



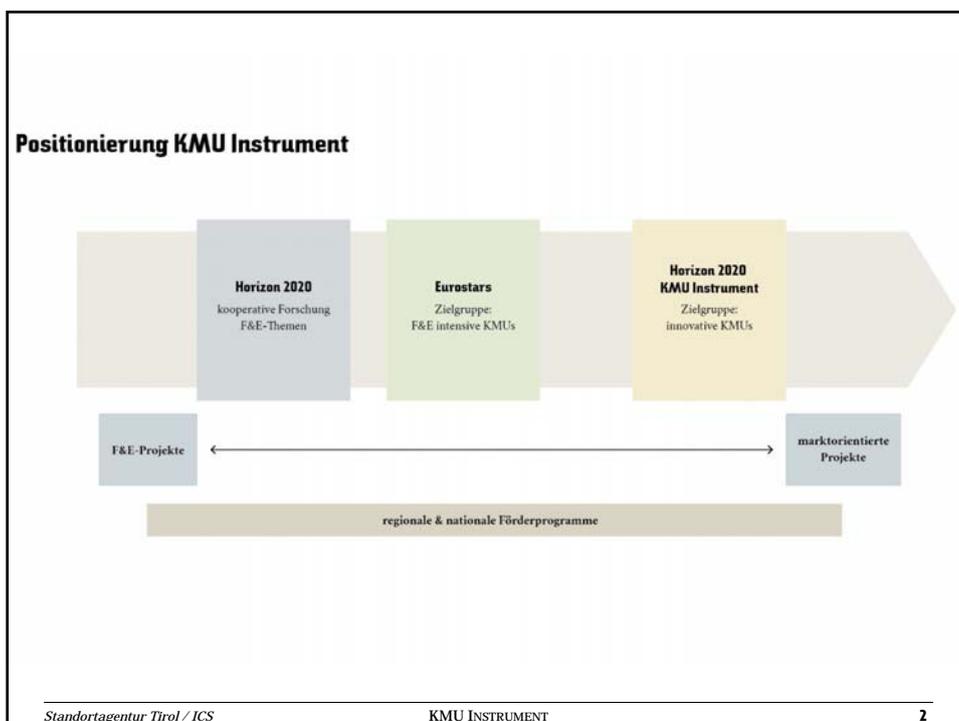
The SME Instrument
Your highway to innovation



Wir stehen Unternehmen zur Seite
Standortagentur Tirol / ICS

WATTENS, 24.5.2016

1



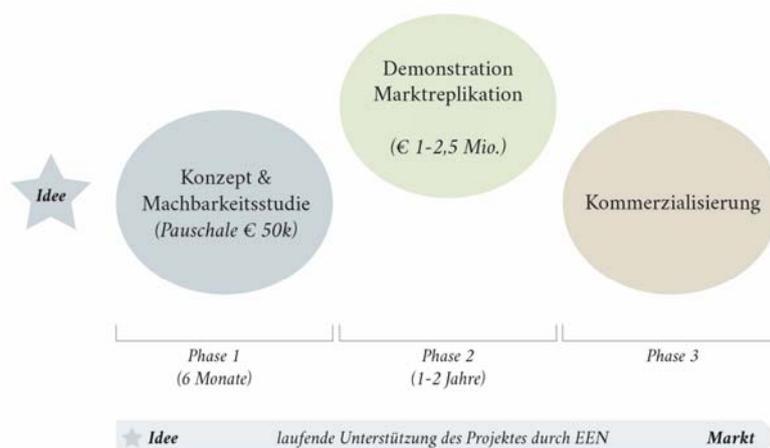
KMU Instrument



...soll KMUs unterstützen ihre INNOVATIONsprojekte umzusetzen und diese erfolgreich in den Markt einzuführen!

- Nur gewinnorientierte KMUs können einreichen (auch einzeln)
- Zielgruppe: innovative „high-growth SMEs“
- Wettbewerb der besten (innovativsten) europäischen KMUs (Erfolgsrate Gesamt 7,6% / AT 11,0%)
- „...the aim of transforming **disruptive ideas** into concrete, innovative solutions with a European and global impact“

KMU Instrument



Phase I



- Input: Beschreibung des Konzepts
- Aktivitäten: Machbarkeitsstudie, Marktstudien, Risikobewertung, IPR, Partnersuche, ...
- Förderung: Pauschale von 50.000€ (=70% der Gesamtsumme)
- Time-to-contract: 3 Monate
- Dauer: max. 6 Monate
- Projekt muß im Einklang mit Firmenstrategie sein!
- Erfolgsrate Gesamt 8,2% / AT 12,3%
- Output: Machbarkeitsstudie (wirtschaftlich & technisch) sowie ausgearbeiteter Business Innovation Plan II

Phase II



- Input: Business Innovation Plan II
- Aktivitäten: Entwicklung, Prototypenbau, Tests, Marktreplikation, up-, downscaling, Ziel ist marktfähiges Produkt
- Förderung: 1-2,5 Mio.€
- Förderrate: 70% DK, 25% IK
- Time-to-contract: 6 Monate
- Dauer: ca. 1-2 Jahre
- Erfolgsrate Gesamt 6,2% / AT 8,5%
- Output: marktreife Entwicklung sowie Kommerzialisierungsstrategie

Business Model Canvas

Zuständig für: _____ am _____

Entwickelt von: _____ Version: _____



Wir danken Unternehmen zur Seite

<p>Schlüsselpartner Wer sind unsere Schlüsselpartner? Wie sind unsere Schlüsselbeziehungen? Welche Schlüsselressourcen beziehen wir von Partnern? Welche Schlüsselaktivitäten über Partner auf?</p> 	<p>Schlüsselaktivitäten Welche Schlüsselaktivitäten erklären unsere Wertangebote? Unsere Dienstleistungsleistungen? Kundenbeziehungen? Einkommensquellen?</p> 	<p>Nutzendarstellung Welchen Wert vermittelt wir dem Kunden? Welches Kundenerlebnis helfen wir zu lösen? Welche Produkte und Dienstleistungsangebote bieten wir jedem Kundensegment an? Welche Kundenerwartungen erfüllen wir?</p> 	<p>Kundenbeziehungen Welche Art von Beziehung erwartet jedes unserer Kundensegmente von uns? Welche haben wir ausgewählt? Wie sind sie in unser übriges Geschäftsmodell integriert? Wie kostenintensiv sind sie?</p> 	<p>Kundensegmente Für wen stellen wir Produkte? Wer sind unsere wichtigsten Kunden?</p> 
<p>Kostenstruktur Welche sind die wichtigsten mit unserem Geschäftsmodell verbundenen Kosten? Welche Schlüsselaktivitäten sind am teuersten? Welche Schlüsselressourcen sind am teuersten?</p>	<p>Schlüsselressourcen Welche Schlüsselressourcen erklären unsere Wertangebote? Unsere Dienstleistungsleistungen? Kundenbeziehungen? Einkommensquellen?</p> 	<p>Distributionskanäle Über welche Kanäle wollen unsere Kundensegmente erreicht werden? Wie erreichen wir sie jetzt? Wie sind unsere Kanäle integriert? Welche Funktionen müssen am besten? Welche sind am kostenintensivsten? Wie integrieren wir sie in die Kundenbilder?</p> 	<p>Einnahmequellen Für welchen Nutzen sind unsere Kunden wirklich zu zahlen bereit? Wie bezahlen sie jetzt? Wie bezahlen sie jetzt? Wie werden sie gerne bezahlen? Wie viel trägt jede Einkommensquelle zum Gesamtumsatz bei?</p> 	

Quelle: www.businessmodelgeneration.com, Übersetzt und geändert von Standortagentur Tirol
 © The work is licensed under the Creative Commons Attribution-ShareAlike 3.0 Unported License
 by Steve A. Blank & Bob Dyer, authors of the book, "The Business Model Generation: A Handbook for Designing New Business Models", 2011
 and a leader in Clayton Christensen, MIT Sloan School of Management, 2011, Harvard Business School Press, Boston, MA, USA

Standortagentur Tirol / ICS
KMU INSTRUMENT
7

Phase III



Wir danken Unternehmen zur Seite

- „Quality Label“ – weil KMU Instrument Projekt
- Unterstützung durch Netzwerke (z.B.: EEN) bei
 - Zugang zu Finanzmitteln (zB EU risk finance)
 - Networking, Verwertung & Verbreitung
- SME Instrument Business Club - Plattform für erfolgreiche Firmen
 - Kontakt zu Investoren / Kunden erleichtern
 - Exklusiver Zugang zu Pitching Events, Network Events, etc.
- Keine direkte finanzielle Förderung

Standortagentur Tirol / ICS
KMU INSTRUMENT
8

Coaching



EEN needs & gaps analysis:

- Soll Lücken im Innovationsmanagement aufzeigen
- Basis für Coaches bzw. Coaching

Coach soll

...die Innovationskapazität des KMUs verbessern

...das Projekt und die Unternehmensstrategie in Einklang bringen

...das KMU auf nachhaltigen wirtschaftlichen Erfolg vorbereiten.

3 Tage in Phase 1 – 12 Tage in Phase 2

Coaching



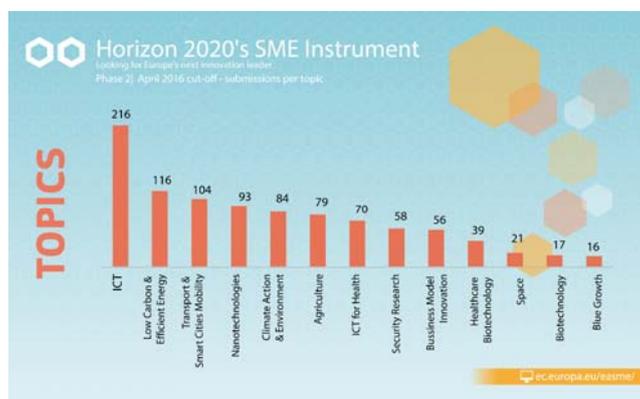
Ziel: Erhöhung der Innovationskapazität, Verbesserung des Managements („align the project to the SMEs strategic business needs“)

- Unterstützung während des gesamten Innovationsprojektes
- „Gap analysis“ – Coach adressiert diese Schwächen
- Europäischer Coaching Pool
- Kooperation mit Enterprise Europe Network

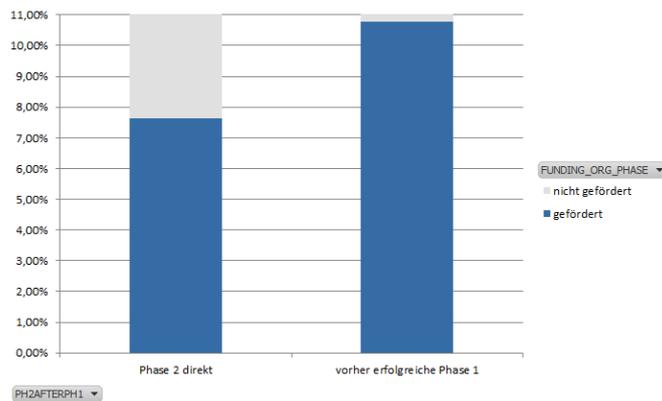
Phase 1 – 25% ICT



Phase 2 – 22% ICT

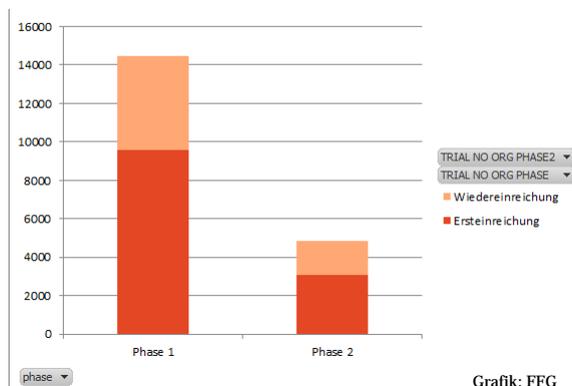


Hilft eine absolvierte Phase 1?



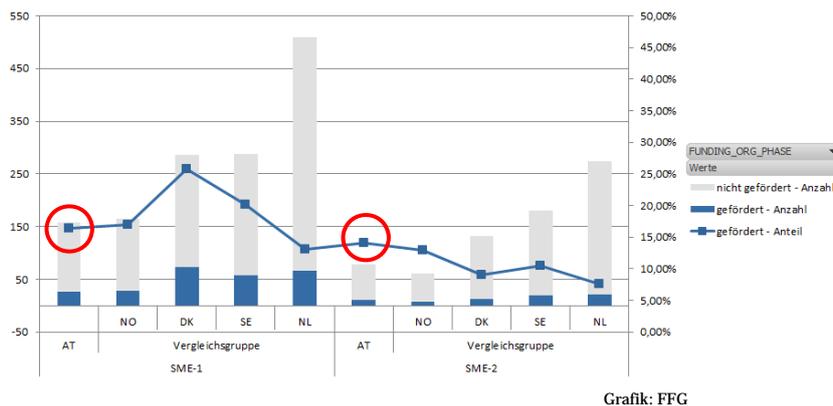
Grafik: FFG

Wieder-Einreichungen



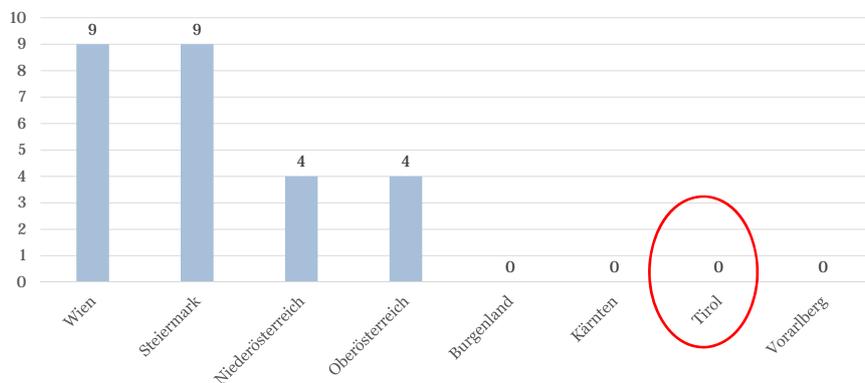
Grafik: FFG

AT im Vergleich



Grafik: FFG

Bewilligte Beteiligungen nach Bundesland



Lessons learnt



Erfolgreiche Proposals...

- Zu sehr aufs Projekt und nicht auf die Marktchancen fokussiert
- Keine überzeugende Firmenbeschreibung gg. Mitbewerbern
- Keine Information über konkurrierende Lösungen
- Innovationsgehalt zu niedrig (lediglich inkrementelle Innovation)
- TRL zu niedrig (noch kein Prototyp vorhanden, nur Idee)

Lessons learnt



- Ist das KMU Instrument das richtige Instrument für Ihr Projekt?
- Impact: Ihr Projekt sorgt für „growth & jobs“
- Thema/Projekt muss zu Ihrer Firmenstrategie passen!
- Sie müssen die EvaluatorenInnen von Ihrer Projektidee überzeugen
- Richtiges Topic!
- Excellence: radikale Innovation, die besser als Konkurrenz ist

Deadlines 2016



Standortagentur Tirol

MMag. Klaus Kleewein
Enterprise Europe Network

Ing.-Etzel-Straße 17
6020 Innsbruck · Österreich
+43.512.576262-262 *t*
+43.512.576262-210 *f*
klaus.kleewein@standort-tirol.at *e*
www.standort-tirol.at *w*

Danke!