



## Editorial

### **Sehr geehrte Damen und Herren,**

"Nur wer sich ändert, bleibt bestehen" (Friedrich Merz). Auf Ihr Unternehmen übertragen könnte es heißen: Innovationen sind ein Muss - gerade heute. Mit unerhörter Quirligkeit experimentieren junge Volkswirtschaften im Osten, im Nahen Osten und im Fernen Osten mit Innovationen. Ein Abonnement auf Technologie-Führerschaft für den Westen gibt es nicht.

Also gilt es, Neues zu finden und zu erfinden - und für gute Ideen gibt es auch in Deutschland noch Geld vom Staat und der EU, nämlich eine Vielzahl von Förderprogrammen. Ganze Heerscharen von Politikern und Beamten scheinen nichts lieber zu tun als Richtlinien und Bestimmungen für solche Förderungen zu schaffen. Oftmals wird die Suche allerdings durch Richtlinien und Bestimmungen erschwert und es gilt sich durch ein undurchsichtiges bürokratisches Dickicht zu hangeln. Aber manchmal findet man auch den Schatz ...

Einen kleinen Trampelpfad durch diesen Förderdschungel haben wir in diesem Newsletter geschlagen.

Viel Erfolg auf diesem Pfad wünscht Ihnen  
Dr. Günter Bleimann-Gather  
Vorstandsvorsitzender

## Die TEMA-Links

**Hier finden Sie Links zu aktuellen und/oder dauerhaft relevanten Studien und Beiträgen rund ums Technologie Marketing, die wir für Sie regelmäßig recherchieren.**

[www.kompetenznetze.de](http://www.kompetenznetze.de) ist realisiert als ein Instrument für internationales Standortmarketing durch Präsentation der leistungsstärksten Kooperationsverbände in Deutschland, sowie als attraktive Recherchequelle und Kommunikationsplattform für Informations- und Kooperationsuchende. Die Website ist eine Initiative vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) in Kooperation mit dem VDI.

**Lesen Sie bei uns heute die interaktiven Trends von morgen.**

Der Bundesverband Digitale Wirtschaft wagt einen Blick auf die Trends im Jahr 2005 - lehnt sich aber nicht allzu weit aus dem Fenster. [Hier geht's zur Zukunft.](#)

**Und übrigens: IT-Firmen favorisieren Newsletter zur Unternehmenskommunikation**

Deutsche IT-Firmen messen ihren Unternehmensmedien eine hohe Bedeutung bei. Im Durchschnitt geben sie 2,6 unterschiedliche Publikationen für Kunden und Mitarbeiter heraus, beispielsweise Zeitungen, Magazine und Newsletter. Hierbei zeigt sich der elektronische Kunden-Newsletter mit 62 Prozent als die meistgenutzte Publikation.

[Die gesamte Studie lesen Sie hier.](#)

## Der TEMA-Artikel

**An dieser Stelle präsentieren wir Ihnen jeweils einen konzeptionellen Artikel, der ausgewählte Aspekte des Technologie-Marketing vertieft.**

Warum Geld vorbeiziehen lassen? -  
Auf dem Weg zur Innovationsförderung

Innovationen sind heutzutage nicht nur für große Unternehmen und Konzerne von Bedeutung. Auch oder gerade die kleinen und mittleren Unternehmen, so genannte KMU, müssen heute innovativ im Markt agieren, um bestehen zu können. Und dies oftmals im globalen Markt. Förderprogramme unterstützen die Innovationsbereitschaft.

[Erfahren Sie mehr dazu hier.](#)

## Die TEMA-News

TEMA launcht neuen Internetauftritt von Docutec AG  
Unter <http://www.docutec.de> ist der neue Internetauftritt des Extraktionsspezialisten Docutec zu finden. TEMA hat dabei nicht nur grafisches Know-how unter Beweis gestellt, sondern erneut das Open-Source Content-Management-System Typo3 eingesetzt.

TEMA sieht rot  
CEDIP Infrared Systems ist ein führender französischer Hersteller im Bereich der Infrarot-Kameras und integrierten Lösungen. Den neuen deutschen Marketingauftritt begleitet TEMA - zunächst im Bereich Pressearbeit und Medienwerbung.

TEMA komprimiert  
Die MainConcept AG entwickelt und vermarktet Software zur Komprimierung von Bilddaten - zur IBC in Amsterdam knüpfte TEMA deren Kontakte zur internationalen Presse.

TEMA untersucht Energiezähler  
Für ein Marktforschungsunternehmen recherchierte TEMA die Technologie und Märkte für Energiezähler in Europa: Interviews wurden in 21 nationalen Märkten und in 19 Sprachen geführt - mit Herstellern, Energieversorgern,

Verbänden und Zeitschriften.

#### TEMA sieht rekordverdächtige SIS

Zum dritten Surface Inspection Summit, dem Treffpunkt der Oberflächeninspektion für Bandwaren, präsentiert TEMA mehr Aussteller und ein dichteres Programm denn je zuvor. Erwartet wird auch ein neuer Besucherrekord aus den Branchen Stahl, Nichteisen und Papier am 26. und 27. Oktober im Eurogress Aachen. Darüber hinaus untersucht TEMA in einer Anwenderbefragung Markt und Marktdurchdringung von Oberflächeninspektionssystemen - die Ergebnisse werden zur SIS vorgestellt. Weitere Infos unter <http://www.sis2004.com>

#### TEMA produziert spanische "Technologica"

TEMA hat jetzt die Produktion der spanischen Kundenzeitschrift aus dem Haus Kieback&Peter übernommen - neben der deutschen, französischen, englischen und niederländischen Fassung.

#### TEMA intelligent

Für die Dürener X-ident technology GmbH, Hersteller von intelligenten Etiketten und Tickets übernimmt TEMA die Pressearbeit und Marketingaufgaben. Die Technologie hinter Smart Labels und Tickets, RFID (Radio Frequenz Identifikation), ist heute in aller Munde. Eine Diskussion, an der wir uns mit X-ident konstruktiv beteiligen.

#### TEMA erweitert das Geschäftsfeld

Full-Service und globales Wissen ist auch im Pharma-Geschäft ein Muss. Deshalb bietet die TEMA AG aus Aachen ihr gesamtes Know-How zukünftig auch gezielt Firmen aus den Bereichen Pharmazie, Medizintechnik und Biotechnologie an. Verstärkt wird das TEMA Team für diese Aufgabe durch Angelika Backes, Diplom-Betriebswirtin mit jahrelanger Erfahrung in der pharmazeutischen Industrie und im internationalen Marketing. Sie wird unterstützt durch ein Netzwerk von Medizinern, Pharmazeuten und Kollegen aus anderen naturwissenschaftlichen Disziplinen.

## Der TEMA-Kontakt

TEMA Technologie Marketing AG

Theaterstraße 74  
52062 Aachen

Tel. +49 (241) 88 970- 0  
Fax +49 (241) 88 970- 42

<http://www.tema.de>

E-Mail: [info@tema.de](mailto:info@tema.de)

Weitere Informationen erhalten Sie [hier](#).

Kritik und Anregungen können Sie [hier](#) abgeben.

Um den TEMA-Newsletter abzubestellen, klicken Sie [hier](#).

[www.tema.de](http://www.tema.de)



## Was sind öffentliche Förderprogramme aus Unternehmenssicht?

Ein Förderprogramm ist eine Art der Finanzierung des Unternehmens, d.h. Sie beschaffen für Ihr Unternehmen Kapital.

Allerdings benötigen Sie dazu umfangreiche Informationen:

- Sie müssen wissen, welche Förderprogramme es gibt.
- Sie sollten sich informieren, welche Fördermittel zu Ihrem Unternehmen bzw. Ihrem Vorhaben passen – Stichwort Machbarkeit.
- Sie müssen Termine und Einreichfristen kennen.
- Sie sollten Chancen auf Förderung der Projekte einschätzen können.
- Sie sollten den Förderantrag richtig stellen.
- Sie sollten wissen, wer das Projekt im Rahmen des Förderprogramms managt.
- Sie sollten sich über die rechtlichen Rahmenbedingungen Klarheit verschaffen.

### Im Dschungel der Fördermittelprogramme

Tatsächlich gibt es eine unüberschaubare Anzahl von Förderprogrammen. Das Spektrum reicht von regionalen Förderprogrammen über Förderung des Bundes bis hin zu EU-Programmen oder Programmen im Rahmen der EU-Erweiterung

Je nach Träger sind die Programme sehr unterschiedlich gestaltet: Höhe der Fördermittel, Aufwand der Antragstellung und viele andere Dinge sind sehr individuell.

**In diesen Dschungel gilt es Licht zu bringen, um nicht Zeit und Geld für eine chancenlose Antragstellung zu verschwenden.**

### Das passende Kleid

Um das geeignete Programm für ihr Unternehmen bzw. Ihr Vorhaben zu finden, ist es daher sinnvoll – wie in einer Art Checkliste – sich im ersten Schritt über einige Fragestellungen Klarheit zu verschaffen, z. B. zu den Fragen:

- Handelt es sich bei dem Unternehmen um ein KMU (Klein – und mittelständische Unternehmen) oder um ein Großunternehmen?

Diese Frage lässt sich sehr schnell beantworten, denn der Begriff des KMU ist klar geregelt:

Um ein KMU handelt es sich gemäß EU-Definition, wenn das Unternehmen

- Maximal 250 Mitarbeiter beschäftigt
- Maximal 40 Mio. € Umsatz oder (ab 1.1.2005: 50 Mio. €)
- Maximal 27 Mio. € Jahresbilanzsumme (ab 1.1.2005: 43 Mio. €) erwirtschaftet und
- Zu weniger als 25% im Besitz eines „Nicht-KMU“ ist.



- Handelt es sich bei dem geplanten Projekt um
  - eine notwendige Beratung (z.B. Marktanalyse, Potentialsanalyse, Change Management, o. ä. )?
  - eine Investition (z.B. Umweltschutzmaßnahme)?
  - ein F+E Projekt (z.B. in Zusammenarbeit mit einer Forschungseinrichtung)?
  - eine Innovation, die dem Standort des Unternehmens zuträglich ist)?
  - ein Projekt, das nicht nur in Deutschland (sondern z.B. auch in anderen Teilen der EU) durchgeführt wird?

Nur wenn Sie für sich diese - und natürlich noch einige weitere Punkte – klären, können Sie das passende Kleid – sprich das geeignete Förderprogramm – finden.

### Und konkret? – eine Programmübersicht

Grundsätzlich lassen sich die Programme nach den **jeweiligen Fördergebieten** kategorisieren:

Regionale Förderprogramme: In diesem Fall werden speziell Unternehmen mit Sitz in einem bestimmten Zielgebiet (z.B. Neue Bundesländer, NRW, etc.) gefördert

Förderprogramme des Bundes: Eine Antragstellung ist durch den/die im Programm definierten Antragsberechtigten aus dem gesamten Bundesgebiet möglich

EU- Förderprogramme: Diese Programme gehen in der Regel davon aus, dass die Teilnehmer des Programms im EU-Gebiet beheimatet sind. Oftmals ist die Teilnahme von Mitgliedern aus den Beitrittsländern bzw. aus assoziierten Staaten möglich.

Eine weitere Einteilung der Programme ist nach **Förderschwerpunkten** oder auch **Antragsberechtigten** möglich.

Beispielhaft gibt Ihnen die Tabelle eine Übersicht über aktuelle Programme.

Programm	Region	Förderschwerpunkt	Zielgruppe	Konditionen
CRAFT	EU	Lösung technisch-wissenschaftlicher Probleme bei KMU	KMU Ohne eigene FuE	Mind. 3KMU-Partner aus 2 Staaten Mind. 2 Forschungsdienstleister aus 2 Staaten
PRO INNO II	Bund	FuE Projekte mit hohem technischen Risiko	KMU	a)Kooperationsprojekte zwischen zwei Unternehmen oder Unternehmen und Forschungseinrichtung b) Personalaustausch
IT-Forschung 2006	Bund	Nanoelektronik, Softwaresysteme, Basistechnologien für Kommunikationstechnik, Internet- Grundlagen u. Dienste	Unternehmen, Hochschulen, Forschungseinrichtungen	Notwendige fachliche Qualifikation u. Kapazität des Antragstellers



ZUTECH	Bund	Forschungsvorhaben zu innovativen Produkten, Verfahren, Dienstleistungen	KMU, Unternehmensneugründungen (ausschließlich AIF Mitglieder)	Kooperationsprojekt
BayTOU	Bayern	Entwicklung neuer Produkte, neuer Dienstleistungen mit technischer Neuheit	a) Technologieorientierte Unternehmen in Neugründung b) Technologieorientierte Unternehmen nicht älter als 3 Jahre, nicht mehr als 5 Mitarbeiter, KMU	a) Projekt muss technisches Risiko beinhalten b) Projekt muss in Bayern durchgeführt werden
Informations- u. Kommunikationstechnik	Bayern	Vorhaben zur Lösung firmenübergreifenden FuE Aufgaben	Unternehmen, freie Berufe, Universitäten, Fachhochschulen, Forschungseinrichtungen mit Sitz in Bayern	Kooperationsprojekte zwischen Unternehmen oder Unternehmen/Forschungseinrichtung

Selbstverständlich gibt es zahlreiche weitere Förderprogramme, die klar auf bestimmte Forschungs- bzw. Industriezweige (z.B. Biotechnologie, Nanotechnologie, etc.) fokussieren.

### Time is Money

Wenn Sie sich durch den Förderdschungel hindurch gefunden und das eine oder andere Programm für Ihr Unternehmen als nutzbar identifiziert haben, kommt der Faktor Zeit ins Spiel.

In der Regel sind alle Förderprogramme zeitlich limitiert. Oftmals gibt es mehrere Einreichfristen zur Antragstellung, und auch der zeitliche Rahmen, in dem über den Antrag entschieden wird – und damit für Sie Planungssicherheit herrscht – ist sehr unterschiedlich.

Auch der Zeitpunkt der Antragstellung kann variieren: Während einige Programme davon ausgehen, dass der Antrag vor Projektbeginn erstellt wird, ermöglichen andere eine Antragstellung erst nach Projektende.

### Chancen nutzen

Kurz und knapp gesagt: Recherchieren Sie, welche Chancen in der Regel Ihr Projekt im Rahmen des Förderprogramms hat! Ein Anruf beim Projektträger gibt Ihnen schnell Aufschluss darüber, ob es sich lohnt, weiter am Ball zu bleiben.

### Partner gesucht

Förderprogramme sind nicht selten auf mehr als ein einzelnes Unternehmen ausgelegt. Vielfach ist die Bildung von Konsortien mehrerer Unternehmen entlang einer Lieferkette obligatorisch. Die europäische Förderung ist in der Regel grenzüberschreitend angelegt, so dass hier ein Zusammenschluss von Unternehmen aus zwei, drei oder mehr Nationen gefordert wird.

(s. auch) [www.kompetenznetze.de](http://www.kompetenznetze.de)





### **Manager gesucht**

Gerade bei Förderprogrammen, in denen Unternehmen im Rahmen eines Entwicklungsprojekts mit anderen kooperieren - möglicherweise sogar noch mit Partnern im Ausland - sollte ein klares Management für das Projekt definiert werden. Nur so kann gewährleistet werden, dass das Projekt erfolgreich abgeschlossen werden kann und dass damit dann wirklich auch die Fördermittel fließen.

Daher lohnt es sich gerade für ein KMU darüber nachzudenken, ob ein externer Berater zur Unterstützung des Projektmanagements gesucht wird.

Und übrigens: In einigen Förderprogrammen wird auch ein Teil der Managementkosten übernommen.

### **Recht muss Recht bleiben**

Bei einem Projekt, in dem Sie mit anderen Unternehmen kooperieren, lohnt es sich, sich rechtzeitig über die rechtlichen Aspekte zu informieren. Kooperations- und Konsortialverträge können sicherstellen, dass alle Beteiligten mit dem Ablauf und der Verwertung der Ergebnisse zufrieden sind.