

ZIM-Projekte: Wachstumstreiber nach Corona-Krise

Dr. Jörg Rupp vom Verband „Die KMU-Berater“ sieht für Mittelständler viele Chancen im Innovationsprogramm des Bundes - auch aufgrund der neuen Richtlinien.

Herr Dr. Rupp, warum sollten sich Unternehmen - mitten in der Corona-Krise - für das Zentrale Innovationsprogramm Mittelstand des Bundes, kurz ZIM, interessieren?

Dr. Rupp: Mir ist natürlich bewusst, dass Corona alles überschattet und sehr viele Unternehmen um die nackte Existenz kämpfen müssen. Grundsätzlich aber bietet das ZIM, dessen neue Richtlinie kürzlich in Kraft getreten ist, viele Chancen und vielleicht sogar in besonderer Weise in Zeiten wie diesen.

Warum das?

Dr. Rupp: Wir haben es 2009 erlebt: Eine Krise setzt zwangsläufig Kapazitäten frei. Diese könnten zumindest zum Teil für Innovationen genutzt werden. Wenn man vom Tagesgeschäft nahezu überrollt wird, fehlt dafür in der Regel die Zeit. Nun gilt es, Projekte anzustoßen und durchzuführen, die in der entscheidenden Zeit nach der Krise als Wachstumstreiber dienen können.

In drei Sätzen: Was ist das ZIM überhaupt?

Dr. Rupp: Eine finanzielle Förderung des Bundes. Zum einen sollen Unternehmen ermuntert werden, in Forschung und Entwicklung zu investieren. Zum anderen geht es um eine verstärkte Zusammenarbeit von Unternehmen und Forschungseinrichtungen.

Mit welcher Unterstützung können Unternehmen rechnen, wenn sie sich bewerben?

Dr. Rupp: Als Faustformel kann man sagen, dass zwischen 50 und 120 Prozent der Arbeitnehmergehaltskosten übernommen werden. Das ist zwar stark vereinfacht, trifft aber den Kern. Die zuwendungsfähigen Kosten, die relevant sind für den Fördersatz, wurden mit der neuen Richtlinie signifikant erhöht. Einzelprojekte können nun einen Umfang von bis zu 550.000 Euro haben, Kooperationsprojekte von bis zu 2,3 Millionen insgesamt. Erhöhte Fördersätze gelten zudem in strukturschwachen Regionen, ob in den „neuen“, oder den „alten“ Bundesländern, ist jetzt egal.

Was hat sich noch verbessert?

Dr. Rupp: Ab sofort sind auch Durchführbarkeitsstudien förderbar, was kleinen und jungen Unternehmen - Stichwort Startups - sehr entgegenkommt. Zugleich wurde das Programm für größere Unternehmen mit weniger als 1000 Mitarbeitern geöffnet. Voraussetzung: Sie holen einen kleineren Partner ins Boot. Ich könnte noch einige weitere positive Punkte nennen. Ohne zu viele Vorschusslorbeeren vor dem Praxistest verteilen zu wollen, sehe ich die Bundesregierung bei dieser

Die KMU-Berater -
Bundesverband freier Berater
e.V.

Presse & Öffentlichkeitsarbeit
Anna Lisa Selter

Geschäftsstelle
Elisenstr. 12-14
50667 Köln
Tel.: 0221-27101106

presse@kmu-berater.de
www.kmu-berater.de

Über den Verband:

Der Verband Die KMU-Berater – Bundesverband freier Berater e.V. ist ein **überregional organisierter** Zusammenschluss von freien Beratern für **kleine und mittlere Unternehmen (KMU)**. Die 158 Mitglieder sind spezialisiert auf die **pragmatische Beratung und Betreuung** der mittelständischen Unternehmer/innen.

Auf Basis **klarer Aufnahme-kriterien und Beratungs-grundsätze** sorgt der Verband für die Sicherung einer unabhän-gigen und qualifizierten Beratung.

Die Mitarbeit im Verband dient dem **Erfahrungsaustausch** in Fach- und Regionalgruppen, der **Fort- und Weiterbildung** über „Die KMU-Akademie e.V.“ und der Entwicklung von **Beratungskonzepten und Kooperationen**. Daraus ziehen die Berater und ihre Kunden gleichermaßen Nutzen. So wird durch Beratung konsequent und nachhaltig Erfolg für die Mandanten realisiert.

Weitere Informationen:

Dr. Jörg Rupp
Saargemünder Straße 39
66119 Saarbrücken

Tel.: 0681-976898-10
Tel: 0322-21739475
info@dorucon.de

Form der Mittelstandsförderung auf einem guten Weg.

Wie läuft die Bewerbung?

Dr. Rupp: Über vom Bundeswirtschaftsministerium beauftragte Projektträger.
Wichtig zu wissen: Eine solche Bewerbung ist weder banal noch ein Selbstläufer.
Unternehmen sollten sich professionell beraten lassen.

Ohne Beratung keine Chance auf eine Zusage?

Dr. Rupp: Ganz so krass ist es nicht. Aber man erhöht die Chancen schon ganz erheblich. Die Erfahrung spielt eine zentrale Rolle: Wenn Unternehmen sich mit dem Procedere auskennen, schaffen sie es auch allein. Dann stellt sich nur die alte Frage: „Make or buy?“