

Številka projekta / Projektnummer: SIAT364
 Naslov projekta / Projekttitle: COMMON ACCESS 2

Dosežek / Leistung T1.2.5

Analyse der verfügbaren Finanzinstrumente

Delovni sklop/
Arbeitspaket: **T1 Einrichtung eines grenzüberschreitenden
Kooperationsnetzwerk**

Aktivnost /Aktivität: **T1.2 Marktsituationsanalyse**

Avtor / Author: **Pomurski tehnološki park**

Sodelujoči partnerji /
Mitwirkende Partner: **Alle PP**

Izdelano / Erstellt: **December, 2020**

Različica / Version: **1.0**

Jezik dokumenta /
Dokumentensprache: **DE**

Diseminacijski nivo / Disseminierungsniveau		
PU	Public	x
PP	Restricted to other programme participants	
RE	Restricted to a group specified by the consortium	
CO	Confidential, only for members of the consortium	

Inhalt

1 Auftrag und Methodik.....	3
Projektstartpunkte	3
Methodik	3
2 Unterstützung für die Internationalisierung von KMU.....	4
2.1 Unterstützende Finanzierungsinstrumente	4
Österreichische Handelskammer: Go International	5
Öffentliche Agentur SPIRIT	5
Der slowenische Unternehmensfonds	6
SLOEXPORT –Datenbank der slowenischen Exporteure	7
Internationale Börse von Angeboten und Nachfragen	7
2.2 Regionale wirtschaftliche Unterstützung.....	8
Österreich.....	8
Regionalprogramme der Strukturfonds der Europäischen Union	8
2.3 Interreg-Programme	9
Beispiele für EU-Förderprojekte.....	9

1 Auftrag und Methodik

Projektstartpunkte

Aufgrund der geringen Anzahl von Ressourcen und der hohen Risiken, denen KMU auf ausländischen Märkten ausgesetzt sind unterscheidet sich die Internationalisierung von KMU erheblich von dem großen Unternehmen.

Die gemeinsame Herausforderung des Projekts besteht darin, ein grenzüberschreitendes Netzwerk aufzubauen, um die Internationalisierung von KMU auf dem polnischen Markt zu unterstützen.

Hauptziel des Projekts ist es, die Zahl der internationalisierten KMU im Grenzgebiet zwischen Slowenien und Polen zu erhöhen, die auf gemeinsame Kompetenzen und intelligente Spezialisierung basieren, was eine größere Wertschöpfung auf beiden Seiten der Grenze ermöglichen.

Das Hauptergebnis des Projekts besteht darin, im Rahmen des Unterstützungsprogramms ein stabiles und nachhaltiges Netzwerk aufzubauen und dies im Rahmen der Unterstützung von KMU bei ihrer Internationalisierung in den Zielmarkt zu testen. Das Grundkonzept sieht vor, die Exportkapazität zu überprüfen, Geschäftsmodelle zu erstellen, B2B-Workshops und Workshops in Zielmärkten zu organisieren.

Die Innovationskraft des Projekts spiegelt sich im Netzwerkmodell der Internationalisierung wider. KMU erhalten Zugang zum internationalen Markt durch strukturierte Beziehungen zwischen Partnern in internationalen Netzwerken. Bei der Schaffung eines Marktes können KMU auf bestehenden Verbindungen und Beziehungen aufbauen, die eine schnelle und qualitativ hochwertige Positionierung unterstützen

Methodik

Arbeitspaket (WP) T1 / Aufbau eines grenzüberschreitenden Kooperationsnetzwerks:

Das Hauptziel dieses Arbeitspakets ist die Schaffung einer nachhaltigen Plattform von Unterstützungsinstitutionen und -diensten, die KMU für die Bedürfnisse der Internationalisierung auf dem polnischen Markt zur Verfügung stehen.

Das Hauptergebnis des Projekts ist die Vorbereitung eines gemeinsamen Netzwerks, das die Nachhaltigkeit grenzüberschreitender Knoten ermöglicht. Daher beziehen sich alle Aktivitäten und Dienstleistungen in diesem Arbeitspaket auf die weitere Arbeit im Projekt.

Supportleistungen in AP T1: Beratungs- und Unterstützungsdienste erleichtern die Analyse und Identifizierung von Unterstützungsorganisationen im grenzüberschreitenden Bereich und in den Zielmärkten. Basierend auf den getesteten Methoden und der Erfahrung erfolgreicher Fälle wird ein modulares Modell entwickelt, um den Eintritt in den polnischen Markt zu unterstützen. Dies beinhaltet auch einen Überblick über nützliche Institutionen und Organisationen sowie verfügbare Finanzinstrumente zur Unterstützung der Internationalisierung von KMU.

2 Unterstützung für die Internationalisierung von KMU

Internationalisierung bedeutet, neue Märkte zu erschließen. Dies kann sich sowohl auf unsere eigenen Produkte und Dienstleistungen als auch auf das erforderliche Wissen und die relevanten Marketingkooperationen auswirken. Zu diesem Zweck können Institutionen und Organisationen in ihrer eigenen Region und auf nationaler Ebene als Unterstützung verwendet werden. Ebenso können wir vergleichbare Institutionen und Organisationen in den Zielmärkten nutzen, um in den Markt einzutreten.

Je breiter die relevanten Systempartner in die Internationalisierung eingebunden sind, desto gezielter und wiederholbarer können Anwendungen zur Identifizierung und Entwicklung des Marktes eingesetzt werden.

Ebenso kann finanzielle Unterstützung für die Internationalisierung verwendet werden. Dies gilt vor allem für Subventionen (z. B. Filterung geeigneter Kontakte, Studienreisen, Teilnahme an Messen sowie transnationale Projekte) sowie für die Finanzierung (z. B. Übernahme von Garantien, Haftpflichtunterstützung, Exportversicherung). Aufgrund der ausgewählten Zielmärkte werden bei diesem Projekt nur Subventionen berücksichtigt.

Die finanziellen Ressourcen reichen von der Ermittlung des Marktpotenzials über erste Treffen mit potenziellen Marktpartnern bis hin zu gemeinsamen Projekten in und mit Zielmärkten.

Während der Zeitraum der EU-Strukturfonds 2014-2020 bis zur nächsten europäischen Finanzierungsperiode 2021-2027 fortschreitet, müssen auch die relevanten Trends, Strategien, Strategien und damit neuen Finanzierungsmöglichkeiten berücksichtigt werden. Somit ist das laufende SI-AT-Projekt nachhaltig.

2.1 Unterstützende Finanzierungsinstrumente

Für die Internationalisierung und Marktentwicklung von KMU (von der Strategie bis zur operativen Umsetzung) können verschiedene Finanzierungsinstrumente eingesetzt werden. Im Allgemeinen ist es wichtig zu verstehen, wie, zu welchem Zweck und mit wem Subventionen im Detail verwendet werden können.

Einige Anwendungsfälle sind:

- Kennenlernen: erster Markteintritt, Studienreisen, Teilnahme an Messen
- Marktentwicklung: Aufbau von Netzwerken in Zielmärkten
- Erste Umsetzungsaktivitäten: Gemeinsame Projekte mit Zielkunden auf ihrem Heimatmarkt oder auf dem Markt Dritter

Ausgewählte Subventionen sind unten aufgeführt. Es werden auch Subventionsbereiche aufgeführt, die zur Internationalisierung oder Entwicklung des KMU-Marktes genutzt werden können. Die gezielte

Ausgabe von Subventionen erfordert auch den systematischen Aufbau und Ausbau eines Netzwerks relevanter Institutionen, die sich mit Internationalisierung befassen.

Österreichische Handelskammer: Go International

Go-international, eine gemeinsame Internationalisierungskampagne des Bundesministeriums für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort (BMDW) und der Österreichischen Wirtschaftskammer (WKÖ). Das Aktionsprogramm wurde in enger Zusammenarbeit zwischen den Fachabteilungen und Sachverständigen des Bundesministeriums und des Außenhandels Österreichs erstellt, die für die Umsetzung der Maßnahmen verantwortlich sind. Als Beispiel sollte Folgendes erwähnt werden:

- Direkte Unterstützung für KMU (Exportüberprüfung auf verschiedene Arten)
 - ⇒ Entwicklung einer maßgeschneiderten strategisch-operativen Basis für den Export
 - ⇒ Analyse des Marktpotenzials oder der damit verbundenen Herausforderungen
 - ⇒ Expertenunterstützung für die Exportentwicklung
 - ⇒ Bereitstellung eines "Mentors" (Projektleiters) durch das Außenhandelszentrum auf dem Zielmarkt
 - ⇒ Förderung von Praktika und Austausch / Qualifikation von Mitarbeitern im Ausland
 - ⇒ Qualifizierte und qualifizierte Mitarbeiter sind eine unabdingbare Voraussetzung für den Erfolg im internationalen Geschäft.
 - ⇒ Die Ausbildung durch Austausch von Mitarbeitern in österreichischen Unternehmen und deren Niederlassungen im Ausland / in einem Unternehmensnetzwerk dient der Stärkung und dem Ausbau der Marktposition.
 - ⇒ Die Ausbildung in österreichischen Unternehmen und ihren Niederlassungen im Ausland / in einem Unternehmensnetzwerk durch Mitarbeiteraustausch dient der Stärkung und dem Ausbau der Marktposition.
 - ⇒ Die Arbeit internationaler Auszubildender in Österreich und österreichischer Auszubildender im Ausland bringt zusätzliches interkulturelles Wissen, Sprachkenntnisse und wertvolle Kontakte
 - ⇒ Stärkung der globalen Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens durch Investitionen in die Qualifikation Ihrer Mitarbeiter im Ausland.

<https://www.go-international.at/index.html>

Öffentliche Agentur SPIRIT

SPIRIT Slowenien, mit ihren zahlreichen Dienstleistungen, bietet slowenischen Unternehmen auf verschiedenen Ebenen des internationalen Geschäfts bessere Bedingungen für den Eintritt in internationale Märkte

SPIRIT bietet bestehenden und potenziellen Exporteuren:

- auf dem zentralen slowenischen Portal für slowenische Exporteure „Izvozno Okno“, SPIRIT bietet Informationen über Unternehmen, Wirtschaft, Export Geschäftsmöglichkeiten und vielversprechende Branchen in 52 ausländischen Märkten,
- Exportberatung,

- Kenntnisse und Fähigkeiten für ein erfolgreiches internationales Geschäft,
- Präsentationsmöglichkeiten, Geschäftskontakte und Neugeschäft auf ausländischen Märkten im Rahmen von Gruppenpräsentationen der slowenischen Wirtschaft auf internationalen Messen im Ausland, B2B-Veranstaltungen, Lieferantentagen und Geschäftsdelegationen
- Unterstützung, Transfer von Wissen und Erfahrung von Unternehmen auf ausländischen Märkten durch slowenische Business Clubs im Ausland;
- finanzielle Zuschüsse für Exportaktivitäten slowenischer Unternehmen,
- Förderung der Angebotsmöglichkeiten slowenischer Unternehmen über das Webportal SloveniaPartner und die Datenbank der slowenischen Exporteure „SloExport“.

Aktuelle öffentliche Ausschreibungen im Bereich der Internationalisierung, durchgeführt von der Öffentliche Agentur SPIRIT:

- Öffentliche Ausschreibung "Förderung von Partnerschaften für eine effizientere Leistung auf den Auslandsmärkten 2020 - 2022" (Öffentliche Agentur | SPIRIT Slowenien (spiritslovenia.si))
- Öffentliche Ausschreibung "Stärkung der Vermarktung von Marken auf ausländischen Märkten durch Ausstellungsräume" (Öffentliche Agentur | SPIRIT Slovenia (spiritslovenia.si))
- Öffentliche Ausschreibung zur Kofinanzierung von Einzelauftritten von Unternehmen auf internationalen Messen im Ausland in den Jahren 2019-2022 (Öffentliche Agentur | SPIRIT Slowenien (spiritslovenia.si))
- Öffentliche Ausschreibung für den Aufbau oder die Modernisierung des elektronischen Geschäftsverkehrs in KMU im Zeitraum 2019-2022 "E-BUSINESS 2019-2022" (Öffentliche Agentur | SPIRIT Slowenien (spiritslovenia.si))
- Förderung einer nachhaltigen strategischen Geschäftsumwandlung und Entwicklung neuer Geschäftsmodelle in slowenischen Unternehmen, um die Integration in globale Wertschöpfungsketten zu erleichtern (Öffentliche Agentur | SPIRIT Slovenia (spiritslovenia.si))
-

Der slowenische Unternehmensfonds

Der Slowenische Unternehmensfonds (im Folgenden: SUF) ist ein spezialisiertes Finanzinstitut, das Mikrounternehmen, kleinen und mittleren Unternehmen, Start-ups und schnell wachsenden Unternehmen wirksame finanzielle und inhaltliche Anreize bietet. Es schließt finanzielle Lücken mit seinen Aktivitäten. Zusammen mit Finanzpartnern verbessert dies nicht nur den Zugang, sondern auch die Bedingungen, die KMU erfüllen müssen, um finanzielle Ressourcen für Entwicklung und Wachstum zu erhalten und zunehmend anspruchsvolle und spezialisierte Märkte zu durchdringen. Aufgrund der erfolgreichen Vermehrung öffentlicher Mittel zur finanziellen Unterstützung von KMU zieht der SUF durch erfolgreiche und kontrollierte Verwaltung öffentlicher Mittel andere Bank- und private Ressourcen in Finanzlinien für KMU. Gleichzeitig mit den finanziellen Anreizen schafft SUF das slowenische Start-up-Ökosystem mit und ist eine Verbindung zwischen verschiedenen Unternehmensnetzwerken und Beratungsinstitutionen. Auf diese Weise wird die finanzielle Unterstützung durch substanzielle Unterstützung wie verschiedene professionelle Dienstleistungen, Informationen, Schulungen und Vernetzung für Unternehmen aufgewertet. Damit repräsentiert SUF die Ziele der Europäischen Kommission, Unternehmertum, Forschung, Entwicklung und Beschäftigungswachstum zu fördern.

Aktuelle öffentliche Ausschreibungen:

- P7-2 2020 - COVID Kleinstkredite 2020 2021 (öffentliche Ausschreibungen und Anrufe - Der Slowenische Unternehmensfonds (podjetjeniskisklad.si))
- SI-SK 2019 - Startkapital - Co-Investition mit privaten Investoren (öffentliche Ausschreibungen und Anrufe - Slowenischer Unternehmenfonds (podjetjeniskisklad.si))
- Öffentlicher Aufruf zum Start-up-Mentor innovativer Start-up-Unternehmen (öffentliche Ausschreibungen und Anrufe - Slowenischer Unternehmenfonds (podjetjeniskisklad.si))

SLOEXPORT – Datenbank der slowenischen Exporteure

SloExport ist ein Projekt der slowenischen Handelskammer und von SPIRIT Slovenia, öffentliche Agentur der Republik Slowenien zur Förderung von Unternehmertum, Internationalisierung, Auslandsinvestitionen und Technologie. SloExport ist für die Förderung slowenischer Unternehmen und die Präsentation des slowenischen Geschäftsumfelds für die ausländische Wirtschaft gedacht, insbesondere für Unternehmen, die an einer Zusammenarbeit mit der slowenischen Wirtschaft interessiert sind.

Link: [SLOEXPORT - Datenbank slowenischer Exporteure](#)

Internationale Börse von Angeboten und Nachfragen

Die internationale Angebots- und Nachfrage Börse ist ein virtuelles Geschäftszentrum für Unternehmen, in dem sie Geschäftsmöglichkeiten und neue Geschäftskontakte zwischen Partnern finden, die zusammenarbeiten, Produkte und Dienstleistungen verkaufen oder kaufen möchten. Die internationale Börse richtet sich an in- und ausländische Unternehmen, die eine geschäftliche Zusammenarbeit suchen. Obwohl die Datenbank auch große Unternehmen bewirbt, ist sie in erster Linie für kleine und mittlere Unternehmen und Unternehmer, die gerade in ausländische Märkte eintreten oder eine Zusammenarbeit mit slowenischen Unternehmen suchen gedacht. Die Datenbank enthält mehr als 1000 aktuelle slowenische und ausländische Geschäftsanzeigen (Angebote und Anfragen zu Produkten, Dienstleistungen, Technologien, Geschäftsräumen usw.).

Link: [Börse \(borza.org\)](#)

2.2 Regionale wirtschaftliche Unterstützung

Österreich

Unterstützung der Internationalisierung des KWF

- ⇒ Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen und der regionalen Wettbewerbsfähigkeit
- ⇒ Verbesserung der internationalen Marktpräsenz und Aufbau des Marktes
- ⇒ Einführung bestehender oder neuer Produkte auf einem neuen Auslandsmarkt für das Unternehmen
- ⇒ https://kwf.at/wp-content/uploads/2017/05/KWF-Programm_Internationalisierung.pdf

KWF als Assistent bei der Internationalisierung

- ⇒ Finanzielle Mittel werden Unternehmen zur Verfügung gestellt, die mit Hilfe des Assistenten für Internationalisierung ihre Aktivitäten auf die Entwicklung ausländischer Märkte konzentrieren und folglich wachsen
- ⇒ <https://kwf.at/wp-content/uploads/2018/09/KWF-Ausschreibung-Internationalisierungsassistent.pdf>

Exportsubventionen des SFG

- ⇒ Erfolgs!Kurs. Unterstützt steirische KMU bei der Einführung "intelligenter" Veränderungsprozesse mit höheren Qualifikationen und einem Schwerpunkt auf Digitalisierung und Internationalisierung.
- ⇒ <https://www.sfg.at/cms/3661/Exportfoerderungen/>

Regionalprogramme der Strukturfonds der Europäischen Union

Ziel solcher Projekte ist es, die Entwicklung von Themenbereichen der intelligenten Spezialisierung zu fördern. Dementsprechend sollten die relevanten Programme (RIS3) in den Inlands- und Zielmärkten berücksichtigt werden. Grundsätzlich können bis zu 5% der Strukturfondsprogramme transnational genutzt werden. Dies muss mit den zuständigen regionalen und nationalen Finanzierungsagenturen im Detail geklärt werden.

So können KMU, Cluster und regionale Agenturen direkt an regionalen Projekten in Zielmärkten beteiligt sein oder Zielkunden in gemeinsamen Projekten sein.

Ein ähnlicher Ansatz kann in europäischen Technologie- und Innovationsprojekten verwendet werden. Folgende Programme können verwendet werden:

- Horizon 2020: durch „Beispiele für bewährte Verfahren“ in das Projekt und / oder Unter Anrufe. <https://ec.europa.eu/programmes/horizon2020/en>

- Eureka: z.B. Netzwerk regionaler / nationaler Innovationsprojekte. <https://www.eurekanetwork.org/>
- IraSME (ERA-NET): z. B. Spezifische Themen werden im regionalen Netzwerk gemeinsam gefördert. <https://www.ira-sme.net/>

In der Tat ist anzumerken, dass die Qualitätsanforderungen sowie der Zeitaufwand für diese europäischen Programme sehr hoch sind. Gleichzeitig sind die Ergebnisse der Implementierung in den Zielmärkten oder bei Kunden und / oder Kunden hervorragend und stellen Referenzergebnisse dar, die sich ideal für die weitere Entwicklung und Expansion des Marktes eignen.

2.3 Interreg-Programme

Wie das aktuelle Projekt im Interreg-Programm Slowenien-Österreich können auch vergleichbare Interreg-Programme verwendet werden. Die Interreg-Strategie konzentriert sich auf intelligentes, nachhaltiges und integratives Wachstum in Europa.

Im Wesentlichen gibt es zwei Optionen für die strategische Zusammenarbeit in Zielmärkten. Erstens kann die 20% -Klausel in den Programmen direkt auf die Projektpartnerschaft in den Zielmärkten abzielen. Zweitens können "Projektzwillinge" entwickelt werden, um die Marktentwicklung oder die Internationalisierung von KMU durch regelmäßigen Austausch zu fördern.

Folgende grenzüberschreitende und transnationale Programme eignen sich für das aktuelle Projekt:

- INTER VENTURES Interreg Europe (<https://www.interregeurope.eu/interventures/>)
- SMARTY Interreg Europe (<https://www.interregeurope.eu/smarty/>)
- BRESE Interreg Europe (<https://www.interregeurope.eu/brese/>)

Die Prioritäten jedes Programms umfassen:

- Forschung, Innovation, Wettbewerbsfähigkeit: z. angewandte Forschung
- Arbeitsmarkt, Beschäftigung und Ausbildung: z. Mobilität, Fachkräftemangel
- Nachhaltige Entwicklung: Verwendung von Materialien und natürlichen Ressourcen
- Funktionale Zusammenarbeit: regionale Integration und institutionelle Zusammenarbeit

Beispiele für EU-Förderprojekte

Das folgende Dokument enthält Beispiele für grenzüberschreitende und transnationale Zusammenarbeit für einen operativen und strategischen Ansatz für die EU-Märkte. Aus diesen erfolgreichen Beispielen lassen sich bereits etablierte Prozesse und Strategien ableiten, wie KMU aus dem grenzüberschreitenden SI-AT-Gebiet eine erfolgreiche Internationalisierung auf dem polnischen Markt ermöglichen können.

SMARTY - Interreg Europe (Slowenien - Polen - Italien - Belgien - Vereinigtes Königreich - Spanien)

<https://www.interregeurope.eu/smarty/>

Unternehmen auf der ganzen Welt wandeln sich digital, da sie Geschäftsprozesse verbessern und neue Funktionen und Geschäftsmodelle entwickeln müssen. Patentanmeldungen für die 4IR-Technologie nehmen zu. Die Ambitionen in Industrie 4.0 sind hoch. Produktionstechnologien funktionieren gut und der Verbrauch im Internet der Dinge auf Industriemärkten scheint ebenfalls vielversprechend. Die sogenannte vierte industrielle Revolution ist natürlich nicht nur eine Frage der Technologie. Es geht auch um die Zusammenarbeit zwischen europäischen Regionen. Während große Unternehmen die Veränderungen vorwegnehmen, die sich aus der digitalen Revolution im Produktions- und Wertschöpfungsprozess ergeben, haben KMU Schwierigkeiten, die Industrie 4.0-Revolution zu akzeptieren. Die Einführung fortschrittlicher Fertigungslösungen bleibt eine Herausforderung für KMU: Nur jedes fünfte Fertigungsunternehmen hat bereits fortschrittliche Fertigungslösungen eingesetzt.

Partner aus europäischen Regionen haben beschlossen, Erfahrungen darüber auszutauschen, wie die Politik des Strukturfonds das volle Potenzial von Industrie 4.0 ausschöpfen kann. Sie sind der festen Überzeugung, dass der Erfolg der digitalen Transformation stark von KMU abhängt, die tatsächlich mehr praktische Unterstützung benötigen.

Das SMARTY-Projekt wurde ins Leben gerufen, um eine gemeinsame Grundlage für das politische Lernen unter seinen Mitgliedern zu schaffen, um die Fragmentierung von 4.0-Lösungen und ihr Potenzial zu überwinden, indem die wichtigsten Herausforderungen angegangen werden, die ihre Ausbreitung in das Ökosystem der Europäischen Union behindern. Es ist daher von entscheidender Bedeutung, die besten Fähigkeiten in der gesamten EU zusammenzubringen, um die Entwicklung, Aktualisierung und Vermarktung sowie die Verbreitung von Industrie 4.0-Lösungen zu beschleunigen - ob neue Technologien, Produkte, Dienstleistungen, Geschäftsmodelle usw.

Die Strategie des Programms konzentriert sich stark auf Wachstum und baut auf den Wettbewerbsvorteilen Englands auf, wodurch wichtige Engpässe in bestimmten Sektoren und geografischen Gebieten beseitigt werden. Die streben nach lokal ausgerichtetem Wachstum und Entwicklung. Die Ressourcen werden sich auf die grundlegenden Ziele der Innovation, die Wettbewerbsfähigkeit von KMU und die kohlenstoffarme Wirtschaft konzentrieren und gleichzeitig die Notwendigkeit gezielter Maßnahmen zur Beseitigung strategisch wichtiger Hindernisse für bestimmte Gebiete in England anerkennen.

Eines der Hauptziele besteht darin, die Investitionen kleiner und mittlerer Unternehmen in Forschung und Innovation in Sektoren und Technologien zu erhöhen, die durch intelligente Spezialisierung definiert sind (S.O. 1.2). Zwei Ergebnisse werden erwartet. Die erste besteht darin, den Anteil kleiner und mittlerer Unternehmen zu erhöhen, die innovativ aktiv sind. Die zweite besteht darin, die Anzahl der Unternehmen zu erhöhen, die aktiv an Innovationen beteiligt sind, um neue Produkte oder neue Prozesse auf den Markt zu bringen.

Lean Landing - Interreg North Sea Region (Deutschland, Niederland, Dänemark, Schweden und das Vereinigte Königreich)

https://ec.europa.eu/regional_policy/en/projects/Sweden/long-term-cooperation-between-small-businesses-in-the-north-sea-region

Lean Landing für Kleinstunternehmen hat in sechs teilnehmenden Ländern (Dänemark, Deutschland, den Niederlanden, Schweden und dem Vereinigten Königreich) ein umfassendes Netzwerk von Gründerzentren aufgebaut, die an der Entwicklung des Konzepts und des Programms der Partnerschaft beteiligt sind. Das Konzept wird voraussichtlich 250 in Inkubatoren tätigen Kleinstunternehmen angeboten.

Der Geschäftsaustausch zwischen Gründerzentren trägt dazu bei, Partnerschaften zwischen Unternehmen sowie zwischen Unternehmen und betriebswirtschaftlichen Wissens- und Entwicklungsinstitutionen zu fördern. Nur wenige kleine Nordseeregionen betreiben andere grenzüberschreitende Kooperationsaktivitäten als den Export. Langfristiger Exporterfolg ist daher selten. Darüber hinaus beabsichtigen nur wenige kleine Unternehmen, die derzeit nicht an internationalen Aktivitäten beteiligt sind, sich ihnen anzuschließen. Die Unterstützung internationaler Partnerschaften zwischen kleinen Unternehmen ist daher für die künftige Wettbewerbsfähigkeit der Region von entscheidender Bedeutung. Zu diesem Zweck entwickeln die Partner ein Netzwerk von Geschäftsaustausch- und Programmplänen sowie einen Umsetzungsplan für jedes Partnerland auf der Grundlage der Lean-Start-up-Methode. Ziel dieser Methode ist es, die Produktentwicklungszyklen zu verkürzen, die Marktrisiken zu verringern und den Bedarf an großen Anfangsfinanzierungen zu verringern.

Die gemeinsame Schaffung eines innovativen Konzepts durch Gründerzentren und Unternehmensentwicklungsunternehmen sollte es den teilnehmenden Unternehmen ermöglichen, wichtige Partnerschaften zum Wissensaustausch zu bilden, ihre Internationalisierungsbemühungen erfolgreich durchzuführen und Zugang zu neuen Märkten zu erhalten. Auf der anderen Seite können Unternehmen besser forschen, entwickeln und innovieren, neue Produkte entwickeln und Gewinne steigern.

Ziel des Projekts ist es, 160 Kleinstunternehmen in Partnerschaften und neuen Märkten durch Zusammenarbeit auf der Grundlage einer Lean-Start-up-Methodik zu gewinnen. Das durch das Projekt geschaffene Netzwerk sollte langfristig nachhaltig sein, und die Partner hoffen, bis 2020 12 EU-Länder abzudecken.

Das zweite Ziel besteht darin, dass 60 Unternehmen und 8 Forschungseinrichtungen an grenzüberschreitenden, transnationalen oder interregionalen Forschungsprojekten teilnehmen. Die Partner hoffen außerdem, bis zum Ende des Projekts 500 Organisationen über neue Geschäftslösungen zu informieren, mit dem Ziel, dass 180 von ihnen solche Lösungen übernehmen.

Die Ergebnisse werden öffentlich zugänglich gemacht und durch Übersetzung in einen Plan sowie durch eine Netzwerk- und Wissensaustauschveranstaltung für Gründerzentren und politische Entscheidungsträger in der gesamten EU verbreitet.

Türöffnung für KMU in der Nordseeregion auf ausländischen Märkten (Deutschland, Dänemark, Niederlande, Norwegen, Schweden, Vereinigtes Königreich)

https://ec.europa.eu/regional_policy/en/projects/United-Kingdom/opening-doors-for-north-sea-region-smes-in-foreign-markets

Das Lean-Landing-Projekt für Kleinstunternehmen, das auf einem Netzwerk von 19 Gründerzentren und Beschleunigern in sechs Ländern der Nordseeregion - Dänemark, Deutschland, den Niederlanden, Norwegen, Schweden und dem Vereinigten Königreich - basiert, hat kleinen Unternehmen geholfen schnell und effizient in neue europäische Märkte vordringen. Das Konzept beinhaltete die Organisation von Treffen für KMU mit potenziellen Käufern und Partnern aus verschiedenen Ländern, damit diese schnell Feedback erhalten, ob ihre Produkte oder Dienstleistungen im Ausland verkauft werden können. Die Treffen fanden im ausgewählten Land der KMU statt und erstatteten 50% ihrer Reisekosten.

Kleinstunternehmen konnten sich kostenlos Lean Landing anschließen und Zugang zu ihrem Beschleuniger- und Inkubator-Netzwerk erhalten. Dies verschaffte ihnen ein Unterstützungssystem und Einblicke in die Geschäftsetikette und -praktiken an ihren Zielorten, sodass sie erste Eindrücke sammeln und Kontakte knüpfen konnten. Es wurde eine Plattform eingerichtet, die Informationen zu KMU enthält, die sich in verschiedenen Ländern niederlassen möchten, um Unternehmen mit gemeinsamen Interessen zu verbinden.

Bewerber für Lean Landing nahmen zunächst an einem Screening-Meeting mit einem lokalen Inkubator-Manager teil, um das Potenzial ihres Geschäfts zu bewerten. Die akzeptierten Teilnehmer nahmen dann an weiteren Sitzungen teil, um ihre Bedürfnisse zu besprechen, und hatten die Gelegenheit, das Netzwerk zu nutzen, um potenzielle Kunden oder Partner zu finden und zu kontaktieren. Es folgten persönliche Treffen mit Kunden oder Partnern, Workshops zum lokalen Wirtschaftsrecht und zur lokalen Unternehmenskultur, die Entwicklung einer Internationalisierungsstrategie und, wenn alles gut lief, der Abschluss von Handelsabkommen.

Die politischen Entscheidungsträger sind sich zunehmend der Bedeutung der Internationalisierung von KMU für die Schaffung von Arbeitsplätzen in Europa bewusst, obwohl sich einige Programme zur Unterstützung dieses Prozesses als unwirksam erwiesen haben, hauptsächlich aufgrund des Versagens der richtigen Organisationen, zusammenzuarbeiten.

Darüber hinaus basieren Programme dieser Art in der Regel auf einem schematischen und linearen Ansatz: KMU analysieren zunächst die Marktsituation und formulieren dann eine Einstiegsstrategie, die dann schrittweise umgesetzt wird. Der unternehmerische Prozess ist jedoch selten linear. Stattdessen verlassen sich viele erfolgreiche Kleinunternehmer auf Trial-and-Error-Strategien. Um diesen Herausforderungen zu begegnen, hat Lean Landing ein Programm entwickelt, das in mehrfacher Hinsicht originell war: Es war eine gemeinsame europäische Anstrengung, bei der die Erfahrungen von Gründerzentren in mehreren Ländern genutzt wurden. Es basierte auf einer soliden Kenntnis der Methoden, die höchstwahrscheinlich zu unternehmerischem Erfolg führen würden. Es konzentrierte sich nicht nur auf den Export, sondern auf die Internationalisierung der Partner durch Wissensaustausch. Das Programm zielte auf die frühzeitige Internationalisierung von Kleinst- und nicht von mittelständischen KMU ab.

In einer Phase wurde das Lean Landing-Netzwerk von 273 Unternehmen genutzt, von denen 146 an Meetings im Ausland teilnahmen und mehr neue Kunden oder Partner fanden.

Zusammenführung von 10 europäischen Regionen für neue Instrumente für junge Menschen, um im Geschäft erfolgreich zu sein (Deutschland, Dänemark, Spanien, Finnland, Frankreich, Irland, Italien, Polen, Rumänien und das Vereinigte Königreich)

https://ec.europa.eu/regional_policy/en/projects/Poland/10-european-regions-team-up-to-give-young-people-the-tools-to-succeed-in-business

Das Projekt zur Förderung eines innovativen unternehmerischen Ökosystems in Regionen für junge Unternehmer (IEER), zu den zehn europäischen Regionen gehören, hat jungen Menschen in ganz Europa geholfen, das Unternehmertum zu fördern und ihnen den Erwerb unternehmerischer Fähigkeiten zu ermöglichen. Es hat regionale Ökosysteme für Start-ups eingeführt, damit junge Europäer von verbesserten Unternehmensdienstleistungen und einer besseren Ausbildung zum Unternehmer profitieren können.

Nach der Untersuchung des Geschäftsumfelds von 10 Regionen nutzte das IEER das Wissen regionaler Experten, um den Austausch von Erfahrungen und bewährten Praktiken zwischen öffentlichen, privaten und Bildungsakteuren durch gegenseitige Studienbesuche, geführte Workshops und Arbeitsgruppen zu unterstützen.

Anschließend wurden zehn Aktionspläne erstellt, um Unternehmern, Agenturen für Unternehmensentwicklung, Bildungseinrichtungen und Beamten eine Lernplattform zu bieten. Die Pläne umfassen zusammen 50 Maßnahmen, darunter Schulungen zum Unternehmertum, Kurse zur Schulmentalität und Unterstützung bei der Gründung.

Da immer mehr junge Menschen in große Städte ziehen, verlieren viele Regionen ihre besten Talente und Investitionen aufgrund mangelnder Infrastruktur zur Unterstützung von Unternehmen. Infolgedessen ist die niedrige Rate der Schaffung von Arbeitsplätzen besonders für junge Menschen von Bedeutung, die besonders von Arbeitslosigkeit bedroht sind.

Gleichzeitig sind 40% der jungen Europäer an einer selbständigen Tätigkeit interessiert. Um ihnen zu helfen, ihre eigene Reise zu beginnen und ihre Beschäftigungsfähigkeit zu verbessern, hat der IEER Maßnahmen entwickelt, um die Abdeckung, Integrität und Qualität der regionalen Unternehmenspolitik zu verbessern.

Der Lernprozess des Projekts umfasste die Durchführung von 107 Veranstaltungen, bei denen Unternehmer und andere Interessengruppen ihre Stimmen hören und ihre Netzwerke in ganz Europa erweitern konnten. Zusammen mit Aktionsplänen ergaben die Veranstaltungen 20 bewährte Verfahren und ein Handbuch zur Entwicklung unternehmerischer Ökosysteme. Um die Übertragbarkeit des Modells zu bewerten und neue Ideen einzubringen, hat das IEER Nicht-Partnerregionen, insbesondere weniger entwickelte, in seine Aktivitäten einbezogen. Jede teilnehmende Region organisierte Werbeveranstaltungen.

Im Rahmen des Prozesses untersuchten die Partner, wie die Europäischen Strukturfonds in 10 Regionen verteilt sind. Das neue Verständnis ermöglichte es ihnen, Maßnahmen zur Unterstützung des Unternehmertums vorzuschlagen. Diese wurden anschließend im Rahmen von neun operationellen Programmen für Strukturfonds aufgelegt und lösten eine Investition von 40 Mio. EUR aus - eine Rendite von 1.500% der ursprünglichen EU-Finanzierung der EU.

Zu den regionalen Strategien, die das aus dem IEER gewonnene Wissen nutzen, gehören das finnische Regionalprogramm Helsinki-Uusimaa, die Innovationsstrategie für Westpommern in Polen und der strategische Geschäftsplan für Valencia, Spanien.

Aula Empreenda, eine von Valencia gestartete IEER-Pilotkampagne, hat mehr als 350 Dozenten von 31 europäischen Universitäten für unternehmerische Fähigkeiten in Unternehmen aus neun Ländern ausgebildet. Die Dozenten übertrugen die Fähigkeiten auf 1.100 Studenten, um die Unternehmenskultur an den Universitäten zu fördern. Auf EU-Ebene hat der IEER mit der Europäischen Kommission und dem Ausschuss der Regionen an Strategien für Start-ups wie der Initiative zur Unternehmensgründung und -erweiterung gearbeitet. IEER trug auch zur Stellungnahme des Ausschusses der Regionen zum Beitrag von Regionen und Städten zum EU-Rahmen für die KMU-Politik bei.

Suche nach einem "Rezept" für ein erfolgreiches Unternehmen in Süddänemark (Dänemark)

https://ec.europa.eu/regional_policy/en/projects/Denmark/finding-the-recipe-for-a-successful-business-in-south-denmark

Das Projekt "Finding the recipe for a successful business" konzentriert sich auf die Entwicklung klar definierter Geschäftsstrategien für Lebensmittel-KMU im Süden Dänemarks und hilft den teilnehmenden Unternehmen, die Haupthindernisse für ihr Wachstum und ihre Entwicklung zu überwinden.

Das EU-finanzierte Projekt zielt darauf ab, vier Bereiche zu verbessern: Qualitätsverbesserung, Internationalisierung, Nachhaltigkeit und Produktivität. Im ersten Bereich untersuchte das Projekt, wie KMU mit hochwertigen Zutaten und Lebensmitteln versorgt werden können. Der Internationalisierungsaspekt hat Unternehmen dazu ermutigt, den Export von Waren in Länder in ganz Europa in Betracht zu ziehen. Der Hauptmarkt für KMU ist die deutsche Stadt Hamburg nahe der süddänischen Grenze.

Das Projekt konzentriert sich auch darauf, KMU bei der Verbesserung ihrer Produktivität zu unterstützen und intelligentere Wege für KMU zu finden. Das Projekt half beispielsweise KMU, effizientere Lösungen für ihre Unternehmen genauer zu untersuchen oder ihre Produkte intelligenter zu verkaufen. KMU können dies erreichen, indem sie lokale Lebensmittel verwenden und Geschichten erzählen. Zum Beispiel wurden Restaurantbesitzer ermutigt, den Verbrauchern grundlegendere Informationen über ihre Mahlzeit zur Verfügung zu stellen, um ihre Erfahrung glaubwürdiger und einzigartiger zu machen. Durch die Fokussierung auf Nachhaltigkeit wurden KMU ermutigt, den Schwerpunkt stärker auf Bio-Lebensmittel zu legen, um das ökologische Gleichgewicht und eine nachhaltigere Umwelt zu fördern.

Das Projekt wurde vom Zentrum für Geschäftsentwicklung im Süden Dänemarks, einer gemeinnützigen Unternehmensberatung, organisiert. Die Organisation hat KMU beraten und Subventionen zur Umsetzung ihrer Strategien angeboten.

Das Zentrum hat ein Screening-Verfahren entwickelt, um Unternehmen für das Projekt auszuwählen. Einige wurden auch im Voraus identifiziert und zur Bewerbung aufgefordert. Von 160 berücksichtigten Unternehmen wurden 70 Unternehmen zur Teilnahme ausgewählt. Das Projekt ist noch nicht abgeschlossen und arbeitet derzeit mit 31 KMU zusammen. Langfristig soll das Projekt insgesamt 70 KMU helfen, Einnahmen in Höhe von 20 Mio. EUR zu erzielen und 99 Arbeitsplätze zu schaffen. Zu den Projektaktivitäten gehörten Workshops, in denen Vertreter der teilnehmenden KMU zusammenkamen. Dies ermöglichte es den Unternehmen, die gemeinsamen Herausforderungen in ihrer Region zu diskutieren.

Trotz unterschiedlicher Hintergründe und kulinarischer Spezialitäten konnten Unternehmen Gemeinsamkeiten zu Themen wie den Geschäftsstrukturen von Supermärkten finden - in der Region gibt es zwei Hauptkonkurrenten. Die Unternehmen erhielten Berater vom Business Development Center im Süden Dänemarks und gewährten Zuschüsse für ihre spezifischen Geschäftspläne. Abhängig von der Größe der KMU und der vorgeschlagenen Strategie deckten diese Subventionen zwischen 15% und 50% der Kosten.

Die Mittel wurden verwendet, um Berater zu bezahlen, Workshops und Trainingsübungen zu organisieren und KMU während des Überprüfungsprozesses zu identifizieren. Das Projekt half Süddänemark, indem es höhere Lebensmittelstandards und bessere Geschäftsstrategien für KMU in der Region bereitstellte. Ein weiterer Vorteil ist die Steigerung der Exporte in andere EU-Länder. Das Projekt trug auch dazu bei, die Region für Touristen attraktiver zu machen, da es die Vielfalt des kulinarischen Angebots verbesserte.

Das Projekt half auch KMU, die Bedeutung der Strategie für die Geschäftstätigkeit besser zu verstehen. Sie hoffen, dass der Erfolg der teilnehmenden KMU auch andere Unternehmen dazu inspirieren wird, ihre eigenen Strategien zu verfolgen und weiteres Wachstum in der Region zu fördern. Obwohl es in der Region bereits ähnliche Lebensmittelprojekte gab, ist dieses Projekt eines der ehrgeizigsten. In der Region gibt es keine Gemeinschaftsküche, sondern mehrere unabhängige Cluster. Die Projektaktivitäten trugen dazu bei, diese starken lokalen Identitäten zusammenzubringen, und ermöglichten es den Teilnehmern, voneinander zu lernen.