



Informationen Umsetzung Exportinitiativen

1 Zielsetzung

Die Unterstützung von Exportinitiativen nach Art. 1 Bst. d der Landwirtschaftlichen Absatzförderungsverordnung (LAFV, SR 916.010) bezweckt die Erschliessung neuer Märkte im Ausland und die Diversifizierung der Exporte von schweizerischen Landwirtschaftsprodukten.

Nach Artikel 12 LAFV können zwei Typen von Exportinitiativen unterstützt werden:

1. Bei Initiativen für eine Marktabklärung werden Massnahmen zur Evaluation der strategischen Erfolgsaussichten in neuen Märkten unterstützt, insbesondere die Beschaffung von Daten bezüglich Konsumentenerwartungen, Marktrahmenbedingungen, Marktgrössen, Vertriebsstrukturen und Mitbewerbern.
2. Bei Initiativen für eine Marktbearbeitung in neuen Märkten werden die Umsetzung von Dachmarkenstrategien von Branchen sowie Einzelfirmenstrategien unterstützt. Einzelfirmenstrategien werden nur unterstützt, wenn sie sich den strategischen und marktspezifischen Zielen der betreffenden Branche nach Artikel 12a LAFV unterordnen.

2 Unterstützte Vorhaben

	Marktabklärung	Marktbearbeitung
Fokus	Abklärung Erfolgsaussichten	Eintritt in neue Märkte
Zielsetzung	Marktabklärungen in Bezug auf strategische Erfolgsaussichten: Kenntnisaufbau über länderspezifische Schlüsselzahlen und Consumer Needs & Insights sowie <ul style="list-style-type: none"> - Marktrahmenbedingungen - Marktgrössen - Vertriebsstrukturen - Mitbewerber-Analysen 	Marktbearbeitung durch Branchen / Organisationen oder Einzelfirmen (eingebettet in länderspezifische Branchenstrategien).
Trägerschaft	Gesuche um Finanzhilfen sind durch die für die Massnahmen nach Artikel 9a LAFV repräsentativen und verantwortlichen Organisationen der jeweiligen Branche einzureichen.	
Beteiligung von Firmen	Unternehmen der Exportwirtschaft <u>können</u> inhaltlich und finanziell am Vorhaben beteiligt sein	Unternehmen der Exportwirtschaft <u>müssen</u> inhaltlich und finanziell am Vorhaben beteiligt sein
Gesuchsunterlagen (nach Art. 15 LAFV)	a. Dokument mit strategischen Überlegungen in Bezug auf die Markterschliessung in neuen Märkten; b. Beschreibung des Projekts; c. Budget; d. Finanzierungsplan.	a. Länder-Portfolio-Analyse; b. Beschreibung des Projekts; c. Business-Plan mit einem Planungshorizont von fünf Jahren; d. Break-Even-Berechnung; e. Budget; f. Finanzierungsplan; g. Konzept für das Marketing-Controlling zu den einzelnen Massnahmen und

		für die Kontrolle des Erreichens der definierten Wirkungsziele.
Eigenmittel	Mindestens 50% durch Trägerschaft. Wenn Unternehmen beteiligt sind, müssen diese sich angemessen an den Kosten beteiligen.	Insgesamt mindestens 50% durch Trägerschaft und beteiligte Unternehmen. Sowohl die Trägerschaft als auch die Unternehmen sollen sich je zu mindestens einem Drittel an den benötigten Eigenmittel bzw. zu mindestens einem Sechstel an den anrechenbaren Kosten beteiligen
Zeitdauer	Einmalig, in der Regel ein Jahr	3 bis maximal 5 Jahre

Es können sowohl Dachmarken- als auch Firmenstrategien unterstützt werden. Das gemeinsame Erscheinungsbild gemäss Art. 7 LAFV ist einzuhalten.

3 Anforderungen Portfolioanalyse

Zielsetzung der Portfolioanalyse ist die strategische Zielmarktwahl. Sie soll die Länder mit dem grössten Erfolgspotential für die geplanten Exportinitiativen identifizieren. Die Liste ist nicht abschliessend und kann durch weitere, insbesondere branchenspezifische Kriterien ergänzt werden.

Rahmenbedingungen	Indikator	Land 1	Land 2	Land 3
Ökonomische Rahmenbedingungen	BIP			
	Kaufkraft			
			
Marktzugänglichkeit	Marktnähe			
	Handelspolitische Rahmenbedingungen			
	Zollhürden			
	Nicht-tarifäre Handelshemmnisse			
			
Marktstrukturen	Marktgrösse			
	Marktentwicklung			
	Handelsstrukturen			
	Wettbewerbsintensität			
	Selbstversorgungsgrad			
			
Konsument	Konsumentenbedürfnisse			
	USP			
	Image Herkunftsland Schweiz			
			

4 Termine

Eingabetermin Finanzhilfesuch	30. September des Vorjahres
Eingabetermin Erfolgsnachweis	31. März nach dem Realisierungsjahr
Eingabetermin Abrechnung	31. März nach dem Realisierungsjahr

FBQA, 1.1.2023