessschritte eingehen. Weiterhin kann der Wunsch nach einer Verschlankung des Informationsangebotes durch eine Zusammenfassung eines gewissen Dokumentes, beispielsweise das „Merkblatt zur formellen Gültigkeit von Ursprungsnachweisen“, den Prozessschritt 4 miteinbeziehen oder mit Hilfe von Erklärungsvideos zu den Ursprungsregeln den Prozessschritt 3 aufgreifen.

5.2.3 Analyse zu den praxisbezogenen Unterstützungsangeboten zur konkreten Nutzung von FHA

Zur dritten Gruppe zählen Angebote, die Unternehmen interaktive Unterstützung bei der konkreten Nutzung der FHA anbieten. Dazu gehören digitale Tools, Nachschlagewerke, Ausbildungsangebote und Auskunftstellen.

Die vom SECO durchgeführten Umfragen haben ergeben, dass es bei Unternehmen eine grosse Nachfrage nach Tools, Onlinekursen oder auch einer Hotline gibt. Konkret könnten solche Tools helfen die Anforderungen des präferenziellen Ursprungs zu überprüfen und diese auch gleich berechnen sowie mögliche Zolleinsparungen wiedergeben (gemäss der beiden Firmenbefragungen des SECO sowie Umfrage an Infoveranstaltung). Bei solchen Tools wäre es den Unternehmen wichtig, dass diese kompatibel mit ihren Systemen sind, die Benutzerfreundlichkeit hoch ist, die Darstellung und die Durchführung einfach ist und dass die Informationen zuverlässig sind. In den durchgeführten Interviews stellte sich weiter heraus, dass sich Unternehmen, Spediteure, HK, Wirtschaftsverbände sowie Beratungsunternehmen wünschen, dass die Informationen zu den Unterstützungsangeboten zentralisiert und sichtbar auffindbar sind, dass Einstiegspunkte für Erstnutzer angeboten werden und dass die Navigation sowie die Suchfunktion auf den Webseiten (z.B. beim BAZG) verbessert werden. Wiederum wird auch hier die Modernisierung der Unterstützungsangebote des Bundes als Verbesserungsvorschlag sowie die Einfachheit bei der Bedienung der Angebote erwähnt. Zum Beispiel wurde mehrmals auf das erforderliche Fach- und Navigationswissen hingewiesen, welches benötigt wird, um den Tares des BAZG zu bedienen. Gleichzeitig würden sich viele Unternehmen für individuelle Anfragen eine direkte Ansprechperson beim Bund wünschen, mit Garantie auf Anonymität. Einige Befragten erwähnten dabei, dass Unternehmen bei direkten persönlichen Kontaktanfragen eher zurückhaltend sind, da sie be-

fürchten, dass sich frühere Fehlprozesse herausstellten und diese dann nachträglich gebüsst werden. Zukünftige Angebote könnten dabei eine Übersicht inkl. branchenspezifischer Unterstützungsangebote sowie wiederum ein Tool (oder eine Vorlage) umfassen, welches die Anforderungen des präferenziellen Ursprungs und mögliche Zolleinsparungen aufzeigt. Spediteure erwähnen weiterhin eine verbreitete Nutzung von sozialen Medien und die Notwendigkeit von kürzeren E-Learnings, welche gemeinsam mit der Wirtschaft erstellt werden sollten. Wirtschaftsverbände würden branchenspezifische Seminare sowie einen interaktiven Entscheidungsbaum, welcher die Nutzung eines FHA abbildet, begrüßen.

Die meisten Befragten befanden die Weiterentwicklung der praxisbezogenen Unterstützungsangeboten als einer der wichtigsten Ansätze für die vereinfachte Nutzung der FHA. Obschon unterschiedliche Ansätze und mögliche Schwierigkeiten angesprochen wurden, deckt sich das Bedürfnis hierfür über alle Befragungen hinweg. Dabei wird auffällig, dass die Unterstützungsangebote von solchen reichen, die mit «einfachen» Mitteln durchführbar sind, wie zum Beispiel einer Hotline, bis hin zu noch nicht entwickelten digitalen Tools, die eine interaktive und individuelle Betreuung versprechen. Dies widerspiegelt die einzelnen und individuellen Herausforderungen der Unternehmen, die nicht durch standardisierte Informationen online abgedeckt werden können.

Vergleicht man die Erkenntnisse zu den praxisbezogenen Unterstützungsangeboten der Befragungen und Interviews mit den Prozessschritten wird deutlich, dass einerseits die aktuellen Angebote weder die benötigten Schritte für die Nutzung der FHA noch die Bedürfnisse der Unternehmen abdecken. Das SECO besitzt gemäss der Beurteilung zu den Prozessschritten keine praxisbezogenen Unterstützungsangebote. Das BAZG deckt mit dem Angebot zu Tares und den E-Learnings die Prozessschritte 1-3 gut ab und kann den Unternehmen bei Fragen wie, ob es ein FHA mit dem Export-/Ursprungsland gibt, ob die eigene Ware vom FHA erfasst wird und ob diese die präferenziellen Ursprungsregeln erfüllen unterstützen. Prozessschritt 4, wie man eine Präferenzveranlagung beantragt, wird hingegen nur bedingt vom BAZG abgedeckt. S-GE und die Handelskammern decken alle Prozessschritte mit ihren Angeboten nur bedingt ab, das Gleiche gilt für die Wirtschaftsverbände und Beratungsunternehmen für die Prozessschritte 1 - 4. Obschon es Angebote gibt, die rege genutzt werden, wie zum Beispiel die Zolldatenbank von S-GE oder die Seminare der HK, sind diese nicht frei zugänglich und erfordern eine Registrierung sowie allfällige Gebühren. Wie in den Befragungen verdeutlicht, fehlt es einerseits an kostenlosen Angeboten in Form von Tools, Seminaren und E-Learnings respektive Angebote, die Prozessschritte 1 bis 4 vollständig abdecken. Prozessschritt 5, wie man bei Problemen mit präferenziellen Veranlagungen und

Verzollungen umgeht, wird in dieser Gruppe aber auch besonders von den Unternehmen hervorgehoben, d.h. Unterstützungsangebote, die bei spezifischen und individuellen Herausforderungen in Anspruch genommen werden können, wie z.B. eine Hotline oder direkte Ansprechpersonen.

5.2.4 Zwischenfazit

Gemäss den ersten Erkenntnissen aus den Analysen der Befragungen und Interviews wurde einerseits ersichtlich, dass Kunden die Menge an theoretischen Informationsgruppen gut wahrnehmen. Die Herausforderungen liegen hierbei mehr bei der Auffindung dieser, da sie gemäss den Befragten auf unterschiedlichen Quellen und Webseiten verteilt als auch aufbereitet werden. Weiterhin wurde festgestellt, dass Webseiten zum Teil nicht nutzerfreundlich wahrgenommen werden, das heisst Suchfunktionen werden als erschwert, wichtige Informationen nicht ersichtlich und das Verständnis der Fach-Sprache als schwierig empfunden. Diese Faktoren führen zu einem hohen Bearbeitungsaufwand insbesondere für KMUs und zu Unsicherheiten bezüglich der Richtigkeit der Informationen. Gleichzeitig ist hier die Hervorhebung der Interviewpartner zu erwähnen, dass der anfängliche Aufwand sowie die Komplexität der Nutzung der FHA oft unterschätzt werde und dass die Nutzung der FHA erfahrungsgemäss zeit- und ressourcenintensiv ausfallen kann. Allgemein kann man jedoch sagen, dass das theoretische Wissen über die FHA da ist und auffindbar wäre, die bereitgestellten Informationen jedoch nicht die praxisnahe Anwendung, die auf den Alltag fallen würde, widerspiegeln und die Komplexität der Anwendung nicht vereinfachen. Die Lösung des Problems ist deshalb nicht nur beim Inhalt selbst, sondern mehr bei der Aufbereitung des Inhalts zu finden. Eine einfache Sprache, visuelle Darstellungen und eine klare Struktur des Inhaltes sowie eine benutzerfreundliche Navigation würden diesbezüglich weiterhelfen.

Die praxisbezogenen Informationen werden von den Unternehmen unterschiedlich wahrgenommen, was am Wissensstand der befragten Unternehmen sowie anderen Faktoren (Unternehmensgrösse, fachspezifisches Personal, etc.) liegen könnte. Generell kann aber festhalten werden, dass eine hohe Komplexität von den Unternehmen wahrgenommen wird, da Unterlagen und Informationen auf unterschiedlichen Plattformen zur Verfügung gestellt werden, oft eine sehr fachspezifische und komplexe Sprache genutzt wird, die Informationsangebote oft nicht individuell anpassbar und nicht nutzerfreundlich gestaltet sind. Viele Unternehmen wiesen in den Interviews darauf hin, dass die Angebote auf einer einzigen Seite bereitgestellt werden sollen, um so die Orientierung zu vereinfachen. Des Weiteren wurden angebotsspezifische Weiterentwicklungen gewünscht, wie zum Beispiel ein neues Webde-

sign, die Überarbeitung des R-30 oder der E-Learnings, Erklärungsvideos, ein fachspezifischer Newsletter oder auch auf Webseiten oder in Dokumente integrierte Beispielaufgaben mit Musterlösungen. Diese könnten die komplexen Inhalte der Nutzung von FHA wie zum Beispiel das Draw-Back-Verbot vereinfacht vermitteln.

Am meisten Handlungsbedarf wurde von den Befragten im Bereich der praxisbezogenen Unterstützungsangebote wahrgenommen. Viele der befragten Interviewpartner haben sich hierbei die Nutzung der FHA selbst beigebracht, sei das durch ein Selbststudium (Fachbeiträge oder Dokumente des BAZG, SECO oder S-GE) oder das Absolvieren unterschiedlicher Kurse (Seminare der HK, Ausbildungen zum Aussenhandelskaufmann/-frau). Auch wurden Probleme mit falschen Lieferantenerklärungen durch Unwissen und die Problematik, dass das BAZG eher als eine Kontrollstelle als Unterstützer wahrgenommen wird, angesprochen. Es fehle bei den bestehenden Anbietern an individuellen Unterstützungsangeboten, wie einer Hotline oder einer direkten Ansprechperson, E-Learnings und Tools, die bei der spezifischen Nutzung der FHA weiterhelfen könnten. Die aktuellen Angebote kommen gemäss den Befragten nicht genügend den (individuellen) Nutzungsbedürfnisse der Unternehmen nach, obschon es hierbei unterschiedliche Weiterentwicklungsmöglichkeiten gäbe.

Die Erkenntnisse der Analyse lassen unterschiedliche Empfehlungsansätze aufgreifen und können dabei in vier Richtungen unterteilt werden. Einerseits sollte die Verringerung der Komplexität den Unternehmen dabei helfen, die Informationsbeschaffung zur FHA zu vereinfachen. Wie von den Befragten beschrieben, kann dies in Form von einer vereinfachten Sprache auf den Webseiten oder durch interaktive Webseitengestaltung durchgeführt werden. Ein gewisses Level an Grundkomplexität wird aber immer bestehen bleiben. Deshalb ist wichtig, dass Unternehmen darüber Bescheid wissen, dass ein gewisser Eigenaufwand betrieben werden muss, um FHA zu nutzen. Weiterhin wurde von den meisten Interviewpartnern verschiedene Tools, welche bei der Nutzung von FHA unterstützen, angesprochen. Hier kann man einerseits die bisherigen Tools wie die Zolldatenbank oder den Tares überarbeiten respektive ergänzen oder auch neue Tools entwickeln, die individuelle Daten verarbeiten können. Diesbezüglich stellt sich die Frage, welche Anbieter die Entwicklung der Tools übernehmen und in welchem Rahmen diese den Unternehmen angeboten werden würden. Ausserdem muss bedacht werden, dass mit dem Tares des BAZG und der Zolldatenbank von S-GE bereits ein gutes Angebot an Tools besteht (insbesondere im Vergleich mit anderen Ländern). Ein neues Tool sollte deshalb nicht die bereits bestehenden Tools duplizieren, sondern die bestehenden Tools durch neue Elemente ergänzen. Im Bereich der Kommunikation zwischen Anbietern und Unternehmen kann man des Weiteren Kontaktmöglichkeiten,

wie einer Hotline, einer Ansprechperson oder einem anonymen Kontaktformular weiter ausarbeiten. Zusätzlich kann die Sichtbarkeit durch einen Newsletter erhöht werden. Diesbezüglich empfiehlt sich eine enge Zusammenarbeit zwischen den einzelnen Anbietern, damit durch den Newsletter möglichst viele Unternehmen erreicht werden. Nicht zuletzt kann ein FHA-spezifisches Informationsportal nicht nur die Problematik der Sichtbarkeit, sondern auch der Informationsverteilung lösen. Hierbei können Unternehmen alle wichtigen Informationen, E-Learnings, Ansprechpersonen oder Merkblätter an einem Ort finden. Bei dem Informationsportal stellt sich wiederum die Frage, welcher Anbieter dieses bereitstellt und betreibt sowie auch wie umfangreich ein solches sein sollte (z.B. nur der Prozess der Nutzung eines FHAs mit Verlinkungen zu bereits bestehenden Angeboten oder ein Portal mit Erklärungsvideos, Definitionen von Fachbegriffen und einem integrierten Tool).

6 Potenziell zusätzliche Informations- und Unterstützungsangebote

6.1 Erkenntnisse aus den Interviews mit Expertinnen und Experten

Durch die Interviews mit den internationalen Expertinnen und Experten hat sich herausgestellt, dass einige Nationen für ihr gutes Informations- und Unterstützungsangebot zur Nutzung von FHA bekannt sind. Australien und Singapur wurden bei beinahe allen Gesprächen erwähnt. Ein Experte aus Deutschland hat ausserdem auf «Best Practice» Ansätze des deutschen Zolls verwiesen. Zudem wurde auf das Tool «ROSA» der EU und auf verschiedene Tools von internationalen Organisationen, wie dem ITC oder der WCO verwiesen. Im Folgenden werden die empfohlenen Informations- und Unterstützungsangebote den in [Kapitel 4.2.1](#) erstellten Gruppen zugeordnet und anhand der in [Kapitel 4.2.2](#) festgelegten Kriterien bewertet.

6.2 Theoretisches Informationsangebot zu FHA

In der Gruppe 1 wurde kein «Best Practice» Angebot im Detail analysiert, da diese Gruppe durch die nationalen Informations- und Unterstützungsangebote genügend abgedeckt wird.

6.3 Praxisbezogene Informationsangebote zur konkreten Nutzung von FHA

Bei der detaillierten Analyse von internationalen Informations- und Unterstützungsangeboten sind bei der Gruppe 2 (Informationsangebote zur konkreten Nutzung eines FHA) die Webseite des deutschen Zolls mit dem modernen Webdesign und der präsenten Suchfunktion sowie die Webseite Enterprise Singapore, welche den Prozess der Nutzung eines FHA klar strukturiert beschreibt, als «Best Practices» aufgefallen.

Die Ergebnisse umfassen folgende Detailerkenntnisse:

6.3.1 Enterprise Singapore

[Enterprise Singapore](#)²⁰ ist eine dem Ministerium für Handel und Industrie der Regierung von Singapur unterstellte Behörde. Sie wurde im Jahr 2018 gegründet, um die Entwicklung von KMUs in Singapur zu unterstützen. Auf der Webseite von Enterprise Singapore werden unter dem Reiter [Free Trade Agreements](#) detaillierte Informationen zum Handel mit Dienstleistungen oder Gütern, ein [Glossar](#) mit Begriffserklärungen, die [FHA von Singapur](#) sowie das Tool [Tariff Finder](#), welches wie die Zolldatenbank von S-GE durch Mendel Online betrieben wird, bereitgestellt.

²⁰ [Webseite Enterprise Singapore](#)

Webseite und Dokumente von Enterprise Singapore		
Kriterien	Bewertung	Begründung
Übersichtlichkeit	5	+ modernes Webseitendesign + Übersicht zum Prozess einer FHA Nutzung + einfache Nutzung
Komplexität	4	+ Glossar mit Erklärungen + strukturierter Aufbau + Erklärungsvideo zum Tool Tariff Finder
Sichtbarkeit	2	– bei Schweizer Unternehmen nicht bekannt
Ausführlichkeit	4	+ umfassende Informationen zur Nutzung von FHA
Relevanz	4	+ Praxisrelevante Informationen – kein Beispielaufgaben
Interaktivität	4	+ einfache Navigation über Reiter/Tabs
Verlinkung	3	– wenige Verlinkungen
Insgesamt	3.9	

Tabelle 31 - Bewertung der Webseite von Enterprise Singapore

[Enterprise Singapore](#) überzeugt mit einer modernen Darstellung und der einfachen Nutzung. Der Prozess der Nutzung eines FHA wird einmal kurz und knapp auf der Webseite und einmal ausführlicher im Dokument «[All You Need to Know About Singapore's Free Trade Agreements and Digital Economy Agreements](#)»²¹ dargestellt. Weiterhin überzeugt die Webseite mit der Differenzierung zwischen «Trade in Goods» und «Trade in Services» sowie auch mit einem [Glossar](#), in welchem wichtige komplexe Begriffe, wie zum Beispiel die Kumulation, erklärt werden.

6.3.2 Trade4MSMEs (WTO)

Die [Trade4MSMEs-Webseite](#)²² ist eine Plattform zur Unterstützung von KKMUs die im internationalen Handel tätig sind, sowie von politischen Entscheidungsträgern und Forschern, die an der Schnittstelle zwischen KKMU und Handelsfragen arbeiten. Die Webseite wurde von der informellen WTO-Arbeitsgruppe für KKMU entwickelt und im Dezember 2021 aufgeschaltet.

²¹ [All You Need to Know About Singapore's Free Trade Agreements and Digital Economy Agreements](#)

²² [Trade4MSMEs](#)

Webseite Trade4MSMEs der WTO		
Kriterien	Bewertung	Begründung
Übersichtlichkeit	4	+ logische, prozessuale Struktur + visuelle Elemente
Komplexität	5	+ einfach verständlich erklärt
Sichtbarkeit	2	– bei Schweizer Unternehmen nicht bekannt
Ausführlichkeit	4	+ jeder Prozessschritt des Handels wird abgedeckt
Relevanz	2	– wenige Informationen zur Nutzung von FHA
Interaktivität	4	+ einfache Navigation
Verlinkung	4	+ relevante Verlinkungen zu den Tools der internationalen Organisationen
Insgesamt	3.9	

Tabelle 32 - Bewertung der Webseite Trade4MSMEs

Die Informationen der Webseite Trade4MSMEs sind sehr ausführlich und decken den gesamten Prozess des internationalen Handels ab. Der Inhalt wurde für KKMUs möglichst leicht verständlich aufbereitet. Besonders positiv aufgefallen ist die [strukturierte und visuelle Darstellung der verschiedenen Prozessschritte](#), welche ein KKMU beim internationalen Handel durchläuft und wie die Webseite die Nutzenden durch den Prozess führt. Der Prozess ist mit einer Graphik visualisiert und wird durch das Webseitendesign strukturiert wiedergegeben. Beim Prozessschritt «[Was muss ich wissen, um meine Waren ins Ausland zu bringen?](#)» wird die Nutzung von FHA schrittweise mit Fachbeiträgen und Verlinkungen zu weiteren Informationen oder Tools erklärt.

6.3.3 Zoll Deutschland

Die Webseite des Deutschen Zolls, zoll.de²³, stellt das Äquivalent zur Webseite des BAZG dar. Auf der Webseite werden Informationen zu zum Beispiel dem [präferenziellen Ursprung](#) bereitgestellt. Weiterhin bietet der Deutsche Zoll die Auskunftsdatenbank «[Warenursprung und Präferenzen online](#)» kostenlos und ohne Registrierung für Unternehmen an. WuP online funktioniert ähnlich wie die [Zolldatenbank](#) von S-GE. Die [PAN-EURO-MED-MATRIX](#) der EU ist in das Tool integriert. Damit Unternehmen das Tool nutzen können, müssen sie die HS-Position ihrer Ware kennen.

²³ zoll.de

Webseite des deutschen Zolls		
Kriterien	Bewertung	Begründung
Übersichtlichkeit	5	+ sehr übersichtlicher Einstieg mit präsender Suchfunktion + modernes Webseitendesign + Struktur der Reiter/Tabs
Komplexität	3	+ komplexe Thematik einfach erklärt – komplexe «Zollsprache» (viele Fachbegriffe)
Sichtbarkeit	4	+ einige Schweizer Unternehmen kennen das Angebot
Ausführlichkeit	4	+ viele Fachbeiträge, Formulare und Merkblätter zu FHA – Weniger Informationen als beim BAZG
Relevanz	4	+ viele praxisrelevante Informationen – viele nicht FHA relevante Themenbereiche
Interaktivität	4	+ Suchfunktion + Darstellung der Reiter + WuP online
Verlinkung	3	+ viele relevante Verlinkungen zu nationalen sowie auch internationalen Angeboten
Insgesamt	4.1	

Tabelle 33 - Bewertung der Webseite des deutschen Zolls

Im direkten Vergleich zur Webseite des BAZG ist die Webseite des Deutschen Zolls moderner gestaltet, beinhaltet viele visuelle Elemente (z.B. Bilder von Zöllnerinnen und Zöllnern oder Piktogramme) und hat weniger dicht gedrängten Text. Neben der übersichtlichen und strukturierten Darstellung haben insbesondere die Navigation mit der beim [Seiteneinstieg](#) präsenten Suchfunktion sowie auch die Darstellung der Einstiegsseite im Generellen überzeugt. Vom Umfang der Informationen her ist die BAZG Webseite um einiges ausführlicher und beinhaltet detailliertere Beschreibungen zur Nutzung von FHA über die Zirkulare, die E-Learnings oder die Merkblätter.

6.4 Praxisbezogene Unterstützungsangebote zur konkreten Nutzung von FHA

Bei der Gruppe 3 (Unterstützungsangebote zur konkreten Nutzung von FHA) wurde das Tool ROSA der EU, der Rules of Origin Facilitator des ITC sowie das Australian Free Trade Portal als «Best Practices» identifiziert. ROSA überzeugt mit der interaktiven Herangehensweise zur Bestimmung der Ursprungsregeln, der Rules of Origin Facilitator mit dem Fokus auf die Nutzung der FHA sowie durch die übersichtliche Darstellung und das Australian Free Trade Portal durch den Ursprungsleitfaden sowie der ausschliesslichen Widmung zum Thema FHA.

Die Ergebnisse umfassen folgende Detailerkennnisse:

6.4.1 Access2Markets

[Access2Markets](#) ist die beste Webseite der EU, um sich über die Nutzung von FHA zu informieren. Die Informationen sind umfassend und decken unter anderem Themen wie Zölle, Steuern, Verfahren, Ursprungsregeln und Handelshemmnisse ab. Das in die Webseite integrierte, kostenlose Tool «My Trade Assistant» funktioniert ähnlich wie das Tool Mendel Online, welches S-GE zur Verfügung stellt (Die Daten sind ebenfalls von Mendel Online). «My Trade Assistant» beinhaltet ein Tool für Waren und eines für Dienstleistungen sowie eine interaktive Anwendung zur Bestimmung der Ursprungsregeln, der [Rules of Origin Self Assessment \(ROSA\)](#). Durch ROSA kann ein Exporteur für ein spezifisches Produkt und ein spezifisches Bestimmungsland überprüfen, ob er die erforderlichen Ursprungsregeln erfüllt werden oder nicht.

Access2Markets		
Kriterien	Bewertung	Begründung
Übersichtlichkeit	4	+ logische Struktur + moderne Darstellung – im Vergleich zu den Tools des ITC weniger übersichtlich
Komplexität	3	+ Definition von komplexen Begriffen im Tool integriert – Fachwissen zur Navigation des Tools vorausgesetzt
Sichtbarkeit	3	– bei Schweizer Unternehmen nur selten bekannt
Ausführlichkeit	5	+ «One-stop-shop»
Relevanz	5	+ nur praxisrelevante Informationen zur Nutzung von FHA
Interaktivität	5	+ viele interaktive Elemente + angenehme Nutzererfahrung + ROSA
Verlinkung	3	+/- wenige Verlinkungen (braucht es aber auch nicht)
Insgesamt	4	

Tabelle 34 - Bewertung von Access2Markets

Das Unterstützungsangebot Access2Markets²⁴ der EU ist modern gestaltet, sehr ausführlich, bietet nur praxisrelevante Informationen zur Nutzung von FHA und bietet eine ausserordentlich hohe Interaktivität mit den Nutzenden.

Das integrierte Tool [ROSA](#) leitet die Nutzenden Schritt für Schritt durch die Fragestellung, ob die Ursprungsregeln erfüllt sind oder nicht. Dies geschieht, indem den Nutzenden die

²⁴ [Welcome home page | Access2Markets \(europa.eu\)](#)

«richtigen» Fragen gestellt werden. Der Aufwand, um das Tool aufzusetzen war beträchtlich. Mehrere Personen haben mit Unterstützung der IT über Jahre Teilzeit daran gearbeitet. Um ein Tool wie ROSA selbst zu erstellen braucht es Fachexpertise zu den Ursprungsregeln und IT-Kenntnisse für das Aufsetzen der Webseite. Bis Ende Jahr steht eine deutsche Übersetzung zur Verfügung. Die Daten werden von Mendel Online bereitgestellt und aktualisiert. Da die Schweiz nicht Teil der EU ist, können Schweizer Importeure nicht alle Funktionen des Tools benutzen. Dies wird sich wohl auch in Zukunft nicht ändern.

ROSA		
Kriterien	Bewertung	Begründung
Übersichtlichkeit	4	+ prozessuale Struktur (Schritt für Schritt vorgehen) + moderne Darstellung – im Vergleich zu den Tools des ITC weniger übersichtlich
Komplexität	2	+ Definition von komplexen Begriffen im Tool integriert – Fachwissen zur Navigation des Tools vorausgesetzt – Ohne Vorwissen schwierig zu bedienen
Sichtbarkeit	3	– bei Schweizer Unternehmen nur selten bekannt
Ausführlichkeit	5	+ «One-stop-shop» zu den Ursprungsregeln
Relevanz	5	+ nur praxisrelevante Informationen zu den Ursprungsregeln + interaktive Lösung für eine der schwierigsten Themen (Ursprungskalkulation)
Interaktivität	5	+ prozessuale Struktur + Eingehen auf individuelle Bedürfnisse
Verlinkung	3	+/- wenige Verlinkungen (braucht es aber auch nicht)
Insgesamt	4	

Tabelle 35 - Bewertung von ROSA

Bei der exportseitigen Firmenumfrage des SECO wurde ersichtlich, dass sich die Unternehmen ein Tool zur Berechnung des präferenziellen Ursprungs wünschen. ROSA ist die Lösung der EU für diesen Wunsch der Unternehmen. Das Tool überzeugt durch die prozessuale Darstellung, der Interaktivität mit den Nutzenden und der Erklärungen zu den einzelnen Ursprungsregeln. Negativ zu bewerten ist die Komplexität des Tools. Fachexpertinnen- und Experten können das Tool schnell bedienen, da sie die Ursprungsregeln und deren Anwendungen kennen. Für jemanden, der sich nicht mit den Ursprungsregeln auskennt ist die Bedienung schwierig, da alles nachgelesen werden muss. Dieser Problematik wird durch Seminare und Webinare zur Bedienung von ROSA bis zu einem gewissen Masse Abhilfe geschaffen.

6.4.2 ePing

Jedes Jahr melden die Regierungen der WTO mehr als 5.000 technische Handelshemmnisse sowie gesundheitspolizeiliche und pflanzenschutzrechtliche Massnahmen. Mit dem Tool [e-Ping](#) erhalten diejenigen, die auf der kostenlosen Online-Plattform registriert sind, täglich oder wöchentlich Benachrichtigungen über Meldungen zu Sektoren und Produkten, die für ihre Exportmärkte relevant sind. Das Projekt ist eine gemeinsame Initiative der Abteilung für wirtschaftliche und soziale Angelegenheiten der UNDESA, des ITC und der WTO.

ePing (ITC, UNDESA & WTO)		
Kriterien	Bewertung	Begründung
Übersichtlichkeit	5	+ logische Struktur + viele Piktogramme + moderne Darstellung
Komplexität	3	– Fachwissen muss vorhanden sein – keine Erklärungen zu den Fachbegriffen
Sichtbarkeit	2	– bei Schweizer Unternehmen nicht bekannt
Ausführlichkeit	5	+ ausführliche und aktuelle Informationen zu technischen Handelshemmnissen
Relevanz	3	– nicht nur Informationen zur Nutzung von FHA
Interaktivität	5	+ Filterung der Informationen + Navigation leicht verständlich
Verlinkung	3	+/- wenige Verlinkungen (braucht es aber auch nicht)
Insgesamt	3.6	

Tabelle 36 - Bewertung von ePing

Bei der Registrierung kann per Filter entschieden werden, über welche Art von Informationen die Nutzenden über E-Mail-Alert benachrichtigt werden soll. Das Tool ist übersichtlich aufgebaut und beinhaltet viele visuelle Elemente. Die Informationen sind ausführlich, aber nicht immer relevant für die Nutzung von FHA. Die Bekanntheit bei Schweizer Unternehmen ist tief und das Tool ist nur in Englisch und Französisch verfügbar.

6.4.3 Free Trade Agreement Portal

In allen Gesprächen mit internationalen Expertinnen und Experten wurde darauf hingewiesen, dass Australien Unternehmen ausserordentlich gut zur Nutzung von FHA informiert und unterstützt. Bei der Analyse ist insbesondere das [Free Trade Agreement Portal](#) positiv aufgefallen. Das Portal stellt Informationen zu den einzelnen FHAs Australiens, Erklärungen zu komplexen Begriffen sowie ein ähnliches Tool wie ROSA zur Verfügung.

Free Trade Agreement Portal (Australien)		
Kriterien	Bewertung	Begründung
Übersichtlichkeit	5	+ visuelle Elemente + einfach zu bedienen + logische Struktur + moderne Darstellung
Komplexität	4	+ Basisbegriffe werden erklärt
Sichtbarkeit	3	+ bei internationalen Experten bekannt – bei Schweizer Unternehmen nicht bekannt
Ausführlichkeit	5	+ «One-stop-shop»
Relevanz	5	+ nur praxisrelevante Informationen zur Nutzung von FHA für australische Unternehmen
Interaktivität	5	+ viele interaktive Elemente + angenehme Nutzererfahrung + Fragebogen zu Ursprungsregeln
Verlinkung	3	+/- wenige Verlinkungen (braucht es aber auch nicht)
Insgesamt	4.3	

Tabelle 37 - Bewertung des Free Trade Agreement Portal

Speziell positiv aufgefallen ist, dass sich das Free Trade Agreement Portal²⁵ ausschliesslich auf die praxisorientierte Nutzung von FHA fokussiert. Die Übersichtlichkeit ist durch visuelle Elemente, einem modernen Webseitendesign sowie einer logischen Struktur hoch. Die Komplexität wird durch Erklärungen der komplexesten Begriffe vermindert. Die Ausführlichkeit und insbesondere die Relevanz der Informationen für praxisorientierte Unternehmen sind hoch. Bezüglich der Interaktivität ist der Fragebogen, durch welchen bestimmt werden kann, ob die Ursprungsregeln erfüllt werden, speziell positiv aufgefallen. Im Vergleich zu ROSA ist der Fragebogen mehr auf die Kernfragen fokussiert. Dies führt dazu, dass nicht alles abgedeckt wird, dafür ist die Bedienung um einiges leichter.

6.4.4 Global Trade Helpdesk

Der [GTH](#) ist ein integriertes Tool, welches tarifäre sowie auch nicht-tarifäre Informationen für Unternehmen bereitstellt. Der GTH basiert auf allen anderen Tools des ITC, wie dem Rules of Origin Facilitator oder der Market Access Map, ist auf KMUs zugeschnitten und dazu noch kostenfrei. Das SECO ist einer der beiden Hauptsponsoren des GTH.

²⁵ [Free Trade Agreement Portal](#)

Global Trade Helpdesk (ITC, UNCTAD und WTO)		
Kriterien	Bewertung	Begründung
Übersichtlichkeit	4	+ modernes Design + viele visuelle Elemente / Piktogramme + einfache Nutzung – fast zu viele Informationen
Komplexität	3	+ Erklärung des Tools über ein Video und per Webinar – Fachwissen vorausgesetzt (Keine Erklärungen zu den Fachbegriffen)
Sichtbarkeit	2	– bei Schweizer Unternehmen nicht bekannt
Ausführlichkeit	5	+ «One-stop-shop»
Relevanz	4	+ viele praxisrelevante Informationen zur Nutzung von FHA – Aktualisierungsrate der Daten
Interaktivität	5	+ viele interaktive Elemente + angenehme Nutzererfahrung
Verlinkung	3	+/- wenige Verlinkungen (braucht es aber auch nicht)
Insgesamt	3.7	

Tabelle 38 - Bewertung des Global Trade Helpdesk

Der GTH ist mit vielen Piktogrammen und visuellen Elementen aufgebaut, interaktiv und liefert sehr ausführliche Informationen zur Nutzung von FHA. Negativ zu bewerten ist, dass der Bekanntheitsgrad bei Schweizer Unternehmen tief ist und dass das Unterstützungsangebot nicht auf Deutsch verfügbar ist. In einem Gespräch mit dem ITC wurde die Bereitschaft zu einer Übersetzung ins Deutsche ausgedrückt.

6.4.5 Market Access Map

Das ITC offeriert in Zusammenarbeit mit der WTO und den UN mehrere Tools, welche Unternehmen (Fokus KMUs) bei der Nutzung von FHA unterstützen. Vier verschiedene Tools wurden im Detail analysiert. Die «Market Access Map», der «Rules of Origin Facilitator», der «Global Trade Helpdesk» sowie das Tool «ePing». Das Team des ITC arbeitet eng mit Webdesignern zusammen, welche sich auf die Benutzerfreundlichkeit der Tools fokussieren. Sie sind nicht im Besitz der Daten, sondern stützen sich auf Daten von anderen (z.B. von Regierungen). Eine der grössten Herausforderungen stellt die Erreichung der Unternehmen dar. Obwohl sie ein Netzwerk von 11 Partneragenturen haben, welche für die Tools werben und vierteljährlich offene Webinare in Französisch, Englisch und Spanisch veranstalten, gäbe es diesbezüglich noch Verbesserungsbedarf, insbesondere bei der Suchmaschinenoptimierung. Weiterhin wurde von anderen Parteien darauf hingewiesen, dass die Aktualisierungsrate der Daten der Tools des ITC tief und deswegen die Praxisrelevanz für Unternehmen

niedrig ist. Veraltete Daten würden dazu führen, dass die Daten für Unternehmen nicht mehr praxistauglich sind, da zum Beispiel die falschen HS-Codes vorhanden sind. Vom ITC selber wurde jedoch betont, dass ein grosses Team an der Aktualisierung der Daten arbeitet und dass die Aktualisierungsrate in den letzten Jahren verbessert wurde.

Das Tool [Market Access Map](#)²⁶ des ITC und der WTO enthält Informationen über die angewandten Zollansätze, einschliesslich der MFN-Zölle und der einseitig und im Rahmen von bilateralen und regionalen Freihandelsabkommen gewährten Präferenzen. Ausserdem bietet das Tool eine Liste von Handelsabkommen mit den entsprechenden Texten von Ursprungsregeln und Ursprungszeugnissen sowie weitere relevante Marktzugangsdaten, wie z. B. handelspolitische Abhilfemassnahmen, regulatorische Anforderungen und bilaterale Handelsströme.

Market Access Map des ITC		
Kriterien	Bewertung	Begründung
Übersichtlichkeit	5	+ visuelle Elemente + einfach zu bedienen + logische Struktur + moderne Darstellung
Komplexität	3	– Fachwissen vorausgesetzt
Sichtbarkeit	2	– bei Schweizer Unternehmen nicht bekannt
Ausführlichkeit	5	+ sehr umfassende Informationen
Relevanz	4	+ viele praxisrelevante Informationen zur Nutzung von FHA – Aktualisierungsrate der Daten
Interaktivität	5	+ viele interaktive Elemente + angenehme Nutzererfahrung
Verlinkung	3	+/- wenige Verlinkungen (braucht es aber auch nicht)
Insgesamt	3.9	

Tabelle 39 - Bewertung der Market Access Map

Die Market Access Map ist ein übersichtliches, benutzerfreundliches Tool, welches ausführliche und relevante Informationen zur Nutzung von FHA beinhaltet. Das Tool überzeugt, wie alle Tools des ITC mit einem modernen und leicht zu bedienenden Interface, welches viele

²⁶ [Market Access Map](#)

visuellen Elemente beinhaltet. Das Tool hat eine tiefe Sichtbarkeit bei Schweizer Unternehmen, ist nur in Deutsch und Französisch verfügbar und beinhaltet wenige relevante Verlinkungen zu weiteren Angeboten.

6.4.6 Rules of Origin Facilitator

Der «[Rules of Origin Facilitator](#)»²⁷ ist ein Tool, um zu bestimmen, ob die abkommensspezifischen Ursprungsregeln erfüllt werden. Neben dem Tool werden auf der Webseite auch Fachbegriffe erklärt (z.B. die [Ursprungsregeln](#)) und ein [Erklärungsvideo](#) zur Bedienung des Tools bereitgestellt. Es fokussiert sich ausschliesslich auf die Nutzung von FHA durch Unternehmen.

Rules of Origin Facilitator (ITC, WTO und WCO)		
Kriterien	Bewertung	Begründung
Übersichtlichkeit	5	+ visuelle Elemente + einfach zu bedienen + logische Struktur + moderne Darstellung
Komplexität	5	+ Definition von komplexen Begriffen im Tool integriert + Erklärungsvideo zum Tool
Sichtbarkeit	2	– bei Schweizer Unternehmen nicht bekannt
Ausführlichkeit	5	+ «One-stop-shop»
Relevanz	5	+ nur praxisrelevante Informationen zur Nutzung von FHA
Interaktivität	5	+ viele interaktive Elemente + angenehme Nutzererfahrung
Verlinkung	3	+/- wenige Verlinkungen (braucht es aber auch nicht)
Insgesamt	4.1	

Tabelle 40 - Bewertung des Rules of Origin Facilitator

Durch die vielen visuellen Elemente, die logische Struktur ist das Tool einfach zu bedienen. Neben den interaktiven Elementen sind auch Facherläuterungen und Erklärungsvideos integriert, welche die Komplexität weiter verringern. Ausserdem werden die Resultate einer Suche mit dem Tool durch visuelle Elemente ausserordentlich übersichtlich dargestellt. Dies macht den Rules of Origin Facilitator zu einer «Best Practice» Anwendung für die Nutzung von FHA.

²⁷ [Rules of Origin Facilitator](#)

6.4.7 UK Online Tariff Finder

Der [UK Online Tariff Finder](#)²⁸ funktioniert ähnlich wie das Australian Free Trade Portal. Über den Tariff Finder kann der HS-Code einer Ware identifiziert und Informationen zu den Ursprungsregeln oder benötigten Zertifikaten abgerufen werden.

UK Online Tariff Finder		
Kriterien	Bewertung	Begründung
Übersichtlichkeit	3	+ Darstellung der Ursprungsregeln – wenige visuelle Elemente – sehr viel Inhalt
Komplexität	4	+ Komplexe Ursprungsregeln einfach erklärt – Fachwissen vorausgesetzt
Sichtbarkeit	3	+ bei internationalen Experten bekannt – bei Schweizer Unternehmen nicht bekannt
Ausführlichkeit	4	+ Informationen zu den abkommensspezifischen Ursprungsregeln – Keine Facherläuterungen
Relevanz	5	+ nur praxisrelevante Informationen zur Nutzung von FHA für britische Unternehmen
Interaktivität	4	+ viele interaktive Elemente – Erstnutzung komplex
Verlinkung	3	+/- wenige Verlinkungen (braucht es aber auch nicht)
Insgesamt	4.0	

Tabelle 41 - Bewertung UK Online Tariff Finder

Das Tool UK Trade Tariff ist ähnlich aufgebaut wie das Australian Free Trade Portal oder Access2Markets. Speziell positiv aufgefallen ist die leicht verständliche Beschreibung der abkommensspezifischen Ursprungsregeln, welche mit einer Erklärung, wie die Ursprungsregeln gelesen werden sollten, ergänzt wird sowie die Ausführlichkeit der Informationen. Negativ aufgefallen ist die Unübersichtlichkeit der Portals, insbesondere im Vergleich zum Australian Free Trade Portal. Diese Unübersichtlichkeit wird durch fehlende visuelle Elemente und die vielen Informationen verursacht.

6.5 Zwischenfazit

Das BAZG könnte einige «Best Practice» Elemente des Deutschen Zolls übernehmen. Insbesondere der Einstieg in die Webseite des Deutschen Zolls führt durch die visuellen Elemente und durch die zentral platzierte Suchfunktion zu einer hohen Übersichtlichkeit. Von Enterprise Singapore und der Webseite Trade4MSMEs könnten die prozessuale Darstellungen als

²⁸ [Trade Tariff: look up commodity codes, duty and VAT rates - GOV.UK \(www.gov.uk\)](https://www.gov.uk/guidance/trade-tariff-look-up-commodity-codes-duty-and-vat-rates)

«Best Practice» Elemente übernommen werden. Diese Struktur ist von den Unternehmen gewünscht und würde die Übersichtlichkeit der einzelnen Webseiten, aber auch des gesamten Informations- und Unterstützungsangebotes der Schweiz verbessern und damit auch die Komplexität herunterbrechen. Von den Tools des ITC, der WTO und der UN sind insbesondere die moderne Darstellung, welche das Verständnis fördern als «Best Practices» hervorzuheben. Der Rules of Origin Facilitator zeigt ausserdem, dass teilweise weniger Informationen mehr Mehrwert liefern, da durch eine begrenzte Anzahl an Informationen die Übersichtlichkeit höher ist. Diese Erkenntnis zeigt sich auch beim Vergleich zwischen dem Australian Free Trade Portal und Access2Markets oder dem UK Online Tariff. Obwohl die letzteren mehr Informationen abdecken, empfiehlt sich das Australian Free Trade Portal, da durch die reduzierten Informationen eine bessere Übersicht und geringere Komplexität sichergestellt wird. Der Fragebogen zu den Ursprungsregeln ist zum Beispiel einfacher gestaltet als beim ROSA. Dies führt zu einer einfacheren Nutzung und einem besseren Verständnis, insbesondere für KMUs, welche keine Fachexpertinnen oder Fachexperten beschäftigen.

7 Abgleich von bestehenden und erwünschten Angeboten

7.1 Gap-Analyse in den verschiedenen Gruppierungen

Die von den Unternehmen erwünschten Informations- und Unterstützungsangebote wurden den im [Kapitel 4.2.1](#) erstellten drei Gruppierungen zugeordnet und der SOLL- und IST-Zustand sowie der Gap zwischen den beiden Zuständen wurde aufgelistet.

Die Gruppierung der bestehenden nationalen Informations- und Unterstützungsangebote hat gezeigt, dass grundsätzlich viele Angebote vorhanden sind, damit ein Unternehmen ein FHA nutzen kann. Die Bewertung der Angebote hat Verbesserungspotential beim bestehenden Angebot aufgezeigt und zum Beispiel auf eine tiefe Übersichtlichkeit beim BAZG Angebot oder auf eine tiefe Sichtbarkeit des Angebotes von S-GE hingewiesen. In den Interviews mit den Wirtschaftsvertretern wurde dieses Potential für Verbesserung, Vereinfachung und Sichtbarmachung anhand den von den Wirtschaftsakteuren erwünschten Informations- und Unterstützungsangeboten weiter bestätigt und durch Anregungen zur Schaffung von neuen Angeboten ergänzt. Durch die Gap-Analyse wird aufgezeigt, inwiefern die Bedürfnisse der Wirtschaftsakteure abgedeckt sind und wo Verbesserungs- oder Vereinfachungsbedarf besteht. Ausserdem wird erkenntlich, ob gewisse von den Unternehmen gewünschte Informations- und Unterstützungsangebote bereits vorhanden sind.

Die Ergebnisse umfassen folgende Detailerkenntnisse:

7.1.1 Theoretische Informationsangebote zu FHA

Gap: Fehlende Einstiegsseite

PS	SOLL	IST
-	<ul style="list-style-type: none">• Einfacher Einstieg in die Theorie der Thematik• Theoretische Erklärungsvideos• Übersichtliche Einstiegsseite	<ul style="list-style-type: none">• Webseite des SECO zu FHA• Ausführliche theoretische Informationen• Studien zur Nutzung von FHA

Die Webseite des SECO zu FHA liefert einen einfachen Einstieg zum theoretischen Informationsangebot zu FHA, zu welchem der Nutzende durch die hohe Sichtbarkeit im Netz früh im Prozess weitergeleitet wird. Was zum Einstieg fehlt sind kurze theoretische Erklärungsvideos zu FHA im Generellen oder zur Nutzung von FHA. Diese könnten durch Mitarbeitende des SECO aufgenommen werden, wie dies zum Beispiel finesolutions praktiziert. Alternativ könnten animierte Erklärungsvideos produziert werden. Ausserdem besteht ein Gap hinsichtlich der Übersichtlichkeit. Dieser könnte zum Beispiel durch ein modernes Webdesign ([Vorbild EDA](#)), mit weniger dicht gedrängtem Text verbessert werden.

Das Angebot für theoretische Informationsangebote zu FHA (Gruppe 1) ist sehr umfassend, das zeigt sich auch darin, dass der Unterschied zwischen SOLL und IST nicht sehr gross ist und mit relativ einfachen Mitteln Massnahmen zur Behebung des Gaps ergriffen werden können. Weiterhin zeigt sich, dass sich die interviewten Wirtschaftsakteure wenige neue, verbesserte oder vereinfachte theoretische Informationsangebote wünschen. Dies hängt damit zusammen, dass die Wirtschaftsakteure praxisorientiert sind und deshalb mehr konkrete Informationen und Unterstützungen zur Nutzung eines FHA benötigen.

7.1.2 Praxisbezogene Informationsangebote zur konkreten Nutzung von FHA

Gap: Fehlende Einstiegsseite

PS	SOLL	IST
1 - 5	<ul style="list-style-type: none"> • Zentralisiertes Informationsangebot • FHA-spezifisches Informationsplattform • Benötigte Informationen schnell finden 	<ul style="list-style-type: none"> • Viele verschiedene Anbieter mit unterschiedlichen Informationsangeboten • Beim BAZG sind viele Informationen zentralisiert vorhanden, diese sind aber schwer aufzufinden
1 - 3	<ul style="list-style-type: none"> • Einstiegspunkt für Personen, die FHA zum ersten Mal nutzen wollen • Kurze Erklärungsvideos • Übersichtliche Einstiegsseite • Anleitung zum schrittweisen Vorgehen 	<ul style="list-style-type: none"> • Verschiedene Einstiegspunkte vorhanden (z.B. beim BAZG über die Webseite des BAZG, des SECO oder bei beim S-GE)
1 - 5	<ul style="list-style-type: none"> • Neues Informationsportal zu FHA auf welchem die Informationen zu FHA zentralisiert gesammelt werden 	<ul style="list-style-type: none"> • Nicht vorhanden

In den Interviews wurden von Wirtschaftsvertretern die Herausforderungen eingebracht, dass die Nutzung des Informationsangebot nicht optimal ausgelegt ist und somit die regelmässige Nutzung aber auch der Neueinstieg in die Thematik erschwert sind. So würden oft dieselben Informationen von verschiedenen Anbietern, wie S-GE, finesolutions oder dem BAZG, auf den Webseiten bereitgestellt werden. Dies führt jedoch zu Unsicherheiten bezüglich der Aktualität und der Richtigkeit der Informationen und würde schlussendlich auch zu überflüssigen Arbeitsschleifen sowie Mehraufwand führen. Obschon hierbei die Webseite des BAZG bis zu einem gewissen Grad den Wunsch nach der Zentralisierung von Informationen erfüllen würde, wird die Webseite als zu unübersichtlich empfunden, wobei schliesslich das Zusammensuchen der Informationen trotzdem unumgänglich wird. Zusätzlich wurde geäussert, dass gewisse Informationsangebote, wie beispielsweise die beim BAZG, ein umfassendes Vorwissen zur Nutzung von FHA benötigen (z.B. wird man direkt zum R-30 weitergeleitet, obwohl der Einstieg über ein E-Learning sinnvoller wäre). Solche Herausforderungen würden gelöst werden indem einerseits den Nutzenden ein unterstützender Einstieg

in die Nutzung der FHA gewährleistet wird, wie durch kurze Erklärungsvideos in denen man die Bestimmung der Ursprungsregeln thematisiert. finesolutions oder auch die HKBB betreiben bereits solche Videos, wobei man diese didaktisch durch visuelle Elemente u.a. ausbauen könnte. In mehreren Interviews wurde andererseits der Wunsch nach einem zusätzlichen Informationsportal zu FHA eingebracht. Best Practices aus dem Ausland zeigen, wie solche aussehen könnten. Dabei könnten generelle Aspekte wie visuelle Elemente, übersichtliche und strukturierte Darstellungen sowie präsenzte Suchfunktionen miteinbezogen werden. Solche Portale können aber auch Informations- und Unterstützungsangebote in Form von Glossaren, Fachbeiträgen, Verlinkungen, Erklärungsvideos aber auch Tools zur Bestimmung von Ursprungsregeln oder Berechnung des präferenziellen Ursprungs zur Verfügung stellen.

Gap: Fehlende Sichtbarkeit

PS	SOLL	IST
1 - 5	<ul style="list-style-type: none"> Sichtbarkeit der Informationsangebote verbessern 	<ul style="list-style-type: none"> Tiefe Sichtbarkeit von S-GE Tiefe Sichtbarkeit von wichtigen Informationsangeboten beim BAZG

Einige Informationsangebote wie die Webseite für FHA des SECO haben eine hohe Sichtbarkeit. Andere sehr relevante Angebote wie die Webseite von S-GE, das R-30 oder die E-Learnings des BAZG haben eine tiefe Sichtbarkeit. Um den Gap zu schliessen könnten die Anbieter enger zusammenarbeiten, die Sichtbarkeit von S-GE durch Suchmaschinenoptimierungen erhöht werden und die Suchfunktion beim BAZG präsenter platziert werden. Ausserdem sollten über Newsletter von z.B. dem Bund oder S-GE auf relevante nicht bekannte Angebote hingewiesen werden.

Gap: Fehlende Übersicht

PS	SOLL	IST
1 - 5	<ul style="list-style-type: none"> Übersicht zu allen Informationsangeboten 	<ul style="list-style-type: none"> Nicht vorhanden
1 - 5	<ul style="list-style-type: none"> Ursprungsleitfaden / Entscheidungsbaum zur Nutzung eines FHA 	<ul style="list-style-type: none"> Nicht vorhanden

Es existiert bereits ein grosses Angebot, jedoch sind viele Teile davon den Unternehmen nicht bekannt. Mit einer Übersicht über das bestehende Angebot, könnte dies behoben werden. Umgesetzt werden kann das z.B. mit einem Dokument, mit allen relevanten Informationsangeboten, regelmässigen Hinweisen in Newslettern oder einem Zusatzreiter auf der

Webseite des SECO. Des Weiteren könnte ein Dokument helfen, welches den Prozess einer FHA Nutzung Schritt für Schritt aufzeigen würde (inkl. Ursprungsleitfaden).

Gap: Fehlende fortlaufende Informationen

PS	SOLL	IST
1 - 5	<ul style="list-style-type: none"> Mehr Informationen über Änderungen (z.B. bei Merkblättern) 	<ul style="list-style-type: none"> Newsletter des BAZG Markierung mit Farben in den Merkblättern des BAZG
1 - 5	<ul style="list-style-type: none"> FHA spezifischer Newsletter mit visuellen Elementen, aktuellen Informationen, aber auch Hinweise auf bestehende Angebote (z.B. aufs R-30 oder die Seminare der HK) 	<ul style="list-style-type: none"> Newsletter des Bundes, von den Wirtschaftsverbände und den Handelskammern (beim Bund mit Filterungsfunktion) EA Newsletter

Die bestehenden Newsletter für Unternehmen beinhalten selten diejenigen Informationen, welche Unternehmen zur Nutzung von FHA benötigen und sind oft nicht zeitgemäss gestaltet. Weiter müssen beim Newsletter des Bundes die richtigen Filter eingestellt werden, damit ein Unternehmen die gewünschten Medienmitteilungen erhält. Das BAZG kommuniziert über den Newsletter des Bundes in kurzen Mitteilungen zum Beispiel zu Änderungen beim Tares oder bei Merkblättern und markiert diese Änderungen mit verschiedenen Farben in den Merkblättern. Durch eine Ausweitung der Kommunikationskanäle (Soziale Medien, Wirtschaftsverbände etc.) oder der Wiederaufnahme des EA Newsletters könnten mehr Unternehmen über Änderungen informiert und weitere Informationen übermittelt werden. Ein solcher Newsletter könnte nur Informationen zur konkreten Nutzung von FHA bereitstellen, visuelle Elemente beinhalten und auf bestehenden Angebote (wie das R-30 oder die FHA Webseite des SECO) hinweisen. Da beim Newsletter des Bundes nach Themen gefiltert werden kann, wird dieser Wunsch bedingt schon abgedeckt.

Gap: Fehlende Beispielaufgaben

PS	SOLL	IST
2 - 4	<ul style="list-style-type: none"> Beispielaufgaben mit Musterlösungen (z.B. zu den Ursprungsregeln oder dem Ausfüllen eines Ursprungsnachweises) 	<ul style="list-style-type: none"> Auf den Seiten von SECO, BAZG und S-GE steht wenig Übungsmaterial zur Verfügung Auf der Webseite von finesolutions gibt es ein grosses Spektrum an Übungsmaterial inkl. Musterlösungen

Beim Informationsangebot des Bundes (insbesondere des BAZG) könnten mehr Beispielaufgaben inkl. Musterlösungen zur Nutzung von FHA und insbesondere zur Anwendung der Ursprungsregeln integriert werden. Dadurch können sich die potenziellen Nutzenden mit der

Materie auseinandersetzen und das Gelernte anwenden. Die Beispielaufgaben könnten auch bei S-GE oder auf den Webseiten der HK integriert und auf den Bundesseiten darauf hingewiesen werden.

Gap: Fehlendes Informationsangebot

PS	SOLL	IST
1 - 5	<ul style="list-style-type: none"> Branchenspezifische Informationsangebote 	<ul style="list-style-type: none"> Informationsangebot des BWL und der Wirtschaftsverbände

Den Unternehmen fehlen branchenspezifische Informationen. Durch branchenspezifische Beispielfälle mit Musterlösungen, einem branchenspezifischen Newsletter oder branchenspezifischen Erklärungsvideos könnte dieser Gap geschlossen werden. Die Informationen zu FHA könnten branchenspezifisch aufbereitet und zur Verfügung gestellt werden.

Gap: Fehlende Komplexitätsreduktion

PS	SOLL	IST
1 - 5	<ul style="list-style-type: none"> Komplexität vereinfachen Einfache verständliche Sprache Einfache Handhabung 	<ul style="list-style-type: none"> Komplexe Zollsprache beim BAZG mit vielen Fachbegriffen Verständliche Sprache bei Beratungsunternehmen
1 - 5	<ul style="list-style-type: none"> Verschlinkung der Informationen / Kürzung des Umfangs Schlankere Zirkulare und Merkblätter Zusammenfassungen 	<ul style="list-style-type: none"> Ausführliche Informationen (Speziell beim Bundesangebot)

Die Wirtschaftsvertreter wünschen sich eine möglichst tiefe Komplexität. Die Thematik der Nutzung eines FHA ist komplex und umfasst viele Fachbegriffe. Insbesondere beim Informationsangebot des Bundes sind die Angebote sehr ausführlich und Dokumente sind umfangreich. Die Schliessung des Gaps «Fehlende Komplexitätsreduktion» ist deshalb nur bedingt möglich, da die Thematik an sich Fachwissen und einen gewissen Zeitaufwand erfordert. Nichtsdestotrotz kann der Gap durch verschiedene Elemente wie einer verständlichen Darstellung (Informationsboxen mit Begriffserklärungen, wenig und verteilter Text) oder mit Anleitungen zu komplexen Inhalten (z.B. ein Erklärungsvideo zur Benutzung des R-30) oder durch eine verbesserte Filterungs- und Suchfunktion geschlossen werden. Auf diese Weisen könnten die Bedienbarkeit der Seiten vereinfacht werden ohne dass Angebote oder Informationen verschlankt werden müssten. Weiter können kurze Erklärungsvideos oder Zusammenfassungen die Informationen vereinfacht wiedergeben und auf zusätzliche Vertiefungsangebote hinweisen.

Gap: Fehlende Modernität

PS	SOLL	IST
1 - 5	<ul style="list-style-type: none"> Navigation auf BAZG Webseite vereinfachen 	<ul style="list-style-type: none"> Überholtes Webdesign Navigation über Reiter «Schneller zur gesuchten Information»
1 - 5	<ul style="list-style-type: none"> Moderner Auftritt des Informationsangebotes 	<ul style="list-style-type: none"> Überholtes Design der Webseiten des Bundes, Download-Verlinkungen, R-30

Das Webdesign des Bundesangebot könnte modernisiert, mehr visuelle Elemente (Bilder, Filme, Graphiken etc.) eingesetzt und den Texten mehr Raum gegeben werden. Dabei könnten spezifische Informationsangebote wie das R-30 überarbeitet oder neu aufgesetzt werden (z.B. mit einer Überarbeitung der Download-Verlinkungen). Zudem könnte die Suchfunktion präsenter auf der Webseite positioniert werden, z.B. oben rechts wie es auf vielen anderen Webseiten der Fall ist.

Die **Gap-Analyse der Gruppe 2** zu den praxisbezogenen Informationsangeboten zeigt einen grösseren Unterschied zwischen den Erwartungen der Unternehmen und den tatsächlichen Angeboten. Zum einen werden Informationen bei zu vielen verschiedenen Anbietern unübersichtlich auf den vereinzelt Plattformen angeboten. Hierbei wünschen sich die Unternehmen eine Vereinfachung und Zusammenführung aller Informationen, die gleichzeitig verständlich und ohne zusätzlichen Aufwand aufgearbeitet werden können. Zum anderen nehmen Unternehmen die Informationsangebote nicht genügend wahr und wenn, werden diese (z.B. Webseiten) als nutzerunfreundlich empfunden, was auch wiederum den Einstieg in die Thematik erschwert. Hierbei können Anbieter mit einem verbesserten Webauftritt arbeiten, das Webdesign umgestalten, visuelle Elemente und Erklärungsvideos einbauen und so mehr Unternehmen ansprechen. Weiterhin hat sich gezeigt, dass branchenspezifische Informationen zum Teil fehlen, sei das in Form von Beispielaufgaben oder Entscheidungsbäumen, die jedoch den Einstieg in die Nutzung von FHA erleichtern könnten. Nicht zuletzt wünschen sich Unternehmen eine regelmässige Kontaktaufnahme in Form eines Newsletters, der sie einerseits auf dem Laufenden haltet, aber auch relevante fachliche Themen anspricht.

7.1.3 Praxisbezogene Unterstützungsangebote zur konkreten Nutzung von FHA

Gap: Fehlende Einstiegsseite

PS	SOLL	IST
1 - 5	<ul style="list-style-type: none">Zentralisierung der Unterstützungsangebote	<ul style="list-style-type: none">Tares und E-Learnings beim BAZG, Zolldatenbank und Ursprungskalkulation bei S-GE, Aus- und Weiterbildung bei anderen

Die vielen bereits bestehenden Unterstützungsangebote könnten an einer Stelle zusammengetragen werden. Das kann einerseits erreicht werden, indem ein neues übergeordnetes Informationsportal geschaffen wird, oder indem beim bestehenden Angebot ein Ort geschaffen wird, wo auf das bestehende Unterstützungsangebot hingewiesen und verlinkt wird.

Gap: Fehlende Sichtbarkeit

PS	SOLL	IST
1 - 5	<ul style="list-style-type: none">Hohe Sichtbarkeit der Unterstützungsangebote	<ul style="list-style-type: none">Einige Unterstützungsangebote sind bekannt (z.B. Seminare der HK) andere weniger (z.B. Zolldatenbank, E-Learnings)

Die Zolldatenbank von S-GE hat eine tiefe Sichtbarkeit, zudem bestehen mehrere Angebote von Zolldatenbanken, was verwirrend sein kann. Auch die E-Learnings vom BAZG sind nicht einfach zu finden. Für beide Angebote gilt, dass ihre Sichtbarkeit erhöht werden sollte. Dies kann einerseits durch Verschiebung an einen Ort mit mehr Visibilität oder besserer Verlinkung, resp. Erwähnung bei anderen Angeboten geschehen.

Gap: Fehlende Übersicht

PS	SOLL	IST
1 - 5	<ul style="list-style-type: none">Übersicht zu allen Unterstützungsangeboten	<ul style="list-style-type: none">Nicht vorhanden

Es existiert bereits ein grosses Angebot, jedoch sind viele Teile davon den Unternehmen nicht bekannt. Mit einer Übersicht über das bestehende Angebot, könnte dies behoben werden. Umgesetzt werden kann das z.B. mit einem Dokument, mit allen relevanten Unterstützungsangeboten, regelmässigen Hinweisen in Newslettern oder einem Zusatzreiter auf der Webseite des SECO.

Gap: Fehlende Tools

PS	SOLL	IST
4	<ul style="list-style-type: none">• Tool, welches aufzeigt ob die Anforderungen des präferenziellen Ursprungs erfüllt sind	<ul style="list-style-type: none">• Excel mit Ursprungskalkulation von S-GE
2	<ul style="list-style-type: none">• Tool, welches die möglichen Zolleinsparungen in CHF berechnet	<ul style="list-style-type: none">• Durch die Tools Tares oder die Zolldatenbank von S-GE können die Zollansätze herausgefunden werden

Während den Interviews aber auch in der Befragung der Unternehmen durch das SECO wurden unterschiedliche Tools erwähnt, die die Nutzung der FHA erleichtern können. Spezifisch wurde einerseits ein Tool erwähnt, das aufzeigt, ob Anforderungen der präferenziellen Ursprungs erfüllt werden. Mit der aktuellen Lösung, einem Excel mit Ursprungskalkulation, werden nicht alle abkommensspezifischen Ursprungsregeln abgedeckt, zudem wird das Excel gemäss Auswertung von S-GE nicht sehr häufig benutzt. Gewünscht wird von den Unternehmen und gibt es im Ausland bereits, ein Tool, welches aufzeigt, ob die Anforderungen des präferenziellen Ursprungs erfüllt sind. Das Tool ROSA der EU oder das Australian Free Trade Portal stellen Optionen zur Lückenschliessung dar. Des Weiteren wurde mit hoher Priorität angegeben, dass ein Tool, welches die Zolleinsparungen berechnen würde, sehr willkommen wäre. Dabei hat sich herausgestellt, dass ein solches möglichst einfach zu bedienen und eine einfache Darstellung innehaben sollte.

Gap: Fehlende Lernmöglichkeiten

PS	SOLL	IST
1 - 5	<ul style="list-style-type: none">• (Kurze) Online-Kurse	<ul style="list-style-type: none">• Mit den E-Learnings des BAZG sind Online-Kurse vorhanden

In den Interviews wurde ersichtlich, dass die Unternehmen oft die E-Learnings des BAZG nicht kennen, weil diese eine tiefe Sichtbarkeit aufweisen. Die Sichtbarkeit kann entweder durch eine optimale Platzierung oder durch eine gute Verlinkung erreicht werden. Diejenigen, welche die E-Learnings kennen, haben darauf hingewiesen, dass diese oft zu lange dauern. Gewünscht werden kurze und einfache online Kurse zu spezifischen Themen. Diese können auch aufgezeichnet sein, so dass diese jederzeit absolviert werden können.

Gap: Fehlende Beispielaufgaben

PS	SOLL	IST
2 - 4	<ul style="list-style-type: none">• Interaktive Beispielaufgaben mit Musterlösungen	<ul style="list-style-type: none">• E-Learnings des BAZG

In den Interviews wurde mehrmals gewünscht, dass es zusätzliches Lernmaterial in Form von interaktiven Beispielaufgaben mit Musterlösungen geben sollte. Mit dem E-Learning des BAZG gibt es bereits ein solches Unterstützungsangebot. Das Angebot ist jedoch eher klein, die E-Learnings dauern lange und erfordern ein hohes Level an Fachwissen. Den Unternehmen sollte weiteres Lern- und Übungsmaterial, auch branchenspezifisches, zur Verfügung gestellt werden. Damit dieses zusätzliche Unterstützungsangebot auch genutzt wird, braucht es eine hohe Sichtbarkeit. Dies ist entweder durch eine optimale Platzierung oder durch eine gute Verlinkung gegeben.

Gap: Fehlende direkte Ansprechpersonen

PS	SOLL	IST
1-5	<ul style="list-style-type: none"> Zugang zu direkten Ansprechpersonen 	<ul style="list-style-type: none"> Möglichkeit zur Kontaktaufnahme mit allen Anbietern

Obwohl die Möglichkeit zur Kontaktaufnahme mit allen Anbietern besteht, regen einige Anbieter mehr dazu an als andere. In den Interviews haben einzelne Unternehmen gesagt, dass sie eine direkte Ansprechperson haben, die sie bei Fragen immer kontaktieren können. Andere haben diesen persönlichen Kontakt nicht und können deshalb nicht direkt nachfragen. Diese Lücke könnte geschlossen werden. Damit möglichst viele Unternehmen eine direkte Ansprechperson für Fragen haben, könnte proaktiver auf die Unternehmen zugegangen werden.

Gap: Fehlende anonyme Hotline

PS	SOLL	IST
1-5	<ul style="list-style-type: none"> (Anonymisierte) Hotline 	<ul style="list-style-type: none"> Hotline bei S-GE vorhanden

Bei den Interviews mit den Unternehmen wurde ersichtlich, dass von den Bundesangeboten nur die Hotline von S-GE bekannt ist, diejenige des BAZG jedoch weniger. Die Bekanntheit der BAZG Hotline könnte durch höhere Sichtbarkeit (bessere Platzierung, gute Verlinkung, regelmässiger Hinweis auf das Angebot in Newsletter) verbessert werden.

In einzelnen Interviews mit Unternehmen wurde gesagt, dass sie nicht beim BAZG anrufen, da sie Angst davor haben, dass sich in einem solchen Gespräch rausstellt, dass das Unternehmen seit Längerem etwas bei der Nutzung von FHA falsch macht und entsprechend nun

mit Sanktionen rechnen muss. Dies Angst kann den Unternehmen genommen werden, indem sie entweder eine direkte Ansprechperson haben, der sie vertrauen und in Folge auch alles fragen können oder indem die Hotline auch anonym kontaktiert werden kann.

Gap: Fehlende Modernität

PS	SOLL	IST
1 - 5	<ul style="list-style-type: none"> • Moderner Auftritt der Unterstützungsangebote des Bundes 	<ul style="list-style-type: none"> • Tares und E-Learnings sind überholt

Der Tares und die E-Learnings könnten überarbeitet werden. Einerseits graphisch, so dass ihr Layout modern und frisch ist, andererseits bei den E-Learnings auch didaktisch. Bei den E-Learnings sollte vermehrt darauf geachtet werden, dass diese spezifisch sind, z.B. Infos allgemein zu FHA oder zur Nutzung des R-30 oder zu Ursprungsregeln und dann die Aufgaben auch auf die vermittelten Lerninhalte ausgerichtet sind. Zudem könnte darauf geachtet werden, dass z.B. das gesprochene Wort mit dem geschriebenen Wort ergänzt resp. kombiniert wird.

Die **Gap-Analyse der Gruppe 3** zu den praxisbezogenen Unterstützungsangeboten zeigt, dass viele Unterstützungsangebote wenig bekannt sind und entsprechend auch nicht benutzt werden. Hier zeigt sich der Gap vor allem in der erforderlichen höheren Sichtbarkeit des existierenden Angebote. Gewünscht werden von den Unternehmen E-Learnings und Beispielaufgaben mit Musterlösungen. Um den Gap zu schliessen könnten diese branchenspezifisch und modern gestaltet sein sowie verschiedenen Levels an Fachwissen abdecken. Für die Klärung konkreter Fragen wünschen sich die Unternehmen einerseits direkte Ansprechpersonen und andererseits eine Hotline, wo sie anonym anrufen können. Zudem wäre es für die Unternehmen eine grosse Unterstützung, wenn es Tools gäbe, die ihnen aufzeigen, ob sie die Anforderungen an den präferenziellen Ursprung erfüllen und wie hoch die möglichen Zolleinsparungen in CHF sind.

7.2 Zwischenfazit

Die Gap Analysen zeigten auf, dass es einerseits Bedürfnisse gibt, die über alle drei Gruppierungen hinweg ähnlich sind, wie z.B. eine fehlende Einstiegsseite und dass diese auch auf eine ähnliche Weise angegangen werden können. In der ersten Gruppe «theoretische Informationsangebote zu FHA» wurde festgestellt, dass diese eigentlich sehr umfassend wahrgenommen und nur wenige Massnahmen zur Verbesserung benötigt werden. Hier wurde einzig ein vereinfachter Einstieg gewünscht, was mit Erklärungsvideos oder einer übersicht-

lichen Einstiegsseite erreicht werden kann. Die grössten Erwartungen wurden an die praxisbezogenen Informations- und Unterstützungsangebote gestellt. Einerseits wurde in der Gruppe zu den praxisbezogenen Informationsangeboten erläutert, dass auch hier Einstiegs- punkte fehlen sowie Sichtbarkeit von gewissen Angeboten tief ist. Dabei wünschen sich die Unternehmen bei praxisbezogenen Informationsangeboten eine Vereinfachung und Zusammenführung aller Informationen, damit diese mit möglichst wenig Aufwand gefunden wer-

1 Theoretische Informationsangebote zu FHA	2 Praxisbezogene Informationsangebote zu FHA	3 Praxisbezogene Unterstützungsangebote zu FHA
▶ Fehlende Einstiegsseite	▶ Fehlende Einstiegsseite	▶ Fehlende Einstiegsseite
	▶ Fehlende Sichtbarkeit	▶ Fehlende Sichtbarkeit
	▶ Fehlende Übersicht	▶ Fehlende Übersicht
	▶ Fehlende fortlaufende Informationen	▶ Fehlende Tools
	▶ Fehlende Beispielaufgaben	▶ Fehlende Lernmöglichkeiten
	▶ Fehlendes Informationsangebot	▶ Fehlende direkte Ansprechpersonen
	▶ Fehlende Komplexitätsreduktion	▶ Fehlende anonyme Hotline
	▶ Fehlende Modernität	▶ Fehlende Modernität

Abbildung 12 - Identifizierte Gaps (eigene Darstellung)

den können. Den Unternehmen ist oftmals der Initialaufwand zur Nutzung der FHA bewusst, jedoch könnte dieser durch eine verbesserte Nutzerfreundlichkeit und einem erleichterten Einstieg verringert werden. Ein zentralisiertes Informationsangebot, ein verbesserter Web- auftritt mit visuellen oder interaktiven Elementen, Erklärungsvideos, einem Entscheidungs- baum sowie branchenspezifischen Informationen könnten die Nutzung von FHA erleichtern sowie Gaps zu den fehlenden Übersichten oder Informationsangeboten schliessen. Inner- halb von diesen soll weiterhin darauf geachtet werden, dass die Inhalte verschlankt sowie sprachlich vereinfacht werden, um Unsicherheiten bezüglich der Verständlichkeit zu verrin- gern. Ein Newsletter könnte des Weiteren verhelfen den Unternehmen fortlaufende Infor- mationen sowie neue Änderungen und relevante Fachthemen nahe zu bringen. Innerhalb der praxisbezogenen Unterstützungsangeboten ist es den Befragten hingegen nebst einer generellen Erhöhung der Nutzfreundlichkeit durch eine erhöhte Sichtbarkeit und Übersicht der Angebote, wichtig, dass die Nutzung der FHA durch Beispielaufgaben, Lernmöglichkei- ten und Tools nähergebracht werden kann. Weiterhin sind direkte Kontaktmöglichkeiten durch eine Hotline oder Ansprechpersonen ein wichtiger Punkt um individuelle Anliegen und Fragen zu klären und damit Unsicherheiten in der praktischen Nutzung zu reduzieren.

8 Empfehlungen und Ansätze

In diesem Kapitel werden Empfehlungen und Ansätze zur Vereinfachung und Verbesserung von bestehenden Informations- und Unterstützungsangeboten und zur Schaffung von neuen Informations- und Unterstützungsangeboten vorgestellt. Die Ansätze sind in drei unterschiedliche übergeordnete Aufwandskategorien (gering, mittel, hoch) gegliedert und werden den in [Kapitel 7](#) identifizierten Gaps zugeordnet. Pro Ansatz werden teils mehrere Optionen zur Umsetzung entwickelt.

Jeder Ansatz wird auf Basis von 5 Kriterien bewertet, den in [Kapitel 1.3](#) eingeführten Prozessschritten und den in [Kapitel 4.2.1](#) gebildeten Gruppen zugeordnet und mit Parametern zur späteren Wirkungsmessung versehen.

Kriterien	Beschreibung
Kriterium 1a: Initialaufwand CHF	Gering - Mittel - Hoch
Kriterium 1b: Initialaufwand h (intern)	
Kriterium 2a: Wiederkehrender Aufwand CHF/Jahr	Gering - Mittel - Hoch
Kriterium 2b: Wiederkehrender Aufwand h/Jahr (intern)	
Kriterium 3: Zeit bis zur Umsetzung	Gibt es Abhängigkeiten, lange Entscheidungswege, eine hohe Anzahl beteiligte Stakeholder oder politische Hürden?
Kriterium 4: Realisierbarkeit mit internen Ressourcen	Ist der Ansatz mit internen Ressourcen realisierbar? Wenn ja, mit welchen? Wenn nein, welche externen Ressourcen werden benötigt?
Kriterium 5a: Wirkung - Welcher Gap?	Welcher der in Kapitel 7 identifizierten Gaps wird durch der Ansatz adressiert?
Kriterium 5b: Wirkung - Wer?	Unternehmen, Spediteure, Neueinsteiger
Kriterium 5c: Wirkung - Wie?	Was wird mit dem Ansatz konkret verbessert oder vereinfacht?
Gruppe	1,2,3
Prozessschritt	1 - 5
Messindikator	Wie kann der Erfolg der Massnahme gemessen werden?

Tabelle 42 - Kriterien pro Ansatz

Die Einteilung der Ansätze in die drei Aufwandskategorien erfolgte über eine Aggregation der ersten vier Kriterien. Zum Beispiel gehört ein Ansatz zur Aufwandskategorie 1, da sie

wenig kostet, weniger Initial- und wiederkehrendem Zeitaufwand verursacht und direkt mit internen Ressourcen umsetzbar ist.

Da viele Ansätze von der konkreten Umsetzung abhängen (z.B. ob externe oder interne Ressourcen genutzt werden), sind sie nur über das Treffen von Annahmen einer Aufwandskategorie zuordenbar. Die folgende Tabelle stellt eine Übersicht aller Empfehlungen und Ansätze sowie deren Zuordnung zur Aufwandskategorie (nach kumuliertem Aufwand: Kriterium 1a/1b/2a/2b) dar:

Empfehlung / Ansatz	Kapitel	Beschreibung	Aufwandskategorie 1	Aufwandskategorie 2	Aufwandskategorie 3
Übersicht zum Angebot	8.1.1	Liste mit Anbietern	x		
	8.1.2	Entscheidungsbaum analog		x	
	8.1.3	Entscheidungsbaum digital (Version 1)		x	
	8.1.4	Entscheidungsbaum digital (Version 2)			x
Anwendungsbeispiele	8.2	Neue Beispiele schaffen	x		
Erklärungsvideos	8.3	Neue Videos schaffen		x	
E-Learnings	8.4.1	Sichtbarkeit erhöhen	x		
	8.4.2	Bestehendes verbessern		x	
	8.4.3	Neue E-Learnings schaffen			x
R-30	8.5.1	Sichtbarkeit erhöhen	x		
	8.5.2	Bedienung vereinfachen		x	
	8.5.3	Digitalisieren			x
Bestehende Tools	8.6.1	Sichtbarmachung	x		
	8.6.2	Tares - Benutzerfreundlichkeit		x	
	8.6.3	Zolldatenbank S-GE optimieren		x	
Neues Tool - Anforderungen präf. Ursprung	8.7.1	Kollaboration EU		x	
	8.7.2	Kollaboration mit ITC		x	
	8.7.3	Tool - Fragebogen		x	
	8.7.4	Eigenes integriertes Tool			x

Empfehlung / Ansatz	Kapitel	Beschreibung	Aufwandskategorie 1	Aufwandskategorie 2	Aufwandskategorie 3
Neues Tool - Zolleinsparungen in CHF	8.8	Neues Tool schaffen		x	
FHA Newsletter	8.9.1	Bestehende Newsletter verbessern	x		
	8.9.2	Neuer Newsletter		x	
Webdesign	8.10.1	Bestehendes verbessern	x	x	
	8.10.2	Neues Design			x
Ansprechpersonen	8.11.1	Sichtbarkeit erhöhen	x		
	8.11.2	Hotline zu FHA		x	
	8.11.3	Seminare		x	
BAZG: Übersichtlichkeit	8.12.1	Punktuell verbessern		x	
	8.12.2	Neue Elemente		x	
	8.12.3	Neues Webdesign		x	
Neues Informationsportal	8.13.1	Übersicht- und Einstiegsseite			x
	8.13.2	Mit Inhalt			x
	8.13.3	Mit Inhalt und Tool			x
Kommunikationskampagne	8.14	Kommunikation verbessern und erhöhen	x		

Tabelle 43 - Zuteilung in Aufwandskategorien

8.1 Übersicht zum bestehenden Informations- und Unterstützungsangebot

Viele verschiedene Anbieter bieten Informations- und Unterstützungsangebote zur Nutzung von FHA an. Die Informationen verteilen sich über verschiedene Webseiten. Damit die Unternehmen wissen, wo sie welche Informationen oder Unterstützungen finden, könnte eine Übersicht zum gesamten Angebot erstellt werden.

8.1.1 Übersicht - Liste mit Anbietern (Aufwandskategorie 1)

Es existiert bereits ein grosses Angebot, jedoch sind viele Teile davon den Unternehmen nicht bekannt. Mit einer Übersicht über das bestehende Angebot, könnte diese Problematik behoben werden. Umgesetzt werden könnte der Ansatz, indem eine Liste, mit allen relevanten Informations- und Unterstützungsangeboten und Beschreibungen pro Angebot erstellt wird (unterteilt nach Anbietern). Wichtig wäre, dass das Dokument präsent auf den Webseiten der verschiedenen Anbieter (SECO, BAZG, HK, Wirtschaftsverbänden etc.) positioniert und in den Newslettern darauf hingewiesen wird.

Kriterien	
Kriterium 1a: Initialaufwand CHF	gering
Kriterium 1b: Initialaufwand h	
Kriterium 2a: Wiederkehrender Aufwand CHF/Jahr	gering
Kriterium 2a: Wiederkehrender Aufwand h/Jahr	
Kriterium 3: Zeit bis zur Umsetzung	gering
Kriterium 4: Realisierbarkeit mit internen Ressourcen	Mit internen Ressourcen umsetzbar
Kriterium 5a: Wirkung - Welcher Gap?	Fehlende Übersicht Fehlende Sichtbarkeit Fehlende Einstiegsseite
Kriterium 5b: Wirkung - Wer?	Unternehmen (Neueinsteiger)
Kriterium 5c: Wirkung - Wie?	Sichtbarmachung des Angebotes
Prozessschritt	1 - 5
Messindikator	Nachgelagerte Firmenbefragung Anzahl Klicks Anzahl Downloads

Tabelle 44 - Übersicht Liste

Der Aufwand für diesen Ansatz dürfte gering ausfallen. Der Initialaufwand für die Erstellung der Liste dürfte tief sein, da die Angebote schon bekannt sind und nur strukturiert zusammengetragen werden könnten. Der Folgeaufwand dürfte mit einigen Aktualisierungen tief ausfallen. Die Massnahme könnte mit internen Ressourcen umgesetzt werden.

Eine solche Massnahme könnte die Gaps zu «Fehlende Übersicht», «Fehlende Sichtbarkeit» und «Fehlende Einstiegsseite» schliessen sowie PS 1-5 abdecken. Als Messindikator könnten hier nachgelagerte Firmenbefragungen durchgeführt werden, sowie die Anzahl Klicks und Downloads gemessen werden.

8.1.2 Übersicht - Entscheidungsbaum analog (Aufwandskategorie 2)

Umgesetzt werden könnte der Ansatz, indem der Prozess, welchen ein Unternehmen bei der Nutzung eines FHA durchläuft, anhand eines Entscheidungsbaumes dargestellt wird. Danach würden die relevanten Informations- und Unterstützungsangebote den Prozessschritten zugeordnet, damit der Entscheidungsbaum in der Form eines PDF-Dokuments mit Prozessschritten und verlinkten Angeboten pro Prozessschritt erstellt werden kann (vgl. [«All You Need to Know About Singapore's Free Trade Agreements and Digital Economy Agreements»](#)).

Kriterien	
Kriterium 1a: Initialaufwand CHF	mittel
Kriterium 1b: Initialaufwand h	
Kriterium 2a: Wiederkehrender Aufwand CHF/Jahr	gering
Kriterium 2a: Wiederkehrender Aufwand h/Jahr	
Kriterium 3: Zeit bis zur Umsetzung	gering
Kriterium 4: Realisierbarkeit mit internen Ressourcen	Mit internen Ressourcen umsetzbar
Kriterium 5a: Wirkung - Welcher Gap?	Fehlende Übersicht Fehlende Sichtbarkeit Fehlende Einstiegsseite Fehlende Modernität
Kriterium 5b: Wirkung - Wer?	Unternehmen
Kriterium 5c: Wirkung - Wie?	Sichtbarmachung des Angebotes
Prozessschritt	1 - 5
Messindikator	Anzahl Downloads des Dokuments

Tabelle 45 - Entscheidungsbaum analog

Der Aufwand für diesen Ansatz dürfte mittel ausfallen. Die bestehenden Informations- und Unterstützungsangebote könnten den Prozessschritten zugeordnet und im Dokument verlinkt werden. Der Ansatz könnte mit internen Ressourcen umgesetzt werden.

Die Wirkung könnte die Gaps «Fehlende Übersicht», «Fehlende Sichtbarkeit», «Fehlende Einstiegsseite» und «Fehlende Modernität: Navigation» schliessen sowie PS 1-5 unterstützen. Die Wirkung könnte durch die Anzahl Downloads des Dokuments gemessen werden.

8.1.3 Übersicht - Entscheidungsbaum digital (Aufwandskategorie 2)

In der digitalen Version würde der Entscheidungsbaum mit visuellen Elementen auf der Webseite des BAZG oder des SECO (wie z.B. bei [Trade4SMES](#)) platziert.

Kriterien	
Kriterium 1a: Initialaufwand CHF	mittel
Kriterium 1b: Initialaufwand h	
Kriterium 2a: Wiederkehrender Aufwand CHF/Jahr	gering
Kriterium 2a: Wiederkehrender Aufwand h/Jahr	
Kriterium 3: Zeit bis zur Umsetzung	mittel

Kriterium 4: Realisierbarkeit mit internen Ressourcen	Mit internen Ressourcen umsetzbar (eventuell Unterstützung durch Externe bei Visualisierung auf Webseite)
Kriterium 5a: Wirkung - Welcher Gap?	Fehlende Übersicht Fehlende Sichtbarkeit Fehlende Einstiegsseite Fehlende Modernität
Kriterium 5b: Wirkung - Wer?	Unternehmen
Kriterium 5c: Wirkung - Wie?	Sichtbarmachung des Angebotes
Prozessschritt	1 - 5
Messindikator	Nachgelagerte Firmenumfrage Anzahl Klicks

Tabelle 46 - Entscheidungsbaum digital Version 1

Der Aufwand für diesen Ansatz dürfte mittel ausfallen. Die Angebote könnten den Prozessschritten zugeordnet und das Webdesign erstellt werden. Die Zeit bis zur Umsetzung dürfte von der Verfügbarkeit von internen Ressourcen sowie von der Abstimmung zwischen Erstellern des Inhaltes und des Webdesigns abhängen. Zur visuellen Darstellung des Prozesses auf der Webseite könnten externe Ressourcen beigezogen werden.

Dieses Angebot würde die Gaps «Fehlende Übersicht» und «Fehlende Modernität» mit den PS 1-5 abdecken. Die Wirkung des digitalen Entscheidungsbaums könnte anhand der Anzahl Klicks auf der Webseite oder durch nachgelagerte Firmenbefragungen gemessen werden.

8.1.4 Übersicht - Entscheidungsbaum digital (Aufwandskategorie 3)

In der Version von Aufwandskategorie 3 würde dem Entscheidungsbaum eine eigene Webseite im Stil vom [Innosuisse Guide](#) gewidmet. Der Nutzende würde über Fragen (z.B. «Wollen Sie eine Ware importieren oder exportieren?») durch den Prozess geführt und pro Prozessschritt würden die relevanten Informations- und Unterstützungsangebote per Dropdown-Menü mit kurzer Beschreibung des Angebotes und Verlinkung aufgelistet.

Kriterien	
Kriterium 1a: Initialaufwand CHF	hoch
Kriterium 1b: Initialaufwand h	
Kriterium 2a: Wiederkehrender Aufwand CHF/Jahr	mittel
Kriterium 2a: Wiederkehrender Aufwand h/Jahr	
Kriterium 3: Zeit bis zur Umsetzung	mittel
Kriterium 4: Realisierbarkeit mit internen Ressourcen	Externe Ressourcen benötigt
Kriterium 5a: Wirkung - Welcher Gap?	Fehlende Übersicht

	Fehlende Modernität
Kriterium 5b: Wirkung - Wer?	Unternehmen
Kriterium 5c: Wirkung - Wie?	Sichtbarmachung des Angebotes
Prozessschritt	1 - 5
Messindikator	Nachgelagerte Firmenumfrage Anzahl Klicks

Tabelle 47 - Entscheidungsbaum digital Version 2

Der Aufwand für diesen Ansatz dürfte hoch ausfallen. Der Initialaufwand betreffe die Zusammenstellung der Übersicht sowie das Design der Webseite. Insbesondere das Design der Webseite würde viel Aufwand verursachen. Der wiederkehrende Aufwand wäre durch die Betreuung und Aktualisierung der Webseite mittel. Die Zeit bis zur Umsetzung hängt von der Zusammenarbeit zwischen den Erstellern des Inhaltes und des Webdesigns ab. Um eine Webseite im Stile vom Innosuisse Guide zu realisieren, könnten externe Ressourcen beigezogen werden.

Dieses Angebot würde wiederum die Gaps «Fehlende Übersicht» und «Fehlende Modernität» sowie PS 1-5 abdecken. Als Messindikator könnten die Anzahl Klicks auf der Webseite oder nachgelagerte Firmenbefragungen genutzt werden.

8.2 Anwendungsbeispiele - Neues Angebot schaffen (Aufwandskategorie 1)

Zu verschiedenen Themen - z.B. zu den Ursprungsregeln, Ursprungsnachweisen, spezifischen Branchen- oder FHA - könnten zusätzlich oder anstelle von E-Learnings Anwendungsbeispiele publiziert werden. Anhand dieser Anwendungsbeispiele könnten die Nutzenden dann Erkenntnisse für ihren konkreten Anwendungsfall ableiten. Diese Beispiele könnten bei den E-Learnings sowie bei den Fachbeiträgen der Webseiten positioniert und bei wichtigen Dokumenten - als Unterstützungsangebot «Wie wende ich dieses Dokument (z.B. das R-30) an?» - verlinkt werden.

Kriterien	
Kriterium 1a: Initialaufwand CHF	gering
Kriterium 1b: Initialaufwand h	
Kriterium 2a: Wiederkehrender Aufwand CHF/Jahr	gering
Kriterium 2a: Wiederkehrender Aufwand h/Jahr	
Kriterium 3: Zeit bis zur Umsetzung	gering
Kriterium 4: Realisierbarkeit mit internen Ressourcen	Ja

Kriterium 5a: Wirkung - Welcher Gap?	Fehlende Lernmöglichkeiten Fehlende Beispielaufgaben
Kriterium 5b: Wirkung - Wer?	Unternehmen & Spediteure
Kriterium 5c: Wirkung - Wie?	Mehr Wissen über die Nutzung von FHA
Gruppe	3
Prozessschritt	1 - 5
Messindikator	Anzahl Klicks der Musterlösung Nachgelagerte Umfrage mit den Wirtschaftsvertretern

Tabelle 48 - Neue Anwendungsbeispiele

Der Aufwand für diesen Ansatz dürfte gering ausfallen. Kosten sollten für die Massnahme vermutlich keine entstehen, weder initial noch wiederkehrend. Für die Erstellung der Anwendungsbeispiele bräuchte es vor allem Kenntnisse über die Nutzung von FHA aber auch didaktische Fachkenntnisse. Die Aufgaben könnten als PDF zur Verfügung gestellt werden, welche von einem Content Manager auf der Webseite eingebunden werden müssten. Die Massnahme könnte innerhalb von kurzer Zeit mit internen Ressourcen umgesetzt werden.

Mit dieser Massnahme würden die Gaps «Fehlende Lernmöglichkeiten» und «Fehlende Beispielaufgaben» abgedeckt werden. Potenzielle Nutzende, wie Unternehmen und Spediteure könnten sich mit der Materie auseinandersetzen und das Gelernte anwenden. Unterstützt würden die Nutzenden in allen PS, wobei der Erfolg dieser Massnahme an den Klicks der Musterlösungen oder an nachgelagerten Umfragen gemessen werden könnte.

8.3 Erklärungsvideos - Neues Angebot schaffen (Aufwandskategorie 2)

Videos werden im bestehenden Angebot vom Bund nicht als Instrument zur Informationsvermittlung genutzt. Bei privaten Anbietern (HK und z.B. finesolutions) sind Videos auf ihren Homepages vorhanden. Für Unterstützungsangebote zur Nutzung von FHA wäre das Videoformat ein gutes Instrument, um den Nutzenden eine zusätzliche Dienstleistung anzubieten und in kurzer Zeit wichtige Informationen zu vermitteln. Zum Beispiel könnte ein Erklärungsvideo zur Bestimmung der Ursprungsregeln oder dem Ausfüllen eines Ursprungsnachweises, aber auch ein Erklärungsvideo zum Tares oder dem R-30, erstellt werden.

Bei Videos wären die folgenden Aspekte zu beachten: Wenn immer möglich sollten auditive und visuelle Elemente kombiniert werden. Es sollte nicht nur eine Person vor einem Hintergrund stehen und etwas erklären. Das gesprochene Wort könnte mit geeigneten visuellen Elementen ergänzt werden, z.B. wenn es mehrere Kriterien gibt, diese im Hintergrund einblenden, zeigen wie die Nutzenden auf den Webseiten navigieren sollen oder wo in welchen Dokumenten die notwendigen Informationen genutzt werden.

Kriterien	
Kriterium 1a: Initialaufwand CHF	mittel
Kriterium 1b: Initialaufwand h	
Kriterium 2a: Wiederkehrender Aufwand CHF/Jahr	gering
Kriterium 2a: Wiederkehrender Aufwand h/Jahr	
Kriterium 3: Zeit bis zur Umsetzung	mittel
Kriterium 4: Realisierbarkeit mit internen Ressourcen	Interne Ressourcen für den Inhalt, möglicherweise externe Ressourcen für Didaktik und Umsetzung
Kriterium 5a: Wirkung - Welcher Gap?	Fehlende Lernmöglichkeiten Fehlende Beispielaufgaben Fehlender Einstieg
Kriterium 5b: Wirkung - Wer?	Unternehmen & Spediteure
Kriterium 5c: Wirkung - Wie?	Mehr Wissen über die Nutzung von FHA
Gruppe	2
Prozessschritt	1 - 5
Messindikator	Anzahl Klicks der Videos

Tabelle 49 - Neue Erklärungsvideos

Der Aufwand für diesen Ansatz dürfte mittel ausfallen. Beim Initialaufwand könnten Kosten anfallen, wenn Ausrüstung (z.B. Mikrofon für Aufnahmen) oder Software gekauft werden müssen oder der gesamte Auftrag extern vergeben wird. Der Stundenaufwand, wenn die Kompetenzen und Ressourcen intern vorhanden sind, dürfte je nach Länge der Videos unterschiedlich sein. Um Kosten zu sparen, könnten intern Mitarbeitende ausgebildet werden, um z.B. mit dem Smartphone Filme zu drehen und aufzubereiten (schneiden, Ton, etc.). Zuvor müssten die Videos inhaltlich (fachlich und didaktisch) vorbereitet werden. Dieser Aufwand hängt auch stark von der Länge des Filmes ab. Die optimale Länge eines Erklärungsvideos liegt zwischen 60 und 120 Sekunden. Für die Integration in die Webseite wird ein Content Manager benötigt. Wiederkehrende Kosten und Stundenaufwand sollten vermutlich gering sein. Die Zeit bis zur Umsetzung dürfte eher gering und von z.B. der Verfügbarkeit von internen Ressourcen abhängig sein.

Mit diesem Ansatz könnten die Gaps «Fehlende Lernmöglichkeiten», «Fehlende Beispielaufgaben» und «fehlender Einstieg» geschlossen werden. Der Ansatz könnte einen Nutzen für Unternehmen und Spediteure bringen. Unterstützt werden könnten die Nutzenden in den PS 1 - 5. Gemessen werden könnte der Erfolg dieses Ansatzes mit der Auswertung der Anzahl Klicks der Videos.

8.4 E-Learnings

Das BAZG bietet E-Learnings zum Zolltarif und den präferenziellen Ursprungsregeln auf seiner Webseite an. Diese sind unter dem Reiter «Dokumentation» oder dem Reiter «Information Firmen» über weitere Klicks (Informationen Firmen > Ausfuhr aus der Schweiz > Befreiungen, Vergünstigungen und Zollpräferenzen > Freihandel, präferenzieller Ursprung > E-Learning) zu finden. Es gibt drei verschiedene E-Learnings: E-Learning Tares, E-Learning Präferenzieller Ursprung und Freihandelsabkommen und E-Learning Euro-Med. Die bestehenden E-Learnings haben eine tiefe Sichtbarkeit, kein modernes Layout und könnten auch didaktisch überarbeitet werden.

8.4.1 E-Learnings - Sichtbarkeit erhöhen (Aufwandskategorie 1)

Um die Sichtbarkeit der E-Learnings zu erhöhen, könnten diese prominenter auf den Webseite des BAZG und auf dem Reiter «Freihandelsabkommen, Ursprung» positioniert werden. Dies z.B. indem auf der Navigation bei den «Themen > Freihandelsabkommen > Ursprung»²⁹ ein weiterer Punkt «E-Learnings» in die Navigation aufgenommen wird. Von dort kämen die Nutzenden via Link auf die E-Learnings. Zudem könnten in verschiedenen Newslettern (SECO, HK, Wirtschaftsverbände) immer wieder auf die E-Learnings und deren Auffindort hingewiesen und die E-Learnings in die vorgeschlagene Übersicht zum Informations- und Unterstützungsangebot (siehe [Kapitel 8.9](#)) aufgenommen werden.

Kriterien	
Kriterium 1a: Initialaufwand CHF	gering
Kriterium 1b: Initialaufwand h	
Kriterium 2a: Wiederkehrender Aufwand CHF/Jahr	gering
Kriterium 2a: Wiederkehrender Aufwand h/Jahr	
Kriterium 3: Zeit bis zur Umsetzung	gering
Kriterium 4: Realisierbarkeit mit internen Ressourcen	Ja, sofern genügend Content Manager Ressourcen zur Verfügung stehen
Kriterium 5a: Wirkung - Welcher Gap?	Fehlende Sichtbarkeit
Kriterium 5b: Wirkung - Wer?	Unternehmen, Spediteure, HK, Wirtschaftsverbände
Kriterium 5c: Wirkung - Wie?	Mehr Wissen über die Nutzung von FHA
Gruppe	3
Prozessschritt	1 - 5

²⁹ [Freihandelsabkommen, Ursprung \(admin.ch\)](#)

Tabelle 50 - E-Learnings Sichtbarkeit

Der Aufwand für diesen Ansatz dürfte gering ausfallen. Ein Content Manager des BAZG könnte diese Neuverlinkung vermutlich in wenigen Stunden realisieren. Wiederkehrende Kosten fielen vermutlich in geringem Umfang an und dürften nur entstehen, falls die Webseiten verändert und die Links angepasst werden müssen. Diese Massnahmen könnten - sofern die internen Ressourcen und das benötigte Knowhow vorhanden sind - sofort und innert kurzer Zeit umgesetzt werden.

Die Umsetzung dieser Massnahme könnte dazu beitragen, dass Unternehmen, Spediteure aber auch Handelskammern und Wirtschaftsverbände ihr Wissen über die Nutzung von Freihandelsabkommen vertiefen. Dies könnte zur Schliessung des Gap der «fehlenden Sichtbarkeit» beitragen. Die Massnahme dürfte einen positiven Effekt auf alle fünf Prozessschritte haben. Gemessen werden könnte der Erfolg dieser Massnahme mit der Auswertung der Anzahl Besucher der E-Learnings.

8.4.2 E-Learnings - Bestehendes Angebot verbessern (Aufwandkategorie 2)

Die bestehenden Angebote haben kein modernes Design, sind teilweise veraltet und sollten auch didaktisch überarbeitet werden. Didaktisch gut an den E-Learnings ist, dass es im Menü eine Übersicht über die einzelnen Themenblöcke gibt. Hier würde es sich lohnen, diese mit den Prozessschritten (PS 1 - 5) der Nutzung eines FHA abzugleichen. So könnten sich die Nutzenden besser orientieren, welcher Themenblock ihnen konkret bei welchem PS hilft.

Anschliessend würden in jedem Themenblock der E-Learnings die Lernziele definiert. Hier könnten die Ziele noch besser strukturiert werden: Lernziel allgemein, Begriffe, wichtige Dokumente, Anwendungsbeispiel. Auf den einzelnen Unterseiten wäre eine Struktur zur Orientierung hilfreich. Zudem würden graphische Elemente die Verständlichkeit fördern. Einige Dokumente sind für Laien schwierig zu nutzen. Hierzu wäre es gut, wenn die E-Learnings Leseanweisungen geben wie beispielsweise «Wie benutze ich ein konkretes Dokument?». Bei den Quizfragen wäre eine kurze Begründung, statt nur der Lösung, für den Lernprozess förderlich. Bevor es zu konkreten Anwendungsfällen geht, wäre es didaktisch sinnvoll, ein Anwendungsbeispiel mit Musterlösung und Begründung darzustellen.

Der Aufwand für diesen Ansatz dürfte mittel ausfallen. Um die bestehenden E-Learnings inhaltlich zu überarbeiten dürften einerseits Fachkenntnisse in Didaktik und Methodik nötig sein. Andererseits dürften Fachkenntnisse in Webdesign, Graphik und Content Management

Kriterien	
Kriterium 1a: Initialaufwand CHF	mittel
Kriterium 1b: Initialaufwand h	
Kriterium 2a: Wiederkehrender Aufwand CHF/Jahr	mittel
Kriterium 2a: Wiederkehrender Aufwand h/Jahr	
Kriterium 3: Zeit bis zur Umsetzung	gering
Kriterium 4: Realisierbarkeit mit internen Ressourcen	Interne Ressourcen für den Inhalt, externe Ressourcen für Didaktik und Webdesign
Kriterium 5a: Wirkung - Welcher Gap?	Fehlende Sichtbarkeit Fehlende Modernität Fehlende Übersicht Fehlende Beispielaufgaben
Kriterium 5b: Wirkung - Wer?	Unternehmen & Spediteure
Kriterium 5c: Wirkung - Wie?	Mehr Wissen über die Nutzung von FHA
Gruppe	3
Prozessschritt	1 - 5
Messindikator	Anzahl absolvierter E-Learnings

Tabelle 51 - Bestehende E-Learnings verbessern

elementar für die Umsetzung sein. Allenfalls könnte eine Softwarelösung für E-Learnings gekauft werden. Falls die notwendigen Ressourcen und das Know-how durch externe Anbieter gestellt werden müssten, dürften höhere Kosten entstehen. Die wiederkehrenden Kosten und Zeitaufwand dürften gering ausfallen. Die Zeit bis zur Umsetzung dürfte gering sein, sofern die internen Ressourcen und das benötigte Knowhow vorhanden sind.

Mit der Umsetzung dieser Massnahme könnten die Gaps zu «Fehlende Sichtbarkeit», «Fehlende Modernität», «Fehlende Übersicht» sowie «Fehlende Beispielaufgaben» abgedeckt und damit eine Wirkung bei den Unternehmen und Spediteuren erzielt werden, indem diese ihr Wissen über die Nutzung von Freihandelsabkommen vertiefen. Die Massnahme könnte einen positiven Effekt auf alle fünf Prozessschritte haben. Gemessen werden könnte der Erfolg dieser Massnahme mit der Auswertung der Anzahl absolvierter E-Learnings.

8.4.3 E-Learnings - Neue Angebote schaffen (Aufwandkategorie 3)

Zusätzlich zu den bestehenden Angeboten könnten pro Prozessschritt oder auch branchenspezifische neue zusätzliche E-Learnings geschaffen werden (z.B. zu den PEM Übergangsregeln, dem FHA mit China oder den individuellen Voraussetzungen in der Textil- oder Agrarbranche). Zudem könnten Anleitungslernings für die Nutzung von bestimmten Angebo-

ten erstellt werden, zum Beispiel zur Anwendung des R-30, siehe 8.4) sowie auch von anderen bestehenden Angeboten (Zolldatenbank von S-GE). Die neuen E-Learnings könnten ein zeitgemässes Design und Navigation haben. Die Sichtbarkeit könnte über Hinweise in den Newslettern, in der Übersicht zum Angebot sowie auch über prominente Platzierungen auf den Webseiten sichergestellt werden.

Kriterien	
Kriterium 1a: Initialaufwand CHF	hoch
Kriterium 1b: Initialaufwand h	
Kriterium 2a: Wiederkehrender Aufwand CHF/Jahr	tief
Kriterium 2a: Wiederkehrender Aufwand h/Jahr	
Kriterium 3: Zeit bis zur Umsetzung	mittel
Kriterium 4: Realisierbarkeit mit internen Ressourcen	Interne Ressourcen für den Inhalt, externe Ressourcen für Didaktik und Webdesign
Kriterium 5a: Wirkung - Welcher Gap?	Fehlende Sichtbarkeit Fehlende Modernität Fehlende Übersicht Fehlende Beispielaufgaben Fehlende Lernmöglichkeiten Fehlende Komplexitätsreduktion
Kriterium 5b: Wirkung - Wer?	Unternehmen & Spediteure
Kriterium 5c: Wirkung - Wie?	Mehr Wissen über die Nutzung von FHA
Gruppe	3
Prozessschritt	1 - 5
Messindikator	Anzahl absolvierter E-Learnings

Tabelle 52 - Neue E-Learnings

Der Aufwand für diesen Ansatz dürfte mittel ausfallen. Um neue E-Learnings inhaltlich zu erarbeiten sind einerseits Fachkenntnisse in Didaktik und Methodik und Fachwissen über FHA nötig. Um die Umsetzung inkl. Einbindung in die Webseite durchzuführen, dürften Fachkenntnisse in Webdesign, Graphik und Content Management relevant sein. Gegebenenfalls könnten private Anbieter einbezogen werden. Je nachdem, ob die Ressourcen und das Know-how intern vorhanden sind oder nicht, könnten höhere oder tiefere Kosten entstehen. Die Zeit bis zur Umsetzung dürfte von den verfügbaren internen Ressourcen und dem vorhandenen Knowhow abhängen.

Mit der Umsetzung dieser Massnahme könnten die Gaps der «Fehlende Sichtbarkeit», «Fehlende Modernität», «Fehlende Übersicht», «Fehlende Beispielaufgaben», «Fehlende Lern-

möglichkeiten» und «Fehlende Komplexitätsreduktion» gefüllt werden und damit eine Wirkung bei den Unternehmen und Spediteuren erzielt werden, indem diese ihr Wissen über die Nutzung von Freihandelsabkommen vertiefen. Die Massnahme könnte einen positiven Effekt auf alle fünf Prozessschritte haben. Gemessen werden könnte der Erfolg dieser Massnahme mit der Auswertung der Anzahl absolvierten E-Learnings.

8.5 R-30

Unternehmen sowie auch Spediteure haben betont, dass das R-30 sehr nützlich ist. Es ist ein ausführliches und strukturiertes Dokument, welches einem Unternehmen über Download-Verlinkungen zu weiteren Dokumenten, Informationen zu Zollpräferenzen oder Warenursprung liefert. Das bestehende Dokument hat eine eher tiefe Sichtbarkeit (z.B. werden viele Klicks auf der Webseite des BAZG benötigt, um zum R-30 zu gelangen) und stellt durch seine Ausführlichkeit und nicht mehr zeitgemässe Darstellung insbesondere für Einsteiger eine Herausforderung dar.

8.5.1 R-30 - Sichtbarkeit erhöhen (Aufwandskategorie 1)

Der am einfachsten umzusetzende Ansatz dürfte die Erhöhung der Sichtbarkeit des Dokumentes darstellen. Eine erhöhte Sichtbarkeit könnte durch eine (wiederholte) Platzierung in den Newslettern des Bundes, der HK oder der Wirtschaftsverbände sowie durch eine verbesserte Platzierung des Dokuments auf der Webseite des BAZG erreicht werden.

Kriterien	
Kriterium 1a: Initialaufwand CHF	Gering
Kriterium 1b: Initialaufwand h	
Kriterium 2a: Wiederkehrender Aufwand CHF/Jahr	Gering
Kriterium 2a: Wiederkehrender Aufwand h/Jahr	
Kriterium 3: Zeit bis zur Umsetzung	Gering
Kriterium 4: Realisierbarkeit mit internen Ressourcen	Nur interne Ressourcen
Kriterium 5a: Wirkung - Welcher Gap?	Fehlende Sichtbarkeit
Kriterium 5b: Wirkung - Wer?	Unternehmen & Spediteure
Kriterium 5c: Wirkung - Wie?	Erhöhte Nutzung des R-30
Gruppe	2
Prozessschritt	1 - 5
Messindikator	Anzahl Downloads des R-30

Tabelle 53 - R-30 Sichtbarkeit

Der Aufwand für den Ansatz dürfte tief ausfallen. Für die Kriterien 1 - 4 gelten dieselben Annahmen wie bei [Massnahme 8.4.1](#).

Mit diesem Ansatz könnte der Gap «Fehlende Sichtbarkeit» behoben und alle PS abgedeckt werden. Die Massnahme könnte eine positive Wirkung für Unternehmen und Spediteure haben; diese dürften die relevanten Informationen leichter und mit weniger Klicks auffinden. Für die Messung des Erfolges dürfte sich die Auswertung der Anzahl Downloads anbieten.

8.5.2 R-30 - Bedienung vereinfachen (Aufwandskategorie 2)

Unternehmen sowie auch Spediteure haben betont, dass das R-30 sehr nützlich ist, sobald das Verständnis zur Nutzung da ist. Wenn dieses Verständnis fehlt, gestaltet sich die Bedienung insbesondere bei der ersten Nutzung als komplex. Um diese Lücke zu schliessen könnte die Bedienung des R-30 vereinfacht werden. Dies kann entweder durch ein kurzes Erklärungsvideo zur Bedienung des R-30, einer Anleitung auf der Webseite des BAZG mit integrierten Beispielen zur Nutzung (siehe [finesolutions](#)) oder durch ein Webinar geschehen. Alle Massnahmen könnten mit konkreten Beispielnutzungen verbunden werden (Prozess, welcher ein Unternehmen durchläuft, wenn es da R-30 für den Export/Import einer Ware bedient). Die Beispiele können aus den E-Learnings entnommen werden. Bei den Videos könnte eine Nutzung des R-30 direkt aufgezeichnet und mit Erklärungen untermauert werden. Weiter könnten die Download-Verlinkungen zu Web-Verlinkungen geändert werden.

Kriterien	
Kriterium 1a: Initialaufwand CHF	mittel
Kriterium 1b: Initialaufwand h	
Kriterium 2a: Wiederkehrender Aufwand CHF/Jahr	gering
Kriterium 2a: Wiederkehrender Aufwand h/Jahr	
Kriterium 3: Zeit bis zur Umsetzung	gering
Kriterium 4: Realisierbarkeit mit internen Ressourcen	Mit internen Ressourcen umsetzbar
Kriterium 5a: Wirkung - Welcher Gap?	Fehlende Komplexitätsreduktion
Kriterium 5b: Wirkung - Wer?	Unternehmen & Spediteure
Kriterium 5c: Wirkung - Wie?	Vereinfachung der Bedienung
Gruppe	2 - 3
Prozessschritt	1 - 5
Messindikator	Nachgelagerte Firmenbefragung Anzahl Klicks auf Videos oder auf Anleitungen Verweildauer/Bounce Rate

Tabelle 54 - R-30 Bedienung vereinfachen

Der Aufwand für diesen Ansatz dürfte mittel ausfallen. Beim Initialaufwand könnten Kosten für eine Software zur Erstellung von Videos, Webinars etc. entstehen. Weiter könnten Ressourcen benötigt werden, um die Skripts für die Videos, Webinars und Anleitungen zu entwerfen, aber auch Personen, die anschliessend für die Aufnahmen zur Verfügung stehen und diejenigen, welche die Filme, Webinars und Anleitungen aufnehmen, resp. Aufbereiten. Es dürfte ein Content Manager erforderlich werden, der die die zusätzlichen Angebote auf der Webseite einbindet. Wiederkehrende Kosten und zeitliche Aufwände könnten eher gering sein, da nur bei grossen Veränderungen (inhaltlicher oder graphischer Art) das Angebot überarbeitet werden müsste. Die Zeit bis zur Umsetzung könnte gering sein, da es keine Abhängigkeit von Entscheidungswegen oder anderen Projekten gibt.

Mit diesem Ansatz könnte der Gap «Fehlende Komplexitätsreduktion» gelöst werden, indem die Bedienung des R-30 für Unternehmen und Spediteure vereinfacht wird und diese PS 1 - 5 unterstützt. Die Wirksamkeit der Massnahme könnte quantitativ mit der Auswertung der Anzahl Klicks oder qualitativ mit einer nachgelagerten Umfrage gemessen werden, respektive mit der Verweildauer.

8.5.3 R-30 - Digitalisieren (Aufwandkategorie 3)

Nutzende, welche das R-30 bereits viele Male bedient haben, sind mit dem PDF-Dokument zufrieden. Deshalb sollte das R-30 auf jeden Fall beibehalten werden. Um die Nutzung für Neueinsteiger einfacher und übersichtlicher zu gestalten, könnte das Dokument digitalisiert werden, indem es auf der Webseite des BAZG aufgeschaltet wird. Die Bedienung würde per Übersichts-Dropdown-Menü für die drei Themenblöcke (1. Erläuterungen, 2. Nationale Rechtsgrundlagen, 3. Abkommen) sowie weiteren Dropdown-Menüs mit Filterfunktionen (z.B. bei 3. Abkommen nach Land oder Kontinent) gestaltet werden. Der Fokus der Neugestaltung könnte auf einer hohen Benutzerfreundlichkeit durch eine klare prozessuale Struktur liegen.

Kriterien	
Kriterium 1a: Initialaufwand CHF	hoch
Kriterium 1b: Initialaufwand h	
Kriterium 2a: Wiederkehrender Aufwand CHF/Jahr	mittel
Kriterium 2a: Wiederkehrender Aufwand h/Jahr	
Kriterium 3: Zeit bis zur Umsetzung	mittel
Kriterium 4: Realisierbarkeit mit internen Ressourcen	Beizug von externen Ressourcen

Kriterium 5a: Wirkung - Welcher Gap?	Fehlende Komplexitätsreduktion Fehlende Modernität
Kriterium 5b: Wirkung - Wer?	Unternehmen (Neueinsteiger)
Kriterium 5c: Wirkung - Wie?	Vereinfachung der Bedienung für Neueinsteiger
Gruppe	3
Prozessschritt	1 - 5
Messindikator	Nachgelagerte Firmenbefragung Anzahl Klicks auf dem digitalisierten R-30

Tabelle 55 - R-30 digitalisieren

Der Aufwand für diesen Ansatz dürfte hoch ausfallen. Für die Umsetzung dieser Massnahme wird initial mit Ausgaben für das Webdesign und für das Content Management gerechnet. Die wiederkehrenden Aufwände dürften die Aktualisierung des Inhaltes betreffen und mittel ausfallen. Der Ansatz könnte mit internen Ressourcen umgesetzt werden, sofern die notwendigen Fähigkeiten, insbesondere bezüglich des Webdesigns vorhanden sind. Die Zeit bis zur Umsetzung dürfte von den zur Verfügung stehenden Ressourcen abhängen, es sind keine weiteren Abhängigkeiten ersichtlich.

Mit diesem Ansatz könnten die Gaps «Fehlende Komplexitätsreduktion» und «Fehlende Modernität» geschlossen sowie PS 1 - 5 abgedeckt werden. Von diesem Ansatz könnten insbesondere Unternehmen profitieren, welche FHA neu nutzen wollen und sich durch die strukturierte und übersichtliche, digitalisierte Version des R-30 besser darüber informieren können. Auch Unternehmen und Spediteure, welche das R-30 bereits benutzen, könnten mit der digitalisierten Version die relevanten Informationen schneller und nutzerfreundlicher finden. Als Messindikator für die Wirksamkeit der Massnahme könnte eine nachgelagerte Umfrage durchgeführt werden oder die Anzahl Klicks auf dem digitalisierten R-30 genutzt werden.

8.6 Bestehende Tools: Überarbeitung

Gegenwärtig werden zwei nationale Tools bereitgestellt, welche u.a. die Nutzung von Freihandelsabkommen unterstützen: Der Tares des BAZG und die Zolldatenbank von S-GE. Bei beiden besteht Optimierungspotential. Weiter besteht das GoGlobal Cockpit von S-GE, welches mit der Schritt-für-Schritt Exporthilfe ein äusserst wertvolles Unterstützungsangebot darstellt, in welchem zum Beispiel der HS-Code einer Ware ebenfalls ermittelt werden kann.

8.6.1 Sichtbarmachung erhöhen (Aufwandkategorie 1)

Ein Ansatz betrifft die Sichtbarmachung der Tools und der dazugehörigen erklärenden Angebote (z.B. E-Learning zum Tares). Eine erhöhte Sichtbarkeit könnte durch eine (wiederholte) Platzierung in den Newslettern des Bundes, der HK oder der Wirtschaftsverbände, durch eine verbesserte Platzierung auf den verschiedenen Webseiten (z.B. mit Verweisen auf den relevanten Webseiten des SECO und des BAZG) oder durch Hinweise in den sozialen Medien erreicht werden.

Kriterien	
Kriterium 1a: Initialaufwand CHF	gering
Kriterium 1b: Initialaufwand h	
Kriterium 2a: Wiederkehrender Aufwand CHF/Jahr	gering
Kriterium 2a: Wiederkehrender Aufwand h/Jahr	
Kriterium 3: Zeit bis zur Umsetzung	gering
Kriterium 4: Realisierbarkeit mit internen Ressourcen	Nur interne Ressourcen
Kriterium 5a: Wirkung - Welcher Gap?	Fehlende Sichtbarkeit
Kriterium 5b: Wirkung - Wer?	Unternehmen & Spediteure
Kriterium 5c: Wirkung - Wie?	Erhöhte Nutzung der Tools
Gruppe	2
Prozessschritt	1 - 5
Messindikator	Anzahl Klicks auf die Tools Verweildauer/Bounce Rate

Tabelle 56 - Bestehende Tools Sichtbarmachung

Der Aufwand für diesen Ansatz dürfte gering ausfallen. Für die Kriterien 1 - 4 gelten dieselben Annahmen wie bei [Massnahme 8.4.1](#).

Mit dieser Massnahme könnte der Gap «Fehlende Sichtbarkeit» abgedeckt werden. Davon profitieren könnten Unternehmen sowie Spediteure, da somit auch PS 1 - 5 unterstützt werden. Gemessen werden könnte die Wirkung mit der Auswertung der Anzahl Nutzung des Tools als auch der Verweildauer.

8.6.2 Tares Benutzerfreundlichkeit verbessern (Aufwandkategorie 2)

Unternehmerinnen und Unternehmen, welche den Tares schon länger nutzen, sind damit zufrieden, da sie wissen, wo sie welche Informationen finden können. Nichtsdestotrotz weisen viele darauf hin, dass die Darstellung des Tools nicht mehr zeitgemäss ist und, dass Neueinsteigende mit der Benutzung überfordert sind. Die Benutzung des Tares wird durch

das E-Learning «Tares» sowie die Kurzanleitung und das Benutzungshandbuch unterstützt. Das Tool verfügt dennoch über eine geringe Benutzerfreundlichkeit. Deshalb wird vorgeschlagen, das Tool durch professionelle Webdesigner, welche sich auf die Benutzerfreundlichkeit fokussieren, neu aufzusetzen. Dabei soll eine Balance zwischen gleichbleibender Struktur und neuen, optimierenden Elementen gefunden werden, damit die bisherigen und die neuen Nutzenden zufriedengestellt werden. Neue Elemente könnten eine neue zeitgemässe und «frischere» Darstellung, ein neues System zu den verlinkten Inhalten oder eine bessere Platzierung von relevanten Inhalten bedeuten. Diese neuen Elemente würden mit einer Aktualisierung der Anleitungselemente einhergehen (z.B. des E-Learnings). Der Inhalt selber bleibt der gleiche.

Kriterien	
Kriterium 1a: Initialaufwand CHF	mittel
Kriterium 1b: Initialaufwand h	
Kriterium 2a: Wiederkehrender Aufwand CHF/Jahr	mittel
Kriterium 2a: Wiederkehrender Aufwand h/Jahr	
Kriterium 3: Zeit bis zur Umsetzung	mittel
Kriterium 4: Realisierbarkeit mit internen Ressourcen	Beizug von externen Ressourcen
Kriterium 5a: Wirkung - Welcher Gap?	Fehlende Komplexitätsreduktion Fehlende Übersicht Fehlende Modernität
Kriterium 5b: Wirkung - Wer?	Unternehmen & Spediteure
Kriterium 5c: Wirkung - Wie?	Erleichterter Einstieg für Neunutzende
Gruppe	3
Prozessschritt	1 - 2
Messindikator	Anzahl Klicks auf das Tool Nachgelagerte Firmenbefragung

Tabelle 57 - Tares Benutzerfreundlichkeit

Der Aufwand für diesen Ansatz dürfte mittel ausfallen. Der Aufwand betrifft die konzeptionelle Neustrukturierung sowie auch die Einbindung von Webdesignern. Bezüglich der Zeit bis zur Umsetzung dürften keine Abhängigkeiten bestehen, so dass dieser Ansatz umgesetzt werden könnte, sobald die Finanzen und Ressourcen zur Verfügung stehen. Zur Umsetzung könnten externe Webdesigner beigezogen werden, welche sich auf die Benutzerfreundlichkeit spezialisieren.

Durch den Ansatz könnten die Gaps «Fehlende Komplexitätsreduktion», «Fehlende Übersicht» und «Fehlende Modernität» geschlossen werden, da der Einstieg für Tares-Neunutzende vereinfacht wird. Dies dürfte Unternehmen und Spediteuren einen erleichterten Einstieg ins Thema ermöglichen, vor allem Erstnutzenden. Damit könnten sie in den PS 1 - 2 unterstützt werden mit einem Fokus auf Importe, da nur die Schweizer Zollansätze im Tares ersichtlich sind. Gemessen werden könnte die Wirkung mit der Anzahl Logins oder einer nachgelagerten Firmenbefragung.

8.6.3 Zolldatenbank von S-GE optimieren (Aufwandkategorie 2)

Die Zolldatenbank von S-GE wird durch Mendel Online betrieben. Die Daten sind umfassend und werden periodisch aktualisiert und auf ihre Richtigkeit überprüft. Die Zolldatenbank wird im Vergleich zum Tares benutzerfreundlicher und zeitgemässer wahrgenommen. Als Konsequenz gestaltet sich auch die Bedienung einfacher. Der Ansatz zur Verbesserung umfasst die Integration eines kurzen Erklärungsvideos zur Anwendung des Tools. Beim Erklärungsvideo könnte eine Nutzung der Zolldatenbank Schritt für Schritt durchgegangen werden. Darüber hinaus könnte die für die Nutzung erforderliche Registrierung und Anmeldung fakultativ gemacht werden.

Kriterien	
Kriterium 1a: Initialaufwand CHF	mittel
Kriterium 1b: Initialaufwand h	
Kriterium 2a: Wiederkehrender Aufwand CHF/Jahr	gering
Kriterium 2a: Wiederkehrender Aufwand h/Jahr	
Kriterium 3: Zeit bis zur Umsetzung	mittel
Kriterium 4: Realisierbarkeit mit internen Ressourcen	Interne und externe Ressourcen
Kriterium 5a: Wirkung - Welcher Gap?	Fehlende Komplexitätsreduktion Fehlende Lernmöglichkeiten Fehlende Übersicht
Kriterium 5b: Wirkung - Wer?	Unternehmen & Spediteure
Kriterium 5c: Wirkung - Wie?	Erhöhte Nutzung des Tools
Gruppe	3
Prozessschritt	1 - 3
Messindikator	Anzahl Klicks auf das Tool Nachgelagerte Firmenbefragung

Tabelle 58 - Zolldatenbank von S-GE optimieren

Der Aufwand für diesen Ansatz dürfte mittel ausfallen. Für die Kriterien 1-4 gelten dieselben Annahmen wie bei Kapitel 8.3 (Erklärungsvideos). Beim wiederkehrenden finanziellen Aufwand ist davon auszugehen, dass dieser nicht stark ansteigt, da die Kosten des Webhostings gegenwärtig schon bestehen (Gebühr von S-GE an Mendel Online). Die Zeit bis zur Umsetzung hängt von der Verfügbarkeit von internen Ressourcen ab.

Mit dieser Massnahme dürften die Gaps «Fehlende Komplexitätsreduktion», «Fehlende Lernmöglichkeiten» und «Fehlende Übersicht» geschlossen werden. Profitieren von dieser Massnahme dürften vor allem Unternehmen und Spediteure durch PS 1 - 3. Gemessen werden könnte die Massnahme mit der Auswertung der Nutzung durch die Anzahl Logins oder durch Firmenbefragungen.

8.7 Neues (integriertes) Tool: Anforderungen präferenziieller Ursprung

In den Firmenbefragungen des SECO hat sich herausgestellt, dass sich Unternehmen ein Tool wünschen, welches aufzeigt, ob die Anforderungen des präferenziiellen Ursprungs erfüllt sind. Solche Tools bestehen bereits in der Form von ROSA der EU (in Access2Markets integriert) oder in der Form des Fragebogens zur Ursprungsbestimmung, welcher im Free Trade Agreement Portal von Australien integriert ist. Ausserdem bestehen Tools wie der Rules of Origin Facilitator oder der GTH des ITC, welche Potential haben, ein «Untertool» zur Bestimmung, ob die Anforderungen des präferenziiellen Ursprungs erfüllt werden, zu integrieren. Bedacht werden sollte, dass zur erfolgreichen Bedienung eines solchen Tools viel Fachwissen beispielsweise über die Ursprungsregeln vorhanden sein muss und dass Videos mit einer Anleitung- oder ein E-Learning mit Beispielen zur Nutzung erstellt werden müssten.

8.7.1 Kollaboration mit EU (Aufwandskategorie 2)

Da ROSA von der EU betrieben wird, besteht Potential für eine Kollaboration, damit Schweizer Unternehmen das Tool ebenfalls nutzen können (schon jetzt ermöglicht das Tool Schweizer Exporteuren eine Präferenzkalkulation, wenn sie in die EU exportieren). Um eine solche Kollaboration umzusetzen, könnte das Tool mit den Informationen zu den Ursprungsregeln der Schweiz / EFTA ergänzt werden. Der Vorteil wäre, dass kein eigenes Tool erstellt werden müsste, der Nachteil eine Abhängigkeit von der EU. Die Umsetzung dieses Ansatzes hängt von der Bereitschaft der EU ab, die Schweiz an ihrer Lösung zu beteiligen. Um eine hohe Sichtbarkeit zu garantieren, könnte die Kollaboration mit der EU auf Webseiten des Bundes, der HK und der Wirtschaftsverbände, per Newslettern sowie auch über die sozialen Medien kommuniziert werden.

Kriterien	
Kriterium 1a: Initialaufwand CHF	mittel
Kriterium 1b: Initialaufwand h	
Kriterium 2a: Wiederkehrender Aufwand CHF/Jahr	mittel
Kriterium 2a: Wiederkehrender Aufwand h/Jahr	
Kriterium 3: Zeit bis zur Umsetzung	mittel
Kriterium 4: Realisierbarkeit mit internen Ressourcen	Mit internen Ressourcen umsetzbar
Kriterium 5a: Wirkung - Welcher Gap?	Fehlendes Tool zur Überprüfung, ob die Anforderungen des präferenziellen Ursprungs erfüllt werden
Kriterium 5b: Wirkung - Wer?	Unternehmen
Kriterium 5c: Wirkung - Wie?	Vereinfachung der Thematik Ursprungsregeln
Gruppe	3
Prozessschritt	4
Messindikator	Anzahl Klicks auf das Tool Nachgelagerte Firmenbefragung

Tabelle 59 - Kollaboration mit EU

Der Aufwand für diesen Ansatz dürfte mittel ausfallen. Es dürften personelle Ressourcen erforderlich werden, die mit der EU über die Ausweitung von ROSA verhandeln und die aufbereiteten Daten zu den Ursprungsregeln der Schweiz / EFTA fürs Tool bereitstellen. Der wiederkehrende Aufwand betrifft die konstante Aktualisierung der Daten durch Fachexpertinnen und -experten sowie potenzielle Gebühren an die EU. Die Zeit bis zur Umsetzung dürfte mittel sein und von der Vereinbarung mit der EU abhängen. Die Realisierbarkeit ist hinsichtlich der Aufbereitung der Daten mit internen Ressourcen umsetzbar.

Die Massnahme würde den Gap «Fehlendes Tool für Überprüfung Erfüllung der Anforderungen des präferenziellen Ursprungs» erfüllen. Es hilft den Unternehmen spezifisch beim PS 3. Gemessen werden könnte die Massnahme durch die Anzahl Klicks auf das Tool sowie durch nachgelagerte Umfragen.

8.7.2 Kollaboration mit dem ITC (Aufwandskategorie 2)

Das ITC betreibt übersichtliche Tools mit vielen visuellen Elementen wie den Global Trade Helpdesk oder den Rules of Origin Facilitator (Siehe Kapitel 6.4.4 & 6.4.6). Diese könnten mehr von Schweizer Unternehmen genutzt werden, indem die Kollaboration mit dem ITC intensiviert wird. Einerseits könnten die Tools mehr auf den Webseiten oder in den Newslettern des Bundes, der HK und den Wirtschaftsverbänden beworben, andererseits würde eine

Übersetzung ins Deutsche die Nutzung für Unternehmerinnen und Unternehmer der Deutschschweiz vereinfachen. Weiter könnte gemeinsam an einer Inkludierung eines Fragebogens um zu bestimmen, ob die Anforderungen des präferenziellen Ursprungs erfüllt werden, gearbeitet werden.

Kriterien	
Kriterium 1a: Initialaufwand CHF	mittel
Kriterium 1b: Initialaufwand h	
Kriterium 2a: Wiederkehrender Aufwand CHF/Jahr	mittel
Kriterium 2a: Wiederkehrender Aufwand h/Jahr	
Kriterium 3: Zeit bis zur Umsetzung	mittel
Kriterium 4: Realisierbarkeit mit internen Ressourcen	Zusammenarbeit mit ITC
Kriterium 5a: Wirkung - Welcher Gap?	Fehlende Sichtbarkeit Fehlende Übersicht Fehlende Modernität
Kriterium 5b: Wirkung - Wer?	Unternehmen & Spediteure
Kriterium 5c: Wirkung - Wie?	Zugang zu übersichtlichen gestalteten Tools Erleichterter Einstieg für Neunutzende
Gruppe	3
Prozessschritt	1 - 3
Messindikator	Anzahl Klicks auf die Tools Verweildauer/Bounce Rate

Tabelle 60 - Kollaboration mit dem ITC

Der Aufwand für diesen Ansatz dürfte mittel ausfallen und die Abstimmung mit dem ITC und möglicherweise die Unterstützung bei der Übersetzung der Informationen ins Deutsche sowie bei der Ausarbeitung des Fragebogens zur Ursprungsbestimmung betreffen. Die Zeit bis zur Umsetzung und die Realisierbarkeit dürften von der Kommunikation und der Zusammenarbeit mit dem ITC abhängen.

Durch den Ansatz könnten die Gaps «Fehlende Sichtbarkeit», «Fehlende Übersicht» und «Fehlende Modernität» geschlossen werden, da die Tools übersichtlich und modern gestaltet sind und den Nutzenden Schritt für Schritt durch den Prozess einer FHA Nutzung führen. Dies könnte Unternehmen und Spediteuren einen verbesserten Zugang zu den Tools verschaffen und den Einstieg für Neunutzende erleichtern. Damit könnten sie in den Prozessschritten 1 - 4 unterstützt. Gemessen werden könnte die Wirkung mit der Anzahl Klicks auf die Tools oder der Verweildauer.

8.7.3 Fragebogen zur Ursprungsbestimmung einführen (Aufwandskategorie 2)

Ein Tool zur Bestimmung, ob die Anforderungen des präferenziellen Ursprungs erfüllt sind, besteht in Australien in der Form des interaktiven Fragebogens des Free Trade Agreements Portals. Dieser Ansatz betrifft die Übernahme der australischen Version, welche sich auf die Kernfragen zur Ursprungsbestimmung beschränkt - dadurch ist die Version zwar weniger ausführlich als ROSA, dafür aber übersichtlicher. Der Fragebogen könnte in die Zolldatenbank oder das GoGlobal Cockpit von S-GE integriert werden. Dabei würde der Nutzer anhand von relevanten Fragen Schritt für Schritt durch den Prozess, ob die Ware die Anforderungen des präferenziellen Ursprungs erfüllt, geführt werden. Zum Beispiel würde der Fragebogen mit der Frage «Wurde die Ware vollständig in der Schweiz hergestellt?» beginnen.

Kriterien	
Kriterium 1a: Initialaufwand CHF	mittel
Kriterium 1b: Initialaufwand h	
Kriterium 2a: Wiederkehrender Aufwand CHF/Jahr	mittel
Kriterium 2a: Wiederkehrender Aufwand h/Jahr	
Kriterium 3: Zeit bis zur Umsetzung	mittel
Kriterium 4: Realisierbarkeit mit internen Ressourcen	Beizug von externen Ressourcen
Kriterium 5a: Wirkung - Welcher Gap?	Fehlendes Tool zur Überprüfung, ob die Anforderungen des präferenziellen Ursprungs erfüllt werden
Kriterium 5b: Wirkung - Wer?	Unternehmen
Kriterium 5c: Wirkung - Wie?	Vereinfachung der Thematik Ursprungsregeln
Gruppe	3
Prozessschritt	3
Messindikator	Anzahl Klicks auf das Tool Nachgelagerte Firmenbefragung

Tabelle 61 - Fragebogen zur Ursprungsbestimmung

Der Aufwand für diesen Ansatz dürfte mittel ausfallen. Für die Erklärungsvideos, die Beispielaufgaben, und die E-Learnings gelten bezüglich den Kriterien 1 - 4 die Annahmen in den Kapiteln 8.2, 8.3 und 8.4. Fachexpertinnen und -experten müssten den Fragebogen inhaltlich entwerfen, und Webdesigner das Tool aufbereiten. Der wiederkehrende Aufwand liegt darin, dass die Angaben aktuell gehalten werden müssten. Die Zeit bis zur Umsetzung hängt von der Verfügbarkeit von internen Ressourcen und von der Abstimmung zwischen den Erstellern des Inhaltes und den Webdesignern ab. Weiter wäre eine Abstimmung mit

dem Mendel Verlag wäre nötig, um festzustellen, ob die Inkludierung eines interaktiven Fragebogens zur Bestimmung, ob die Ursprungsregeln erfüllt werden, möglich wäre.

Mit dieser Massnahme wird der Gap «Fehlendes Tool zur Überprüfung, ob die Anforderungen des präferenziellen Ursprungs erfüllt werden» geschlossen. Dabei werden die Unternehmen wiederum in PS 3 unterstützt. Die Massnahme kann durch die Anzahl Klicks auf das Tool sowie nachgelagerten Interviews ausgewertet werden.

8.7.4 Eigenes integriertes Tool (Aufwandskategorie 3)

Bei der Erstellung eines eigenen Tools könnten die Best-Practice Ansätze von allen bestehenden internationalen oder nationalen Tools kombiniert werden (z.B. das Design, der ITC Tools und der Ursprungsleitfaden der EU oder von Australien). Das Tool würde beispielsweise wie der Rules of Origin Facilitator aufgebaut sein. In einem ersten Schritt würde der Nutzende den HS-Code der Ware sowie das Export-/Importland eingeben. Darauf würden Resultate zu den Zollansätzen oder den Import-/ Exportbestimmungen bereitgestellt und der Zugriff auf ein Untertool zu den Ursprungsregeln wie ROSA gewährt werden. Ein solches Tool könnte entweder auf der Webseite des BAZG oder auf einem neuen, gemeinsam betriebenen Informationsportal (siehe [Kapitel 8.13](#)) platziert werden.

Kriterien	
Kriterium 1a: Initialaufwand CHF	hoch
Kriterium 1b: Initialaufwand h	
Kriterium 2a: Wiederkehrender Aufwand CHF/Jahr	mittel
Kriterium 2a: Wiederkehrender Aufwand h/Jahr	
Kriterium 3: Zeit bis zur Umsetzung	hoch
Kriterium 4: Realisierbarkeit mit internen Ressourcen	Externe Ressourcen benötigt (für das Design)
Kriterium 5a: Wirkung - Welcher Gap?	Fehlendes Tool zur Überprüfung, ob die Anforderungen des präferenziellen Ursprungs erfüllt werden
Kriterium 5b: Wirkung - Wer?	Unternehmen
Kriterium 5c: Wirkung - Wie?	Vereinfachung der Thematik Ursprungsregeln
Gruppe	3
Prozessschritt	1 - 5
Messindikator	Nachgelagerte Firmenbefragung Webseitenverkehr Anzahl Klicks auf das Tool Anzahl Logins

Tabelle 62 - Eigenes Tool zur Präferenzbestimmung

Der Aufwand für diesen Ansatz dürfte hoch ausfallen. Der Initialaufwand für die Entwicklung eines eigenen Tools wäre sowohl bezüglich Kosten wie auch personeller Ressourcen hoch. Dies sind vor allem Entwicklungskosten oder Kosten für Webdesigner. Personelle Ressourcen müssten intern in Form von Fachexpertise zur Verfügung gestellt werden. Diese Personen müssen vor allem Wissen über Ursprungsregeln haben. Wiederkehrend fallen Kosten für die Wartung des Tools an, dies sind u.a. auch Lizenzkosten und Wartungsverträge. Interne Ressourcen müssen sicherstellen, dass das Tool jederzeit die aktuellen gültigen Informationen als Basis hat. Für die Zeit bis zur Umsetzung ist zu beachten, dass die Auswahl der technischen Umsetzung je nach Entscheidungsprozesse länger dauert. Für die Realisierung werden externe Ressourcen z.B. fürs Tooldesign benötigt.

Mit dieser Massnahme wird der Gap «Fehlendes Tool zur Überprüfung, ob die Anforderungen des präferenziellen Ursprungs erfüllt werden» geschlossen. Das Tool würde den Unternehmen die Möglichkeit bieten, die nötigen Informationen zur Nutzung der FHA zu ermitteln und eine Vorabklärung über potenzielle Vorteile der Nutzung zu machen. Gleichzeitig sollen die Unternehmen nähere Informationen erhalten können und bei allfälligen Fragen wissen, wo sie einen Ansprechpartner finden. Generell wird durch das Tool die Bestimmung, ob die Ursprungsregeln erfüllt werden, vereinfacht. Ein solches Tool würde PS 1-5 abdecken und unterstützen. Die Nutzung des Tools kann mit Hilfe unterschiedlicher Indikatoren gemessen werden wie zum Beispiel mit nachgelagerten Interviews mit Unternehmen oder durch den Webseitenverkehr der Onlinezugänge.

8.8 Neues Tool - Zolleinsparungen in CHF (Aufwandskategorie 2)

Bei der exportseitigen Firmenbefragung des SECO haben sich die Unternehmen ein Tool, welches den Nutzen von FHA aufzeigt, also die möglichen Zolleinsparungen in CHF berechnet, gewünscht. Mit dem Tares oder der Zolldatenbank von S-GE können bereits die Präferenzollansätze bestimmt werden. Darauf aufbauend könnte ein Unternehmen die Zolleinsparungen selber berechnen. Das Tool, welches in diesem Ansatz vorgeschlagen wird, würde diese Berechnung für das Unternehmen übernehmen (wie z.B. der «[tariff duty calculator](#)» der UK). Dabei müsste bedacht werden, dass eine solche Berechnung von verschiedenen Parametern (richtige HS-Codes, geltende MFN und präferenziellen Zollansätzen) abhängt. Zusätzliche Parameter, wie die Kosten der Nutzung und administrativer Aufwand und andere Kosten könnten dabei nicht beziffert werden und das Resultat wäre deshalb mehr eine Richtgrösse als eine definitive, rechtlich verbindliche Zahl in CHF. Folglich hätte ein solches Tool mehr die Kommunikation des Nutzens von FHA als die Vereinfachung der kon-

kreten Anwendung von FHAs zum Ziel, indem z.B. das Management von Unternehmen unverbindlich auf mögliche Kosteneinsparungen aufmerksam gemacht wird. Das Tool würde folgendermassen funktionieren: Ein Unternehmen könnte per Eingabe des Warennamens und des Export/Importlandes den HS-Code der Ware sowie auch die anwendbaren Präferenzzölle identifizieren. In einem nächsten Schritt könnten per Eingabe der Warenmenge die Zolleinsparungen in CHF identifiziert werden. Für ein solches Tool könnte bei Interesse eine App entwickelt werden.

Kriterien	
Kriterium 1a: Initialaufwand CHF	mittel
Kriterium 1b: Initialaufwand h	
Kriterium 2a: Wiederkehrender Aufwand CHF/Jahr	mittel
Kriterium 2a: Wiederkehrender Aufwand h/Jahr	
Kriterium 3: Zeit bis zur Umsetzung	mittel
Kriterium 4: Realisierbarkeit mit internen Ressourcen	Externe Ressourcen zur Appentwicklung benötigt
Kriterium 5a: Wirkung - Welcher Gap?	Fehlendes Tool für Berechnung möglicher Zolleinsparungen
Kriterium 5b: Wirkung - Wer?	Unternehmen
Kriterium 5c: Wirkung - Wie?	Aufzeigen den Nutzens von FHA (Insbesondere für Neunutzende)
Prozessschritt	3
Messindikator	Downloads des Apps Verweildauer am App Nachgelagerte Firmenbefragung

Tabelle 63 - Neues Tool Zolleinsparungen in CHF

Der Aufwand für diese Massnahme wäre mittel. Zu Beginn müssten alle Daten gesammelt und das Design durch externe Ressourcen erstellt werden. Der wiederkehrende Aufwand betreffe die Aktualisierung der Daten. Für die Erstellung des Tools in der Form einer App könnten Appdesigner beigezogen werden. Die Zeit bis zur Umsetzung wird als mittel eingeschätzt und hängt von der Abstimmung zwischen Erstellern des Inhaltes und den Tool- oder Appdesignern ab.

Ein solches Tool würde insbesondere das Gap «Fehlendes Tool für Berechnung möglicher Zolleinsparungen» schliessen und den PS 2 für die Unternehmen aufgreifen. Die Nutzung des Tools könnte durch die Anzahl Downloads der Apps, nachgelagerten Umfragen oder auch Verweildauer in der App gemessen werden.

8.9 FHA Newsletter

Bei den Interviews mit den Wirtschaftsvertretern wurde der Wunsch nach mehr Informationen zu Änderungen bei der Nutzung von FHA, aber auch zum bestehenden Informations- und Unterstützungsangebot ersichtlich. In den folgenden Kapiteln werden unterschiedliche Möglichkeiten zur Ausarbeitung von Newslettern in Anbetracht der Aufwandskategorien aufgezeigt.

8.9.1 Bestehende Newsletter verbessern (Aufwandskategorie 1)

Viele Wirtschaftsvertreter haben den Wunsch nach dem bisherigen Ermächtigter Ausführer Newsletter geäußert. Dieser könnte wieder aufgenommen werden und über Informationen zu Änderungen, aber auch regelmässige «Erinnerungen» zum bestehenden Angebot, beinhalten. Weiter könnten die bestehenden Newsletter des Bundes (z.B. der KMU-Newsletter oder news.admin.ch) und diejenigen der privaten Anbieter (z.B. Exportnews von S-GE) mehr auf bestehende oder neue Informations- und Unterstützungsangebote zu FHA hinweisen. Zum Beispiel könnte sich ein Newsletter mit dem Informations- und Unterstützungsangebot von S-GE befassen oder ein Newsletter die Nutzung des R-30 erklären. Weiter könnte die Kollaboration zwischen den einzelnen Herausgebern der Newsletter gestärkt und die Inhalte aufeinander abgestimmt werden, indem z.B. eine Übersicht zum bestehenden Informations- und Unterstützungsangebot in allen Newslettern verbreitet werden.

Kriterien	
Kriterium 1a: Initialaufwand CHF	mittel
Kriterium 1b: Initialaufwand h	
Kriterium 2a: Wiederkehrender Aufwand CHF/Jahr	mittel
Kriterium 2a: Wiederkehrender Aufwand h/Jahr	
Kriterium 3: Zeit bis zur Umsetzung	mittel
Kriterium 4: Realisierbarkeit mit internen Ressourcen	Mit internen Ressourcen umsetzbar
Kriterium 5a: Wirkung - Welcher Gap?	Fehlende fortlaufende Informationen Fehlende Übersicht Fehlende Sichtbarkeit
Kriterium 5b: Wirkung - Wer?	Unternehmen
Kriterium 5c: Wirkung - Wie?	Sichtbarmachung
Gruppe	2
Prozessschritt	1 - 5
Messindikator	Nachgelagerte Firmenbefragung Anzahl Abonnenten

Tabelle 64 - Bestehende Newsletter verbessern

Der Aufwand für diese Massnahme wäre mittel und hängt von der Neugestaltung der Newsletter sowie von den benötigten Ressourcen ab. Der wiederkehrende Aufwand hängt von der Anzahl Ausgaben pro Jahr und vom geplanten Inhalt ab. Wenn Inhalte wiederverwendet oder auf bestehenden Inhalt hingewiesen würde, wäre der wiederkehrende Aufwand tiefer. Die Zeit bis zur Umsetzung hängt von der Verfügbarkeit von internen Ressourcen, welche die Newsletter unterhalten müssten, ab. Der Ansatz dürfte mit internen Ressourcen umsetzbar sein.

Eine Verbesserung der Newsletter in diesem Ausmass könnte die Gaps «Fehlende fortlaufende Informationen», «Fehlende Übersicht» und «Fehlende Sichtbarkeit» schliessen und PS 1-5 punktuell abdecken. Der Erfolg einer solchen Massnahme könnte durch nachgelagerte Firmenbefragungen oder Anzahl Abonnenten gemessen werden.

8.9.2 Neuer Newsletter zur FHA-Nutzung einführen (Aufwandskategorie 2)

Viele Wirtschaftsvertreter haben den Wunsch nach einem neuen Newsletter geäussert, welcher sich thematisch auf die Nutzung von FHA fokussiert. Ein solcher Newsletter könnte aktuelle Neuigkeiten und Änderungen zum Angebot darlegen sowie auch auf das bestehende Angebot hinweisen. Zum Beispiel könnte sich ein Newsletter mit dem Informations- und Unterstützungsangebot von S-GE befassen oder ein Newsletter die Nutzung des R-30 erklären. Ausserdem könnte der neue Newsletter ein zeitgemässes Design haben und digitale visuelle Elemente (Videos, Bilder, Piktogramme etc.) beinhalten. Zudem würde ein Newsletter auch die Möglichkeit bieten, andere handelsrelevante Themen aufzunehmen.

Kriterien	
Kriterium 1a: Initialaufwand CHF	mittel
Kriterium 1b: Initialaufwand h	
Kriterium 2a: Wiederkehrender Aufwand CHF/Jahr	mittel
Kriterium 2a: Wiederkehrender Aufwand h/Jahr	
Kriterium 3: Zeit bis zur Umsetzung	mittel
Kriterium 4: Realisierbarkeit mit internen Ressourcen	Mit internen Ressourcen umsetzbar (Möglicherweise externe Unterstützung beim Design benötigt)
Kriterium 5a: Wirkung - Welcher Gap?	Fehlende fortlaufende Informationen Fehlende Übersicht Fehlende Sichtbarkeit
Kriterium 5b: Wirkung - Wer?	Unternehmen
Kriterium 5c: Wirkung - Wie?	Sichtbarmachung
Gruppe	2

Prozessschritt	1 - 5
Messindikator	Nachgelagerte Firmenbefragung Anzahl Abonnenten

Tabelle 65 - Neuer FHA Newsletter

Der Aufwand für diesen Ansatz dürfte mittel ausfallen. Der Initialaufwand beträfe zum Beispiel die das Konzept und das Design des Newsletters oder die Zusammenstellung eines Teams, welches den Newsletter betreibt. Das Team könnte durch Mitglieder von verschiedenen Anbietern (SECO, BAZG, S-GE, HK etc.) zusammengesetzt werden. Der wiederkehrende Aufwand hängt von der Anzahl Ausgaben pro Jahr, vom Design und vom geplanten Inhalt ab. Wenn Inhalte wiederverwendet oder auf bestehenden Inhalt hingewiesen würde, wäre der wiederkehrende Aufwand ebenfalls eher tief. Die Zeit bis zur Umsetzung hängt von der anfänglichen Abstimmung und von der Zusammenarbeit zwischen den einzelnen Akteuren ab. Die Realisierbarkeit des Inhaltes wäre mit internen Ressourcen möglich. Externe Ressourcen könnten zur Unterstützung beim Design beigezogen werden.

Dieser Ansatz könnte sich auf die Kommunikation von Änderungen sowie auch auf die erhöhte Sichtbarkeit des bestehenden Angebotes auswirken. Ein solcher Newsletter könnte die Gaps «Fehlende fortlaufende Informationen», «Fehlende Übersicht» und «Fehlende Sichtbarkeit» schliessen und PS 1-5 abdecken. Die Wirkung des Ansatzes könnte durch die Anzahl Abonnenten oder durch nachgelagerten Firmenbefragungen erfolgen.

8.10 Webdesign bei Bundeswebseiten

Gegenwärtig bestehen die für die FHA-Nutzung relevanten Webseiten des SECO, des BAZG und des BLW aus viel dicht gedrängtem Text, wenigen visuellen Elementen, vielen Unterseiten und unterschiedlichen Strukturen. Das führt zu einer geringen Übersichtlichkeit, einer fehlenden Benutzerfreundlichkeit und erhöhten Komplexität.

8.10.1 Bestehendes verbessern (Aufwandskategorie 2)

Die Webseiten des Bundes sind oft sehr textlastig. Es fehlen visuelle Elemente, wie Piktogramme, Bilder oder auch kurze Videos, um den Inhalt aufzulockern. In diesem Ansatz würden punktuell auf den Webseiten mehr solche Elemente integriert. Zum Beispiel könnte das SECO ein kurzes Video zur «Bedienung» der SECO Webseite (seco.admin.ch) oder des KMU-Portals («Suchfunktion, Kontaktmöglichkeiten, Beschreibung der zentralen Reiter etc.) auf der Einstiegsseite platzieren oder das BLW Piktogramme bei der [Übersicht zu Einfuhr und Ausfuhr](#) integrieren. Bei allen Webseiten könnte die Suchfunktion präserter platziert wer-

den, damit die Anzahl Klicks, welche ein Nutzender benötigt, um zur gewünschten Information zu gelangen, möglichst reduziert wird. Weiterhin könnte die Webseitenstruktur vereinheitlicht werden (z.B. bei allen SECO Webseiten gleicher Einstieg mit einer Zusammenfassung oder die Ausrichtung der Textblöcke vereinheitlichen) oder beim KMU-Portal die Abkürzung «EZV» zu «BAZG» geändert werden.

Kriterien	
Kriterium 1a: Initialaufwand CHF	mittel
Kriterium 1b: Initialaufwand h	
Kriterium 2a: Wiederkehrender Aufwand CHF/Jahr	gering
Kriterium 2a: Wiederkehrender Aufwand h/Jahr	
Kriterium 3: Zeit bis zur Umsetzung	gering
Kriterium 4: Realisierbarkeit mit internen Ressourcen	Mit internen Ressourcen umsetzbar (möglicherweise Anfängliche Beratung von Webdesignern)
Kriterium 5a: Wirkung - Welcher Gap?	Fehlende Einstiegsseite Fehlende Übersicht
Kriterium 5b: Wirkung - Wer?	Unternehmen
Kriterium 5c: Wirkung - Wie?	Verringerung der Komplexität und Verbesserung der Navigation
Gruppe	2
Prozessschritt	1 - 5
Messindikator	Testlauf mit Nutzenden vor und nach den Verbesserungen (Wie lange bis zur gewünschten Information?) Anzahl Klicks auf Webseiten Nachgelagerte Interviews / Umfrage mit Wirtschaftsvertretern

Tabelle 66 - Bestehendes Webdesign verbessern

Der Aufwand für diesen Ansatz dürfte mittel ausfallen. Er hängt von der Anzahl Elemente ab, welche angepasst oder neu auf den Webseiten inkludiert werden. Der wiederkehrende Aufwand wäre nach der Umsetzung gering. Die Zeit bis zur Umsetzung hängt von der Verfügbarkeit von internen Ressourcen ab. Die Realisierbarkeit wäre durch interne Ressourcen möglich. Es könnte eine anfängliche Beratung von professionellen Webdesignern eingeholt werden, welche sich auf die Benutzerfreundlichkeit und Interaktivität fokussieren.

Die Überarbeitung der Webseite würde die Gaps «Fehlende Einstiegsseite» und «Fehlende Übersicht» und «Fehlende Modernität: Navigation» schliessen und PS 1-5 abdecken. Die

Wirkung der verbesserten Webseite könnte durch einen Testlauf vor und nach der Verbesserung gemessen werden, durch die Anzahl Klicks auf beiden Webseiten (Differenzbetrachtung) sowie mit Hilfe von Interviews mit Wirtschaftsvertretern.

8.10.2 Neues Design (Aufwandskategorie 3)

In diesem Ansatz wird aufgegriffen, die Webseiten mit dem Fokus Nutzerfreundlichkeit komplett neu zu designen. Dabei könnte darauf geachtet werden, dass die Bedienung so einfach wie möglich gehalten wird, dass das Ziel der Nutzenden den Webseitenbetreibern bekannt wäre und dass die Nutzenden dieses Ziel in möglichst kurzer Zeit erreichen könnten (z.B. das Finden der gesuchten Informationen), dass die Struktur über die ganze Webseite die gleiche wäre (würde der Nutzerfreundlichkeit helfen) und, dass der Raum zwischen den Elementen optimal verteilt wäre (z.B. kein enger Text). Als Inspiration könnte das neue Design der [EDA-Webseite](#) dienen. Das Redesign könnte dafür genutzt werden, neue Elemente wie Erklärungsvideos, Musterbeispiele zu komplizierten Themen, Graphiken (z.B. des Prozesses einer Nutzung) oder auch Piktogramme und Bilder in die Webseiten zu integrieren.

Kriterien	
Kriterium 1a: Initialaufwand CHF	hoch
Kriterium 1b: Initialaufwand h	
Kriterium 2a: Wiederkehrender Aufwand CHF/Jahr	mittel
Kriterium 2a: Wiederkehrender Aufwand h/Jahr	
Kriterium 3: Zeit bis zur Umsetzung	mittel
Kriterium 4: Realisierbarkeit mit internen Ressourcen	Externe Ressourcen benötigt
Kriterium 5a: Wirkung - Welcher Gap?	Fehlende Einstiegsseite Fehlende Übersicht Fehlende Modernität
Kriterium 5b: Wirkung - Wer?	Unternehmen
Kriterium 5c: Wirkung - Wie?	Verringerung der Komplexität und Verbesserung der Navigation
Gruppe	2 - 3
Prozessschritt	1 - 5
Messindikator	Testlauf mit Nutzenden vor und nach den Verbesserungen (Wie lange bis zur gewünschten Information?) Anzahl Klicks auf Webseiten Nachgelagerte Interviews / Umfrage mit Wirtschaftsvertretern

Tabelle 67 - Neues Webdesign

Der Aufwand für diesen Ansatz dürfte hoch ausfallen. Der Initialaufwand beträfe die Erstellung eines Konzeptes und den hohen Zeitaufwand, welche die Webdesigner und Content Manager investieren müssten. Wiederkehrender Aufwand könnte durch das Hosting der Webseite anfallen. Die Zeit bis zur Umsetzung hängt von den Abhängigkeiten zwischen den einzelnen Akteuren sowie von den Richtlinien zum Webdesign beim Bund ab. Dabei könnte ein zeitgemässes Redesign mit professionellen Webdesignern, welche sich auf die Nutzerfreundlichkeit spezialisieren, durchgeführt werden. Diese Verbesserung könnte auch für die anderen Webseiten des Bundes angewendet werden.

Wie beim vorherigen Ansatz zur Webseite würde die Überarbeitung der Webseite die Gaps «Fehlende Einstiegsseite», «Fehlende Übersicht» und «Fehlende Modernität» schliessen und PS 1-5 abdecken. Der Erfolg der verbesserten Webseite könnte wiederum durch einen Testlauf vor und nach der Verbesserung gemessen werden, durch die Anzahl Klicks auf beiden Webseiten (Differenzbetrachtung) oder mit Hilfe von Interviews mit Wirtschaftsvertretern.

8.11 Zugang zu Ansprechpersonen

Bei den Interviews mit den Unternehmen hat sich gezeigt, dass der Zugang zu Ansprechpersonen bei Fragen zur präferenziellen Veranlagung oder zu Ursprungsnachweisen sehr wichtig ist, da individuelle Fragen zu individuellen Problemstellungen gestellt und gelöst werden können. Dieser Zugang ist gegenwärtig ungleich verteilt. Einige Unternehmen, Spediteure oder HK haben persönliche Kontakte beim SECO oder BAZG und können bei Fragen direkt anrufen. Anderen Unternehmen fehlen direkte Auskunftsstellen; diese nutzen dann die allgemeinen Kontaktmöglichkeiten: Beim BAZG und beim SECO kann jederzeit angerufen, eine Mail geschrieben oder auch ein Kontaktformular ausgefüllt werden. Weiter können die Unternehmen bei S-GE (Exporthelpdesk) den Wirtschaftsverbänden, den HK, den Spediteuren sowie bei Beratungsunternehmen (teils kostenpflichtige) Auskunft per Telefon, Mail oder Chatfunktion erhalten. Trotzdem stehen einige Unternehmen vor der Herausforderung, dass sie keine Kontaktangaben zu Ansprechpersonen haben oder kennen.

8.11.1 Sichtbarkeit erhöhen (Aufwandskategorie 1)

Gegenwärtig regt der Bund die Unternehmen nicht zur Kontaktaufnahme an. Die Kontaktmöglichkeiten müssen auf den Webseiten des BAZG und des SECO zuerst gefunden werden. Im Vergleich werden die Nutzenden auf der Webseite von S-GE durch das Kontaktaufnahmeelement (rechts oben auf der Webseite) viel eher dazu angeregt, eine Kontaktaufnahme zu initiieren. In diesem Sinne könnten die Kontaktmöglichkeiten zum Bund besser sichtbar

gemacht werden. Weiter sollten die Möglichkeiten für einen Zugang zu einer direkten Ansprechperson über den Newsletter des Bundes, sowie über potenzielle neue Newsletter kommuniziert werden. Damit Unternehmen nicht bei jeder Frage zum Beispiel direkt beim BAZG anrufen, könnte zunächst auf Informations- und Unterstützungsangebote hingewiesen werden, die die Fragen eventuell lösen könnten.

Kriterien	
Kriterium 1a: Initialaufwand CHF	gering
Kriterium 1b: Initialaufwand h	
Kriterium 2a: Wiederkehrender Aufwand CHF/Jahr	gering
Kriterium 2a: Wiederkehrender Aufwand h/Jahr	
Kriterium 3: Zeit bis zur Umsetzung	gering
Kriterium 4: Realisierbarkeit mit internen Ressourcen	Nur interne Ressourcen
Kriterium 5a: Wirkung - Welcher Gap?	Fehlende Sichtbarkeit
Kriterium 5b: Wirkung - Wer?	Unternehmen
Kriterium 5c: Wirkung - Wie?	Verständnis zur Nutzung von FHA erhöht sich
Gruppe	3
Prozessschritt	1 - 5
Messindikator	Anzahl Klicks auf Kontaktaufnahmeelement (wie bei S-GE) Anzahl Kontaktaufnahmen

Tabelle 68 - Ansprechpersonen Sichtbarkeit

Der Aufwand für diesen Ansatz dürfte gering ausfallen. Initial könnten die Kontaktmöglichkeiten auf den Webseiten durch Content Manager besser platziert werden. Der wiederkehrende Aufwand beträfe den grösseren Personalbedarf für die Hilfestellung. Dieser Ansatz dürfte mit internen Ressourcen umsetzbar sein.

Der Ansatz könnte den Gap «Fehlende Sichtbarkeit» schliessen, dadurch einen besseren Zugang zu direkten Ansprechpersonen schaffen und die Nutzenden in PS 1-5 unterstützen. Die Wirkung könnte anhand der Anzahl Klicks auf Kontaktaufnahmeelemente sowie effektiven Kontaktaufnahmen gemessen werden.

8.11.2 (Anonymisierte) Hotline zu FHA und Ursprungsregeln (Aufwandskategorie 1)

Die Nutzung von FHA ist insbesondere wegen den Ursprungsregeln kompliziert. Da sich die Ursprungsregeln pro Handelspartner, Branche oder Ware unterscheiden, sind die Unterneh-

men oft mit individuellen Problemstellungen konfrontiert. Deshalb würde sich die Einrichtung einer Hotline, welche sich ausschliesslich mit Fragen zur Nutzung von FHA beschäftigt, lohnen. Diese könnte z.B. gemeinsam durch das SECO und das BAZG betrieben werden und als zweite Anlaufstelle für Unternehmen neben dem Exporthelpdesk von S-GE dienen. Ausserdem könnte die Möglichkeit zur Anonymität gewährt oder die Gespräch unter dem Mantel der Vertraulichkeit geführt werden. In den Interviews mit den Unternehmen wurde dieser Wunsch geäussert. Dies auf der Tatsache, dass Unternehmen negative Konsequenzen befürchten, weil sich in den Gesprächen herausstellt, dass die Unternehmen in der Vergangenheit die FHA nicht korrekt angewendet haben. Mit einer anonymisierten Hotline könnten keine Rückschlüsse auf ein konkretes Unternehmen gezogen werden.

Kriterien	
Kriterium 1a: Initialaufwand CHF	mittel
Kriterium 1b: Initialaufwand h	
Kriterium 2a: Wiederkehrender Aufwand CHF/Jahr	mittel
Kriterium 2a: Wiederkehrender Aufwand h/Jahr	
Kriterium 3: Zeit bis zur Umsetzung	mittel
Kriterium 4: Realisierbarkeit mit internen Ressourcen	Nur interne Ressourcen
Kriterium 5a: Wirkung - Welcher Gap?	Fehlende Sichtbarkeit
Kriterium 5b: Wirkung - Wer?	Unternehmen
Kriterium 5c: Wirkung - Wie?	Verständnis zur Nutzung von FHA erhöht sich
Gruppe	3
Prozessschritt	1 - 5
Messindikator	Anzahl Anrufe

Tabelle 69 - Ansprechperson Hotline zu FHA

Der Aufwand für diese Massnahme wäre mittel. Der Initialaufwand beträfe die Installation und Organisation einer solchen Hotline und die Kommunikation über die Webseiten des SECO und des BAZG (im Stile von S-GE) sowie über die Newsletter. Der Folgeaufwand beträfe die benötigten zeitlichen Ressourcen, da die Hotline besetzt werden müsste. Die Zeit bis zur Umsetzung hängt von der Abstimmung der beteiligten Akteure ab. Der Ansatz könnte mit gemeinsamen internen Ressourcen des SECO, des BAZG sowie von S-GE umsetzbar sein. Mit dem Ansatz könnte der Gap «Fehlende Sichtbarkeit» geschlossen und PS 1-5 unterstützt werden. Als Erfolgsindikator könnten die Anzahl getätigter Kontaktaufnahmen (Anrufe) dienen.

8.11.3 (Branchenspezifische) Seminare (Aufwandskategorie 2)

Die Seminare der HK, der Wirtschaftsverbände oder von spezialisierten privaten Anbietern wie z.B. swiss export sind die optimale Möglichkeit für Unternehmen, um individuelle Fragen zu stellen und Problemstellungen zu lösen. Deshalb könnten diese aus Sicht der Wirtschaftsakteure weitergeführt werden. Ausserdem könnten sie z.B. durch die Integration von Beispielaufgaben mit Musterlösungen, welche die Teilnehmenden selber lösen müssen, ergänzt werden. Die Seminare könnten wie bisher von den HK sowie den Wirtschaftsverbänden angeboten werden. Sie könnten jedoch in Zusammenarbeit mit dem BAZG und dem SECO konzipiert und wenn möglich auch gemeinsam durchgeführt werden. Dabei könnte ein erster Teil der Seminare auf das theoretische Verständnis und ein zweiter Teil auf die konkrete Anwendung von FHA fokussieren. Der erste Teil könnte zum Beispiel von einem Mitarbeitenden des SECO und der zweite Teil von einem erfahrenen Unternehmer oder einem Zöllner, einer Zöllnerin des BAZG begleitet werden. Dadurch würden ausserdem mehr Kontaktpunkte zwischen Unternehmen und dem Bund geknüpft werden. Von mehreren Seiten wurde ausserdem der Wunsch nach branchenspezifischen Seminaren geäussert, da z.B. die Agrarbranche von anderen Ursprungsregeln betroffen ist als die Industrie. Solche könnten ebenfalls bereitgestellt werden, um das Seminarangebot breiter auszurichten. Diesbezüglich könnten spezialisierte Anbieter eine wichtigen Rolle spielen.

Es gibt auch noch ein Seminarangebot für EA, dieses wird von den HK organisiert und durchgeführt, die Kursinhalte werden jedoch von den Mitarbeitenden des BAZG bestritten. Es könnte abgeklärt werden, ob und in welcher Form und Format künftig diese Kurse angeboten werden. Falls die Kurse online in der Form eines E-Learnings oder Webinars durchgeführt würden, könnten alle Wirtschaftsakteure darauf zugreifen. Jedoch würde der persönliche Kontakt zu Ansprechpersonen nicht gefördert und es könnten keine individuellen Fragen gestellt werden.

Kriterien	
Kriterium 1a: Initialaufwand CHF	mittel
Kriterium 1b: Initialaufwand h	
Kriterium 2a: Wiederkehrender Aufwand CHF/Jahr	mittel
Kriterium 2a: Wiederkehrender Aufwand h/Jahr	
Kriterium 3: Zeit bis zur Umsetzung	mittel
Kriterium 4: Realisierbarkeit mit internen Ressourcen	Zusammenarbeit von verschiedenen Anbietern
Kriterium 5a: Wirkung - Welcher Gap?	Fehlende Sichtbarkeit

	Fehlende Lernmöglichkeiten Fehlende Beispielaufgaben
Kriterium 5b: Wirkung - Wer?	Unternehmen
Kriterium 5c: Wirkung - Wie?	Verständnis zur Nutzung von FHA erhöht sich
Gruppe	3
Prozessschritt	1 - 5
Messindikator	Anmeldungen Seminare Rückmeldungen zu Seminaren

Tabelle 70 - Ansprechperson Seminare

Der Aufwand für diese Massnahme wäre mittel. Er beträfe die Optimierung der bestehenden Seminare mit neuen Elementen, sowie die Konzeption von neuen, branchenspezifischen Seminaren. Die Zeit bis zur Umsetzung hängt von der Abstimmung zwischen den einzelnen Akteuren ab. Die Massnahme wäre durch eine Zusammenarbeit von verschiedenen Akteuren (SECO, BAZG, HK, Wirtschaftsverbände, private Anbieter) realisierbar.

Diese Massnahme würde die Gaps «Fehlende Sichtbarkeit», «Fehlende Lernmöglichkeiten» und «Fehlende Beispielaufgaben» füllen. Die Massnahme würde PS 1 - 5 unterstützen und die Wirkung könnte anhand von Anzahl Anmeldungen zu den Seminaren sowie Rückmeldungen gemessen werden.

8.12 BAZG: Übersichtlichkeit

Das BAZG stellt ein umfassendes und kostenloses Informationsangebot zur Nutzung von FHA zur Verfügung und stellt eine der wichtigsten Informationsquellen für die Wirtschaftsakteure dar. Deshalb wird das Angebot des BAZG in diesem Unterkapitel separat betrachtet. Bei der Analyse der bestehenden Informations- und Unterstützungsangebote sowie auch bei den Interviews mit den Wirtschaftsvertretern, ist die fehlende Übersichtlichkeit beim BAZG Angebot aufgefallen. Diese fehlende Übersichtlichkeit führt dazu, dass Informationen nicht oder nur nach längerer Suche gefunden werden. Erst kürzlich hat das BAZG seinen Webauftritt für Firmen optimiert (Newsletter vom 09. Dezember 2022). Die Optimierungen beinhalten visuelle Elemente, eine verbesserte Führung des Nutzenden durch die Webseiten, die optimierten Unterseiten «Information Firmen» und «[Services](#)» sowie Checklisten (z.B. zur [Ausfuhr](#)). Diese Optimierungen gehen bereits in die richtige Richtung und verbessern die Übersichtlichkeit.

8.12.1 Übersichtlichkeit punktuell verbessern und Inhalte vereinfachen (Aufwandskategorie 2)

Ein Ansatz betrifft die punktuelle Verbesserung des bestehenden Angebotes. Zum Beispiel könnte die Suchfunktion auf der Webseite, ähnlich wie bei zoll.de präsenr platziert werden, damit der Einstieg und die Suche nach den richtigen Informationen erleichtert wird. Weiter könnten Dokumente (Richtlinien & Zirkulare) logisch strukturiert, die Betitelung auf Nutzende ausgerichtet, die Sprache vereinfacht, der Inhalt wo möglich verschlankt und auf der Webseite Bilder oder Piktogramme integriert werden (z.B. bei «Freihandelsabkommen, Ursprungs»). Ausserdem könnte eine Checkliste «Nutzung von FHA», ähnlich der Checkliste Ausfuhr, integriert werden.

Kriterien	
Kriterium 1a: Initialaufwand CHF	mittel
Kriterium 1b: Initialaufwand h	
Kriterium 2a: Wiederkehrender Aufwand CHF/Jahr	gering
Kriterium 2a: Wiederkehrender Aufwand h/Jahr	
Kriterium 3: Zeit bis zur Umsetzung	gering
Kriterium 4: Realisierbarkeit mit internen Ressourcen	Mit internen Ressourcen umsetzbar (möglicherweise Beratung eines Webdesigners)
Kriterium 5a: Wirkung - Welcher Gap?	Fehlende Übersicht
Kriterium 5b: Wirkung - Wer?	Unternehmen
Kriterium 5c: Wirkung - Wie?	Vereinfachung der Bedienung
Gruppe	2
Prozessschritt	1 - 5
Messindikator	Testlauf mit Nutzenden vor und nach den Verbesserungen (Wie lange bis zur gewünschten Information?) Nachgelagerten Firmenumfragen

Tabelle 71 - BAZG Übersichtlichkeit punktuell verbessern

Der Aufwand für diesen Ansatz dürfte mittel ausfallen. Die Verbesserungsmöglichkeiten müssten identifiziert und mit Content Managern umgesetzt werden. Die Realisierbarkeit wäre hoch und mit internen Ressourcen möglich. Jedoch könnte zur optimalen Umsetzung, eine anfängliche Beratung eines professionellen Webdesigners, welcher sich auf die Benutzerfreundlichkeit fokussiert, helfen.

Der Ansatz könnte den Gap «Fehlende Übersicht» schliessen und PS 1-5 aufgreifen. Die Wirkung kann durch einen Vorher-Nachher-Vergleich der Nutzung sowie durch eine nachgelagerte Firmenumfrage gemessen werden.

8.12.2 Übersichtlichkeit durch neue Elemente verbessern (Aufwandskategorie 2)

Der grösste Kritikpunkt beim Informations- und Unterstützungsangebot des BAZGs betrifft die tiefe Übersichtlichkeit, welche dazu führt, dass sich Nutzende (insbesondere Neueinsteigende) nicht zurechtfinden und die gewünschten Informationen nicht oder nur nach langer Suche finden. Die punktuellen Verbesserungen (z.B. Suchfunktion verbessern) könnten diesen Kritikpunkt nur bedingt adressieren. Als weitere Massnahmen könnten die Informations- und Unterstützungsangebote zur Nutzung von FHA des BAZG nach Prozessschritten gegliedert werden. Pro Prozessschritt könnte aufgezeigt werden, an welchem Punkt im Prozess, welches Angebot genutzt werden sollte (mit entsprechender Verlinkung). Das Webdesign resp. die Darstellung der Prozessschritte könnte per Dropdown-Menü erfolgen (z.B. beim Reiter «Freihandel, präferenziieller Ursprung»). Weiter könnten Erklärungsvideos (z.B. zur Navigation auf der Webseite, zum Angebot im Generellen oder zu spezifischen Angeboten wie dem R-30) und wo nötig Erklärungen mit Beispielaufgaben versehen werden (z.B. zur Bestimmung des Ursprungs).

Kriterien	
Kriterium 1a: Initialaufwand CHF	mittel
Kriterium 1b: Initialaufwand h	
Kriterium 2a: Wiederkehrender Aufwand CHF/Jahr	mittel
Kriterium 2a: Wiederkehrender Aufwand h/Jahr	
Kriterium 3: Zeit bis zur Umsetzung	mittel
Kriterium 4: Realisierbarkeit mit internen Ressourcen	Mit internen Ressourcen umsetzbar (Darstellung des Prozesses ist vorhanden)
Kriterium 5a: Wirkung - Welcher Gap?	Fehlende Modernität Fehlende Komplexitätsreduktion
Kriterium 5b: Wirkung - Wer?	(Neueinsteigende) Unternehmen
Kriterium 5c: Wirkung - Wie?	Erhöhung der Übersichtlichkeit
Gruppe	2 - 3
Prozessschritt	1 - 5
Messindikator	Testlauf mit Nutzenden vor und nach den Verbesserungen (Wie lange bis zur gewünschten Information?) Nachgelagerte Firmenbefragungen

Tabelle 72 - BAZG Übersichtlichkeit durch neue Elemente verbessern

Der Aufwand für diese Massnahme wäre mittel. Mehrere neue Elemente könnten auf der Webseite platziert werden (Erklärungsvideos, Prozess, Beispielaufgaben). Zum Beispiel

könnten die Informations- und Unterstützungsangebote des BAZG den Prozessschritten zugeordnet sowie der Prozess auf der Webseite integriert werden. Dies würde Fachexpertinnen- und Experten sowie auch Content Manager erfordern. Die Realisierbarkeit wäre vermutlich mit internen Ressourcen umsetzbar.

Der Ansatz könnte die Gaps «Fehlende Modernität» und «Fehlende Komplexitätsreduktion» schliessen und PS 1-5 abdecken. Die Wirkung könnte durch einen Vorher-Nachher-Vergleich der Nutzung sowie durch eine nachgelagerte Firmenumfrage gemessen werden.

8.12.3 BAZG: Übersichtlichkeit - Neues Webdesign (Aufwandskategorie 2)

Das überholte Webdesign des BAZG verringert durch den eng stehenden Text, den fehlenden visuellen Elementen und der überholten Reiterstruktur die Übersichtlichkeit. Durch eine Neumodellierung des Webdesigns (z.B. im Stil der [EDA Webseite](#)) würde der Inhalt viel übersichtlicher dargestellt werden. Eine solche Neumodellierung könnte mit der Integration von Erklärungsvideos (z.B. zum BAZG oder zur Navigation der Webseite) kombiniert werden.

Kriterien	
Kriterium 1a: Initialaufwand CHF	mittel
Kriterium 1b: Initialaufwand h	
Kriterium 2a: Wiederkehrender Aufwand CHF/Jahr	mittel
Kriterium 2a: Wiederkehrender Aufwand h/Jahr	
Kriterium 3: Zeit bis zur Umsetzung	mittel
Kriterium 4: Realisierbarkeit mit internen Ressourcen	Externe Ressourcen benötigt
Kriterium 5a: Wirkung - Welcher Gap?	Fehlende Übersicht
Kriterium 5b: Wirkung - Wer?	(Neueinsteigende) Unternehmen
Kriterium 5c: Wirkung - Wie?	Erhöhung der Übersichtlichkeit
Gruppe	2 - 3
Prozessschritt	1 - 5
Messindikator	Testlauf mit Nutzenden vor und nach den Verbesserungen (Wie lange bis zur gewünschten Information?) Nachgelagerte Firmenbefragungen

Tabelle 73 - BAZG Übersichtlichkeit neues Webdesign

Der Aufwand für diesen Ansatz dürfte mittel ausfallen und beträfe die Einbindung von Webdesignern, Content Managern. Die Zeit bis zur Umsetzung würde von der Abstimmung zwischen den einzelnen Akteuren abhängen. Zur Umsetzung würden vermutlich externe Ressourcen benötigt (Webdesigner, welche sich auf die Benutzerfreundlichkeit fokussieren).

Dieser Ansatz könnte den Gap «Fehlende Übersicht» abdecken und damit PS 1-5 unterstützen. Die Wirkung des Ansatzes könnte durch einen Vorher-Nachher-Vergleich sowie nachgelagerten Firmenumfragen gemessen werden.

8.13 Neues Informationsportal schaffen

Von Wirtschaftsvertretern sowie auch von nationalen Expertinnen und Experten wurde der Wunsch nach einer Zentralisierung des Informations- und Unterstützungsangebotes geäußert. Ein neues Informationsportal zu FHAs (z.B. freihandelsabkommen.ch) würde diese Zentralisierung ermöglichen.

8.13.1 Übersicht- und Einstiegsseite (Aufwandskategorie 3)

In diesem Ansatz sollte das Informationsportal als Übersichts- und Einstiegsseite fungieren. Der Prozess einer Nutzung (Entscheidungsbaum) sowie alle relevanten Informations- und Unterstützungsangebote pro Prozessschritt würden per Verlinkungen und kurzer Beschreibung auf dem Portal positioniert. Dabei sollten visuelle Elemente und ein zeitgemässes Webdesign angewendet und das Informationsportal per Suchmaschinenoptimierung, Kommunikation über Newsletters sowie auch soziale Medien präsent platziert werden.

Kriterien	
Kriterium 1a: Initialaufwand CHF	hoch
Kriterium 1b: Initialaufwand h	
Kriterium 2a: Wiederkehrender Aufwand CHF/Jahr	mittel
Kriterium 2a: Wiederkehrender Aufwand h/Jahr	
Kriterium 3: Zeit bis zur Umsetzung	mittel
Kriterium 4: Realisierbarkeit mit internen Ressourcen	Externe Ressourcen benötigt
Kriterium 5a: Wirkung - Welcher Gap?	Fehlende Einstiegsseite Fehlende Sichtbarkeit Fehlende Übersicht Fehlende Modernität
Kriterium 5b: Wirkung - Wer?	Unternehmen
Kriterium 5c: Wirkung - Wie?	Sichtbarmachung des Angebotes
Gruppe	2 - 3
Prozessschritt	1 - 5
Messindikator	Nachgelagerten Firmenumfragen Webseitenverkehr Anzahl Klicks Verweildauer/Bounce Rate

Tabelle 74 - Neues Informationsportal Übersicht- und Einstieg

Der Aufwand für diesen Ansatz dürfte hoch ausfallen. Um das Portal zu realisieren, müssten Fachexpertinnen- und Experten, Webdesigner sowie Content Manager beigezogen werden. Die Zeit bis zur Umsetzung würde von den verfügbaren Ressourcen und der Abstimmung zwischen den Akteuren abhängen. Um eine solche Webseite zu realisieren, wird wahrscheinlich externe Unterstützung benötigt.

Ein übergeordnetes Informationsportal mit einer Übersicht zum bestehenden Informations- und Unterstützungsangebot würde die Gaps «Fehlende Einstiegsseite», «Fehlende Sichtbarkeit», «Fehlende Übersicht» und «Fehlende Modernität» schliessen. Diese würden PS 1 - 5 unterstützen, wobei die Auswirkung anhand von Firmenbefragungen, Webseitenverkehr, Anzahl Klicks als auch Verweildauer gemessen werden könnte.

8.13.2 Übersicht- und Einstieg mit Inhalt (Aufwandskategorie 3)

In diesem Ansatz sollte das Portal als Übersichts- und Einstiegsseite sowie auch als Informationsquelle dienen. Der Prozess einer Nutzung (Entscheidungsbaum) sowie alle relevanten Informations- und Unterstützungsangebote pro Prozessschritt werden per Verlinkungen und kurzer Beschreibung auf dem Portal positioniert. Zusätzlich werden leicht verständliche Fachbeiträge (z.B. zu den Ursprungsregeln oder den Ursprungsnachweisen), individuelle Beiträge/Übersichten zu den FHA der Schweiz, ein Glossar mit Begriffserklärungen, kurze Erklärungsvideos zu Fachbegriffen, ein Einstiegsvideo mit einer Erklärung des Portals selber, eine Chatfunktion, eine Hotline sowie kurze Online-Kurse mit Beispielaufgaben und Musterlösungen angeboten (das Angebot kann modular zusammengesetzt werden und muss nicht unbedingt alle Elemente enthalten). Dabei sollen visuelle Elemente und ein zeitgemässes Webdesign angewendet und das Informationsportal per Suchmaschinenoptimierung, Kommunikation über Newsletters sowie auch soziale Medien präsent platziert werden.

Kriterien	
Kriterium 1a: Initialaufwand CHF	hoch
Kriterium 1b: Initialaufwand h	
Kriterium 2a: Wiederkehrender Aufwand CHF/Jahr	mittel bis hoch
Kriterium 2a: Wiederkehrender Aufwand h/Jahr	
Kriterium 3: Zeit bis zur Umsetzung	hoch
Kriterium 4: Realisierbarkeit mit internen Ressourcen	Externe Ressourcen benötigt
Kriterium 5a: Wirkung - Welcher Gap?	Fehlende Einstiegsseite Fehlende Sichtbarkeit Fehlende Übersicht

	Fehlende Modernität Fehlendes Informationsangebot Fehlende Beispielaufgaben Fehlende Lernmöglichkeiten Fehlende direkte Ansprechpersonen
Kriterium 5b: Wirkung - Wer?	Unternehmen
Kriterium 5c: Wirkung - Wie?	Zentralisierung der Informations- und Unterstützungsangebote
Gruppe	2 - 3
Prozessschritt	1 - 5
Messindikator	Nachgelagerten Firmenumfragen Webseitenverkehr Anzahl Klicks Verweildauer/Bounce Rate

Tabelle 75 - Neues Informationsportal Übersicht- und Einstieg mit Inhalt

Der Aufwand für diesen Ansatz dürfte hoch ausfallen. Der Initialaufwand eines solchen Portals wäre sehr hoch und hängt vom Umfang und der Qualität des Inhaltes ab (z.B. animierte Erklärungsvideos oder Erklärungsvideos mit Mitarbeitenden des BAZG). Der wiederkehrende Aufwand wäre ebenfalls eher hoch, da das Portal betrieben und unterhalten werden müsste. Die Zeit bis zur Umsetzung würde von der Verfügbarkeit der Ressourcen und der Abstimmung zwischen den Akteuren abhängen. Die Realisierbarkeit mit einem zeitgemäßen Design der Webseite benötigt externe Ressourcen. Der Inhalt kann aber von internen Ressourcen bereitgestellt werden.

Ein übergeordnetes Informationsportal mit einer Übersicht zum bestehenden Informations- und Unterstützungsangebot würde die Gaps «Fehlende Einstiegsseite», «Fehlende Sichtbarkeit», «Fehlende Übersicht», «Fehlende Modernität», «Fehlendes Informationsangebot», «Fehlende Beispielaufgaben», «Fehlende Lernmöglichkeiten» und «Fehlende direkte Ansprechpersonen» schliessen. Dabei würden PS 1 - 5 die Unternehmen unterstützen können, wobei die Auswirkung anhand von Firmenbefragungen, Webseitenverkehr, Anzahl Klicks als auch Verweildauer wiederum gemessen werden könnte.

8.13.3 Übersicht- und Einstieg mit Inhalt und Tool (Aufwandskategorie 3)

In diesem Ansatz sollte das Portal als Übersichts- und Einstiegsseite und als Quelle von Informationen dienen. Ausserdem wäre es ein Tool im Stil des [My Trade Assistants](#) der EU oder des [Free Trade Agreement Portals](#) (mit inkludierten Tool/Fragebogen um zu bestimmen, ob die Anforderungen des präferenziellen Ursprungs erfüllt sind) enthalten. Der Prozess einer Nutzung (Entscheidungsbaum) sowie alle relevanten Informations- und Unterstützungsangebote pro Prozessschritt würden per Verlinkungen und kurzer Beschreibung

auf dem Portal positioniert. Zusätzlich würden leicht verständliche Fachbeiträge (z.B. zu den Ursprungsregeln oder den Ursprungsnachweisen), individuelle Beiträge/Übersichten zu den FHA der Schweiz, ein Glossar mit Begriffserklärungen, kurze Erklärungsvideos zu Fachbegriffen, ein Einstiegsvideo mit einer Erklärung des Portals selber, eine Chatfunktion, eine Hotline sowie kurze Online-Kurse mit Beispielaufgaben und Musterlösungen angeboten (das Angebot könnte modular zusammengesetzt werden und müsste nicht unbedingt alle Elemente enthalten). Dabei sollten visuelle Elemente und ein zeitgemässes Webdesign angewendet und das Informationsportal per Suchmaschinenoptimierung, Kommunikation über Newsletters sowie auch soziale Medien präsent platziert werden. Weiterhin würde ein Tool in das Portal inkludiert, durch welches z.B. die HS-Codes, die Zollansätze oder die Import/Exportbestimmungen eruiert werden könnten. Dieses Tool sollte nach Vorbild von ROSA oder dem Free Trade Portal von Australien einen Ursprungsleitfaden beinhalten, welches den Nutzenden über ein Schritt für Schritt vorgehen beantwortet, ob ihr Produkt die Ursprungsregeln erfüllt oder nicht.

Kriterien	
Kriterium 1a: Initialaufwand CHF	hoch
Kriterium 1b: Initialaufwand h	
Kriterium 2a: Wiederkehrender Aufwand CHF/Jahr	mittel bis hoch
Kriterium 2a: Wiederkehrender Aufwand h/Jahr	
Kriterium 3: Zeit bis zur Umsetzung	hoch
Kriterium 4: Realisierbarkeit mit internen Ressourcen	Externe Ressourcen benötigt
Kriterium 5a: Wirkung - Welcher Gap?	Fehlende Einstiegsseite Fehlende Sichtbarkeit Fehlende Übersicht Fehlende Modernität Fehlendes Informationsangebot Fehlende Beispielaufgaben Fehlende Lernmöglichkeiten Fehlende direkte Ansprechpersonen Fehlende anonyme Hotline Fehlendes Tool für Überprüfung Erfüllung der Anforderungen des präferenziellen Ursprungs Fehlendes Tool für Berechnung möglicher Zolleinsparungen
Kriterium 5b: Wirkung - Wer?	Unternehmen
Kriterium 5c: Wirkung - Wie?	Zeitersparnis bei der Nutzung der FHA und Erhöhung der Nutzung von FHA
Gruppe	2 - 3
Prozessschritt	1 - 5

Messindikator

Nachgelagerten Firmenumfragen
Webseitenverkehr
Anzahl Klicks auf Webseite und Tools
Verweildauer/Bounce Rate

Tabelle 76 - Neues Informationsportal Übersicht- und Einstieg mit Inhalt und Tool

Der Aufwand eines vollumfänglichen Informationsportals mit integriertem Tool wäre als sehr hoch zu bewerten. Der wiederkehrende Aufwand wäre ebenfalls hoch, da das Portal betrieben und der Inhalt sowie auch das Tool aktualisiert werden müssen. Die Realisierbarkeit wäre nur mit Hilfe von externen Ressourcen möglich. Durch das Portal würden die Informations- und Unterstützungsangebote zentralisiert und strukturiert positioniert. Dadurch erhielten Unternehmen einen «One-Stop-Shop» für die Nutzung von FHA, welche alle benötigten Informationen und Unterstützungen umfassten, welche sie benötigen, um ein FHA erfolgreich zu nutzen.

Damit wären alle Gaps geschlossen: «Fehlende Einstiegsseite», «Fehlende Sichtbarkeit», «Fehlende Übersicht», «Fehlende Modernität», «Fehlendes Informationsangebot», «Fehlende Beispielaufgaben», «Fehlende Lernmöglichkeiten», «Fehlende direkte Ansprechpersonen», «Fehlende anonyme Hotline», «Fehlendes Tool für Überprüfung Erfüllung der Anforderungen des präferenziellen Ursprungs» und «Fehlendes Tool für Berechnung möglicher Zolleinsparungen». Alle PS würden somit unterstützt werden, wobei die Wirkung anhand verschiedener Messindikatoren wie Firmenbefragungen, Webseitenverkehr, Anzahl Klicks oder auch Verweildauer gemessen werden könnten.

8.14 Kommunikationskampagne (Aufwandskategorie 1)

Damit die Angebote der verschiedenen Anbietern möglichst breit genutzt werden, könnte eine Kommunikationskampagne initiiert werden. Diese würde die Kommunikation der neuen Übersicht zum bestehenden Informations- und Unterstützungsangebot (Siehe [Kapitel 8.1](#)) sowie Hinweise auf spezifische bestehende Angebote (Zolldatenbank von S-GE, GoGlobal Cockpit, Seminare der HK und einiger Wirtschaftsverbände, E-Learnings, Dienstleistungen privater Anbieter etc.) über die Webseiten und die Newsletter des Bundes, der HK sowie auch der Wirtschaftsverbände umfassen. Weiter könnten soziale Medien, wie LinkedIn, Twitter, YouTube oder auch Instagram vermehrt genutzt und auch dort Beiträge zu neuen oder bestehenden Angeboten platziert werden. Dabei spielt die Zusammenarbeit der Akteure eine wichtige Rolle, da zum Beispiel die HK und die Wirtschaftsverbände nahe bei den Unternehmen sind.

Kriterien	
Kriterium 1a: Initialaufwand CHF	gering
Kriterium 1b: Initialaufwand h	
Kriterium 2a: Wiederkehrender Aufwand CHF/Jahr	gering
Kriterium 2a: Wiederkehrender Aufwand h/Jahr	
Kriterium 3: Zeit bis zur Umsetzung	gering
Kriterium 4: Realisierbarkeit mit internen Ressourcen	Mit internen Ressourcen realisierbar
Kriterium 5a: Wirkung - Welcher Gap?	Fehlende Sichtbarkeit
Kriterium 5b: Wirkung - Wer?	Unternehmen
Kriterium 5c: Wirkung - Wie?	Höhere Nutzung der bestehenden Angebote
Gruppe	2
Prozessschritt	1 - 5
Messindikator	Nachgelagerten Firmenumfragen Klicks auf die Seiten der sozialen Medien Rückmeldungen zu Newslettern

Tabelle 77 - Kommunikationskampagne

Der Aufwand für diesen Ansatz dürfte gering ausfallen. Der Ansatz wäre mit eher tiefem Initialaufwand umsetzbar, da hauptsächlich bestehende Kommunikationskanäle genutzt werden würden. Der Ansatz wäre mit internen Ressourcen umsetzbar.

Durch die Kommunikationskampagne könnten die bestehenden und neu geschaffenen Informations- und Unterstützungsangebote häufiger genutzt und damit der Gap «Fehlende Sichtbarkeit» geschlossen werden. Dadurch würden PS 1-5 unterstützt, wobei die Wirkung durch nachgelagerte Firmenumfragen, Besuche auf den sozialen Medien und Rückmeldungen zu Newslettern gemessen werden könnte.

8.15 Zwischenfazit Empfehlungen und Ansätze

Die abgegebenen Empfehlungen und Ansätze reichen von Massnahmen, welche mit einem geringen Aufwand umgesetzt (z.B. der Erstellung einer Liste mit einer Übersicht zum bestehenden Informations- und Unterstützungsangebot), über solche, die mit einem mittleren (z.B. die Schaffung eines neuen Newsletters), bis zu Massnahmen, welche mit einem hohem Aufwand umgesetzt werden könnten (z.B. ein neues Informationsportal «www.freihandelsabkommen.ch»).

Empfehlung / Ansatz	Kapitel	Beschreibung
Übersicht zum Angebot	8.1.1	Liste mit Anbietern
	8.1.2	Entscheidungsbaum analog
	8.1.3	Entscheidungsbaum digital (Version 1)
	8.1.4	Entscheidungsbaum digital (Version 2)
Anwendungsbeispiele	8.2	Neue Beispiele schaffen
Erklärungsvideos	8.3	Neue Videos schaffen
E-Learnings	8.4.1	Sichtbarkeit erhöhen
	8.4.2	Bestehendes verbessern
	8.4.3	Neue E-Learnings schaffen
R-30	8.5.1	Sichtbarkeit erhöhen
	8.5.2	Bedienung vereinfachen
	8.5.3	Digitalisieren
Bestehende Tools	8.6.1	Sichtbarmachung
	8.6.2	Tares - Benutzerfreundlichkeit
	8.6.3	Optimierung Zolldatenbank S-GE
Neues Tool - Anforderungen präf. Ursprung	8.7.1	Kollaboration EU
	8.7.2	Kollaboration mit ITC
	8.7.3	Tool - Fragebogen
	8.7.4	Eigenes (integriertes) Tool
Neues Tool - Zolleinsparungen in CHF	8.8	Neues Tool schaffen
FHA Newsletter	8.9.1	Bestehende Newsletter verbessern
	8.9.2	Neuer Newsletter
Webdesign	8.10.1	Bestehendes verbessern
	8.10.2	Neues Design
Ansprechpersonen	8.11.1	Sichtbarkeit erhöhen
	8.11.2	Hotline zu FHA
	8.11.3	Seminare
BAZG: Übersichtlichkeit	8.12.1	Punktuell verbessern
	8.12.2	Neue Elemente
	8.12.3	Neues Webdesign
Neues Informationsportal	8.13.1	Übersicht- und Einstiegsseite
	8.13.2	Mit Inhalt
	8.13.3	Mit Inhalt und Tool
Kommunikationskampagne	8.14	Kommunikation verbessern und erhöhen

Tabelle 78 - Übersicht zu den Empfehlungen / Ansätzen

Bei der Umsetzung von Empfehlungen und Ansätzen erscheint es wichtig, Aufwand und Wirkung der einzelnen Massnahmen miteinander zu vergleichen und, wo möglich, sinnvoll auf Bestehendem aufzubauen aber auch zu beachten, welche Gaps damit geschlossen werden können. Einige Ansätze schliessen einen spezifischen Gap, andere gleich mehrere. Diejenigen, welche mehrere Gaps schliessen sind nicht direkt als bessere Massnahmen zu bewerten, da die Kumulation von Ansätzen, welche «nur» einen Gap adressieren, das Gleiche bewirken kann. Mit höchster Priorität könnten diejenigen Ansätze umgesetzt werden, die mit eher wenig Ressourcenaufwand eine im Vergleich hohe Wirkung erzielen. Diese umfassen die Ansätze 8.1.2 «Übersicht - Entscheidungsbaum analog (Aufwandskategorie 2)», 8.1.3 «Übersicht - Entscheidungsbaum digital Version 1 (Aufwandskategorie 2)», 8.2 «Anwendungsbeispiele - Neues Angebot schaffen (Aufwandskategorie 1)», 8.3 «Erklärungsvideos - Neues Angebot schaffen (Aufwandskategorie 2)», 8.4.1 «E-Learnings - Sichtbarkeit erhöhen (Aufwandskategorie 1)», 8.5.1 «R-30 - Sichtbarkeit erhöhen (Aufwandskategorie 1)», 8.5.2 «R-30 - Bedienung vereinfachen (Aufwandskategorie 2)», 8.6.1 «Sichtbarkeit der Tools erhöhen (Aufwandskategorie 1)», 8.9.1 «Bestehende Newsletter verbessern (Aufwandskategorie 1)», 8.10.1 «Bestehendes Webdesign verbessern (Aufwandskategorie 2)», 8.11.1 «Sichtbarkeit der Ansprechpersonen erhöhen (Aufwandskategorie 1)» sowie 8.14 «Kommunikationskampagne (Aufwandskategorie 1)». Weiter könnten einige aufwändigere Ansätze umgesetzt werden, da diese eine hohe Wirkung haben könnten. Diese umfassen 8.1.4 «Übersicht - Entscheidungsbaum digitale Version 2 (Aufwandskategorie 3)», 8.4.3 «E-Learnings - Neue Angebote schaffen (Aufwandskategorie 3)», 8.6.2 «Tares Benutzerfreundlichkeit verbessern (Aufwandskategorie 2)», 8.10.2 «Neues Webdesign (Aufwandskategorie 3)», 8.11.3 «(Branchenspezifische) Seminare (Aufwandskategorie 2)» sowie eine der drei Ansätze von 8.13 «Neues Informationsportal schaffen». Für die Messung der Wirkung ist es wichtig, sich an den Unternehmen, Spediteuren, Handelskammern und Wirtschaftsverbänden aber auch an den bundesinternen Stellen zu orientieren. Über nachgelagerte Firmenbefragungen oder Interviews mit den Wirtschaftsvertretern können Rückmeldungen und Verbesserungsvorschläge zur Umsetzung der Ansätze eingeholt und mit den Anbietern der Angebote über die Umsetzung diskutiert werden.

Wichtig ist auch, dass man sich bei der Umsetzung an der 80/20 Regel orientiert. Die Ansätze könnten so umgesetzt werden, dass sie 80% der Anwendungsfälle abdecken. Die Komplexität des Themas FHA lässt es nicht zu, dass jeder Spezialfall bei der Nutzung von FHA abgebildet wird. Für diese individuellen Fällen ist es hilfreich, wenn die Unternehmen und Spediteure direkte Ansprechpartner z.B. beim BAZG haben, damit sie sich an diese wenden können.

Damit die ausgewählten Ansätze zum Erfolg werden, wäre es wichtig, dass die involvierten Parteien von SECO über BAZG über S-GE ihr Wissen in die Umsetzung einbringen können.

Es könnte sich anbieten die Ansätze, welche mit wenig Aufwand und in kurzer Zeit umgesetzt werden können (Ansätze Übersicht - Entscheidungsbaum analog (Aufwandskategorie 2) oder 8.1.3, 8.2, 8.3, 8.4.1, 8.4.2, 8.5.1, 8.5.2, 8.6.1, 8.9.1, 8.11.1, 8.14) so schnell wie möglich umzusetzen und sich anschliessend dem Ansatz «Neues Informationsportal» zu widmen. Dieses kann modulartig auf- und ausgebaut werden, so dass ein erstes Modul ebenfalls mit einem mittleren Aufwand umgesetzt werden könnte.

9 Fazit und Ausblick

Bei der Nutzung von FHA im internationalen Warenhandel stellen sich den Unternehmen verschiedene Herausforderungen. Die Thematik an sich ist sehr komplex. Die Anwendung setzt Fachwissen voraus, z.B. zu den Ursprungsregeln. Das Fachwissen müssen sich Unternehmen selber aneignen, indem sie das zur Verfügung stehende Informations- und Unterstützungsangebot zu Freihandelsabkommen nutzen. Zum Beispiel indem sie Fachbeiträge des SECO lesen, die E-Learnings des BAZG absolvieren, ein Webinar von S-GE schauen, Dienstleistungen von privaten Anbietern in Anspruch nehmen oder an einem Fachseminar der Handelskammern oder der Wirtschaftsverbände teilnehmen.

Die Gruppierung des bestehenden Informations- und Unterstützungsangebotes hat ergeben, dass die bestehenden Angebote grundsätzlich viele Angaben abdecken, welche ein Unternehmen benötigt, um ein FHA zu nutzen. Jedoch wurde festgestellt, dass Prozessschritt 5: «Was mache ich bei Problemen mit der präferenziellen Veranlagung?» nicht abgedeckt wird und dass nur wenige nicht kostenpflichtige Unterstützungsangebote bestehen. Die Bewertung der Angebote hat aufgezeigt, dass die bestehenden Angebote zwar viele gute Elemente beinhalten, aber auch, dass Potential zur Verbesserung, z.B. bei der Übersichtlichkeit oder der Sichtbarkeit besteht.

Die Interviews mit den Wirtschaftsvertretern, welche auf den Studien und den Firmenbefragungen des SECO aufbauten, haben die Erkenntnisse aus der Gruppierung und Bewertung anhand den von den Wirtschaftsvertretern erwünschten Informations- und Unterstützungsangeboten weiter bestätigt, indem z.B. auf die Schwierigkeit bei der Suche nach den gewünschten Informationen oder auf die anfängliche Herausforderung für Neueinsteiger hingewiesen wurde. Zusätzlich wurden die bisherigen Erkenntnisse durch Anregungen der Wirtschaftsvertreter zur Schaffung von neuen Angeboten ergänzt. Allerdings sind insbesondere diejenigen Bedürfnisse von Unternehmen, welche FHA gegenwärtig noch nicht nutzen, schwierig zu definieren, da sie sich höchstwahrscheinlich noch nicht mit dem Informations- und Unterstützungsangebot zu FHA auseinandergesetzt haben. Um diese Unternehmen besser abzuholen, könnten mehr Einstiegspunkte oder Angebote, welche das Interesse der Entscheidungsträger wecken (z.B. ein Tool zur Berechnung der Zolleinsparungen in CHF), geschaffen werden.

Die Gap-Analyse zeigte auf, inwiefern die Bedürfnisse der Wirtschaftsvertreter abgedeckt sind und wo Verbesserungs- oder Vereinfachungsbedarf beim bestehenden Informations- und Unterstützungsbedarf besteht. Ausserdem wurde erkenntlich, dass gewisse von den Unternehmen gewünschte Informations- und Unterstützungsangebote bereits vorhanden

sind. Die Betrachtung der internationalen «Best Practices» hat zusätzliche Möglichkeiten zur Optimierung des bestehenden Informations- und Unterstützungsangebotes zu FHA aufgezeigt.

Durch ein umfassendes, übersichtlich strukturiertes und verständliches Informations- und Unterstützungsangebot könnte die Nutzung von FHA im Generellen erhöht, der Aufwand, welche Unternehmen in die Nutzung von FHA investieren, verringert und die Abwicklung reibungsloser gestaltet werden. Die Ansätze in diesem Bericht beinhalten deshalb Massnahmen, welche den Unternehmen die Nutzung von FHA erleichtern. Sie umfassen einfach umsetzbare punktuelle Ansätze, wie die erhöhte Sichtbarmachung des bestehenden Informations- und Unterstützungsangebotes, indem eine prozessuale Übersicht zum Angebot erstellt, in den Newslettern des Bundes, der Handelskammern oder der Wirtschaftsverbände auf das bestehende Angebot hingewiesen oder die Webseiten des Bundes mit dem Fokus Benutzerfreundlichkeit modernisiert werden. Weiter wird die Erstellung von neuen Inhalten wie didaktisch sinnvollen sowie visuelle ausgereiften Erklärungsvideos, Anwendungsbeispielen, kurzen Online-Kursen oder eines Tools zur Bestimmung, ob die Anforderungen des präferenziellen Ursprungs erfüllt sind, vorgeschlagen. Die Kumulation aller Massnahmen stellt die Erstellung eines neuen Informationsportals zur Nutzung von FHA dar, welches einige oder auch alle Elemente der bereits erwähnten Ansätze beinhaltet.

Bei der Umsetzung von konkreten Ansätzen erscheint es wichtig, Aufwand und Wirkung der einzelnen Massnahmen miteinander zu vergleichen, aber auch zu beachten, welche der identifizierten Gaps damit geschlossen werden. Einige Ansätze schliessen einen spezifischen Gap, andere gleich mehrere. Diejenigen, welche mehrere Gaps schliessen, sind nicht automatisch die besseren Massnahmen, da die Kumulation von Ansätzen, welche «nur» einen Gap adressieren, die gleiche Wirkung haben kann. Mit höchster Priorität könnten diejenigen Ansätze umgesetzt werden, die mit wenig Ressourcenaufwand eine im Vergleich hohe Wirkung erzielen. Diese umfassen die Ansätze «Übersicht zum Angebot: Analoges Entscheidungsbaum», «Übersicht zum Angebot: Entscheidungsbaum digitale (Version 1)», «Neue Anwendungsbeispiele», «Neue Erklärungsvideos», «Sichtbarkeit der E-Learnings erhöhen», «R-30: Sichtbarkeit erhöhen», «R-30: Bedienung vereinfachen», «Bestehende Newsletter verbessern», «Bestehendes Webdesign verbessern», «Sichtbarkeit der Tools erhöhen», «Sichtbarkeit der Ansprechpersonen erhöhen» sowie «Kommunikationskampagne». Weiter könnten, einige aufwändigere Ansätze umgesetzt werden, da diese vermutlich eine höhere Wirkung haben könnten. Diese umfassen «Entscheidungsbaum digital (Version 2)», «Neue E-Learnings schaffen», «Tares - Benutzerfreundlichkeit», «Neues Webdesign», «Seminare»

sowie einen der drei Ansätze von «Neues Informationsportal». Damit die ausgewählten Ansätze zum Erfolg werden, erscheint es wichtig, dass die involvierten Parteien (SECO, BAZG, S-GE, Handelskammern Wirtschaftsverbände, private Anbieter etc.) ihr kollektives Wissen in die Umsetzung integrieren können. Damit dies geschieht, könnte die Zusammenarbeit zwischen den einzelnen Akteuren weiter gestärkt und ausgebaut werden, indem zum Beispiel der Bund, Wirtschaftsverbände, Handelskammern und private Anbieter sich noch mehr abstimmen und Ansätze oder Informationen zur Nutzung von FHA gemeinsam gegenüber den Unternehmen kommunizieren.

Es würde sich anbieten, die Ansätze, welche mit wenig Aufwand und innert kurzer Zeit umgesetzt werden können, so schnell wie möglich zu realisieren und sich anschliessend dem Ansatz «Neues Informationsportal zu FHA» zu widmen. Dieses kann modulartig auf- und ausgebaut werden, sodass eine erste Version mit wenigen Modulen (z.B. nur mit einer Übersicht- und einem Einstieg zum bestehenden Informations- und Unterstützungsangebot) bereits mit einem mittleren Aufwand umgesetzt werden könnte.

Die Studie wurde in Zusammenarbeit mit dem SECO erstellt. Sie wurde am 20. Dezember 2022 durch das SECO geprüft und freigegeben.

Anhang A: Resultate der Interviews mit den Wirtschaftsvertretern

Unternehmen: Allgemein

- Die Thematik ist komplex, insbesondere für Akteure ohne Fachwissen und Vorkenntnisse. Die «Zollsprache» erhöht die Komplexität.
- Sofern erweiterte Kenntnisse über die Nutzung von FHA vorlagen, wurden diese über Kurse (Seminare der HK, Ausbildungen Aussenhandelsfachmann) oder durch Selbststudium (hauptsächlich über Fachbeiträge oder Dokumente des BAZG, des SECO oder von S-GE) erworben.
- Es bestehen grössere Unterschiede zwischen den Bedürfnissen und dem Wissensstand der Unternehmerinnen und Unternehmer. Beispielsweise hat ein grosses, international tätiges Unternehmen eine ausgebildete Fachperson für Zollfragen, welche sich schon Jahre mit der Nutzung von FHA auseinandergesetzt hat. Den kleineren Unternehmen fehlt es hingegen oft an Grundwissen.
- Unternehmen sind sich oft nicht bewusst, dass sie einen gewissen eigenen Aufwand betreiben müssen, damit sie FHA nutzen können (Stammdatenpflege)
- Das Draw-Back-Verbot (Siehe Anhang B für Definition) ist für viele Unternehmen erschwerend.
- Einige Angebote wie z.B. die E-Learnings des BAZG sind wenig bekannt
- Teilweise kritische Haltung gegenüber der Realisierbarkeit von neuen Tools, da die ursprungsrelevanten Stammdaten pro Firma individuell sind und Bedenken bezüglich Datensicherheit bestehen
- Ein neues Tool muss benutzerfreundlich sein, einfach in der Anwendung
- Es gibt Probleme mit falschen Lieferantenerklärungen wegen Unkenntnissen über Ursprungsregeln
- Das BAZG wird teilweise mehr als Kontrolleur denn als Unterstützer wahrgenommen.
-
- Positiv am bestehenden Angebot:
- Direkte Ansprechpersonen für individuelle Fragen werden sehr geschätzt.
- Viele Unternehmen nutzen das Angebot des BAZG - insbesondere das R-30, den Tares oder die Merkblätter - und sind damit zufrieden. Es wurde jedoch oft auf Modernisierungs- und Überarbeitungspotential hingewiesen.

Spediteure: Allgemein

- Man muss sich selbst proaktiv informieren.
- Es fehlt an firmeninternem Know-How über das Thema Zoll
- Die reexportierende Wirtschaft wird den Industriezollabbau negativ zu spüren bekommen, da die Unternehmen immer noch einen Ursprungsnachweis benötigen werden
- Der Tares und das R-30 sind sehr komplex, ohne Grundwissen gestaltet sich die Bedienung als schwierig
- Die E-Learnings sind komplex

Positiv am bestehenden Angebot

- Die SECO Webseite und der Tares werden rege genutzt, um Informationen zu erhalten.

Handelskammern: Allgemein

- Die Handelskammern informieren sich über das BAZG und S-GE.
- Die Unternehmen suchen die Nähe zu den HK, deshalb macht es Sinn, dass diese die Seminare organisieren

Positiv am bestehenden Angebot

- Der Informationsgehalt zur Nutzung von FHA ist gut.
-

Wirtschaftsverbände: Allgemein

- Das gegenwärtige Informations- und Unterstützungsangebot ist komplex.
- Ein gewisses Level an Grundwissen ist vorausgesetzt.
- Neue Informations- und Unterstützungsangebote sollen möglichst „einfach“ anwendbar sein.
- Unternehmen stehen selber in der Pflicht die FHA zu verstehen und zu nutzen.
- Falls Probleme im Partnerland entstehen, wissen Firmen nicht, an wen sie sich wenden können.

Positiv am bestehenden Angebot

- Die bestehenden Informations- und Unterstützungsangebot sind bereits sehr gut und ausführlich. Alle Informationen sind vorhanden. Das BAZG leistet sehr gute Arbeit, damit die Verlinkungen immer stimmen.
 - Die Nutzung von FHA wurde durch das SECO gut und ausreichend untersucht.
-

Beratungsunternehmen: Allgemein

Die beiden in der Firmenbefragung gewünschten Tools (Tool zu den Anforderungen des präferenziellen Ursprungs sowie zu den Zolleinsparungen in CHF) sind schwierig zu realisieren.

- Die Unternehmen wollen ein einfaches Tool aber sehen nicht wie komplex die Thematik ist (Individualität der Stammdaten).
- Das Beratungsunternehmen bot seinen Kunden eine Präferenzsoftwarelösung an. Die Pflege von dieser Software war sehr aufwendig. Deshalb wird die Lösung gegenwärtig nicht weiterverfolgt.
- Um einen gewissen Aufwand kommen die Unternehmen nicht herum. Zum Beispiel müssen sie die ursprungsrelevanten Stammdaten selbst pflegen.
- Oft haben Unternehmen schon Schwierigkeiten bei der korrekten Stammdatenpflege. Bei den Beratungen muss oft zuerst bei den Stammdaten aufgeräumt werden.

Positiv am bestehenden Angebot

- Sobald die Anwendung des Tares oder des R-30 verstanden wurde, sind es gute und hilfreiche Tools.
-

Unternehmen

Gruppe 2: Erwünschte praxisbezogene Informationsangebote zur konkreten Nutzung von FHA

Zusammenführung, Sichtbarmachung

- Zentralisierung der Informationsangebote
- Verschlankung der Informationen / Kürzung des Umfangs
- Konsolidierung, Vereinheitlichung und Verschlankungen der Dokumente/Merkblätter des BAZG
- Mehr und bessere Informationen über Änderungen (z.B. bei Merkblättern)
- Navigation und Suchfunktionen verbessern (Beim BAZG und beim SECO)
- Sichtbarkeit der Informationsangebote erhöhen (z.B. von dem R-30, den relevantesten Merkblättern und Zirkularen oder der Zolldatenbank von Mendel Online)
- Einen Einstiegspunkt für Personen, die FHA zum ersten Mal nutzen wollen

Punktuelle Verbesserung

- Modernisierung der Informationsangebote des Bundes (z.B. das Webdesign oder das R-30)

Neues Angebot

- Eine Übersicht zu allen Informationsangeboten
- Branchenspezifische Informationsangebote
- Einen FHA spezifischen Newsletter

Gruppe 3: Erwünschte praxisbezogene Unterstützungsangebote zur konkreten Nutzung von FHA

Zusammenführung/Sichtbarmachung

- Zentralisierung der Unterstützungsangebote
- Sichtbarkeit der Unterstützungsangebote erhöhen
- Einen Einstiegspunkt für Personen, die FHA zum ersten Mal nutzen wollen
- Navigation und Suchfunktionen verbessern

Punktuelle Verbesserung

- Modernisierung der Unterstützungsangebote des Bundes (Tares oder E-Learnings)
- Einfach zu bedienende Unterstützungsangebote (Tools, E-Learnings)
- Mehr Zugang zu direkten Ansprechpersonen (mit Garantie der Anonymität)

Neues Angebot

- Eine Übersicht zu allen Unterstützungsangeboten
- Branchenspezifische Unterstützungsangebote (Seminare, E-Learnings)
- Ein Tool, welches aufzeigt, ob die Anforderungen des präferenziellen Ursprungs erfüllt werden
- Ein Tool, welches die möglichen Zolleinsparungen in CHF berechnet wurde

Tabelle 79 - Inputs Unternehmen

Spediteure

Welche Informations- und Unterstützungsangebote zur Nutzung von FHA wünschen sich die Speditionsunternehmen?

Zusammenführung/Sichtbarmachung

- Informationen müssen besser und einfacher kommuniziert werden
Massnahmen: BAZG-Zirkular breiter kommunizieren, keine zu langen und unübersichtlichen Dokumente, besser kurze Zirkulare mit den wichtigsten Informationen

Punktuelle Verbesserung

- Den Unternehmen sollte grundsätzlich der Vorteil von FHA besser aufgezeigt werden, indem Ausbildungen zusammen mit Praktikern organisiert werden
- In den angebotenen Ausbildungen soll prioritär die Präferenzkalkulation behandelt werden
- Die formelle Gültigkeit der Ursprungsnachweise soll nicht so streng ausgelegt werden

Tabelle 80 - Inputs SPEDLOGSWISS

Weitere Interviews mit Spediteuren brachten die folgenden Erkenntnisse:

Gruppe 2: Erwünschte praxisbezogene Informationsangebote zur konkreten Nutzung von FHA

Zusammenführung/Sichtbarmachung

- Sichtbarkeit der Informationsangebote erhöhen
- Einen Einstiegspunkt für Personen, die FHA zum ersten Mal nutzen wollen
- Wiederaufnahme des EA Newsletters

Punktuelle Verbesserung

- Modernisierung der Informationsangebote des Bundes (R-30, Webseiten etc.)
- Beispielaufgaben in die Zirkulare des BAZG integrieren

Neues Angebot

- Eine Übersicht zu allen Informationsangeboten

Gruppe 3: Erwünschte praxisbezogene Unterstützungsangebote zur konkreten Nutzung von FHA

Zusammenführung/Sichtbarmachung

- Sichtbarkeit der Unterstützungsangebote erhöhen
- Einen Einstiegspunkt für Personen, die FHA zum ersten Mal nutzen wollen (Einsteiger-Weiterbildung)

Punktuelle Verbesserung

- Verstärkte Nutzung von Sozialen Medien
- Modernisierung der Unterstützungsangebote des Bundes

Neues Angebot

- Eine Übersicht zu allen Unterstützungsangeboten (Neues Angebot)
- Kurze E-Learnings mit unterschiedlichen Schwierigkeitsstufen zusammen mit der Wirtschaft erstellen

Tabelle 81 - Inputs Spediteure

Handelskammern

Gruppe 2: Erwünschte praxisbezogene Informationsangebote zur konkreten Nutzung von FHA

Zusammenführung/Sichtbarmachung

- Einen Einstiegspunkt für Personen, die FHA zum ersten Mal nutzen wollen
- Sichtbarkeit der Informationsangebote erhöhen
- Übersichtlichkeit der BAZG Webseite verbessern (Navigation und Suchfunktionen)
- Übersicht über alle FHA mit den Kumulationsmöglichkeiten

Neues Angebot

- «FHA» spezifischen Newsletter

Gruppe 3: Erwünschte praxisbezogene Unterstützungsangebote zur konkreten Nutzung von FHA

Zusammenführung/Sichtbarmachung

- Einen Einstiegspunkt für Personen, die FHA zum ersten Mal nutzen wollen
- Sichtbarkeit der Unterstützungsangebote erhöhen
- Engere Zusammenarbeit zwischen dem Bund und den HK (z.B. um ein Tool zur Präferenzkalkulation zu schaffen)

Neues Angebot

- Vorlage für eine Präferenzkalkulation

Tabelle 82 - Inputs Handelskammern

Wirtschaftsverbände

Gruppe 2: Erwünschte praxisbezogene Informationsangebote zur konkreten Nutzung von FHA

Zusammenführung/Sichtbarmachung

- Zentralisierung der Informationsangebote
- Konsolidierung, Vereinheitlichung und Verschlankung der Dokumente/Merkblätter des BAZG
- Mehr und bessere Kommunikation über Änderungen (Newsletter)
- Navigation und Suchfunktionen verbessern

Punktuelle Verbesserung

- Modernisierung der Informationsangebote des Bundes (R-30) (Punktuelle Verbesserung)

Neues Angebot

- Kurze Erklärungsvideos zu Themenbereichen
- Ein Entscheidungsbaum, welcher die Nutzung eines FHA abbildet (Dokument)
- Spezifischer FHA Newsletter mit visuellen Elementen

Gruppe 3: Erwünschte praxisbezogene Unterstützungsangebote zur konkreten Nutzung von FHA

Zusammenführung/Sichtbarmachung

- Zentralisierung der Unterstützungsangebote
- Sichtbarkeit der Unterstützungsangebote erhöhen
- Navigation und Suchfunktionen verbessern

Punktuelle Verbesserung

- Mehr direkte Anlaufstellen wo ein Unternehmen nachfragen kann

Neues Angebot

- Eine (anonymisierte) Hotline für Fragen. Unternehmen haben Respekt davor dem BAZG anzurufen, weil sie möglicherweise schon (über Jahre) einen Fehler gemacht haben.
- Mehr branchenspezifische Seminare
- Ein Entscheidungsbaum, welcher die Nutzung eines FHA abbildet (Interaktiv)

Tabelle 83 - Inputs Wirtschaftsverbände

Beratungsunternehmen

Gruppe 2: Erwünschte praxisbezogene Informationsangebote zur konkreten Nutzung von FHA

Zusammenführung/Sichtbarmachung

- Zentralisierung der Informationsangebote

Punktuelle Verbesserung

- Komplexität des Bundesangebotes durch Sprache vereinfachen

Neues Angebot

Ursprungsleitfaden (Dokument)

Gruppe 3: Erwünschte praxisbezogene Unterstützungsangebote zur konkreten Nutzung von FHA

Zusammenführung/Sichtbarmachung

- Zentralisierung der Unterstützungsangebote

Punktuelle Verbesserung

- Mehr Untermauerung mit Praxisbeispielen beim Angebot des Bundes

Neues Angebot

Ursprungsleitfaden (Tool)

Tabelle 84 - Inputs Beratungsunternehmen

Anhang B: Definitionen

Revidiertes PEM-Übereinkommen: Das revidierte PEM-Übereinkommen ist ein überarbeitetes FHA unter den PAN-EURO-MED Staaten, welches die Regeln des PAN-EURO-MED Übereinkommens vereinfacht.

Präferenzialer Ursprung vs. nicht-präferenzialer Ursprung: Der präferenziale Ursprung dient dazu, festzulegen, welcher Ware beim Import in ein FHA-Partnerland von einer Zollbefreiung oder Zollreduktion profitieren kann. Er wird mit einem **präferenzialen Ursprungsnachweis** (Warenverkehrsbescheinigung oder Ursprungserklärung) belegt.

Der nicht-präferenziale Ursprung findet dort Anwendung, wo bei der Wareneinfuhr und -ausfuhr ausserwirtschaftliche Massnahmen angewendet werden. Er dient in gewissen Ländern der Anwendung der Meistbegünstigungsklausel oder handelspolitischer Massnahmen, z.B. Antidumpingabgaben, Kompensationsabgaben, Handelsembargos, Schutz- und Retorsionsmassnahmen, Mengenbeschränkungen, für statistische Zwecke oder die Bestätigung des Ursprungs einer Ware. Er steht jedoch nicht in Verbindung mit vertraglichen Zollpräferenzen. Die Erfüllung der nicht-präferenzialen Ursprungsvorschriften dient beim Import in ein Drittland nicht der Gewährung einer Zollpräferenz. Diese nicht-präferenzialen Ursprungsregeln kommen nur dann zur Anwendung, wenn das Bestimmungsland für die Einfuhr ein nicht-präferenziales Ursprungszeugnis verlangt.³⁰ **Nicht-präferenziale Ursprungszeugnisse** basieren auf den nicht-präferenzialen Ursprungsregeln und werden in der Schweiz und Liechtenstein ausschliesslich von den Handelskammern beglaubigt.

Präferenziale Ursprungsregeln/Listenregeln: Die Begriff Ursprungsregeln steht für die Voraussetzungen und Kriterien, die ein Erzeugnis erfüllen muss, um gemäss einem bestimmten FHA präferenzial in ein Vertragsland importiert werden zu können. Die Listenregeln mit den Ursprungskriterien sind ein Teil der Ursprungsregeln.

Ausreichende Be- oder Verarbeitung: Das sind Be- oder Verarbeitungen, die zur Folge haben, dass die Bedingungen zur Ausstellung eines Ursprungsnachweises erfüllt sind.

Territorialitätsprinzip: Das Territorialitätsprinzip bestimmt zum Beispiel, dass die Be- oder Verarbeitung der Waren im Gebiet der Vertragsparteien stattfinden muss. Sie kann Ausnahmen davon enthalten.

³⁰ [BAZG Nicht-präferenzialer Ursprung](#)

Minimalbehandlung: Das sind Behandlungen, welche - auch kumulativ - nicht genügen, dem Erzeugnis den Ursprungscharakter eines FHA zu verleihen. Als Minimalbehandlung gelten - je nach FHA - z.B. die folgenden Behandlungen (nicht abschliessend): Zusammenstellen von Packstücken, Waschen, Reinigen, Bügeln, Anstreichen, Polieren, Schälen, Färben von Zucker, Schleifen, Sieben, Sortieren, Abfüllen, Aufdrucken, einfaches Mischen, Schlachten von Tieren.

Ab-Werk-Preis: Als «Ab-Werk-Preis» gilt der Preis der Ware einschliesslich dem Wert aller verwendeten Vormaterialien, der dem Hersteller bezahlt wird, in dessen Unternehmen die letzte Be- oder Verarbeitung durchgeführt worden ist. Nicht eingeschlossen im «Ab-Werk-Preis» sind alle internen Abgaben, die rückerstattet werden, wenn die Ware ausgeführt wird (z.B. MWST) sowie alle nach Verlassen der Fabrik anfallenden Kosten, wie beispielsweise für Transport und Versicherung.

Allgemeine Werttoleranz (z.B. 10 Prozent-Toleranz): Verschiedene FHA der Schweiz enthalten eine solche Regel. Danach werden bei der Beurteilung der Ursprungseigenschaft einer Ware die Vormaterialien drittländischen Ursprungs, die die Ursprungskriterien nicht erfüllen, nicht berücksichtigt, sofern ihr Wert z.B. 10 Prozent des Ab-Werk-Preises des Erzeugnisses nicht überschreitet.

Positionssprung: Alle verwendeten Vormaterialien ohne Ursprungseigenschaft wechseln ihre 4-stellige Tarifnummer (Zolltarifnummer des Harmonisierten Systems (HS) im Vergleich zu derjenigen des Erzeugnisses. Dazu müssen die Tarifnummern der Vorprodukte und jene des Erzeugnisses bekannt sein.

Draw-Back-Verbot: Bei der Herstellung von Ursprungserzeugnissen in der Schweiz dürfen keine Vormaterialien ohne Ursprungseigenschaften verwendet werden, die Gegenstand einer Rückerstattung oder Nichterhebung von Zöllen sind (z.B. im Veredelungsverkehr ein- und wieder ausgeführte Waren). Nicht alle FHA enthalten ein Draw-Back-Verbot.

Kumulation: Werden für die Herstellung einer Ware Vormaterialien, welche Ursprungserzeugnisse eines Vertragsstaates sind, verwendet, behalten diese den Status einer Ursprungsware und können unbeschränkt verwendet werden. Es gibt verschiedene Arten von Kumulation:

- **Bilaterale Kumulation:** Nur mit Vormaterialien beider (bilateraler) Freihandelspartner (z.B. Schweiz-Japan).
- **Diagonale Kumulation:** Mit Vormaterialien mehrerer Freihandelspartner möglich, sofern alle die gleichen Ursprungsregeln anwenden (z.B. EU-EFTA-Türkei).

- Euro-Med-Kumulation: Auch mit Vormaterialien aus Mittelmeerstaaten oder Westbalkanländer möglich, sofern alle involvierten Freihandelspartner die gleichen Ursprungsregeln anwenden und untereinander Abkommen bestehen.
- Pan-Europäische Kumulation: Mit Vormaterialien aus der EFTA, der EU oder der Türkei.
- Voll-Kumulation: Die genügende Bearbeitung muss nicht im Zollgebiet eines einzigen Landes erfolgen, sondern kann insgesamt im Territorialgebiet eines FHA erfolgen.

Ermächtigte Ausführer: Ermächtigte Ausführer (EA) dürfen für alle Warenwerte Ursprungs-erklärungen auf der Rechnung oder einem anderen Handelspapier ausstellen; somit entfällt das Ausfüllen der Warenverkehrsbescheinigung (falls eine solche im FHA vorgesehen ist). Des Weiteren sind sie von der handschriftlichen Unterzeichnung befreit, jedoch muss die EA-Registrierungsnummer vermerkt werden. Grundsätzlich kann jedes Unternehmen den Status als EA beim BAZG beantragen.

Stammdaten: Bei ursprungsrelevanten Stammdaten handelt es sich unter anderem um Zolltarifnummern, Ursprungseigenschaften oder Bewilligungspflichten einer Ware. Stammdaten erweisen sich nur als wertvoll, wenn sie dem aktuellen Stand entsprechen und müssen, deshalb gepflegt werden (Stammdatenpflege). Falsche Stammdaten und damit falsche Deklarationen sowie Bestätigungen können zu Zollnachforderungen, Bussen oder zum Entzug vorhandener Bewilligungen führen. Somit ist es notwendig, dass die Stammdaten regelmäßig überprüft werden.

Anhang C: Liste mit Informations- und Unterstützungsangeboten

Wo	Was	Inhalte für Unternehmen	Link
SECO	FHA	Informationen zu FHA, Übersicht aller FHA	SECO FHA
	Internationaler Warenverkehr	Informationen zur Aufhebung der Industriezölle, dem präferenziellen Ursprung oder Handelserleichterungen	SECO Internationaler Warenverkehr
	Technische Handelshemmnisse	Verweis auf die massgebenden technischen Vorschriften je nach Produktkategorie; Erläuterungen zur Anwendung der staatsvertraglichen Vereinbarungen (MRA), des Bundesgesetzes über die technischen Handelshemmnisse (THG), das Cassis-de-Dijon, usw.	SECO Technische Handelshemmnisse
	KMU Portal	Informationen und weiterführende Links zum Aussenhandel für KMU	SECO KMU Portal
BAZG	Richtlinie 30	Dokument mit zahlreichen PDF-Dateien. Unterteilung in drei Teile. Erstens "Erläuterungen und Verfahrensbestimmungen", zweitens "Nationale Rechtsgrundlagen", drittens "Abkommen". Im dritten Teil werden zum Beispiel auch die Listenregeln aufgeführt.	BAZG Richtlinie 30 und BAZG Datenlieferung Listenregeln
	Freihandel und präferenzieller Ursprung	Informationen zu Ursprungs- und Verfahrensbestimmungen zu FHA.	Freihandel, präferenzieller Ursprung
	Revidiertes PEM-Übereinkommen	Informationen und zu den Auswirkungen des revidierten PEM-Übereinkommen auf Unternehmen und zu den Übergangsregeln	BAZG PEM-Übereinkommen
	Allgemeines Präferenzsystem (APS/GSP)	Informationen zu Ursprungs- und Verfahrensbestimmungen im APS	BAZG APS/GSP
	Tares	Details zum Schweizer Gebrauchstarif mit Zollansätzen und zusätzlichen Informationen	BAZG Tares
	Zolltarif	Details zu Schweizer Zolltarif, Zöllen, Einfuhrbewilligungspflichten, Generalzoll	BAZG Zolltarif
	Zirkulare	Zirkulare zu verschiedenen Themen wie FHA, Tarifeinreihungen, etc.	BAZG Zirkulare
	Euro-Med-Matrix	Überblick über das PEM-Übereinkommen und die Kumulation	BAZG Matrix-Euro-Med

	Wegleitung zur Pan-Euro-Med Ursprungskumulation	Übersicht über die Verwendung und das Ausstellen von Ursprungsnachweisen im Rahmen der Euro-Med Kumulation	BAZG Wegleitung Pan-Euro-Med
	Merkblatt zur formellen Gültigkeit von Ursprungsnachweisen	Hilfe zur Beurteilung der formellen Gültigkeit von Ursprungsnachweisen	BAZG Ursprungsnachweise
	Zollkontingente	Allgemeine Informationen über die Kontingente und die Ausschöpfungsraten der Agrarzollkontingente	BAZG Zollkontingente
	E-Learnings	E-Learning zum präferenziellen Ursprung, zum EUR-MED und zum Tares	BAZG E-Learnings
S-GE	Exporthelp	Beratungen (1h kostenlos), Erklärungen, Antworten und Links zum Thema Export und FHA	S-GE FHA
	Bilaterale Handelskammern	Liste mit bilateralen Handelskammern	S-GE Bilaterale Handelskammern
	Expert Directory	Online-Verzeichnis mit Experten für Exportfragen, eingeteilt nach Ländern, Branchen und Dienstleistungen	S-GE Expert Directory
	Exportdienstleistern	Liste mit privaten Exportdienstleistern in der Schweiz	S-GE Exportdienstleistern
	Start in den Export	Tipps, Infos und Kontakte für KMU und Start-Ups im Bereich Export	S-GE Export Start
	Ursprung	Informationen zum Ursprung. Zum Beispiel: Berechnung des Ursprungs	S-GE Ursprung
	Zolldatenbank	Modular aufgebaute Zolldatenbank mit Informationen zu Zollansätzen, Importformalitäten und Ursprungsregeln	S-GE Zolldatenbank
	Ursprungskalkulation	Excel Tabelle zur Kalkulation des Ursprungs / Überprüfung, ob die Präferenz erreicht wurde	S-GE Ursprungskalkulation
	Webinare	z.B. Webinar zu Freihandelsabkommen und präferenziellem Ursprung	S-GE Webinar Alle Webinare
	GoGlobal Cockpit	Cockpit für Fragen zum Export mit Länderanalysen, Business Opportunities, Fachinformationen und Veranstaltungen	S-GE GoGlobal Cockpit
	Flyer zur optimalen Nutzung von FHA	Flyer, welcher mit Beispielen aufzeigt, wieso sich FHA lohnen	S-GE Flyer

EFTA	Karte zu FHA	Visuelle Darstellung von bestehenden oder geplanten FHAs	Free Trade Map
	FHA	Informationen zu den einzelnen FHAs der EFTA mit Auflistung der Ursprungsregeln	Free Trade Agreements
	FTA Monitor	Informationen zur Nutzung der FHAs	FTA Monitor
	Seminare	Funktionsweise der EFTA	Seminare
Bundesamt für Landwirtschaft (BLW)	FHA	Allgemeine Informationen zu den Agrarkonzessionen, den Agrarmärkten und dem Agrarhandel	BLW Agrarprodukte
	Einfuhr	Informationen zur Einfuhr von Agrarprodukten (Generaleinfuhrbewilligung/Kontingente/etc.)	BLW Einfuhr
	Ausfuhr	Informationen zur Ausfuhr von Agrarprodukten (Links zu Exportförderung/SGE/IHK/etc.)	BLW Ausfuhr
Handelskammern	Webseiten	Wenige bis keine Informationen zur Nutzung von FHA	Webseite der HKBB Webseite der IHZ Webseite der CC-TI Webseite der CCIG
	Aus- und Weiterbildungen	Kostenpflichtige individuelle Beratungen und Seminare z.B. zu den Ursprungsregeln.	Seminare der IHK Seminare der BHK Beratungen der HKGR
Wirtschaftsverbände	Generell	Aktuelle Informationen zu FHA über Newsletter und Beratungen	Economiesuisse SwissTextiles
	swiss export	Aus- und Weiterbildungen, Webinare, Veranstaltungen sowie Exportberatungen	Seminare von swiss export
	SPEDLOGS-WISS	Weiterbildungen, Kurse und weiteres zum Thema Zoll	Kurse und Seminare SPEDLOGSWISS
	Swiss Shippers Council	Beratungen und Schulungen zu Ursprung und FHA	Schulungen Swiss Shippers Council
Beratungsunternehmen	fineresolutions	Seminare zum präferenziellen Warenursprung, Beratungen, Software und viele kostenlose Informationen zur Nutzung von FHA auf der Webseite	Webseite finesolutions
	ZFEB (zollschule)	Zollberatungen, Weiterbildungen, Seminare, Inhouse Training, Facherläuterungen zur Nutzung von FHA	Webseite ZFEB
	EWAG	Kombination von einem Aussenhandelsnetzwerk Fachzirkel Verzollung, von Beratungen und Schulungen	Webseite EWAG
	G. Englmaier	Zollberatungen, Weiterbildungen, Seminare, Inhouse Training	Webseite G. Englmaier

BKM Consulting	Zollberatungen, Weiterbildungen, Seminare, Inhouse Training	Webseite BKM Consulting
Euro-1.ch	Webseite mit Informationen zur Nutzung von FHA, Praxisbeispielen, Weiterbildungen/Kurse (werden durch swiss export angeboten)	Webseite Euro-1
Big Four (EY, PwC, Deloitte, KPMG)	Individuelle Beratungen	

Internationale Informations- und Unterstützungsangebote			
Deutscher Zoll	Webseite	Informationen zu FHA	Zoll.de
	WuP Online	Zolldatenbank	WuP
EU	Taric	Details zum EU-Gebrauchstarif mit Zollansätzen und zusätzlichen Informationen	EU TARIC
	Access2Markets	Marktzugangsdatenbank mit einem Tool zur Bestimmung der Ursprungsregeln (Rules of Origin Self Assessment - ROSA)	EU Access2Markets
	Trade Helpdesk	Informationen über den Import in die EU	EU Trade Helpdesk
ITC	Market Analysis Tools and Market Access Map	Abfrage von internationalen Zolltarifen und weiteren Informationen	ITC Market Access Map
	Rules Of Origin Facilitator	Der Rules of Origin Facilitator des International Trade Centre (ITC) bietet einen benutzerfreundlichen Zugang zur ITC-Datenbank für Ursprungsregeln und Ursprungsbestimmungen in Handelsabkommen	Rules of Origin Facilitator
	Global Trade Helpdesk (GTH)	Tarifäre und nicht-tarifäre Informationen	Global Trade Helpdesk
	e-Ping	Tool, welches über Änderungen bei technischen Handelshemmnissen berichtet	e-ping
UN	Comtrade Database	Überblick über Handelsströme und Zugang zu Handelsstatistiken	Comtrade Database
UNECE	Trade Facilitation Implementation Guide	Der Leitfaden zur Umsetzung von Handelserleichterungen ist ein Instrument zur Vereinfachung des grenzüberschreitenden Handels.	Trade Facilitation Implementation
ICC	Diverse Tools	Informationen zu den Incoterms. Incoterm-Regeln, Tools für den Online-Handel, etc.	ICC Resources for business
WCO	HS Tool	Aktuelle Informationen zum HS-System	HS Tool

	Origin Tool	Informationen zu FHA und Ursprungsregeln	Origin Tool
WTO	Trade Facilitation Agreement Implementation Database	Angaben zu den Massnahmen punkto Handelserleichterung der TFA-Mitglieder. Implementierungskennzahlen sowie -bereiche	Trade Facilitation Agreement Database
WB	World Integrated Trade Solution (WITS)	Zugang zu länderspezifischen Handelsstatistiken und -schutzmassnahmen. Handelszahlen, Zolltarife und Nicht-tarifäre Handelshemmnisse (von UNCTAD TRAINS)	World Integrated Trade Solution

Literaturverzeichnis

- Aargauische Industrie- und Handelskammer (AIHK). (2022). *AIHK Kompetenzen*. Von <https://www.aihk.ch/> am 16.12.2022 abgerufen
- Australian Government. (o.D.). *Free Trade Agreement Portal*. Von <https://ftaportal.dfat.gov.au/> am 16.12.2022 abgerufen
- BKM Customs & Consulting AG. (o.D.). *Zollberatung*. Von <https://www.b-k-m.ch/Zollberatung.htm> am 16.12.2022 abgerufen
- Bmc Establishment. (o.D.). *Website*. Von <https://www.bmcest.com/> am 16.12.2022 abgerufen
- Bundesamt für Landwirtschaft BLW. (2019). *Ausfuhr von Agrarprodukten*. Von https://www.blw.admin.ch/blw/de/home/markt/ausfuhr-von-agrarprodukten.html#26_1463667749141__content_blw_de_home_markt_ausfuhr-von-agrarprodukten_jcr_content_par_tabs am 08.12.2022 abgerufen
- Bundesamt für Landwirtschaft BLW. (2022). *Einfuhr von Agrarprodukten*. Von <https://www.blw.admin.ch/blw/de/home/markt/einfuhr-von-agrarprodukten.html> am 16.12.2022 abgerufen
- Bundesamt für Landwirtschaft BLW. (2022). *Freihandelsabkommen*. Von <https://www.blw.admin.ch/blw/de/home/international/agrarmaerkte-und-agrarhandel/freihandelsabkommen.html> am 16.12.2022 abgerufen
- Bundesamt für Landwirtschaft BLW. (2022). *Kontakt & Standort*. Von <https://www.blw.admin.ch/blw/de/home/das-blw/kontakt.html> am 16.12.2022 abgerufen
- Bundesamt für Landwirtschaft BLW. (o.D.). *Markt*. Von <https://www.blw.admin.ch/blw/de/home/markt.html> am 20.12.2022 abgerufen
- Bundesamt für Zoll und Grenzsicherheit BAZG. (2022). *Die Matrix*.
- Bundesamt für Zoll und Grenzsicherheit BAZG. (2022). *Kontaktformular*. Von <https://www.kontaktformular.bazg.admin.ch/home> am 08.12.2022 abgerufen
- Bundesamt für Zoll und Grenzsicherheit BAZG. (2022). *Merkblatt zur Bestimmung der formellen Gültigkeit von Ursprungsnachweisen*.
- Bundesamt für Zoll und Grenzsicherheit BAZG. (März 2022). *R-30 Freihandelsabkommen, Zollpräferenzen und Warenursprung*. Von <https://www.bazg.admin.ch/bazg/de/home/dokumentation/richtlinien/d-30-freihandelsabkommen--zollpraeferenzen-und-warenursprung.html> am 08.12.2022 abgerufen

- Bundesamt für Zoll und Grenzsicherheit BAZG. (o.D.). *Website*. Von <https://www.bazg.admin.ch/bazg/de/home.html> am 20.12.2022 abgerufen
- Bundesamt für Zoll und Grenzsicherheit BAZG. (o.D.). *Änderungen auf den 1.1.2017*. Von <https://www.bazg.admin.ch/bazg/de/home/information-firmen/zolltarif---tares/modification-entrant-en-vigueur-le-1-1-2017.html> am 08.12.2022 abgerufen
- Bundesamt für Zoll und Grenzsicherheit BAZG. (o.D.). *Checkliste Ausfuhr*. Von <https://www.bazg.admin.ch/bazg/de/home/informationen-firmen/ausfuhr-aus-der-schweiz.html> am 20.12.2022 abgerufen
- Bundesamt für Zoll und Grenzsicherheit BAZG. (o.D.). *E-Learning des BAZG*. Von <https://www.bazg.admin.ch/bazg/de/home/dokumentation/e-learning.html> am 08.12.2022 abgerufen
- Bundesamt für Zoll und Grenzsicherheit BAZG. (o.D.). *Entwicklungsländer APS/GSP (Generalized System of Preferences)*. Von <https://www.bazg.admin.ch/bazg/de/home/information-firmen/befreiungen--verguenstigungen--zollpraerferenzen-und-ausfuhrbeitr/einfuhr-in-die-schweiz/entwicklungslaender-aps-gsp--generalized-system-of-preferences-.html> am 08.12.2022 abgerufen
- Bundesamt für Zoll und Grenzsicherheit BAZG. (o.D.). *Freihandelsabkommen, Ursprung*. Von <https://www.bazg.admin.ch/bazg/de/home/themen/freihandelsabkommen--ursprung.html#:~:text=Ursprung%20im%20Rahmen%20der%20Freihandelsabkommen,die%20die%20vorgesehenen%20Ursprungsbestimmungen%20erf%C3%BCllen.> am 08.12.2022 abgerufen
- Bundesamt für Zoll und Grenzsicherheit BAZG. (o.D.). *Kontakt*. Von <https://www.bazg.admin.ch/bazg/de/home/das-bazg/kontakt.html> am 08.12.2022 abgerufen
- Bundesamt für Zoll und Grenzsicherheit BAZG. (o.D.). *Kontakt und Öffnungszeiten*. Von <https://www.bazg.admin.ch/bazg/de/home/services/kontakt-oeffnungszeiten.html> am 16.12.2022 abgerufen
- Bundesamt für Zoll und Grenzsicherheit BAZG. (o.D.). *Kostenlose Datenlieferungen aufgrund von Kundenwünschen*. Von <https://www.bazg.admin.ch/bazg/de/home/information-firmen/zolltarif---tares/datenlieferungen.html> am 08.12.2022 abgerufen
- Bundesamt für Zoll und Grenzsicherheit BAZG. (o.D.). *Meist gesuchte Stichwörter*. Von <https://www.bazg.admin.ch/bazg/de/home/informationen-firmen/meist-gesuchte-stichwoerter.html> am 14.12.2022 abgerufen

Bundesamt für Zoll und Grenzsicherheit BAZG. (o.D.). *Nicht-präferenzieller Ursprung*. Von https://www.bazg.admin.ch/bazg/de/home/informationen-firmen/ausfuhr-aus-der-schweiz/befreiungen-verguenstigungen-und-zollpraeferenzen_ausfuhr/nicht-praeferenzieller-ursprung.html am 16.12.2022 abgerufen

Bundesamt für Zoll und Grenzsicherheit BAZG. (o.D.). *Schneller zur gesuchten Information*. Von <https://www.bazg.admin.ch/bazg/de/home/teaser-startseite/webseiten-assistent.html> am 09.12.2022 abgerufen

Bundesamt für Zoll und Grenzsicherheit BAZG. (o.D.). *Services für Firmen*. Von <https://www.bazg.admin.ch/bazg/de/home/services/services-firmen.html> am 16.12.2022 abgerufen

Bundesamt für Zoll und Grenzsicherheit BAZG. (o.D.). *Tares*. Von <https://xtares.admin.ch/tares/login/loginFormFiller.do;jsessionid=GHjN8buChYadoE6Jqhj4q0aU6EuePy90xlYlug8pOrUWcAuX26Ec!74752862?l=de> am 08.12.2022 abgerufen

Bundesamt für Zoll und Grenzsicherheit BAZG. (o.D.). *Ursprungsregeln revidiertes PEM-Übereinkommen*. Von <https://www.bazg.admin.ch/bazg/de/home/themen/ursprungsregeln-revidiertes-pem-uebereinkommen.html> am 08.12.2022 abgerufen

Bundesamt für Zoll und Grenzsicherheit BAZG. (o.D.). *Zirkulare zu verschiedenen Themen*. Von <https://www.bazg.admin.ch/bazg/de/home/dokumentation/richtlinien/zirkulare-zu-verschiedenen-themen.html> am 08.12.2022 abgerufen

Bundesamt für Zoll und Grenzsicherheit BAZG. (o.D.). *Zollkontingente*. Von <https://www.bazg.admin.ch/bazg/de/home/information-firmen/verbote--beschraenkungen-und-auflagen/wirtschaftliche-und-landwirtschaftliche-massnahmen/zollkontingente.html> am 08.12.2022 abgerufen

Bundesamt für Zoll und Grenzsicherheit BAZG. (o.D.). *Zolltarifauskünfte*. Von [https://www.bazg.admin.ch/bazg/de/home/services/services-firmen/services-firmen_einfuhr-ausfuhr-durchfuhr/zolltarif-tares/zolltarifauskuenfte.html#:~:text=Das%20Bundesamt%20f%C3%BCr%20Zoll%20und%20Grenzsicherheit%20\(BAZG\)%20erteilt%20auf%20Anfrage,der%20R](https://www.bazg.admin.ch/bazg/de/home/services/services-firmen/services-firmen_einfuhr-ausfuhr-durchfuhr/zolltarif-tares/zolltarifauskuenfte.html#:~:text=Das%20Bundesamt%20f%C3%BCr%20Zoll%20und%20Grenzsicherheit%20(BAZG)%20erteilt%20auf%20Anfrage,der%20R) abgerufen

Bundesrat. (2022). *Stärkung des Wirtschaftsstandorts Schweiz - Gesamtschau des Bundesrates vom 16. Februar 2022*.

Camera di commercio cantone Ticino. (2022). *Website*. Von <https://www.cc-ti.ch/> am 20.12.2022 abgerufen

- Chambre de commerce. (o.D.). *Website*. Von <https://services.ccig.ch/Services/Home> am 16.12.2022 abgerufen
- Economiesuisse. (2022). *Freihandelsabkommen beim Export wichtig, aber ausbaufähig*. Von <https://www.economiesuisse.ch/de/artikel/freihandelsabkommen-beim-export-wichtig-aber-ausbaufaehig> am 16.12.2022 abgerufen
- EFTA. (o. D.). <https://www.efta.int/free-trade/free-trade-agreements/morocco>. Von <https://www.efta.int/free-trade/free-trade-agreements/morocco> am 16.12.2022 abgerufen
- EFTA. (o.D.). *Contact the EFTA Secretariat*. Von <https://www.efta.int/functional/contact> am 19.12.2022 abgerufen
- EFTA. (o.D.). *Customs and Origin*. Von <https://www.efta.int/Free-Trade/Customs-and-Origin-516031> am 19.12.2022 abgerufen
- EFTA. (o.D.). *EFTA Seminars*. Von <https://www.efta.int/eea/seminars> am 19.12.2022 abgerufen
- EFTA. (o.D.). *EFTA Website*. Von <https://www.efta.int/> am 19.12.2022 abgerufen
- EFTA. (o.D.). *EFTA's Free Trade Agreements Monitor*. Von <https://www.efta.int/EFTAs-Free-Trade-Agreements-Monitor-530321> am 19.12.2022 abgerufen
- EFTA. (o.D.). *Free Trade Agreements*. Von <https://www.efta.int/Free-Trade/Free-Trade-Agreements-510711> am 16.12.2022 abgerufen
- EFTA. (o.D.). *Free Trade Map*. Von <https://www.efta.int/free-trade/fta-map> am 16.12.2022 abgerufen
- Eidgenössische Zollverwaltung EZV. (2021). *Wegleitung zur Pan-Euro-Mediterranen Ursprungskumulation*.
- Eidgenössisches Departement für auswärtige Angelegenheiten EDA. (o.D.). *Zur Newsübersicht*. Von <https://www.eda.admin.ch/eda/de/home.html> am 16.12.2022 abgerufen
- Enterprise Singapore. (2022). *All You Need to Know About Singapore's Free Trade Agreements and Digital Economy Agreements*. Von <https://www.mti.gov.sg/-/media/MTI/improving-trade/FTAs/All-you-need-to-know-about-SG-FTAs-and-DEAs.pdf> am 12.12.2022 abgerufen
- Enterprise Singapore. (2022). *Glossary*. Von <https://www.enterprisesg.gov.sg/non-financial-assistance/for-singapore-companies/free-trade-agreements/ftas/glossary> am 16.12.2022 abgerufen

- Enterprise Singapore. (2022). *Overview*. Von <https://www.enterprisesg.gov.sg/non-financial-assistance/for-singapore-companies/free-trade-agreements/ftas/overview> am 16.12.2022 abgerufen
- Enterprise Singapore. (2022). *Popular Links*. Von <https://www.enterprisesg.gov.sg/> am 16.12.2022 abgerufen
- Enterprise Singapore. (2022). *Singapore FTAs*. Von <https://www.enterprisesg.gov.sg/non-financial-assistance/for-singapore-companies/free-trade-agreements/ftas/singapore-ftas> am 16.12.2022 abgerufen
- Enterprise Singapore. (2022). *Website*. Von <https://www.enterprisesg.gov.sg/> am 16.12.2022 abgerufen
- Enterprise, S. G. (2022). *Aufzeichnungen*. Von <https://www.s-ge.com/de/publications/recordings> am 16.12.2022 abgerufen
- EPing. (o. D.). *SPS&TBT Platform*. Von <https://epingalert.org/> am 16.12.2022 abgerufen
- Euro-1. (o.D.). *Website*. Von <https://euro-1.ch/> am 16.12.2022 abgerufen
- European Commission. (2022). *Digital Economy Agreements*. Von https://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/taric/taric_consultation.jsp?Lang=de&redirectionDate=20101222 am 19.12.2022 abgerufen
- European Commission. (o.D.). *European Commission*. Von <https://webgate.ec.europa.eu/rosa/#/start/product/040620/origin/CH/destination/DE> am 16.12.2022 abgerufen
- European Commission. (o.D.). *Exporting from the EU, importing into the EU - all you need to know*. Von <https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/en/home> am 16.12.2022 abgerufen
- Finesolutions. (2020). *Präferenzkalkulation*. Von <https://finesolutions.ch/zollthemen/warenursprung/praeferenzkalkulation/> am 16.12.2022 abgerufen
- Finesolutions. (2022). *Listenregeln*. Von <https://finesolutions.ch/zollthemen/warenursprung/listenregeln/> am 16.12.2022 abgerufen
- Finesolutions. (2022). *Revision des PEM-Übereinkommens - eine Vereinfachung für Schweizer Exporteure!* Von <https://finesolutions.ch/export/revision-des-pem-uebereinkommens/> am 16.12.2022 abgerufen

- Finesolutions. (o.D.). *Fakten zur Nutzen-Analyse Freihandelsabkommen*. Von <https://finesolutions.ch/zollberatung/analyse-nutzen-freihandelsabkommen/> am 16.12.2022 abgerufen
- G. Englmayer - Zoll und Consulting. (2022). *Zollabfertigung - Zentrale Zollabfertigung in der Schweiz*. Von <https://www.zoll-englmayer.ch/leistungen/zollabfertigung/schweiz/> am 16.12.2022 abgerufen
- Generallzolldirektion. (2022). *Zoll*. Von Warenursprung und Präferenzen: https://wup.zoll.de/wup_online/index.php 20.12.2022 abgerufen
- Generallzolldirektion. (o.D.). *Präferenzen und präferenzzieller Ursprung*. Von https://www.zoll.de/DE/Fachthemen/Warenursprung-Praeferenzen/Praeferenzen/praeferenzen_node.html am 16.12.2022 abgerufen
- Generallzolldirektion. (o.D.). *Zoll*. Von https://www.zoll.de/DE/Home/home_node.html am 16.12.2022 abgerufen
- GOV.UK. (2022). *UK Integrated Online Tariff - Look up commodity codes, import duties, taxes and controls*. Von https://www.trade-tariff.service.gov.uk/find_commodity?country=CH am 16.12.2022 abgerufen
- GOV.UK. (o.D.). *Trade Tariff: look up commodity codes, duty and VAT rates*. Von <https://www.gov.uk/trade-tariff> am 16.12.2022 abgerufen
- Handelskammer. (2022). *Beratung*. Von <https://www.hkgr.ch/export/beratung> am 03.12.2022 abgerufen
- Handelskammer beider Basel (YouTube). (2021). *Infothek Export und Import: Ursprungskriterien*. Von <https://www.youtube.com/watch?v=XfdultUJf2E> am 16.12.2022 abgerufen
- Handelskammer beider Basel. (o.D.). *Export und Import*. Von <https://www.hkbb.ch/de/dienstleistungen/export-und-import/index.php> am 16.12.2022 abgerufen
- Handelskammer beider Basel. (o.D.). *Infothek*. Von <https://www.hkbb.ch/de/dienstleistungen/export-und-import/infothek/index.php> am 16.12.2022 abgerufen
- ICC. (o.D.). *Resources for business*. Von <https://iccwbo.org/resources-for-business/> am 16.12.2022 abgerufen
- IHK St.Gallen-Appenzell. (o.D.). *IHK-Exportseminare*. Von <https://www.ihk.ch/veranstaltungen/veranstaltungsformate/ihk-academy/exportseminare/ihk-exportseminare> am 16.12.2022 abgerufen

- IHK St.Gallen-Appenzell. (kein Datum). *Seminare und Workshops*. Von <https://www.ihk.ch/seminare-und-workshops> am 16.12.2022 abgerufen
- Industrie- und Handelskammer Zentralschweiz IHZ. (o.D.). *Export & Services*. Von <https://www.ihz.ch/export-services/> am 16.12.2022 abgerufen
- Industrie- und Handelskammer Zentralschweiz IHZ. (o.D.). *Präferenzieller Ursprung und Freihandelsverträge*. Von <https://www.ihz.ch/netzwerk-anlaesse/anlaesse/detail/freihandel-20230314/> am 16.12.2022 abgerufen
- Industrie- und Handelskammer Zentralschweiz IHZ. (o.D.). *Tarifierung & Zollgebühren*. Von <https://www.ihz.ch/netzwerk-anlaesse/anlaesse/detail/tarifierung-20230510/> am 16.12.2022 abgerufen
- Innosuisse. (o.D.). *Innosuisse Guide*. Von <https://www.innosuisse.guide/#/en> am 16.12.2022 abgerufen
- International Trade and Market Intelligence. (2022). *Rules of Origin Facilitator: Your Gateway to Trade Agreements in 6 Easy Steps*. Von <https://www.youtube.com/watch?v=XQioEBZT8jA> am 16.12.2022 abgerufen
- International Trade Center. (o.D.). *Introduction to rules of origin*. Von <https://findrulesoforigin.org/en/glossary?id=XkjdGBMAACIAxEqd&returnto=gloscente> am 16.12.2022 abgerufen
- International Trade Centre. (2020). *Rules of Origin Facilitator*. Von [What are you exporting?: https://findrulesoforigin.org/](https://findrulesoforigin.org/) am 16.12.2022 abgerufen
- International Trade Centre. (2022). *About Rules of Origin Facilitator*. Von <https://findrulesoforigin.org/home/about> am 16.12.2022 abgerufen
- International Trade Centre. (2022). *Global Trade Helpdesk*. Von <https://globaltradehelpdesk.org/en> am 16.12.2022 abgerufen
- International Trade Centre. (2022). *Market Access Conditions*. Von <https://statics.teams.cdn.office.net/evergreen-assets/safelinks/1/atp-safelinks.html> am 20.12.2022 abgerufen
- KMU Portal für kleine und mittlere Unternehmen. (2022). *Aussenhandel*. Von <https://www.kmu.admin.ch/kmu/de/home/praktisches-wissen/import-export.html> am 16.12.2022 abgerufen
- Legge, S., & Luaszuk, P. (2019). *Analyse zur Nutzung von Freihandelsabkommen im Auftrag des SECO*.

- Mendel Verlag. (2021). *MendelOnline*. Von <https://mendel-online.eu/mo/Start/Start.do;jsessionid=1A3F14DD11BA7E804809B74D0E6E9497> am 16.12.2022 abgerufen
- MendelOnline. (o.D.). *MendelOnline*. Von https://ch.mendel-online.com/auth/realms/MendelOnline/protocol/openid-connect/auth?client_id=mendel-online&redirect_uri=https%3A%2F%2Fch.mendel-online.com%2Fhome&state=e68d6cfb-faaf-469b-953f-334dc4896cd9&response_mode=fragment&response_type=code&scope=op abgerufen
- Scienceindustries. (2019). *Free Trade Agreements (FTA) - Objectives of scienceindustries*. Von <https://www.scienceindustries.ch/article/2327/free-trade-agreements-fta-objectives-of-scienceindustries> am 16.12.2022 abgerufen
- SPEDLOGSWISS. (2022). *Kurse + Seminare*. Von <https://spedlogswiss.com/deCH/weiterbildung/kurse-seminare#> am 20.12.2022 abgerufen
- SSIB Swiss School for International Business. (2022). *Website*. Von <https://ssib.ch/> am 16.12.2022 abgerufen
- Staatssekretariat für Wirtschaft SECO. (September 2020). *Ziele und Strategie*. Von https://www.seco.admin.ch/seco/de/home/Aussenwirtschaftspolitik_Wirtschaftliche_Zusammenarbeit/Wirtschaftsbeziehungen/Freihandelsabkommen/zieleundstrategie.html am 01.12.2022 abgerufen
- Staatssekretariat für Wirtschaft SECO. (2021). *Importplattform*. Von https://www.seco.admin.ch/seco/de/home/Aussenwirtschaftspolitik_Wirtschaftliche_Zusammenarbeit/Wirtschaftsbeziehungen/Technische_Handelsbarrieren/Importplattform0.html am 16.12.2022 abgerufen
- Staatssekretariat für Wirtschaft SECO. (August 2021). *Kontakt*. Von <https://www.seco.admin.ch/seco/de/home/seco/Kontakt.html> am 08.12.2022 abgerufen
- Staatssekretariat für Wirtschaft SECO. (2021). *Technische Handelsbarrieren*. Von https://www.seco.admin.ch/seco/de/home/Aussenwirtschaftspolitik_Wirtschaftliche_Zusammenarbeit/Wirtschaftsbeziehungen/Technische_Handelsbarrieren.html am 08.12.2022 abgerufen
- Staatssekretariat für Wirtschaft SECO. (2022). *Aufhebung Industriezölle*. Von https://www.seco.admin.ch/seco/de/home/Aussenwirtschaftspolitik_Wirtschaftliche_Zusammenarbeit/Wirtschaftsbeziehungen/warenhandel/aufhebung_industriezoelle.html am 16.12.2022 abgerufen

Staatssekretariat für Wirtschaft SECO. (2022). *Bericht Firmenbefragung Freihandelsabkommen*.

Von

https://www.seco.admin.ch/dam/seco/de/dokumente/Aussenwirtschaft/Wirtschaftsbeziehungen/Warenverkehr/nutzung_freihandelsabkommen/seco_bericht_resultate_fha.pdf.download.pdf/Bericht_Resultate_FHA_2.pdf am 10.12.2022 abgerufen

Staatssekretariat für Wirtschaft SECO. (2022). *FHA-Monitor*. Von

https://www.seco.admin.ch/seco/de/home/Aussenwirtschaftspolitik_Wirtschaftliche_Zusammenarbeit/Wirtschaftsbeziehungen/Freihandelsabkommen/nutzung_freihandelsabkommen/fha-monitor.html am 16.12.2022. abgerufen

Staatssekretariat für Wirtschaft SECO. (2022). *Freihandelsabkommen*. Von

https://www.seco.admin.ch/seco/de/home/Aussenwirtschaftspolitik_Wirtschaftliche_Zusammenarbeit/Wirtschaftsbeziehungen/Freihandelsabkommen.html am 16.12.2022. abgerufen

Staatssekretariat für Wirtschaft SECO. (2022). *Freihandelspartner der Schweiz*. Von

https://www.seco.admin.ch/seco/de/home/Aussenwirtschaftspolitik_Wirtschaftliche_Zusammenarbeit/Wirtschaftsbeziehungen/Freihandelsabkommen/partner_fha.html am 20.12.2022 abgerufen

Staatssekretariat für Wirtschaft SECO. (2022). Informationsveranstaltung - Firmenbefragung zur Nutzung von Freihandelsabkommen und mögliche Massnahmen (3. November 2022).

Staatssekretariat für Wirtschaft SECO. (November 2022). *Internationaler Warenhandel*. Von

https://www.seco.admin.ch/seco/de/home/Aussenwirtschaftspolitik_Wirtschaftliche_Zusammenarbeit/Wirtschaftsbeziehungen/warenhandel.html am 19.11.2022 abgerufen

Staatssekretariat für Wirtschaft SECO. (2022). *Stahl- und Aluminium-Einfuhren in die USA*. Von

https://www.seco.admin.ch/seco/de/home/Aussenwirtschaftspolitik_Wirtschaftliche_Zusammenarbeit/Wirtschaftsbeziehungen/warenhandel/stahl_aluminium_einfuhren_usa.html am 20.12.2022 abgerufen

Staatssekretariat für Wirtschaft SECO. (o.D.). *KMU Portal*. Von

<https://www.kmu.admin.ch/kmu/de/home.html> am 08.12.2022 abgerufen

Swiss Export. (2022). *Seminare*. Von <https://swiss-export.com/de/seminare/> am 16.12.2022 abgerufen

swiss export. (2022). *Warenursprung und Präferenzen - mit Sicherheit bestimmen*. Von

<https://swiss-export.com/de/seminare/advanced/warenursprung-und-praeferenzen-mit-sicherheit-bestimmen/> am 16.12.2022 abgerufen

Swiss Shippers' Council. (2021). *Schulungen / Kurse / Webinare*. Von <https://swiss-shippers.ch/Schulungen> am 16.12.2022 abgerufen

Swiss Textiles. (o.D.). *Website*. Von <https://swisstextiles.ch/> am 16.12.2022 abgerufen

Switzerland Global Enterprise. (Oktober 2018). *Zölle sparen und Margen optimieren - Optimale Nutzung von Freihandelsabkommen*. Von <https://www.s-ge.com/sites/default/files/static/downloads/optimale-nutzung-von-freihandelsabkommen.pdf> am 19.11.2022 abgerufen

Switzerland Global Enterprise. (2022). *Anleitung Zolldatenbank, Taric, Tares - Zolltarife Weltweit*. Von https://www.s-ge.com/sites/default/files/static/downloads/anleitung_zolltarife_20220203_de.pdf am 16.12.2022 abgerufen

Switzerland Global Enterprise. (2022). *Freihandelsabkommen und präferenziieller Ursprung*. Von <https://www.s-ge.com/de/publication/webinar/20202-c4-freihandelsabkommen-praeferenzieller-ursprung> am 16.12.2022 abgerufen

Switzerland Global Enterprise. (2022). *Kalkulationsschema zur Berechnung des präferenziiellen Ursprungs*. Von https://view.officeapps.live.com/op/view.aspx?src=https%3A%2F%2Fwww.s-ge.com%2Fsites%2Fdefault%2Ffiles%2Fstatic%2Fdownloads%2Fursprungskalkulation_s-ge.xlsx&wdOrigin=BROWSELINK am 20.12.2022 abgerufen

Switzerland Global Enterprise. (2022). *Start ins Internationale Geschäft*. Von <https://www.s-ge.com/de/%C3%BCbersicht/start-ins-internationale-geschaeft> abgerufen

Switzerland Global Enterprise. (2022). *Switzerland as a Business Location*.

Switzerland Global Enterprise. (2022). *Webinar - Welche Vorteile bietet die Nutzung von Freihandelsabkommen?* Von <https://www.s-ge.com/de/publication/webinar/20202-c4-freihandelsabkommen-praeferenzieller-ursprung> am 16.12.2022 abgerufen

Switzerland Global Enterprise. (2022). *Zolldatenbank (Zolltarife Weltweit)*. Von <https://www.s-ge.com/de/zolldatenbank-zolltarife-weltweit> am 16.12.2022 abgerufen

Switzerland Global Enterprise. (o.D.). *Bilaterale Handelskammern*. Von <https://www.s-ge.com/de/bilaterale-khandelskammern> am 03.12.2022 abgerufen

Switzerland Global Enterprise. (o.D.). *Expert Directory*. Von <https://www.s-ge.com/de/service/expert-directory> am 16.12.2022 abgerufen

Switzerland Global Enterprise. (o.D.). *Exportdienstleister In Der Schweiz*. Von <https://www.s-ge.com/de/exportdienstleister-der-schweiz> am 16.12.2022 abgerufen

Switzerland Global Enterprise. (o.D.). *ExportHelp für Schweizer KMU*. Von <https://www.s-ge.com/de/%C3%BCbersicht/exporthelp-fuer-schweizer-kmu> am 16.12.2022 abgerufen

Switzerland Global Enterprise. (o.D.). *Freihandelsabkommen Für KMU: Ihre Übersicht*. Von <https://www.s-ge.com/de/%C3%BCbersicht/freihandelsabkommen-fuer-kmu-ihre-uebersicht#Ursprung> am 16.12.2022 abgerufen

Switzerland Global Enterprise. (kein Datum). *Seminar Freihandel*. Von <https://www.s-ge.com/de/search?keys=seminar+freihandel&f%5B0%5D=language%3Ade> abgerufen

Trade4MSMES. (2022). *MSME Guides*. Von <https://trade4msmes.org/msme-resources/msme-guides/trade-goods-abroad/> abgerufen

Trade4MSMES. (2022). *MSME Resources*. Von <https://trade4msmes.org/msme-resources/> am 16.12.2022 abgerufen

Trade4MSMES. (2022). *The gateway to MSME trade information*. Von <https://trade4msmes.org/> am 16.12.2022 abgerufen

United Nations. (2020). *Trade Facilitation Implementation Guide*. Von <https://tfig.unece.org/index.html> am 16.12.2022 abgerufen

United Nations. (2022). *UN Comtrade Database*. Von <https://comtrade.un.org/> am 16.12.2022 abgerufen

World Customs Organization. (2022). *Harmonized System*. Von <https://www.wcotradetools.org/en/harmonized-system/search/2022/en?q=11> am 16.11.2022 abgerufen

World Customs Organization. (2022). *Origin*. Von <https://www.wcotradetools.org/en/origin> am 16.12.2022 abgerufen

World Integrated Trade Solution. (o.D.). *Website*. Von <https://wits.worldbank.org/> am 16.12.2022 abgerufen

World Trade Organization. (2021). *Trade Facilitation Agreement Facility*. Von <https://www.tfafacility.org/> am 16.12.2022 abgerufen

World Trade Organization. (2022). *Trade Facilitation Agreement Database*. Von <https://tfadatabase.org/en> am 16.12.2022 abgerufen

Zoll. (2022). *Matrix Schweiz (CH)*. Von https://wup.zoll.de/wup_online/matrix.php?landinfo=CH&stichtag=05.12.2022&gruppen_id=10&position=2200 am 05.12.2022 abgerufen

Zollberatung. (o.D.). *Seminar Tarifizierung - direkt in Ihrem Unternehmen.* Von

<https://www.zollschule.ch/Seminar-Zolltarifnummer/> am 16.12.2022 abgerufen