



# GründerZeiten

Informationen zur Existenzgründung und -sicherung

Mittelstandspolitik, Existenzgründungen, Dienstleistungen

## Nr. 3 Thema: Forschung und Entwicklung

### Innovation im Mittelstand

Gerade auf einem scheinbar gesättigten Markt hängt der Fortbestand eines Unternehmens nicht zuletzt von seiner innovativen Leistung ab. Für jede Existenzgründerin und jeden Existenzgründer, ganz gleich aus welcher Branche, stellt sich daher bereits vor der Gründung die Frage: Wie innovativ ist meine Geschäftsidee? Und auch jede Unternehmerin und jeder Unternehmer muss sich täglich aufs Neue fragen, wie sie bzw. er ihr bzw. sein Angebot verbessern kann. Dabei spielen weder Branche noch Unternehmensgröße eine Rolle. Wie günstig sich Innovationen auf Wachstum und Beschäftigung auswirken, zeigen Analysen des Zentrums für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW). Danach sind die Zahlen für die Gründungen in Spitzen- und höherwertigen Technologien im letzten Jahrzehnt zwar gesunken. Sie machen derzeit nur rund ein Prozent aller Gründungen aus. Aber: Innovative Gründungen (in den Hochtechnologiesektoren) schaffen nach fünf Jahren durchschnittlich zweieinhalb Mal mehr Arbeitsplätze als Gründungen in anderen Branchen.

#### Technologieorientierte Innovationen

Problematisch ist das Thema Innovationen vor allem im Zusammenhang mit technologieorientierten Produkten



und Verfahren. Kein Wunder: Deren Entwicklung sowie Markteinführung ist gegenüber Innovationen im Dienstleistungsbereich in der Regel erheblich aufwändiger und kostspieliger.

#### Geringe Marktfähigkeit

Die Praxis zeigt, dass die wenigsten zum Patent angemeldeten Neuerungen den erfolgreichen Weg in den Markt finden. Sowohl dafür als auch für die in manchen Unternehmen nur schwachen Innovationsaktivitäten gibt es verschiedene Gründe.

#### Innovationshürde Nr. 1: zu introvertiert

Viele Existenzgründer und Unternehmen holen zu wenige Informationen aus dem Markt ein, um den Stellenwert ihrer Idee realistisch einzuschätzen. Sie betrachten ihre vermeintliche Neuentwicklung zu sehr aus ihrem eigenen Blickwinkel. Das

Ergebnis: Die „Neuentwicklung“ ist nicht neu und hat daher geringe Marktaussichten, zumal der Vertriebsweg ungeklärt ist; dafür war der Investitionsbedarf für die Produktentwicklung umso höher. Viele machen auch einfach nur das nach, was die Konkurrenz vormacht, anstatt sich an den Kunden zu orientieren. Schließlich sind sie es, die die besten Ideen liefern. Wer die Bedürfnisse seiner Kunden kennt und weiß, welche Schwierigkeiten sie z. B. mit den unternehmenseigenen oder vergleichbaren Angeboten der Konkurrenz haben, sollte keine Probleme haben, innovative Ideen zu entwickeln.

#### Inhalt

Innovationszentren: Dienstleister für technologieorientierte Gründer .....	2
Innovative Ideen auf den Weg bringen .....	3
Übersichten:	
Innovationsbedarf und -möglichkeiten ermitteln und realisieren .....	I
Förderung von Innovationen in KMU (Auswahl) .....	II
KfW-Studie: Krise hinterlässt Spuren bei Innovationen .....	4
Print- und Online-Informationen, Kontakte (Auswahl) .....	4

Der unzureichende Blick nach außen führt dabei noch zu einem zweiten Problem: Viele Unternehmen wissen nicht, welche zukünftigen Entwicklungen die Konkurrenz plant. Im Ergebnis hängen sie auf diese Weise neuen Markttrends immer hinterher.

#### **Innovationshürde Nr. 2: keine Ideen von außen**

Die Ideen für erfolgreiche Innovationen müssen nicht immer aus dem eigenen Hause stammen. Es gibt jede Menge Erfolg versprechende patentierte Verfahren oder Produkte, die auf eine Umsetzung und Verwertung am Markt warten. Aber viele Existenzgründer und Unternehmer wissen das nicht oder wissen nicht, wie sie den Kontakt zu den Entwicklern herstellen können.

Dabei hilft das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) Unternehmen, Erfindern und Hochschulen mit dem Förderangebot „SIGNO – Schutz von Ideen zur gewerblichen Nutzung“ ([www.signo-deutschland.de](http://www.signo-deutschland.de)): Dessen InnovationMarket ([www.innovation-market.de](http://www.innovation-market.de)) ist ein frei zugänglicher Internet-Marktplatz für Erfindungen, der Innovationsanbieter, Kapitalgeber und Unternehmen zusammenbringt. Informationen auch rund um das Thema „Patentverwertung“ bietet der Patentserver des BMWi [www.patentserver.de](http://www.patentserver.de)

#### **Innovationshürde Nr. 3: keine Kontinuität**

Vor allem mittelständische Unternehmen beginnen erst dann, Ideenprozesse zu initiieren, wenn der Markterfolg vorhandener Produkte nachlässt und die Umsätze zurückgehen. Zu wenig verbreitet ist die Philosophie und Strategie, dass Produktfindungsprozesse laufend durchgeführt werden müssen, damit ein entsprechend hoher Nachschub an guten Ideen vorhanden ist. Dieses Ziel ist nur zu erreichen, wenn ein stetiger Prozess lebt, der laufend Neues produziert.

#### **Innovationshürde Nr. 4: kein Platz für Kreativität**

Ideen für Innovationen fallen nicht vom Himmel, sondern müssen in aller Regel erarbeitet werden. Viele kleine und mittlere Unternehmen betreiben Ideenfindung aber eher nebenher, anstatt regelmäßig bewährte Kreativitätstechniken zu nutzen. Brainstorming, Brainwriting, die

Methode 635 oder die Delfi-Methode sind dabei nur einige Möglichkeiten, mit deren Hilfe neue Ideen im Unternehmen entstehen können. Informationen hierzu finden Unternehmen in zahlreichen Veröffentlichungen von Fachautoren oder über Netzwerke wie z. B. SIGNO oder die Innovationszentren (s. auch GründerZeiten Nr. 39 „Gründungsideen entwickeln“).

#### **Innovationshürde Nr. 5: zu langsam**

Der Faktor Zeit spielt in zweierlei Hinsicht eine wichtige Rolle. Erstens: Je schneller ein Unternehmen es schafft, eine Idee in ein verkaufsfähiges Produkt umzusetzen, desto schneller sichert es sich einen Wettbewerbsvorsprung. Zweitens: Es muss nicht immer ein neues Produkt sein, wenn es um Innovationen geht. Allein die Beschleunigung bestimmter Prozesse (z. B.

Entscheidungs-, Produktions-, Vermarktungsprozesse) im Unternehmen führt in der Regel zu Wettbewerbsvorteilen. Zwar sind gerade Mittelständler für ihre Flexibilität und schnelle Reaktion auf dem Markt bekannt. Dennoch müssen auch sie immer wieder daran arbeiten, Abläufe im Unternehmen zu verbessern.

Entscheidende Unterstützung bieten dabei die Möglichkeiten des E-Business: neue Vertriebskanäle, Einkaufsplattformen, Einbindung externer Mitarbeiter. Wie kleine und mittlere Unternehmen die Möglichkeiten des E-Business optimal nutzen können, erfahren sie z. B. im Rahmen des vom Bundeswirtschaftsministerium geförderten Projektes „PROZEUS“ ([www.prozeus.de](http://www.prozeus.de)). Dabei werden anhand von Beispielen aus der Praxis individuelle Lösungen, aber auch Fallstricke aufgezeigt.

## **Innovationszentren: Dienstleister für technologieorientierte Gründer**

Unterstützung auf dem Weg in die Selbständigkeit bieten mehr als 300 Technologie- und Gründerzentren, die zum größeren Teil im ADT-Bundesverband Deutscher Innovations-, Technologie- und Gründerzentren e.V. zusammengeschlossen sind. Dabei handelt es sich um Gründerzentren, deren Angebote sich insbesondere an innovative technologieorientierte Gründerinnen und Gründer richten. Viele dieser Zentren konzentrieren sich auf bestimmte Branchen oder Forschungsgebiete wie z. B. Biotechnologie, Telekommunikation, Umwelttechnik oder Medizintechnik. Ihr Angebot umfasst dabei alle Leistungen eines Gründerzentrums wie die Bereitstellung günstiger Gewerbeflächen, Kontaktvermittlung und Zugang zu Netzwerken, Durchführung von Informationsveranstaltungen, Bereitstellung von Infrastruktur, Büroequipment und Serviceleistungen.

Vor allem aber stellen sie sich auf die besonderen Bedürfnisse ihrer „Science-Gründer“ ein. Technologieorientierte Gründer müssen vor dem Unternehmensstart in aller Regel erst einmal viel Zeit und Geld investieren, um aus ihren Forschungsergebnissen bzw. ihren Ideen marktreife Produkte

zu entwickeln. Innovationszentren arbeiten daher eng mit Hochschul- oder außeruniversitären Forschungseinrichtungen bzw. mit Forschungs- und Entwicklungsabteilungen von Industriebetrieben zusammen. Der Kontakt zu diesen Transferpartnern hilft Gründern dabei, ihre Idee zu einem markttauglichen Produkt zu entwickeln. Hinzu kommt die Hilfestellung bei der Suche nach Beteiligungskapital. Eine Reihe von Innovationszentren vermittelt auch hier Kontakte zu Kapitalgebern. Die Hilfestellung orientiert sich dabei so weit wie möglich immer individuell am einzelnen Gründer.

Technologieorientierte Gründer, die ein geeignetes Innovationszentrum suchen, finden auf der Webseite des Bundesverbands Deutscher Innovations-, Technologie- und Gründerzentren ein Verzeichnis der Mitglieder. Der ADT e.V. hat darüber hinaus ein Prüfungs- und Auditierungsverfahren für Innovationszentren entwickelt. Zentren, die die gestellten Qualitätsanforderungen erfüllen, tragen das Qualitätssiegel „Anerkanntes Innovationszentrum“. Weitere Informationen: [www.adt-online.de](http://www.adt-online.de)

## Innovative Ideen auf den Weg bringen



Interview mit Prof. Dr. Heinz Trasch, Vorstandsvorsitzender der Steinbeis-Stiftung.

### Welche Hilfestellung bietet der Steinbeis-Verbund bei der Entwicklung innovativer Produkte an?

**Prof. Dr. Trasch:** Unser Ziel ist es, kleinen und mittleren Betrieben, Großunternehmen sowie Existenzgründern mithilfe unserer mehr als 750 Steinbeis-Zentren Wissen, Infrastruktur und Arbeitsmethoden zur Verfügung zu stellen. Und zwar auf unterschiedliche Art und Weise, z. B. in der Forschung, der Produktentwicklung, der Optimierung von Managementsystemen oder bei der Prüfung von Verfahren, der Erstellung von Gutachten sowie der Patentberatung. In vielen Fällen geschieht dies unter Nutzung hochschuleigener Infrastruktur und unter Einbeziehung von Hochschullehrern, die bei Steinbeis als Projektleiter arbeiten.

### Inwiefern können auch Kleingründer und Kleinunternehmer von diesem Wissenstransfer profitieren?

**Prof. Dr. Trasch:** Fangen wir beim Existenzgründer an: Bereits während der Erstellung des Businessplans kann das

betriebswirtschaftliche Know-how und die praktische Erfahrung von Seiten der Wirtschaftswissenschaften im Steinbeis-Verbund wichtige Inhalte für den Businessplan liefern. Will der Existenzgründer Produkte entwickeln und verkaufen, dann muss er sich neben den betriebswirtschaftlichen Belangen um den Aufbau oder die Optimierung seiner Prozesse oder Verfahren, die Produktfertigung und den Aufbau einer Vertriebsseinheit kümmern. Dabei helfen wir ihm. Oder nehmen Sie den Nachfolger eines kleinen Handwerksbetriebes, z. B. eine Dreherei, die vor 50 Jahren gegründet wurde. Kunden sind zwar vorhanden, aber die technische Ausstattung ist nicht mehr wettbewerbsfähig. Angemessen wäre z. B. eine Anlage mit moderner CAD-Technik. Der junge Nachfolger erhält bei Steinbeis nun umfassende Beratung und Unterstützung von Experten, um seine Anschaffung zu durchdenken und kompetent vorzubereiten.

### Nun bieten auch (Fach-)Hochschulen, die nicht mit Steinbeis-Zentren verbunden sind, Dienstleistungen für Unternehmen an. Auf was sollten Existenzgründer und Unternehmer bei der Kontaktaufnahme achten?

**Prof. Dr. Trasch:** Zunächst sollten sie sich einmal die Internetseite der Hochschule anschauen: Bietet sie einen speziellen Service oder gar Seminare für Gründer und Unternehmer an? Gibt es speziell ausgewiesene Ansprechpartner? Die sollten in jedem Fall vorhanden sein, denn bei der Zusammenarbeit zwischen öffentlichen Einrichtungen, wie es die meisten Hochschulen hierzulande sind,

und privaten Unternehmen können die bürokratischen Anforderungen recht hoch sein. Hinzu kommt die rechtliche Situation, die für einen Existenzgründer auch nicht einfach zu bewältigen ist. Insofern sollte ein zentraler Ansprechpartner dem Unternehmer die Arbeit, die im Zusammenhang mit der Kooperation steht, wesentlich vereinfachen. Empfehlenswert in solchen Fällen ist es, sich an die örtlichen Kammern, an Vertreter der Gründerzentren oder die Institutionen der regionalen Wirtschaftsförderung zu wenden.

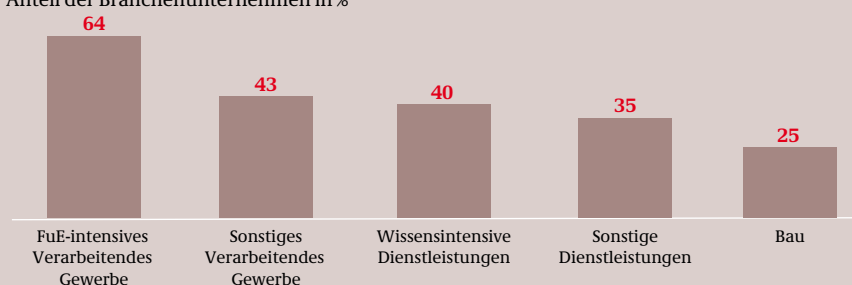
### Stichwort „rechtliche Situation“: Wie sieht es aus mit der Sicherung von Schutzrechten?

**Prof. Dr. Trasch:** Das Arbeitnehmererfindergesetz schreibt seit Beginn 2002 vor, dass z. B. die Erfindung eines Hochschulprofessors nicht mehr sein persönliches Eigentum ist, sondern das der Hochschule, an der er beschäftigt ist. Diese besitzt damit die alleinigen Verwertungsrechte. Für einen Unternehmer, der eine Hochschul-Kooperation im Bereich der Produktentwicklung anstrebt, bedeutet das, dass er mit der Hochschulverwaltung eine entsprechende Vertragsabgabe treffen muss, die ihm das Verwertungsrecht des Forschungsergebnisses zusichert. Die Hochschule würde dann im Gegenzug z. B. eine Provision oder Umsatzbeteiligung erhalten. Hat der Unternehmer bereits eine Erfindung gemacht, deren Praxistauglichkeit, Umweltverträglichkeit oder andere Eigenschaften er nun noch testen lassen möchte, wird er, nachdem er seine Erfindung zum Patent angemeldet hat, mit dem zuständigen Hochschulvertreter eine Geheimhaltungsvereinbarung festlegen, um das Patentierungsverfahren keinesfalls zu gefährden. Allein diese beiden Beispiele zeigen: So fruchtbar die Zusammenarbeit zwischen Hochschule und Wirtschaft sein kann, eine gründliche Beratung sollte auf jeden Fall zu Beginn jeder Kooperation stehen.

Die Langfassung des Interviews finden Sie im BMWi-Existenzgründungsportal [www.existenzgruender.de](http://www.existenzgruender.de) (> Experteninterview)

### Innovationen in Branchen

Anteil der Branchenunternehmen in %



Quelle: KfW-Mittelstandspanel 2009

## Innovationsbedarf und -möglichkeiten ermitteln und realisieren

### 1 Der Weg zur Idee

#### Problem

##### Unternehmensstrategie

- ▶ überalterte Produktpalette
- ▶ wenig technologische Neuerungen
- ▶ abbrechende Märkte
- ▶ sinkender Absatz
- ▶ enge Konkurrenzsituation
- ▶ geringes Entwicklungspotenzial

##### Neue Ideen/Marktchancen

- ▶ keine neuen Ideen
- ▶ mangelnde Kundenorientierung
- ▶ kein Überblick über Konkurrenzsituation
- ▶ kein Schritthalten mit technologischer Weiterentwicklung
- ▶ zu hohe Kosten

#### Lösung

- ▶ Zielsetzung des Unternehmens festlegen, Kerngeschäft definieren
- ▶ technologische Stärken und Schwächen herausarbeiten
- ▶ sich auf die technologischen Stärken konzentrieren und die anderen Aufgaben nach außen vergeben
- ▶ Produktportfolios erstellen
- ▶ technologischen Standard der eigenen Produkte prüfen
- ▶ anhand der Ist-Analyse eine Zielstrategie entwickeln
- ▶ Mitarbeiter qualifizieren bzw. Know-how-Träger einkaufen
- ▶ Analysen, welche Technologien zur Lösung eines noch nicht gedeckten Bedarfs beitragen können
- ▶ Kundennutzenanalyse
- ▶ Ideenwettbewerb bei Mitarbeitern ausschreiben
- ▶ Kommunikation zwischen Vertrieb/Marketing und FuE fördern
- ▶ Informationen beschaffen durch gezielte Kundengespräche
- ▶ Literatur- und Datenbankrecherchen in Auftrag geben
- ▶ Beratungsangebote von Technologieagenturen nutzen
- ▶ Messen, Fachkongresse und Know-how des Vertriebs nutzen

### 2 Die Entscheidung

#### Problem

##### Ideenwertung

- ▶ kein Überblick über innovative Ideen
- ▶ keine Ordnung innovativer Ideen

#### Lösung

- ▶ Stärken- und Schwächenprofil einzelner Ideen erstellen
- ▶ Know-how im Unternehmen prüfen
- ▶ vorhandene Teilentwicklungen nutzen
- ▶ vorhandenes Know-how bei Neuentwicklungen verwenden
- ▶ die Idee an die Unternehmensstrategie anpassen

### 3 Die Planung

#### Problem

##### Technische Voraussetzungen

- ▶ fehlende Geräte
- ▶ mangelnde Qualifikation der Mitarbeiter
- ▶ geringe technische Erfahrung
- ▶ anspruchsvolles technisches Entwicklungsziel

##### Realistische Einschätzung der Entwicklungszeit

- ▶ wenig Erfahrung bei der Zeitkalkulation von Entwicklungen
- ▶ unflexible Mitarbeiter

##### Perfektionismus

- ▶ gewisse Affinität zu technischen Optimal-Lösungen
- ▶ geringe technische Erfahrung

##### Produkttest

- ▶ Funktionstüchtigkeit der Entwicklung fraglich

##### Produktzulassungen

- ▶ geringer Überblick über notwendige Zulassungen
- ▶ zeitlicher Ablauf unbekannt

##### Vermarktungswiderstände

- ▶ starke Konkurrenz
- ▶ Wünsche der Kunden sind nicht bekannt

#### Lösung

- ▶ mit Partnerunternehmen kooperieren
- ▶ personelle Ressourcen ausbauen bzw. reservieren für die Entwicklung
- ▶ wissenschaftliche Einrichtungen, Kongresse und Dienstleistungen nutzen
- ▶ Sachverständige/Gutachten zu Rate ziehen
- ▶ entsprechende Erweiterung der technischen Möglichkeiten vornehmen
- ▶ Mitarbeiter auf Qualifikation und freie Kapazitäten überprüfen
- ▶ Beratungsangebote nutzen und Fachleute kontaktieren
- ▶ Auftragsvergabe nach außen einkalkulieren
- ▶ innerhalb eines definierten Zeit- und Kostenrahmens bleiben
- ▶ genaues Pflichtenheft und Produktleistungsprofil erstellen
- ▶ genaues Pflichtenheft und Produktleistungsprofil erstellen
- ▶ durch Marktrecherche den konkreten Bedarf bestimmen
- ▶ innerbetriebliche Möglichkeiten analysieren
- ▶ gesetzlich vorgegebene Produktzulassungen überprüfen
- ▶ Beratungsangebote/Datenbanken nutzen
- ▶ Zeitfaktor erfragen und beachten
- ▶ Konkurrenten und Bedarf in möglichen Nischen analysieren
- ▶ Interessenkonflikte mit Konkurrenten besprechen und ggf. kooperieren
- ▶ OEM-Geschäfte (Verkauf von Vermarktungs- und Vertriebsrechten)

### 4 Der Absatz

#### Problem

##### Marketing/Zielgruppe

##### Veränderter Kundenbedarf

##### Vertrieb

#### Lösung

- ▶ frühzeitiger Beginn der Markteinführung
- ▶ Ansprache der Kunden durch Werbung/PR
- ▶ Kundenbedarf analysieren, Kundennutzen herausarbeiten
- ▶ eigenen Vertrieb aufbauen oder Vertriebsgesellschaft nutzen
- ▶ Präsentation der Produkte bei Fachvorträgen
- ▶ mit anderen Unternehmen kooperieren

### 5 Der Finanzplan

#### Problem

##### Finanzierung

- ▶ Kapitalbedarf sehr hoch
- ▶ Eigenkapitalausstattung gering
- ▶ wirtschaftliche Realisierbarkeit

#### Lösung

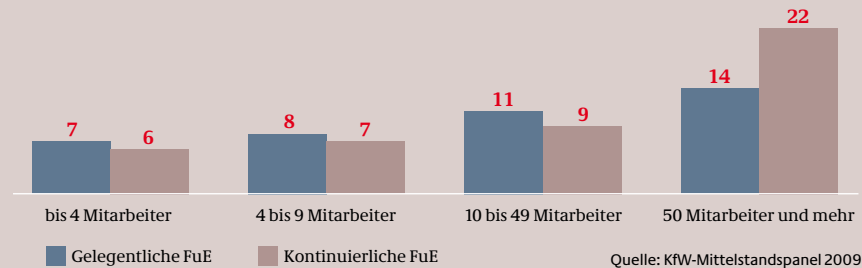
- ▶ Entwicklungskosten kalkulieren und Kosten minimieren
- ▶ Kooperationspartner und/oder Stille Beteiligung suchen
- ▶ Fördermöglichkeiten ausschöpfen
- ▶ Amortisierung der Entwicklung erreichen

## Förderung von Innovationen in KMU (Auswahl)

Programm?	Wofür?	Info?
Zentrales Innovationsprogramm Mittelstand (ZIM)	Förderung der Innovationskraft und Wettbewerbsfähigkeit kleiner und mittlerer Unternehmen durch Kooperationsprojekte zwischen KMU und von KMU mit Forschungseinrichtungen (ZIM-KOOP), einzelbetriebliche FuE-Projekte von KMU (ZIM-SOLO) sowie Management- und Organisationsleistungen für die Entwicklung marktorientierter Netzwerke (ZIM-NEMO)	EuroNorm GmbH, Stralauer Platz 34, 10243 Berlin, Tel.: 030 97003-0  VDI/VDE Innovation + Technik GmbH, Steinplatz 1, 10623 Berlin, Tel.: 030 310078-380  Arbeitsgemeinschaft industrieller Forschungsvereinigungen (AiF), Adresse s. u., Tel.: 030 48163-451, www.zim-bmwi.de
Industrielle Gemeinschaftsforschung	Förderung wissenschaftlich-technischer Forschungs- und Entwicklungsvorhaben, die durch Forschungsvereinigungen gemeinsam und vorwettbewerblich organisiert werden	Arbeitsgemeinschaft industrieller Forschungsvereinigungen „Otto von Guericke“ e.V. (AiF), Hauptgeschäftsstelle: Bayenthalgürtel 23, 50968 Köln, Tel.: 0221 37680-0 Geschäftsstelle Berlin: Tschaikowskistr. 49, 13156 Berlin, Tel.: 030 48163-0, www.aif.de
Initiativprogramm „Zukunftstechnologien für KMU“ (ZUTECH)	Förderung der Entwicklung höherwertiger Technologien: Forschungsvorhaben für erfolgreiche Entwicklungen von innovativen Produkten, Verfahren und Dienstleistungen, Transfer der Ergebnisse in kleine und mittlere Unternehmen	
SIGNO-Erfinderfachauskunft SIGNO-KMU-Patentaktion SIGNO-Verwertungsaktion	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ fachkundige, kostenlose Erstauskunft für Erfinder</li> <li>▶ Patentrecherche, -anmeldung</li> <li>▶ Be- und Verwertung von Innovationen</li> </ul>	Institut der deutschen Wirtschaft Köln, Projekt SIGNO, Konrad-Adenauer-Ufer 21, 50668 Köln, Tel.: 0221 4981-832, www.signo-deutschland.de
EXIST-Gründerstipendium	Förderung von Gründungsvorhaben aus Hochschulen und außeruniversitären Forschungseinrichtungen in der Businessplanphase	Forschungszentrum Jülich GmbH, Projektträger PTJ, Zimmerstr. 26-27, 10969 Berlin, Tel.: 030 20199-461, www.exist.de
EXIST-Forschungstransfer	Förderung herausragender forschungsbasierter Gründungsvorhaben, die mit aufwändigen und risikoreichen Entwicklungsarbeiten verbunden sind.	Forschungszentrum Jülich GmbH, Adresse s.o., Tel.: 030 20199-421, www.exist.de
Fachprogramme des Bundes	Fortentwicklung des Standes der Technik in ausgewählten Technologiebereichen	Förderberatung „Forschung und Innovation“ des Bundes, Tel.: 0800 2623008, www.foerderinfo.bund.de
KMU-innovativ	Forschungsprojekte in KMU zu Biotechnologie, Nanotechnologie, Informations- und Kommunikationstechnologien, Produktionstechnologie, Technologien für Ressourcen- und Energieeffizienz, Optische Technologien	Lotsendienst KMU-innovativ: Tel.: 0800-2623009, www.kmu-innovativ.de
INNO-KOM-Ost	Förderung von gemeinnützigen externen Industrieforschungseinrichtungen, die ihre Ergebnisse in nicht-diskriminierender Weise der Allgemeinheit zur Verfügung stellen, zur Stärkung ihrer Innovationskompetenzen und zur Entwicklung neuer marktorientierter Erzeugnisse und Verfahren	EuroNorm GmbH, Stralauer Platz 34, 10243 Berlin, Tel.: 030 97003-0, www.fue-foerderung.de
BMWi-Innovationsgutscheine	Zuschüsse für kleine Unternehmen zu Ausgaben für externe Innovationsberatung durch vom BMWi autorisierte Beratungsunternehmen	EuroNorm GmbH, Adresse s.o., Tel.: 030 97 003-043, www.inno-beratung.de
ERP 2010-Innovationsprogramm-Kreditvariante	Forschung, Entwicklung, Verbesserung von Produkten, Verfahren, Dienstleistungen sowie Markteinführung	KfW Bankengruppe, Adressen der Beratungszentren unter www.kfw-mittelstandsbank.de, Tel.: 01801 241124 (3,9 Ct./Min. aus dem Festnetz der Deutschen Telekom)
ERP-Startfonds	Beteiligungskapital für junge, innovative Technologieunternehmen	KfW Mittelstandsbank, Ludwig-Erhard-Platz 1-3, 53179 Bonn, Tel: 0228 831-7698, earlstage@kfw.de, www.kfw.de
ERP-Innovationsprogramm-Beteiligungsvariante	Forschung und Entwicklung, Markteinführung, Refinanzierung für Kapitalbeteiligungsgesellschaften, KMU	KfW Bankengruppe, Adresse s.o.
High-Tech Gründerfonds	Beteiligungskapital für kleine, junge Technologieunternehmen, deren Kern ein Forschungs- und Entwicklungsvorhaben ist	High-Tech Gründerfonds Management GmbH, Ludwig-Erhard-Allee 2, 53175 Bonn, Tel.: 0228-965685-00 info@high-tech-gruenderfonds.de www.high-tech-gruenderfonds.de
BMWi-Gründerwettbewerb – IKT innovativ	Für Gründungswillige mit innovativen Geschäftsideen im IKT-Bereich (im Rahmen der BMWi-Initiative „Gründerland Deutschland“). Wettbewerbsstart: Sommer 2010	Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, 11019 Berlin, www.bmwi.de

## FuE in Unternehmen je nach Unternehmensgröße

Angaben in %



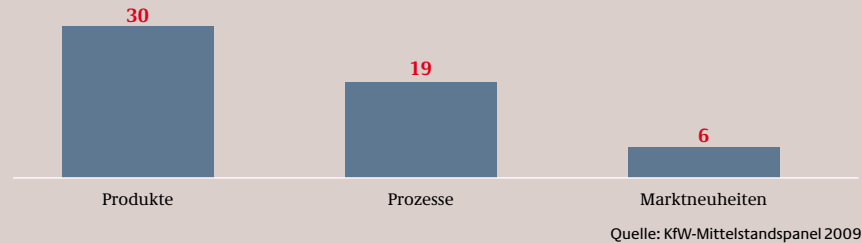
## KfW-Studie: Krise hinterlässt Spuren bei Innovationen

Die aktuelle Finanz- und Wirtschaftskrise hat auch Auswirkungen auf die Innovationsaktivitäten im Mittelstand. Mit 36 Prozent liegt der Innovatorenanteil niedriger als in den Vorjahren. Vor allem das Hervorbringen von Innovationen, die nur aus Sicht des Unternehmens neu sind, hat sich rückläufig entwickelt. Aber auch Marktneuheiten werden zunehmend seltener entwickelt. Der Grund dafür: Innovationen sind teuer und mit hohen Risiken verbunden. Da diese vor allem für externe Finanziere nur schwer zu bewerten sind, setzen Mittelständler mit 71 Prozent ihrer Innovationsaufwendungen vor allem eigene – in Krisenzeiten knappe – Mittel zur Finanzierung ein. Dagegen werden nur 12 Prozent der Innovationsaufwendungen über Bankkredite finanziert. Insbesondere für forschungs- und technologieintensive Innovationen werden Bankkredite nur selten verwendet. Hier kommen verstärkt Fördermittel zum Einsatz.

Quelle: KfW-Mittelstandspanel 2009

## Art der Innovationen

Anteile in %



## Print- und Online-Informationen

## Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi)

## Broschüren und Infoletter:

- ▶ Starthilfe – Der erfolgreiche Weg in die Selbständigkeit
- ▶ GründerZeiten Nr. 40 „Patente und andere Schutzrechte“

## CD-ROM:

- ▶ Softwarepaket für Gründer und junge Unternehmen

## Bestellmöglichkeiten:

Bestelltel.: 01805 778090  
 publikationen@bundesregierung.de  
 Download und Bestellfunktion:  
 www.existenzgruender.de

## Internet:

- ▶ BMWi-Existenzgründungsportal  
www.existenzgruender.de
- ▶ BMWi-Unternehmensportal  
www.bmw-unternehmensportal.de

- ▶ BMWi-Patentserver, www.patentserver.de
- ▶ Förderdatenbank des Bundes  
www.foerderdatenbank.de
- ▶ www.inno-beratung.de

## Kontakte (Auswahl)

## ADT – Bundesverband Deutscher Innovations-, Technologie- und Gründerzentren e.V.

Jägerstr. 67, 10117 Berlin  
 Tel.: 030 3920 0581, Fax: 030 3920 0582  
 www.adt-online.de  
 Die Adressen der Technologie- und Gründerzentren sind über die ADT erhältlich.

## Arbeitsgemeinschaft industrieller Forschungsvereinigungen „Otto von Guericke“ e.V. (AIF)

Hauptgeschäftsstelle  
 Bayenthalgürtel 23, 50968 Köln  
 Tel.: 0221 37680-0, Fax: 0221 37680-27  
 Geschäftsstelle Berlin  
 Tschakowskistraße 49, 13156 Berlin  
 Tel.: 030 48163-3, Fax: 030 48163-401/-402  
 www.aif.de

## Arbeitsgemeinschaft Deutscher Patentinformationszentren e.V. (ARGE PIZ)

c/o Technische Universität Darmstadt  
 Patentinformationszentrum  
 Schöfferstr. 8, 64295 Darmstadt  
 Tel.: 06151 16-5527, Fax: 06151 16-5528  
 www.patentinformation.de  
 Die Adressen der Patentinformationszentren der einzelnen Bundesländer sind über die ARGE PIZ zu beziehen.

## Deutsches Patent- und Markenamt

Zweibrückenstr. 12, 80297 München  
 Tel.: 089 2195-0, Fax: 089 2195-22 21  
 www.patent-und-markenamt.de

## Fraunhofer-Gesellschaft zur Förderung der angewandten Forschung e.V.

Hansastr. 27 c, 80686 München  
 Tel.: 089 1205-0, Fax: 089 1205-7531  
 www.fraunhofer.de  
 Hilfestellung beim Transfer von Innovationen in die industrielle Praxis.

## Institut der deutschen Wirtschaft Köln e.V.

SIGNO-Projektmanagement  
 Konrad-Adenauer-Ufer 21, 50668 Köln  
 Tel.: 0221 4981-832, www.signo-deutschland.de

## Steinbeis-Stiftung für Wirtschaftsförderung (StW)

Haus der Wirtschaft  
 Willi-Bleicher-Str. 19, 70174 Stuttgart  
 Tel.: 0711 1839-5, Fax: 0711 1839-700  
 www.steinbeis.de  
 Hilfestellung beim Transfer von Innovationen in die industrielle Praxis.

## Redaktionsservice

Haben Sie Anregungen oder Fragen zu den GründerZeiten? Dann wenden Sie sich bitte an:

Bernd Geisen, Regine Hebestreit  
 PID Arbeiten für Wissenschaft und Öffentlichkeit GbR  
 Menzenberg 9, 53604 Bad Honnef  
 Tel.: 02224 90034-0, Fax: 02224 90034-1  
 info@pid-net.de

## Impressum

## Herausgeber:

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi)  
 Öffentlichkeitsarbeit  
 11019 Berlin  
 oeffentlichkeitsarbeit@bmwi.bund.de  
 www.bmwi.de

## Redaktion:

PID Arbeiten für Wissenschaft und Öffentlichkeit GbR, Berlin

## Mitarbeiterin dieser Ausgabe:

Kerstin Krey,  
 SIGNO-Projektmanagement, Köln

## Gestaltung und Produktion:

prpetuum GmbH, München

## Druck:

Druckpunkt Offset GmbH, Bedburg

Auflage: 20.000