

## MESSE- UND PROJEKTKOMMISSION (MPK)

### EXPORTFÖRDERUNG DURCH UNTERSTÜTZUNG VON PROJEKTEN UND MESSEBETEILIGUNGEN

Sehr geehrte Damen und Herren

Mit dem Ziel, die schweizerische sowie liechtensteinische Exportindustrie in zeitgemässer Form zu unterstützen, kann die MPK nicht nur neue Formate und Instrumente für die Exportförderung neben den klassischen Messebeteiligungen unterstützen, sondern die neuen Fördermittel auch einem erweiterten Kreis von Projektträgern zugänglich machen. Im Fokus stehen innovative Projekte und wirksame «Go-to-Market» Konzepte, welche dazu geeignet sind, den Zugang zu den aktuellen Exportmärkten zu erleichtern. Seit Anfang 2021 können die Projektträger der MPK Anträge für solche Projekte, welche den Anforderungen des neuen Reglements der MPK entsprechen, bei der Geschäftsstelle eingegeben. Als unterstützungsfähige Projekte gelten Initiativen und wirksame «Go-to-Market» Konzepte, welche (a) innovativ, modellhaft und erfolgsversprechend im Sinne der Exportförderung sind, (b) eine Leuchtturmfunktion für die Eröffnung des Zugangs zu Exportmärkten haben und (c) insbesondere auf einer verstärkten Zusammenarbeit in Netzwerken oder Kooperationen mit Blick auf eine wirksamere Exportförderung basieren. Im Jahr 2021 konnten 18 Anträge für innovative Projekte und zeitgemässen Initiativen sowie 76 Projekte für Messebeteiligungen bewilligt werden.

#### Messen - anwendbare Kriterien zur Beurteilung:

Übersichtsraster MPK-Förderaktivitäten - Messen						
Ziel	Unterstützung für die Durchführung von und die Teilnahme an Messen.  Als Messe gelten: - gemeinschaftsstände an Messen im Ausland - Begleitveranstaltungen und Events im Rahmen von Messeauftritten im Ausland - Formate mit Messe-Charakter und - Hybride, virtuelle und digitale Messe-Formate					
Kriterien	Nachweisbare Bedeutung für den Zielmarkt und die Branche	Eignung zur nachhaltigen Absatzförderung	Akzeptanz des Projektes innerhalb der Branche	Mindestens 6 teilnehmende Firmen (ohne Förderinstitutionen, Partner, Sponsoren, etc...)	Einbezug der Aussennetzpartner, Verbände usw.	<b>Eigenfinanzierung</b> Als Richtwert gilt: Von den Gesamtprojektkosten sind 2/3 eigenfinanziert und bis zu 1/3 durch die MPK mitfinanziert. Im Einzelfall ist eine Ausnahme zum erwähnten Richtwert möglich.
Wirkung	Erhalt/Ausweitung von Exportaktivitäten (Neue) Märkte erschließen bzw. (Neue) Absatzmöglichkeiten schaffen Schweizer Produkte und Dienstleistungen im Ausland positionieren Nationale und internationale Vernetzung					
Abgrenzung	Keine Leistungen anderer Förderinstrumente des Bundes (wie z.B. Innosuisse, Swissnex, Schweiz Tourismus, Innotour, NRP/RIS, Standortpromotion) konkurrenzieren und Doppelspurigkeiten vermeiden.			Kein Projekt gemäss P-Teil		

## Projekte – anwendbare Kriterien:

Förderaktivitäten der Messe- und Projektkommission MPK – Projekte (P-Teil)					
Zielsetzung	Die Förderung innovativer privater Initiativen unter den Akteuren des „Exportförderökosystems“, d.h. Förderung projektbezogener Aktivitäten bzw. von modellhaften und erfolgsversprechenden Projekten von Dritten (Handelskammern, Verbänden oder private Exportförderer), die der Exportförderung dienen/die Ziele der Exportförderung einhalten.				
Kriterien (zwingend)	Innovative, modellhafte und erfolgsversprechende Projekte in Exportmärkten (Leuchtturmfunktion)	Netzwerke und/oder Kooperationen fördern.	Wirkung im Ausland für die CH Exportwirtschaft	Gemeinwirtschaftlichkeit	Eigenfinanzierung
Wirkung (Indikatoren)	Erhalt/Ausweitung von Exportaktivitäten				
	(Neue) Märkte erschließen bzw. (Neue) Absatzmöglichkeiten schaffen				
	Schweizer Produkte und Dienstleistungen im Ausland positionieren				
	Unterstützung/Förderung von Initiativen und Aktivitäten Dritter				
	Wissensaufbau, -management und -diffusion				
	Nationale und internationale Vernetzung				
Abgrenzungen	Keine Leistungen anderer Förderinstrumente des Bundes (wie z.B. Innosuisse, Swissnex, Schweiz Tourismus, Innotour, NRP/RIS, Standortpromotion) konkurrenzieren und Doppelspurigkeiten vermeiden.		Kein Projekt gemäss M-Teil,	Keine Strukturbeiträge	
	Nutzung von zeitgemäßen Formen der Zusammenarbeit auf Plattformen („Plattform Economy“)				
Bsp. Projektbeispiele	Unterstützung und Erleichterung bei der Vernetzung von Partnern				
	Förderung der Export-Kompetenz				
	Steigerung der Frequenz und Nutzung bereits bestehender Events, u.a. durch „pre- & post-event“ Aktivitäten				

## Ausblick auf 2022 und 2023

Der Messe- und Projektkommission stehen auch für 2022 und 2023 Fördermittel für Projektaktivitäten zur Verfügung. Sehr gerne berät Sie die Geschäftsstelle über die Möglichkeiten der Projekteingabe und unterstützt Sie als Projektträger bei der formellen Eingabe eines Projektes.

- **Weiterentwicklung von Messen und Swiss Pavilions:** Gewisse Messen verlieren ihre Attraktivität in der heutigen Form und müssen selbst neue Wege finden, um weiter als relevantes Instrument des «Go-To-Market» wahrgenommen und zeitgemässer Marktplatz genutzt zu werden.

Die von der MPK unterstützten SWISS Pavilions bieten den Firmen eine sichtbare und offizielle Länderpräsenz, verbunden mit einer attraktiven Platzierung an der Messe, welche sie bei einer Einzelteilnahme nicht erhalten würden. Projektträger von SWISS Pavilions müssen ihrerseits ihr Angebot kritisch hinterfragen und erneuern, um die Erwartungshaltung der teilnehmenden Firmen zu erfüllen und ihnen mit der Messe-Teilnahme zu ermöglichen, Wirkung für ihre Exportfördervorhaben zu erzielen. Viele Projektträger von SWISS Pavilions bieten ihren Kunden bereits vor der Messe wertvolle Dienstleistungen an, um die Messe-Teilnahme in der Vor- und Nachbereitung erfolgreich und über eine längere Zeit zu gestalten. Es zeigt sich, dass gerade kleinere Firmen eine Unterstützung in Anspruch nehmen, um ihre Messe-Teilnahme gut nutzen zu können.

- **Wachsendes Interesse an Projekten:** Die 18 im Jahr 2021 an die MPK eingereichten Projekte konnten viele Inspirationen für andere Projektträger erzeugen. Ferner zeigen die Erfahrungen aus neu eingeführten, virtuellen Formaten des «Go-to-Market», dass Anbieter von guten Produkten und Dienstleistungen zunehmend auf andere, zeitgemässe Wege setzen, um ihre Abnehmer zu finden und sich mit ihrer Branche austauschen zu können.

Die MPK möchte vor diesem Hintergrund und den positiven Erfahrungen 2021, bestehende und neue Projektträger dazu ermutigen, Anträge für Projekte der Geschäftsstelle für eine Erstbeurteilung einzureichen. Es hat sich gezeigt, dass der Dialog mit der Geschäftsstelle im beratenden Sinne für erste Abklärungen bezüglich der Stossrichtung eines Antrags und die Erfüllung der Bedingungen laut neuem Reglement hilfreich ist. Insofern steht die Geschäftsstelle gerne für einen unverbindlichen Austausch zur Verfügung, bevor der formelle Eingabeprozess gestartet wird.

**Folgende Übersicht zeigt eine Auswahl von bewilligten Projekten im Jahr 2021:**

<b>Name des Projekts</b>	<b>Kategorie</b>	<b>Kurzbeschreibung</b>	<b>Zielsetzung</b>
swisstrade Plattform	digitale Plattform	Die Plattform soll systematisch Nachrichten über den CH-Aussenhandel sowie exportierende und importierende Unternehmen einem breiteren Publikum zugänglich machen und über versch. Kanäle zu Stakeholdern bringen. Swisstrade erlaubt es, die Nachrichten entsprechend den Interessen der Partner zu segmentieren und die Leser mit den Akteuren in der Schweiz zielgerichtet zu vernetzen.	Die Plattform richtet sich in einem ersten Schritt an diejenigen Unternehmen im Ausland, die bereits mit Schweizer Unternehmen zusammenarbeiten. Das können Töchter von Schweizer Unternehmen ebenso sein wie ihre Kunden und Partner. Über Swiss Pavilions werden auch solche Unternehmen im Ausland angesprochen, die noch nicht mit Schweizer Unternehmen zusammenarbeiten. Zielpublikum soll über die Partner im Ausland schrittweise erweitert werden.
Digital Economy Award, Kategorie "Next Global Hot Thing"	Award Verleihung	Der Digital Economy Award hat zum Ziel, die internationale Wettbewerbsfähigkeit der CH-Wirtschaft durch Digitalisierung und digitale Transformation zu fördern. Dazu werden Leuchtturmprojekte von Firmen gesucht, in einem aufwändigen Verfahren durch eine renommierte Jury beurteilt und an einer Veranstaltung mit grossem Netzwerk-Anteil im Rahmen der Digitaltage ausgezeichnet. Unterstützung bezieht sich auf die Kategorie "Next Global Hot Thing".	Es sollen vermehrt Schweizer Start-up und KMU-Firmen ins Rampenlicht gestellt werden, die mit ihrer digitalen Kompetenz international Erfolg haben. Als Finalisten und Sieger erhalten Firmen erhöhte Visibilität und Bekanntheit, was in der Akquise von Kunden im Ausland notwendig und hilfreich und insofern exportfördernd ist.
Einkäufertag Deutschland für schweiz. Zulieferer mit B2B-Matchmaking	digitale Match Making Aktivität	Einkäufer-Scouting in Deutschland, Ausschreibung, Ansprache und Akquisition der Einkäufer verschiedener Branchen. Bedarfsermittlung, Abstimmung der Kriterien an potentielle Lieferanten und Erstellung von Käuferprofilen.	Das Projekt «Einkäufertag Deutschland für schweizerische Zulieferer mit B2B-Matchmaking» dient der Stärkung der Schweizer Zulieferindustrie und hier vornehmlich der Stärkung von Lieferketten und dem Aufbau neuer langfristiger Lieferketten zwischen Schweizer Lieferanten und am Beschaffungsmarkt Schweiz interessierten deutschen Unternehmen, die ihre Geschäftsaktivitäten aus- und aufbauen möchten.
Thematisches Dossier "Export Agro-Technik" 2021	Vernetzung & Wissensvermittlung	Es sollen die Praktiken, die kurz-, mittel- und langfristig zu bewältigenden Herausforderungen sowie die Schweizer Unternehmen in einem sich schnell entwickelnden Agrarsektor hervorgehoben werden und einem breiten Publikum bekannt gemacht werden. Meinungen und Erfahrungsberichte von Experten aus der Branche ergänzen die Publikation und heben die differenzierenden Elemente der Unternehmen hervor.	Durch Veröffentlichung und Aufzeigen der Stärken von Schweizer Systemlösungen im Agro-Technik-Sektor sollen im Ausland Abnehmer für diese Lösungen, Produkte und Dienstleistungen gefunden werden. CH-Unternehmen in diesem Bereich verfügen über viel Know-how, haben jedoch wenig bis keine Erfahrung und Möglichkeiten, ihre auf diesem Know-How basierenden Lösungen im Ausland zu vertreiben.

Discovery Mission nach Oklahoma USA	Unternehmerreise	Fact-finding Mission in das Aerospace Cluster im US Bundesstaat Oklahoma zur Standortbestimmung für Schweizer KMU (Mitglieder des Swiss Aerospace Cluster oder aus Partner Organisationen), welche ihre Geschäftstätigkeiten im Bereich Luft- & Raumfahrt (Aerospace) im Bundesstaat und/oder in den USA ausweiten oder bestehende Tätigkeiten festigen möchten.	Das Projekt soll das Netzwerk zwischen den Teilnehmern stärken, welche sich gegenseitig bei Vertriebs- & Exportaktivitäten, aber auch Standorterweiterungen unterstützen können.
Material der Zukunft: @ House of Switzerland, Stuttgart	Fachveranstaltung	Forumsdiskussion, Ausstellung von Produkten kombiniert mit der Möglichkeit von 1:1 Matchmaking-Terminen	Personen aus den Sparten Gestaltung, R&D, Innovationsmanagement, Automobil und Transport, Architektur, Bekleidung, Produktdesign erhalten die Möglichkeit, sich gegenseitig kennenzulernen und sich in 1:1 Gesprächen vertieft auszutauschen
Swiss Fashion Pop Up Store Dubai 2021	Publikumsausstellung	SFA will die Aufmerksamkeit während der Weltausstellung Dubai nutzen und organisiert einen Pop Up Store für 8 KMU, Schweizer Kleider-Labels, im "Culture House" in Dubai. Zeitgleich findet die Design Week Dubai statt.	Ziel ist, die Schweizer Designer einem designaffinen lokalen und internationalen B2C- und B2B-Publikum zu präsentieren, neue Absatzmärkte zu schaffen und so die Präsenz der Schweiz während der Expo Dubai und der Dubai Design Week zu bestärken.
B2B Matchmaking Event between Swiss & Estonian companies (im Rahmen des Digital Export Awards)	Fachveranstaltung	Match Making Veranstaltung zwischen CH und estnischen Firmen um eine Zusammenarbeit zwischen Unternehmen in beiden Richtungen aufzubauen. Dazu soll die Veranstaltung "Digital Economy Award" genutzt werden, die gleichzeitig stattfindet.	Estland ist als führend in der digitalen Wirtschaft anerkannt und die Schweiz ist für ihre Innovationsfähigkeit bekannt. Mit Fokus auf einige Schlüsselcluster mit Interesse und Stärken auf beiden Seiten, werden Aspekte für einen bi-direktionalen Austausch ermöglicht und Exportmöglichkeiten für Schweizer ICT-Unternehmen aufgezeigt.
SWISS Innovation Forum anlässlich der Messe MSV 2021, Brno, Tschechien	Fachveranstaltung	Fachveranstaltung mit Pitching-Sessions für Firmen, verschiedene Key Note Speaker und Panel Diskussion. Das Forum soll den Schweizer Firmen die Plattform bieten, sich einem ausgewählten Fachpublikum zu präsentieren. Es erfolgt eine Vorselektion der Bedürfnisse und Wahl der tschechischen Firmen durch Handelskammer.	Hervorheben der Stärken der Schweizer Firmen im Bereich digitale Fabrikation und Innovationsprozesse im Maschinenbau.
Pilotprojekt Sino-Swiss Digital Business Matching Serie 2021	digitale Match Making Aktivität	Mit digitalen Business Matching-Events sollen Schweizer Firmen branchenspezifische Kontaktmöglichkeiten geboten werden. In Kooperation mit lokalen chinesischen Handelsförderorganisationen werden über digitale Matching Events CH-Firmen branchenspezifische Kontaktmöglichkeiten geboten.	Erhalt und Ausweitung der Exportaktivitäten, Erschliessung neuer Märkte und Schaffung neuer Absatzmöglichkeiten im Ausland. Positionierung von schweizerischen Waren und Dienstleistungen in China.

Die Akzeptanz und Nachfrage nach alternativen und zeitgemässen Projekten für die Exportförderung dürfte in den nächsten Jahren steigen. Die Vertreter diverser Branchen setzen vermehrt auf neue – nicht überraschenderweise - vor allem virtuelle und hybride Formen des «Go-to-Market» und sind bereit, diese als Prototypen auch zu testen. Der Entscheid des Formats hängt einerseits von der Natur der angebotenen Produkte und Dienstleistungen ab, und andererseits von der Art und Weise des Zugangs, welche die Anbieter zu ihren Kunden als kundengerecht und erfolgreich betrachten.

Konsumgüter mit Erlebnis-, Degustations- und Test-Charakter mit einer hohen Bedeutung des Ausprobierens und Anfühlers für den Kaufentscheid (z.B. Lebensmittel-Industrie, Applikationen von Software-Lösungen) werden in Zukunft vermutlich auf physische Messe-Präsenzen setzen. Das heisst nicht, dass gleichzeitig und komplementär auch andere Wege des «Got-to-Market» zum Einsatz kommen (Omnichannel mit zunehmender Bedeutung von Online und Virtual Reality), um die physische Messe-Präsenz zu ergänzen und deren Wirkung zu verstärken.

Weiterführende Informationen zur Messe- und Projektkommission sind unter [Messe- und Projektkommission \(MPK\) | S-GE](#) verfügbar.

[cniklaus@s-ge.com](mailto:cniklaus@s-ge.com)

Tel. +41 (1) 365 5501