



Evaluation des BMWi-Förderprogrammes „BMWi-Innovationsgutscheine (go-Inno)“

Förderzeitraum 01.01.2016 bis 30.06.2019

Zusammenfassung zentraler Befunde
und Gestaltungsempfehlungen

Studie im Auftrag des Bundesministeriums für
Wirtschaft und Energie (BMWi)

Impressum

Institut für Innovation und Technik (iit)
in der VDI/VDE Innovation + Technik GmbH

Steinplatz 1
10623 Berlin
Tel.: +49 30 310078-111
Fax: +49 30 310078-216
E-Mail: info@iit-berlin.de

www.iit-berlin.de

Autoren

Dr. Leo Wangler (Projektleitung)
Karoline Rodriguez
Miriam Kreibich
Dr. Axel Mangelsdorf

Mit Unterstützung durch

Susan Bießlich
Martin Robeck

Layout

VDI/VDE Innovation + Technik GmbH

Berlin, September 2020

Inhalt

1. Einführung	4
2. Das go-Inno-Gutscheinprogramm	5
3. Die zentralen Erkenntnisse der Evaluation von „go-Inno“	6
4. Die Empfehlungen für eine Weiterentwicklung des Gutscheinprogramms	9

1. Einführung

Um kleinen Unternehmen, die bisher über wenig Fördererfahrung verfügen, den Einstieg in die Durchführung und Umsetzung der FuE-Vorhaben zu ermöglichen, leistet das BMWi-Programm Innovationsgutscheine (kurz: „go-Inno“) einen wichtigen Beitrag. Für kleine und mittelständische Unternehmen (KMU) reduzieren sich die Kosten für die Einbeziehung sachverständiger Innovationsberaterinnen und -berater. Dadurch erhöht sich die Wahrscheinlichkeit, mit den Innovationsvorhaben erfolgreich zu sein, und langfristig kann ein solches Programm den nachhaltigen Erfolg von KMU – als wichtige Akteure des Wirtschafts- und Innovationssystems Deutschlands – begünstigen. Auf den Erkenntnissen dieser Evaluation aufbauend, steht das Förderprogramm „go-Inno“ für ein wichtiges, relevantes und auch erfolgreiches Innovationsprogramm des Bundes mit spezifischem Fokus auf kleine und mittelgroße Unternehmen.

Die Evaluation von go-Inno

Diese Kurzfassung fasst zentrale Ergebnisse der Evaluation von „go-Inno“ zusammen. Der Evaluationszeitraum erstreckte sich dabei vom 1. Januar 2016 bis zum 30. Juni 2019. Das Programmvolumen betrug knapp 20 Mio. Euro.

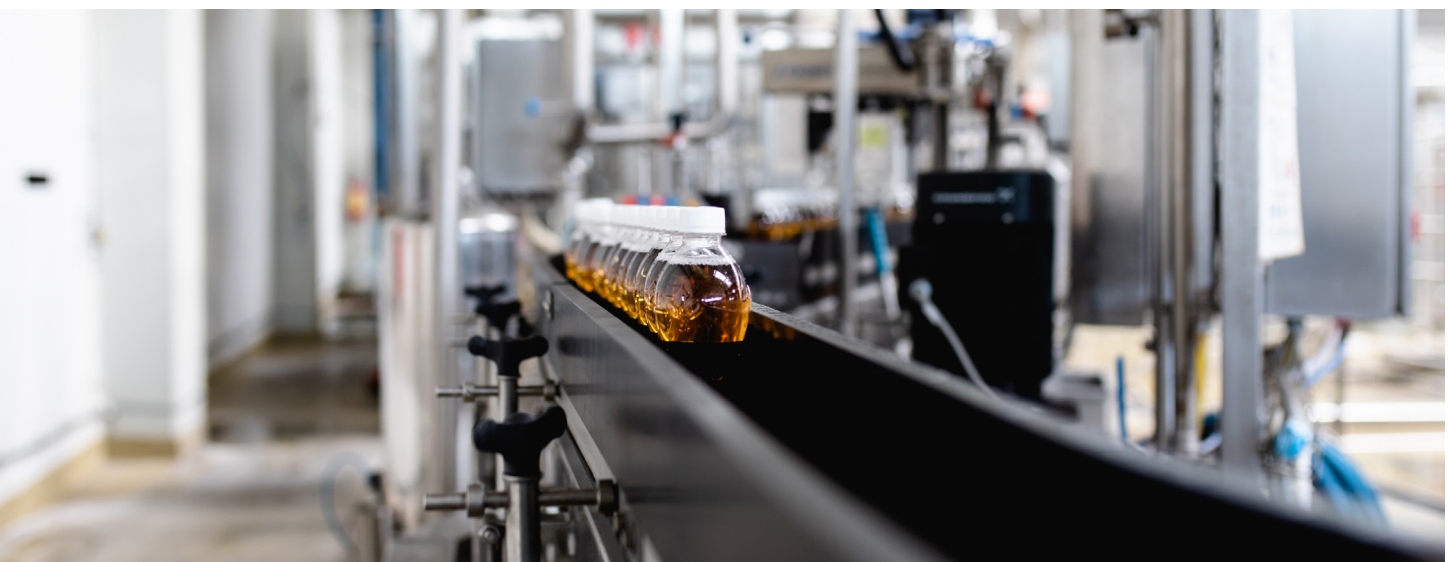
Ende Oktober 2019 erteilte das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) dem Institut für Innovation und Technik (iit) in der VDI/VDE Innovation + Technik GmbH den Auftrag, das BMWi-Programm Innovationsgutscheine (kurz: „go-Inno“) zu evaluieren. Das Evaluationsteam bedankt sich bei allen beteiligten. Besonderer Dank gilt den KMU

und Beratungsunternehmen, für die Unterstützung bei der Umsetzung der Evaluation, hinsichtlich der Bereitstellung von Primärdaten und die Bereitschaft zur Teilnahme an den Interviews.

Nicht alle der in dieser Kurzfassung getroffenen Aussagen sind durch Abbildungen belegt. Vielmehr stellt dieser Bericht zentrale Ergebnisse dar, die Teil des längeren und abschließenden Evaluationsberichts sind.

Ein Teil der Evaluationsdurchführung fiel in den Lock-down im Zuge der Covid-19-Pandemie, der das Wirtschafts- und Innovationssystem in Deutschland und in vielen weiteren Ländern der Welt fundamental erschüttert hat. Die Datenerhebung war zu diesem Zeitpunkt glücklicherweise bereits weit fortgeschritten. Daher wurde die Qualität der Daten durch mit der Pandemie verbundene Ereignisse nicht beeinträchtigt.

Um die Langfristwirkung des Programms zu erfassen, wurde eine Follow-up-Befragung unter den Teilnehmenden der Vorgängerevaluation (RKW 2015) umgesetzt. Bei der Erhebung der Daten wurde umfassend auf Repräsentativität der Datensätze geachtet.



2. Das go-Inno-Gutscheinprogramm

„go-Inno“ ist ein wichtiges Instrument der Innovationspolitik des BMWi. Der entscheidende Mechanismus für die erfolgreiche Programmumsetzung ist das Gutschein-system.

Das Gutscheinprogramm zielt darauf ab, KMU in ihrer Entwicklung innovativer Kompetenzen zu stärken. Hierzu werden qualifizierte externe Beratungsleistungen gefördert. KMU haben durch die Innovationsgutscheine die Möglichkeit, Potenziale eigener Innovationsvorhaben auszuloten, die Konzepte der Realisierung zu konkretisieren sowie weiterführende Kenntnisse zu Managementmethoden und zur Prozessgestaltung zu erlangen. Mit den durch die Gutscheine geförderten Innovationsberatungen werden interne Voraussetzungen für die erfolgreiche Umsetzung von Innovationsvorhaben in den KMU geschaffen. Diese Umsetzung erfolgt durch Beratungsunternehmen, die vorab im Rahmen von „go-Inno“ autorisiert wurden.

Die Gutscheinförderung kann in zwei Leistungsstufen erfolgen. Leistungsstufe 1 umfasst die Potentialanalyse. Innerhalb der Leistungsstufe 2 kann das Realisierungskonzept und das Projektmanagement beansprucht werden.

Gutscheine zur Umsetzung der Potenzialanalyse dienen als Einstieg in die Innovationsberatung. Das wirtschaftliche Potenzial des Innovationsvorhabens bildet hier den Schwerpunkt. Ein positives Ergebnis der Potenzialanalyse kann auch die Nichtweiterverfolgung der Innovationsidee sein, z. B. wenn die Idee nur mit sehr geringen wirtschaftlichen Erfolgsaussichten einhergeht.

Gutscheine zur Umsetzung des Realisierungskonzepts ermöglichen, das Innovationsvorhaben zu konkretisieren. Bestandteil sind Kontakte zu externen Partner:innen zur erfolgreichen Umsetzung des Konzepts. Auch Informationen zu weiterführenden öffentlichen Förderprogrammen oder Finanzierungsmöglichkeiten gehören zu diesem Modul.

Gutscheine mit Fokus auf das Projektmanagement bieten den beratenen KMU die Möglichkeit, das Management von Vereinbarungen zwischen externen Technologiegebern und Unternehmen dem Beratungsunternehmen zu übertragen. Förderfähig sind beispielsweise administrative Serviceleistungen oder das Projektcontrolling. Auch die Auswertung der Ergebnisse des abgeschlossenen Innovationsprojekts ist im Modul Projektmanagement förderfähig.

Die KMU haben im Rahmen des Gutscheinprogramms einen Eigenanteil zu tragen, i. d. R. 50 Prozent.

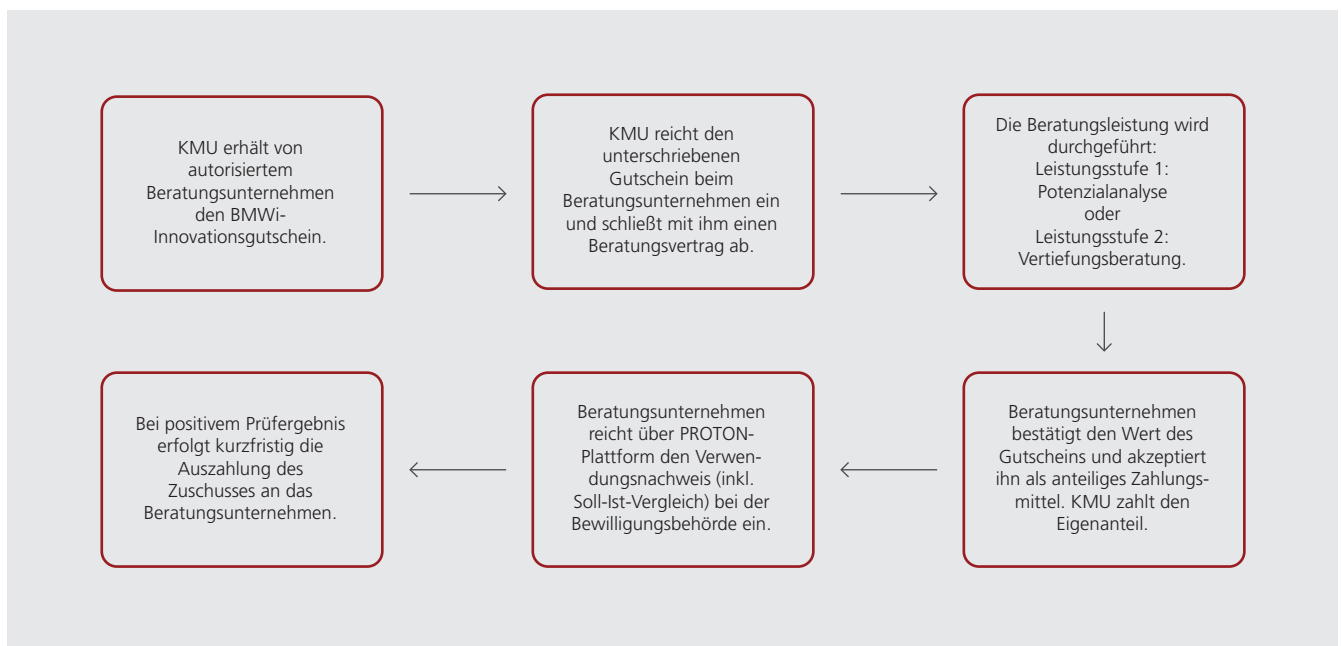


Abbildung 1: Prozess der Gutscheinförderung, Quelle: iit

3. Die zentralen Erkenntnisse der Evaluation von „go-Inno“

„go-Inno“ öffnet KMU die Türen für Innovationsberatungen, mit dem zentralen Vorteil eines minimalen administrativen Aufwands. Die „go-Inno“-Gutscheine ermöglichen den KMU einen niederschweligen Einstieg, um Innovationshemmnisse über die Zusammenarbeit mit Beratungsunternehmen zu beseitigen. Darauf aufbauend können die KMU im Idealfall alleine wie auch in Kooperation mit den Beratungsunternehmen weiterführende Schritte einleiten, um das Innovationsvorhaben in die Praxis umzusetzen. Zentraler Vorteil der Innovationsgutscheine: Der administrative Aufwand fällt bei den Beratungsunternehmen an und nicht bei den beratenen KMU.

„go-Inno“ wird dem Förderbedarf von KMU gerecht. KMU sind für einen Großteil der Beschäftigung in Deutschland verantwortlich. Der Großteil der Forschungs und Entwicklungs (FuE)-Investitionen wird jedoch in größeren Unternehmen realisiert. Der Förderbedarf ist bei kleinen KMU am größten.

„go-Inno“ macht im Vergleich zu den Gutscheinprogrammen in anderen Ländern klare und einfache Vorgaben und hat als themenoffenes Programm einen breiten Adressatenkreis. Die analysierten Landesprogramme zur Innovationsförderung sind gekennzeichnet durch breite Vielfalt und Heterogenität. Hier scheint „go-Inno“ komplementär Möglichkeiten für KMU zu bieten.

Die Teilnahme an „go-Inno“ erleichtert über das Ausloten des Innovationspotenzials den Zugang zu anderen Förderprogrammen – und künftig ggf. auch zur Forschungszulage des Bundesfinanzministeriums.

„go-Inno“ erfreut sich großer Beliebtheit bei den KMU. Über den Evaluationszeitraum wurden 1.982 Gutscheine bewilligt. Über die 3,5 Jahre wurden durch „go-Inno“ knapp 20 Mio. Euro an Fördermitteln ausbezahlt. Die Nachfrage nach „go-Inno“-Gutscheinen unterscheidet sich in ihrer Intensität – nachgefragte „go-Inno“-Gutscheine in Relation zur Anzahl der KMU – nach Bundesländern. Dies erklärt sich mitunter durch die Heterogenität in der Verfügbarkeit alternativer Fördermöglichkeiten. Das Programm erfreut sich insbesondere auch in strukturschwächeren Regionen einer großen Beliebtheit.

Die mit Unterstützung der „go-Inno“-Gutscheine beratenen KMU sind zu 35 Prozent Kleinunternehmen mit weniger als zehn Mitarbeitenden. Ein relevanter Anteil von 53 Prozent hat 10 bis 49 Mitarbeitende, ein kleiner Anteil von nur etwa 13 Prozent ist der Größenkategorie 50 bis 99 Mitarbeiter und

Mitarbeiterinnen zuzuordnen. Die an „go-Inno“ teilnehmenden KMU sind im Durchschnitt innovativer als die Vergleichsgruppe des Mannheimer Innovationspanels. Die Daten zeigen darüber hinaus eine breite Streuung nach Branchen. Das Programm ist also offensichtlich in der Lage, eine große Breitenwirkung zu entfalten. Die Reichweite von „go-Inno“ ist ein wichtiger Erfolg der Öffentlichkeitsarbeit. Ungeachtet dessen sieht die Evaluation hier weiterhin Optimierungspotenzial.

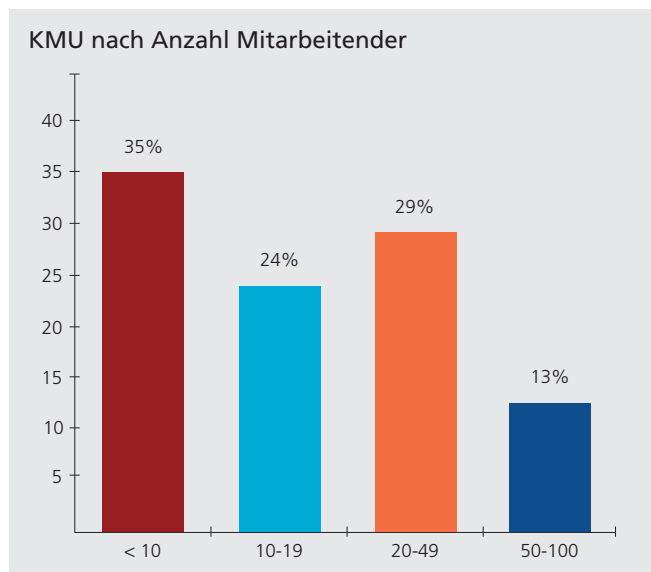


Abbildung 2: Größe der beratenen KMU, Quelle: iit

„go-Inno“ kann in einem überschaubaren Zeitfenster Innovationsprozesse bei den KMU anstoßen. Der Schwerpunkt der Innovationen liegt im Bereich der Produktinnovationen, nur ein Fünftel der KMU ließen sich bezüglich einer Prozessinnovation beraten.

Mit über 90 Prozent plant eine große Mehrheit der KMU, die „go-Inno“ beansprucht haben, auch zukünftig am Programm teilzunehmen. Allein die fachliche Qualität der Beratung wurde von einigen KMU kritisch angemerkt.

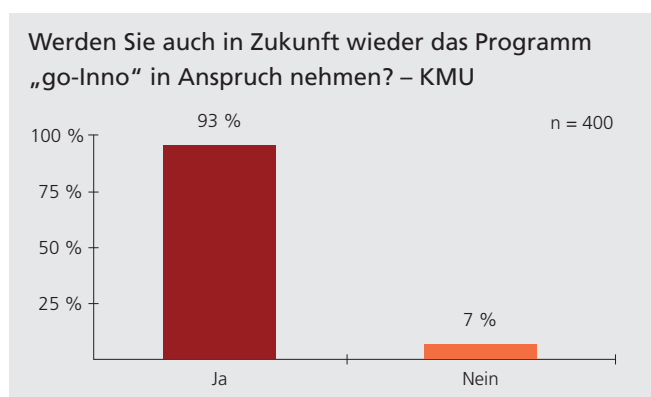


Abbildung 3: Geplante weitere Teilnahme von BU an „go-Inno“, Quelle: iit

Die kontrafaktische Frage zur Durchführung der Projekte bei Ablehnung des Förderantrags und zu potenziellen Mitnahmeeffekten verdeutlicht, dass die Zielgruppe über die „go-Inno“-Förderung Zugang zu innovationsfördernden Strukturen erhält. 92 Prozent der befragten KMU geben an, die Beratung ohne die Gutscheine wäre nicht in gleicher Weise durchgeführt worden.

Der wesentliche Beitrag von „go-Inno“ ist darin zu sehen, dass die Zielgruppe, KMU mit unter 100 Mitarbeitenden, über die Maßnahme Zugang zu Innovationsberatungen erhält. Damit ist es diesen KMU möglich, ihre Prozesse zu reflektieren und die erwarteten Effekte auszuloten.

Wesentliche Innovationshemmnisse sind zu viel Tagesgeschäft, Fachkräftemangel und fehlendes Kapital. Unabhängig davon waren 68 Prozent der befragten KMU erfolgreich darin, im Anschluss an „go-Inno“ weitere Innovationsprozesse zu initiieren. 62 Prozent konnten, auf der Innovationsberatung aufbauend, weitere Fördergelder beantragen oder in Anspruch nehmen. 53 Prozent war es gelungen, interne Prozesse zu verbessern. Mit einem Drittel gibt ein relevanter Anteil der befragten KMU an, dass sie weitere Innovationsaktivitäten unabhängig von einer (öffentlichen) Förderung durchgeführt haben.

Die Langfristbetrachtung (Follow-up) zeigt: Zwei Drittel der befragten Unternehmen konnten auf Basis der Beratung und der daraus resultierenden Ergebnisse eine Innovation realisieren. Das dafür benötigte Zeitfenster hat mit zwei bis drei Jahren einen mittelfristigen Zeithorizont.

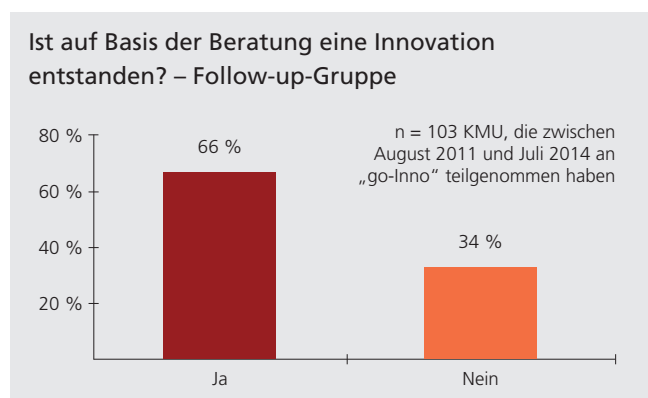


Abbildung 4: Entstehung von Innovationen, Quelle: iit

Die Teilnahme an „go-Inno“ hat nachhaltige Effekte, hierzu gehören erkennbare wirtschaftliche Erfolge. Der zentrale Nutzen von „go-Inno“ besteht für die KMU in der Weichenstellung für die Entwicklung einer Innovation, sei es in Form eines neuen Produktes, einer Dienstleistung oder eines Prozesses. Es gelingt also, mit dem Programm Innovationsprojekte anzustoßen. Viele durch „go-Inno“ geförderte Unternehmen nehmen im Anschluss an die Innovationsberatung

weitere öffentliche Fördermittel in Anspruch. Bereits im Evaluationszeitraum (2016 – 2019) fanden 34 Prozent eine Anschlussförderung in einem Bundesprogramm, 16 Prozent in einem Landes- und fünf Prozent in einem EU-Programm.

70 Prozent der in dieser Evaluation befragten KMU geben an, der größte ökonomische Einfluss von „go-Inno“ bestand darin, ein innovatives Vorhaben zu starten; 52 Prozent nennen eine Umsatzsteigerung als primäre Einflussgröße.

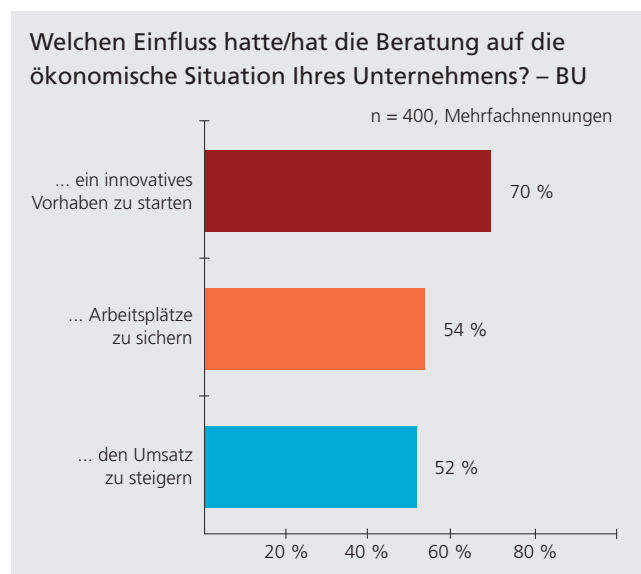


Abbildung 5: Ökonomische Nutzen, Quelle: iit

Die FuE-Beschäftigung lag im Jahr vor der Beratung bei durchschnittlich sechs Prozent und konnte im Anschluss an die Beratung auf zehn Prozent gesteigert werden. 29 Prozent der Befragten gaben an, dass sie bereits erste monetäre Effekte erzielen konnten. Allerdings ist nur ein kleiner Anteil davon in der Lage, diese zu quantifizieren. Der Median liegt bei 100.000 Euro zusätzlichem Umsatz pro Projekt, zwei neu geschaffenen Arbeitsplätzen, 22.500 Euro jährlichen Kosteneinsparungen sowie 40.000 Euro Lizenzinnahmen.

Die Evaluation der Vollzugs- und Maßnahmenwirtschaftlichkeit in Anlehnung an § 7 Abs. 2 BHO kommt zu dem Ergebnis, dass wesentliche Anforderungen hinsichtlich der Maßnahmen- und Vollzugswirtschaftlichkeit erfüllt sind.

Die Programmgestaltung von „go-Inno“ findet hohen Zuspruch unter den Beratungsunternehmen. Die überwiegende Mehrheit der Beratungsunternehmen bewertet das Gutscheinsystem des Förderprogramms als positiv. Das Alleinstellungsmerkmal von „go-Inno“ ist der minimale Arbeits- und Zeitaufwand für die KMU – dieser ist insbesondere für förderunerfahrene KMU ausschlaggebend. Ein reines Antragsverfahren wird dagegen von 83 Prozent der Beratungs-

unternehmen als programmhinderlich angesehen. Um für „go-Inno“ tätig zu werden, findet eine einmalige Autorisierung durch den Projektträger statt. Einer möglichen regelmäßigen Reautorisierung würde sich etwas mehr als die Hälfte der Beratungsunternehmen unterziehen, der Rest hält sie nicht für erforderlich.

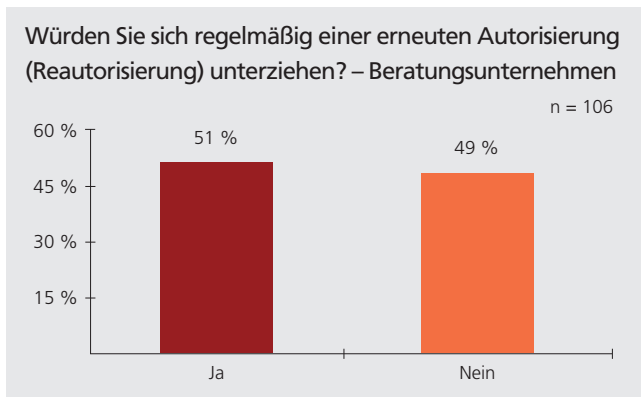


Abbildung 6: Frage nach regelmäßiger, z. B. alle zwei Jahre, Reautorisierung, Quelle: iit

Die Schulungsgebühren werden von der Mehrheit der Beratungsunternehmen als angemessen wahrgenommen. Bestandteil der Programmumsetzung ist eine Informations- und Vernetzungsveranstaltung des BMWi zu „go-Inno“. Diese wird von der Mehrzahl der befragten Beratungsunternehmen als wichtig angesehen und eine Fortführung als sinnvoll eingeschätzt.

So ist insgesamt eine hohe Zufriedenheit mit dem Förderprogramm aus Sicht der Beratungsunternehmen zu beobachten. Besonders die Kommunikation mit dem Projektträger wird positiv hervorgehoben.



4. Empfehlungen für eine Weiterentwicklung des Gutscheinprogramms

Auf Basis der Evaluationsergebnisse wurden Handlungsempfehlungen abgeleitet. Ausschnitte ausgewählter Themen werden im Folgenden dargestellt.

Das Gutscheinsystem sollte fortgeführt werden. Als Innovationsprogramm, mit dem in einer frühen Phase kleine und mittlere Unternehmen an Innovationsprozesse herangeführt werden sollen, ist „go-Inno“ als wichtiger Baustein des Forschungs- und Innovationssystems in Deutschland zu sehen. KMU können durch die Teilnahme an „go-Inno“ Innovationshemmnisse abbauen und ihnen wird der Zugang zu weiterführenden Programmen der Innovationsförderung ermöglicht. Das Gutscheinsystem ermöglicht den KMU, die Förderung in Anspruch zu nehmen, ohne mit dem administrativen Aufwand konfrontiert zu sein. Läge der administrative Aufwand bei den geförderten KMU, wäre das Programm vermutlich nicht in der Lage, die intendierten Ziele zu erreichen.

KMU ohne Fördererfahrung sollten noch explizierter angesprochen werden. Es sollte weiterhin das primäre Ziel sein, jene KMU zu erreichen, die bisher keinen Zugang zu öffentlicher Förderung hatten. Diese Zielgruppe profitiert relativ gesehen am stärksten von einer Steigerung des Innovationspotenzials. Insgesamt wird empfohlen, KMU noch expliziter über die Möglichkeiten des Programms zu informieren.

Der Fokus des Programmschwerpunkts sollte beibehalten werden. Hinsichtlich der Definition von Innovationen wird empfohlen, den Fokus auf Produkt- und technischen Verfahrensinnovationen beizubehalten. Welche Themen und Schwerpunkte hierunter fallen, sollte zudem klarer als bisher kommuniziert werden. Beispielsweise sollte auch „go-Inno“

verstärkt darauf achten, die KMU darin zu unterstützen, weiterführende Themen wie etwa Geschäftsmodellinnovationen mitzudenken.

Eine hohe Qualität der Beratungen sollte durch gesteigerten Transfer und Transparenz gesichert werden. Die Evaluation kommt zum Ergebnis: Die Qualität der Beratungsleistungen und die von den Berater:innen eingesetzten Methoden sind sehr heterogen. Aus den Interviews geht hervor, dass an einen verstärkten Austausch und Wissenstransfer zwischen den Beratungsunternehmen die Hoffnung geknüpft ist, qualitativen Unterschieden in der Beratung entgegenzuwirken. Auch wird empfohlen, weiterführend zu prüfen, inwiefern Bewertungen auf der „go-Inno“-Homepage, z. B. in Form von Testimonials, geeignet sind, mehr Transparenz hinsichtlich der Erfahrungswerte und damit der Qualität der Beratungsleistungen herzustellen. Zur Qualitätssicherung der Beratungsleistungen wird ein schlanker Reautorisierungsprozess empfohlen. In diesem Zuge sind für neu hinzugekommene Berater:innen auch Vorgaben für verpflichtende Beraterschulungen zu prüfen.

Die Möglichkeiten der Digitalisierung sollten für die Prozessgestaltung konsequent genutzt werden. Es ist zielführend, die digitale Durchdringung der Prozesse zur Umsetzung des Programms weiter voranzutreiben. In diesem Zuge sollte darauf geachtet werden, die Lehren aus Corona – und die damit verbundene konsequente Umsetzung digitaler Prozesse – auch nach Ende der Pandemie weiterzuführen, z. B. in Form von Webinaren zur Schulung von Innovationsberater:innen.

Das Modul Projektmanagement sollte an die Bedarfe der KMU angepasst werden. Ein Fördermodul, das Projektmanagement zum Schwerpunkt hat, müsste einen veränderten Fokus haben. Die Evaluationsergebnisse zeigen, dass das Modul Projektmanagement bisher kaum von der Zielgruppe nachgefragt bzw. gar nicht erst von den Beratungsunternehmen angeboten wurde. Es wird daher empfohlen, das Modul

Projektmanagement in dieser Form nicht fortzuführen. Im Fall einer Weiterentwicklung sind Anpassungen der Zieldimension zu empfehlen. KMU sollten durch die Beratung darin befähigt werden, künftig selbstständig das Projektmanagement durchzuführen. Der zukünftige Schwerpunkt müsste also auf der Förderung von Strukturen zur Steigerung der Innovationsfähigkeit liegen.

Die BMWi-Netzwerkveranstaltung sollte einen verstärkten Bildungscharakter haben. Eine Netzwerkveranstaltung des BMWi im Rahmen von „go-Inno“ ist weiterhin zielführend. Sie sollte neben den Beratungsunternehmen auch die KMU und wichtige Multiplikatoren wie Fachverbände oder Handelskammern ansprechen. Es wird empfohlen, Workshops zu inhaltlichen Themen anzubieten, etwa innovationsfreundliche Strukturen mit spezifischem Fokus auf KMU oder neue Methoden der Innovationsberatung. Ziel sollte es sein, über den Austausch von Best Practices einen verbesserten Standard guter Beratung zu etablieren.

Der Bekanntheitsgrad der Marke „go-Inno“ sollte durch eine noch zielgruppengerechtere Öffentlichkeitsarbeit weiter gesteigert werden. Die Öffentlichkeitsarbeit von „go-Inno“ hat an einigen Stellen Optimierungspotenzial: Die Marke „go-Inno“ könnte noch bekannter gemacht werden. Ein weiterer Punkt bezieht sich auf die Praxisbeispiele, die sowohl für KMU als auch Beratungsunternehmen in einer eher generischen Form bereits zu Beginn einer Maßnahme bereitgestellt werden sollten. Die Landkarte zu den Beratungsunternehmen auf der Homepage enthält nur sehr wenige Informationen. Hier könnten Schlagwörter helfen, den KMU die Suche nach einem Beratungsunternehmen mit entsprechender fachlicher Expertise zu vereinfachen.

