

August 2021

Begleitende Evaluation des Innovationsprogramms für Geschäftsmodelle und Pionierlösungen (IGP)



Zwischenbericht



August 2021

Begleitende Evaluation des Innovationsprogramms für Geschäftsmodelle und Pionierlösungen (IGP)

Zwischenbericht

Dr. Florian Berger, Thorben Strähle, Lisa Pschorn, Felix Boxler

Inhaltsverzeichnis

Zusammenfassung.....	ii
1 Einleitung.....	1
1.1 Das Innovationsprogramm für Geschäftsmodelle und Pionierlösungen (IGP).....	1
1.2 Begleitende Evaluation des IGP – Aktueller Stand und methodisches Vorgehen.....	2
2 Positionierung des IGP in der Förderlandschaft	3
3 Mobilisierung und Teilnahmemotive der Zielgruppe sowie Charakterisierung des Fördergeschehens.....	5
3.1 Beteiligungsverhalten und -motive der Zielgruppe	5
3.1.1 Mobilisierung und Charakteristika der Antragstellenden	5
3.1.2 Motivation zur Teilnahme	8
3.2 Charakterisierung des Fördergeschehens im IGP	8
4 Programmstruktur und -umsetzung des IGP.....	10
4.1 Förderdesign des IGP	10
4.1.1 Projektformen	10
4.1.2 Thematische Ausrichtung der Ausschreibungsrunden.....	11
4.1.3 Förderung im IGP	13
4.2 Förderprozesse im IGP.....	13
4.2.1 Zweistufiges Antragsverfahren	13
4.2.2 Die Pitches	15
4.2.3 Die Jury.....	16
4.2.4 Weitere Aspekte des Förderprozesses.....	18
5 Ergebnisse der Förderung und antizipierte Wirkungen.....	20
5.1 Projektfortschritt und -ergebnisse	20
5.2 Wirkung der Förderung auf die Geförderten	21
5.3 Wirkung der Förderung über die Projekte hinaus	23
6 Fazit und Ausblick	24

Zusammenfassung

Mit dem Innovationsprogramm für Geschäftsmodelle und Pionierlösungen (IGP) hat das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) im Jahr 2019 eine Pilotmaßnahme zur Unterstützung von marktnahen nichttechnischen Innovationen eingeführt. Programmziel ist es, über die Förderung von Geschäftsmodellen und Pionierlösungen die Innovationskraft vor allem von kleinen und mittleren Unternehmen (KMU), inkl. Start-ups und Selbständigen zu stärken. Um auf Bedarfe an unterschiedlichen Stellen im Innovationszyklus einzugehen, untergliedert sich das IGP in die Projektformen A (Machbarkeitsstudien), B (Markttests und Pilotierung) und C (Innovationsnetzwerke). Das IGP ist eine branchenoffene Förderung, die Vorhaben in bisher drei thematischen Ausschreibungsrunden (digitale und datengetriebene Innovationen, kultur- und kreativwirtschaftliche Innovationen, Innovationen für Informations- und Bildungszugang mit hohem sozialem Impact) unterstützt hat.

Das BMWi hat im Frühjahr 2021 eine begleitende Evaluation zum IGP beauftragt, welche den hier vorliegenden **Zwischenbericht** erarbeitet hat. Dieser stützt sich auf verschiedene empirische Daten (unter anderem Befragungen von Fördernehmern und Fördernehmerinnen und weiteren Stakeholdern). Die gesammelten Daten beziehen sich hauptsächlich auf die ersten beiden Ausschreibungsrunden, da die dritte Runde zum Zeitpunkt des Berichtes noch nicht abgeschlossen war. Inhaltlich widmet sich der Bericht vor allem dem Förderdesign und der Programmumsetzung des IGP.

Die **zentralen Erkenntnisse** stellen sich wie folgt dar:

Mit der expliziten Förderung von nichttechnischen Innovationen ergänzt das BMWi sinnvoll das eigene Förderportfolio, welches stark auf die Förderung von technischen Innovationen fokussiert ist (wie z. B. im ZIM). Außerdem **schafft es das IGP, eine Leerstelle auch in der deutschen Förderlandschaft insgesamt zu schließen**: nur vereinzelt gibt es auf Bundes- und Landesebene vergleichbare Programme, die gleichwohl anders fokussieren. In anderen europäischen Ländern (z.B. Österreich und Frankreich) ist eine Förderung von nichttechnischen Innovationen bereits stärker beobachtbar.

Mit insgesamt 1781 Einreichungen von Kurzanträgen zur Förderung („Skizzen“) erreichte das IGP **eine hohe Mobilisierung der Zielgruppe, vor allem bei jungen Kleinst- und Kleinunternehmen** (77% der Skizzen stammen von Unternehmen mit weniger als 10 Mitarbeitern). Mehrheitlich entfallen die Skizzen auf die Projektformen A und B (97%), wohingegen Projektform C (3%) deutlich abfällt. Die Zahl der Skizzeneinreichungen unterscheidet sich nach thematischen Ausschreibungsrunden deutlich, Runde 1 und 3 verzeichneten die meisten Skizzen. Die trotz einer Mittelaufstockung eher niedrige Bewilligungsquote unterstreicht die **erfolgreiche Mobilisierung** und den **großen Bedarf** der Zielgruppe an einer Förderung von nichttechnischen Innovationen. Die mobilisierten Branchen sind sehr heterogen, wobei ein gewisser Schwerpunkt auf der IKT-Branche und anderen **modernen Dienstleistungsbranchen** erkennbar ist. Viele der geförderten Projekte haben einen **hohen Digitalisierungsbezug**.

Aufgrund des neuen Fördergegenstandes der nichttechnischen Innovationen und der teils förderunerfahrenen Zielgruppe waren in der Genese und Startphase des IGP **umfangreiche konzeptuelle und fördertechnische Arbeiten** notwendig. Neben einem neu gestalteten Antragsprozess wurden unter anderem Beratungsangebote und Webinare für die beratungsintensive Zielgruppe angeboten. Die Befunde zeigen, dass sowohl die Geförderten (insbesondere auch solche ohne Vorerfahrung mit öffentlicher Förderung) als auch die Administration die neuen Prozesse als adäquat und zufriedenstellend einschätzen.

Insbesondere wurde ein vergleichsweise einfacher Zugang zum IGP ermöglicht. Im gezielt als „**lernendes Programm**“ angelegten IGP wurden diese Prozesse über die Ausschreibungsrunden hinweg kontinuierlich weiterentwickelt und verbessert.

Wichtige neue Elemente des IGP sind auch die heterogen zusammengesetzte **Jury** und die **Pitches**, die im IGP zur Bewertung und Auswahl der Vorhaben genutzt werden. Unter anderem auf Basis von Rückmeldungen der Jury zeigt sich, dass die Pitches als ein wertvolles Instrument angesehen werden können, um die Vorhaben und Projektteams kennenlernen und bewerten zu können. Die Geförderten sind insgesamt mit der Jury und den Pitches zufrieden, wünschen sich allerdings etwas mehr Transparenz zum Entscheidungsprozess.

Die Wirkungen der Projekte können zum aktuellen Zeitpunkt aufgrund ihrer kurzen Laufzeit nur eingeschränkt analysiert werden. Es zeichnet sich allerdings ab, dass **relevante Innovationshemmnisse bei jungen Unternehmen sowie KMU adressiert werden** (z. B. Finanzierungsprobleme sowie prohibitive Risiken von Innovationsprojekten). Zudem erwartet die große Mehrheit der Projekte die geplanten Ergebnisse auch erzielen zu können. Dementsprechend gewinnen die Geförderten zielgerichtete Erkenntnisse über die weitere Durchführbarkeit ihrer Vorhaben und erzielen **Know-How-Gewinne** sowie **Innovationsimpulse**. Es ist wahrscheinlich, dass das IGP einen **Beitrag zum Erhalt und zur Schaffung von Arbeitsplätzen leistet und Umsatzpotenziale hebt**. Viele Vorhaben erwarten außerdem positive **Spill-Over-Effekte** im Sinne eines wirtschaftlichen oder gesellschaftlichen Nutzens über das geförderte Vorhaben hinaus.

1 Einleitung

1.1 Das Innovationsprogramm für Geschäftsmodelle und Pionierlösungen (IGP)

Das IGP ist ein **Pilotprogramm des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie (BMWi) zur Förderung von marktnahen, sogenannten nichttechnischen Innovationen**. Darunter fasst das BMWi neuartige Produkt-, Dienstleistungs-, Prozess-, Organisations- und Marketingkonzepte wie auch Geschäftsmodelle¹. Das IGP ist untergliedert in unterschiedliche Projektformen: Machbarkeitsstudien (**Projektform A**), Markttests und Pilotierung am Markt (**Projektform B**) und Innovationsnetzwerke (**Projektform C**). Das IGP ist **eine branchenoffene Förderung**, die in **drei thematischen Ausschreibungsrunden** umgesetzt wurde. Die erste Runde adressierte digitale und datengetriebene Innovationen. In der zweiten Ausschreibungsrunde standen kultur- und kreativwirtschaftliche Innovationen im Vordergrund, die dritte Runde fördert Vorhaben im Bereich Bildung und Informationszugang mit hohem sozialem Impact. Die A- und B-Projekte können sich in **Einzel- oder Kooperationsprojekten** bewerben. Vorhaben der Projektform C arbeiten in Netzwerken aus mindestens fünf unabhängigen Unternehmen zusammen.

Das IGP adressiert **kleine und mittlere Unternehmen (KMU), Start-ups, Selbständige inkl. Freiberufler und Freiberuflerinnen, gemeinnützige Unternehmen und Wissenschaftspartner**, sowie noch **in Gründung befindliche Unternehmen**. Insgesamt umfasst die Zielgruppe somit eine heterogene Gruppe von Organisationen, ist jedoch durchaus auf **sehr kleine und junge Unternehmen zumeist ohne vorherige Fördererfahrung** zu marktnahen Innovationen ausgerichtet (z.B. bei Projekten in Ausschreibungsrunde 3 mit Fokus auf sozialem Impact).

Programmziel des IGP ist die Stärkung der Innovationskraft in der Zielgruppe. Außerdem soll das Programm explizit zu folgenden Punkten beitragen: (1) neue Ideen mit positiver Wirkung für Wirtschaft und Gesellschaft anschieben, (2) die Struktur und Arbeitsweise der deutschen Wirtschaft modernisieren, (3) First-Mover-Aktivitäten ermöglichen, (4) marktnahe Innovationsaktivitäten anbahnen, (5) das kreative Umfeld für neue Geschäftsmodelle und Pionierlösungen durch die Schaffung neuer Kooperationen und Netzwerke verbessern. Darüber hinaus wird mit dem IGP auch das Ziel verfolgt, auf Seiten des BMWi neues administratives Wissen über die Förderung von nichttechnischen Innovationen aufzubauen.

Das IGP startete mit Veröffentlichung der ersten Ausschreibungsrunde Ende 2019. Es war zunächst ein Budget von rund 25 Mio. € vorgesehen, dieses wurde im Zuge der Maßnahmen zur Bewältigung der Corona-Krise auf rund **35 Mio. €** aufgestockt. Das IGP ist aktuell als zeitlich befristetes Pilotprogramm konzipiert. Damit möchte **das BMWi auch Erfahrungen in der Ansprache neuer Zielgruppen, der Umsetzung neuer Bewertungs- und Auswahlprozesse** (z.B. Pitches zur Auswahl der Geförderten) und in der **Unterstützung neuer Fördergegenstände** (nichttechnische Innovationen) sammeln. Um diese systematisch zu erheben und besser nutzbar zu machen, wurde im Frühjahr 2021 eine begleitende Evaluation ausgeschrieben und Technopolis mit den Arbeiten hierzu beauftragt.

¹ Siehe auch Definition in der Förderrichtlinie: „Der primäre Wertschöpfungsbeitrag entsteht dabei wesentlich aus Veränderungen, die auf bisher nicht bekannte Anwendungskontexte, Nutzungsmöglichkeiten, organisationale Strukturen oder Ertrags- und Wertschöpfungsmechaniken abzielen. Dabei können durchaus auch neue Technologien eingesetzt werden“ ([Förderrichtlinie Innovationsprogramm für Geschäftsmodelle und Pionierlösungen](#) (IGP), 2019).

1.2 Begleitende Evaluation des IGP – Aktueller Stand und methodisches Vorgehen

Die begleitende Evaluation gliedert sich in zwei Phasen. In einer **ersten Phase (April bis Juli 2021) steht vor allem das Förderdesign und die Programmumsetzung** im Vordergrund. Die zweite Phase (Juli 2021 bis Februar 2022) fokussiert sich auf die Arbeit der Vorhaben und zu erwartenden Wirkungen des Programms. Der hier vorliegende **Zwischenbericht** stellt die **Ergebnisse der ersten Phase** der Evaluation dar. Die Datengrundlage dieses Berichts wurde mit den folgenden Erhebungsinstrumenten geschaffen:

- **Dokumenten-, Antrags- und Förderdatenanalyse:** Es erfolgte eine Sichtung und Analyse von Dokumenten und Studien mit Relevanz für das IGP. Außerdem wurden die der Administration vorliegenden Daten zu Anzahl der Antragsstellenden und Charakteristika der Geförderten ausgewertet. In diesem Schritt wurden auch die Feedbackbögen der Jury ausgewertet, in denen unter anderem die Meinung der Jury zu den Pitches abgefragt wurde. Diese auf das IGP bezogenen Unterlagen und Daten wurden durch ein Mapping von Vergleichsprogrammen ergänzt.
- **Online-Befragung:** Mit einer Vollerhebung unter allen Geförderten der Ausschreibungsrunden 1 und 2 wurden die Wahrnehmung des Förderdesigns, die Zufriedenheit mit der Programmumsetzung und die antizipierten Wirkungen der Vorhaben erhoben. Die Online-Befragung ermöglicht einen breiten Überblick über die Meinungen und Einschätzungen der Mehrheit der Geförderten zu ausgewählten Themen und Fragen. Die Online-Befragung adressiert die bewilligten Vorhaben (144) aus Ausschreibungsrunde 1 und 2 (die Auswahl der dritten Kohorte war zum Zeitpunkt der Berichtslegung noch nicht abgeschlossen). Dafür konnte mit 106 Beantwortungen (Rücklaufquote von 67%) eine aussagekräftige empirische Datenbasis geschaffen werden.
- **Interviewprogramm:** Eine weitere zentrale Stütze ist die qualitative Erhebung der Sichtweise von unterschiedlichen beteiligten Akteuren. Für diesen Zwischenbericht wurden insgesamt 18 Interviews mit Programmverantwortlichen, Geförderten, Mitgliedern der Jury und weiteren relevanten Schlüsselakteuren geführt. Die Interviews dienten dem Evaluationsteam zum tieferen Verständnis von Hintergründen und Zusammenhängen (z.B. zur Motivation oder Meinung zu den Pitches), die Erkenntnisse aus der Online-Befragung ergänzen.
- **Pitches und Juryfeedback-Fokusgruppe:** Um einen besseren Eindruck des neu eingeführten Elements der Pitches zu gewinnen, nahm das Evaluationsteam an mehreren Pitches der dritten Ausschreibungsrunde (im Mai) teil. Außerdem beteiligte es sich an einer Fokusgruppe zwischen BMWi, Projektträger und Mitgliedern der Jury. Das Ziel der Fokusgruppe war es die Eindrücke und Meinungen der Jury zu vorab definierten Fragen einzuholen und Verbesserungsvorschläge aufzunehmen. Die Teilnahme an den Pitches und der Juryfeedback-Fokusgruppe gab dem Evaluationsteam Einblicke in den Ablauf dieses zentralen IGP-Elements.
- **Workshop:** Das Evaluationsteam organisierte außerdem einen Workshop zum Vollzugsaufwand des IGP unter Beteiligung des BMWi und des Projektträgers. Dieser Workshop thematisierte den Aufwand für die Gestaltung und Umsetzung des Programms seitens des Projektträgers, identifizierte Aufwands- und Kostentreiber und sammelte Möglichkeiten zur Optimierung des Vollzugsaufwands. Im Workshop konnte das Evaluationsteam wichtige Erkenntnisse zur Konzeption und den internen Prozessen hinter dem Förderprogramm gewinnen.

Der Einsatz von verschiedenen **komplementären Erhebungsmethoden** ermöglichte, ein umfassendes Bild des Programms zu erhalten. Das gewählte Methodenset erlaubt unter

anderem eine Triangulation von Befunden (Kontrastierung eines Befundes aus Methode A mit den Erkenntnissen aus Methode B). Insgesamt ermöglicht es das Forschungsdesign, valide Erkenntnisse zum Programm und dessen Wahrnehmung in der Zielgruppe zu erheben. Es ist allerdings an dieser Stelle darauf hinzuweisen, dass im Rahmen der Online-Befragung und des Interviewprogramms nur Geförderte und keine Nicht-Geförderten angesprochen wurden. Der Grund hierfür war, dass Geförderte einen besseren Überblick über den Aufbau und vor allem die Umsetzung des Programms besitzen, die für diesen Zwischenbericht von Wichtigkeit sind. Die Sicht der Nicht-Geförderten wird im weiteren Verlauf der Evaluation in Form einer Online-Befragung in die begleitende Evaluation des IGP eingehen. In der nächsten Befragungswelle sollen zudem unter anderem auch die Projekte der dritten Ausschreibungsrunde einbezogen werden.

Auf der Grundlage dieser Daten wird der vorliegende Zwischenbericht im Folgenden die Positionierung des IGP in der Förderlandschaft, die Relevanz des Programms in der Zielgruppe, die Mobilisierung und Teilnahmemotive der Zielgruppe, die Programmstruktur und -umsetzung und die Ergebnisse der Förderung und antizipierte Wirkungen beschreiben. Im weiteren Verlauf des Projekts sollen daraus letztlich vertiefte Handlungsempfehlungen für die Zukunft des IGP abgeleitet werden.

2 Positionierung des IGP in der Förderlandschaft

Die Genese des IGP steht im Zusammenhang mit verschiedenen **Analysen zum deutschen Innovationsystem**. Diese zeigen etwa, dass deutsche Unternehmen weltweit zu den führenden Innovatoren bei Industrie- und Konsumgütern zählen. Allerdings kommen Unternehmen, die ihren Erfolg auf nichttechnischen Innovationen wie neuen (digitalen) Geschäftsmodellen aufbauen, nur selten aus Deutschland². Eine hierzu Ende 2015 beauftragte Studie³ arbeitete dabei unter anderem heraus, dass im Zusammenhang mit nichttechnischen Innovationen **Markt- und Systemversagenstatbestände festzustellen** sind, die eine öffentliche Förderung rechtfertigen. In der Folge wurde das IGP konzipiert und im Jahr 2019 erfolgreich gestartet.

Außerhalb Deutschlands gibt es bereits länger Programme zur Förderung von nichttechnischen Innovationen. In **Österreich** werden im **AWS Creative Impact⁴ Programm⁵** seit 2008 nichttechnische Innovationen in frühen Entwicklungsphasen mit inhaltlichen und wirtschaftlichen Machbarkeitsstudien gefördert. Das Programm hatte für die Ausgestaltung des IGP eine Vorbildfunktion und ist in Struktur und Funktionsweise vergleichbar. Auch in **Frankreich** ist die **öffentliche Förderbank BPI** mit der Förderung von nichttechnischen Innovationen befasst. In einem 2015 aufgelegten Programm werden ähnliche Ausprägungen nichttechnischer Innovationen wie im IGP gefördert⁶. Außerdem bietet BPI, in Partnerschaft mit dem französischen Patent- und Markenamt (INPI) das Programm Bourse France Tech an, welches Zuschüsse für die Anlauf- und Erprobungskosten von

² EFI – Expertenkommission Forschung und Innovation (2021). Gutachten zu Forschung, Innovation und technologischer Leistungsfähigkeit Deutschlands 2021. Berlin, S. 33

³ Ökonomische und verwaltungstechnische Grundlagen einer möglichen öffentlichen Förderung von nichttechnischen Innovationen, Technopolis (2016)

⁴ Im Verlauf hat sich der Name des Programms geändert. Es ist auch als „Evolve“ Programm oder „impulse XS“ und „impulse XL“ bekannt.

⁵ Weiterführende Informationen über AWS Creative Impact sind unter diesem [LINK](#) verfügbar.

⁶ Weiterführende Informationen über die BPI France sind unter diesem [LINK](#) verfügbar.

Geschäftsmodellen anbietet⁷. Außerhalb von Europa gibt es unter anderem das **Ideation (Tnufa) Incentive Programme**⁸, in dem jungen israelischen Unternehmen in der Frühphase Unterstützung bei der Erstellung von Machbarkeitsstudien und Markttests angeboten wird.

Im **Förderportfolio des BMWi** wird das Programm im Rahmen des BMWi-Konzeptes „Von der Idee zum Markterfolg“ innerhalb des Bereichs der Förderung von marktnahen Innovationen positioniert. Es steht damit vor allem neben dem **Zentralen Innovationsprogramm Mittelstand (ZIM)**. Von diesem grenzt sich das IGP vor allem durch den Schwerpunkt auf nichttechnische Innovationen ab, da im **ZIM** technisch innovative Forschungs- und Entwicklungsprojekte gefördert werden. Auch in anderen Programmen – sei es in der Gründungsphase über den High-Tech-Gründerfonds oder im vorwettbewerblichen Bereich über die Industrielle Gemeinschaftsforschung (IGF) - stehen technische Innovationen bzw. Forschung und Entwicklung im Vordergrund. Zwar können durch das BMWi **EXIST-Gründerstipendium**, durchaus nichttechnische Innovationen (beispielsweise Geschäftsmodellinnovationen) gefördert werden, EXIST richtet sich jedoch an Ausgründungen aus Hochschulen und Forschungseinrichtungen und unterscheidet sich in der Zielgruppe daher deutlich vom IGP. Es kann allgemein festgehalten werden, dass das IGP eine **sinnvolle Ergänzung des bestehenden BMWi-Förderangebots** ist.

Das IGP adressiert auch bei **Einbeziehung weiterer Aktivitäten anderer Bundesministerien** eine Förderlücke, wie sowohl die Dokumentenanalyse als auch Gespräche mit Experten und Expertinnen bestätigen. Es gibt dabei einige Programme, die Ähnlichkeiten in der Zielsetzung, der Phase im Innovationszyklus oder der Zielgruppe, allerdings auch deutliche Unterschiede aufweisen. Hierzu gehört z.B. das BMBF-Programm **KMU-innovativ**, welches sich an eine relativ ähnliche Zielgruppe wie das IGP richtet. Allerdings wird im Rahmen von KMU-innovativ klassische Forschungsförderung in definierten Technologiefeldern vorangetrieben. Darüber hinaus finden sich Programme, die vergleichbare Innovationsarten und Zielgruppen wie das IGP adressieren. So ist beispielsweise das BMBF-Programm **Gesellschaft der Ideen**, wie das IGP, niedrigschwellig angelegt, um eine förderferne Zielgruppe anzusprechen. In der Förderung geht es aber um Soziale Innovationen⁹ mit einem geringeren Professionalisierungsgrad. Beim IGP ist dagegen eine sehr viel höhere Marktnähe zu sehen.

Auch auf **Ebene der Bundesländer** gibt es nur vereinzelt Programme zu nichttechnischen Innovationen. Diese sind jedoch häufig auf bestimmte Themen und Branchen limitiert. Eine themenoffene Förderung für die Entwicklung von marktnahen nichttechnischen Innovationen, in Form von Zuschüssen, besteht allenfalls im Gründungsbereich. So werden beispielsweise in Baden-Württemberg innovative Vorhaben durch das **„Start-Up BW Pre-Seed“-Programm** im Rahmen einer Pre-Seed Finanzierung von Gründungen unterstützt. Ähnlich funktioniert der Berliner **„GründungsBONUS“** bei dem innovative Existenzgründungen und Start-ups bezuschusst werden. Auch Nordrhein-Westfalen fördert mit dem **„Gründerstipendium.NRW“** Gründer und Gründerinnen in den frühen Phasen ihrer Vorhaben, insbesondere bei der Erstellung eines Businessplans, der Entwicklung marktfähiger Produkte und innovativer Dienstleistungen oder bei ihrer beginnenden Markterschließung. Ein Beispiel für ein Landesförderprogramm, welches ähnlich zum IGP auch innovative Projekte ohne Gründungsbezug unterstützt ist das **„Invest BW –**

⁷ Weiterführende Informationen über das Programm Bourse France Tech sind unter diesem [LINK](#) verfügbar.

⁸ Weiterführende Informationen über das Tnufa-Programm sind unter diesem [LINK](#) verfügbar.

⁹ In Abgrenzung zu anderen Formen von nichttechnischen Innovationen fokussieren soziale Innovationen bei GdI primär auf Wirkungen auf das Gemeinwohl und sind weniger marktorientiert ausgerichtet.

Innovationsvorhaben“. Das themenoffene Programm fördert technologische FuE-Aktivitäten und explizit auch nichttechnische Innovationsprojekte. Diese stehen jedoch nicht spezifisch im Fokus der Förderung. Die Einschätzung des Bedarfes einer Förderung von nichttechnischen Innovationen und der Komplementarität innerhalb der deutschen Förderlandschaft auf Landesebene teilen zumindest implizit auch die Länder. In einem Beschluss der Wirtschaftsministerkonferenz vom Juni 2021 bitten diese das BMWi, „das IGP nach positiver Evaluation bundesweit auszurollen“.

Insgesamt kann festgehalten werden, dass sich das IGP sowohl auf Bundes- als auch auf Landesebene **gut in die deutsche Förderlandschaft einfügt**, indem es eine **Förderlücke zu nichttechnischen Innovationen** besetzt. Dieser Befund deckt sich mit der Perspektive der Zielgruppe, die den Bedarf für ein Förderprogramm wie dem IGP als sehr groß ansieht. Über alle Projektformen, thematische Ausschreibungsrunden und Organisationshintergründe hinweg, bewerteten 92% der Geförderten den Bedarf als „sehr hoch“ und weitere 6% als „hoch“. In den Interviews mit den Geförderten wurde der hohe Bedarf einhellig unterstrichen und dabei hervorgehoben, dass es bislang keine passende Förderung für ihre geplanten Geschäftsmodelle gab. Darüber hinaus wurde betont, dass durch die thematischen Ausschreibungsrunden Vorhaben angesprochen werden, zu denen bisher keine passende öffentliche Unterstützung bestand, vor allem für wirtschaftlich ausgerichtete, marktnahe Projekte und Geschäftsmodellinnovationen in der Zielgruppe der Kultur- und Kreativwirtschaft (Runde 2) und bei Vorhaben mit sozialem Impact (Runde 3)¹⁰.

3 Mobilisierung und Teilnahmemotive der Zielgruppe sowie Charakterisierung des Fördergeschehens

3.1 Beteiligungsverhalten und -motive der Zielgruppe

3.1.1 Mobilisierung und Charakteristika der Antragstellenden

Der hohe Bedarf an einem Programm wie dem IGP spiegelt sich in der hohen Anzahl von Antragsskizzen für das IGP. Insgesamt gingen 1.781 formal gültige Skizzen ein (siehe Tabelle 1). Zum Vergleich: Diese Zahl liegt in einem ähnlichen Bereich wie die Anzahl der eingereichten Skizzen beim österreichischen Vergleichsprogramm Creative Impact¹¹. Zwar ist Österreich eine deutlich kleinere Volkswirtschaft, wodurch per se weniger Antragsteller im Programm zu erwarten wären. Jedoch hat sich das Programm in den letzten Jahren fest etabliert und ist der Zielgruppe - anders als in Deutschland - bekannt. Insofern können die Antragszahlen für ein Pilotprogramm wie das IGP - auch nach Aussagen des Projektträgers, bei einem Vergleich mit anderen Förderaufrufen in Deutschland - durchaus als hoch eingeordnet werden.

¹⁰ Es sollte nicht unerwähnt bleiben, dass sich die bisherigen empirischen Erhebungen vorwiegend auf die geförderte Zielgruppe stützt, die tendenziell von der Notwendigkeit des Programms überzeugt sind. Allerdings wurde auch in den geführten Expertengesprächen (z.B. mit der Jury und Förderberatung des Bundes) auf den Bedarf für die Förderung von nichttechnischen Innovationen hingewiesen.

¹¹ Einschätzung aus einem Interview mit einer Verantwortlichen des Programms in Österreich.

Tabelle 1: Antragszahlen nach Ausschreibungsrunde (AR) und Projektform¹²

	AR 1: digitale & daten- getriebene Geschäftsmodelle		AR 2: Kultur- & Kreativ- wirtschaft		AR 3: Bildung & Informationszugang mit sozialem Impact		Insgesamt	
	Skizzen	Gefördert	Skizzen	Gefördert	Skizzen	Gefördert	Skizzen	Gefördert
Projektform A	261	28	171	48	238	33	670	109
Projektform B	482	57	210	52	368	57	1069	166
Projektform C	25	4	11	0	15	1	51	5
Insgesamt	768	89	392	100	621	91	1781	280

Quelle: Daten des Projektträgers

Die Anzahl der eingereichten Skizzen unterscheidet sich über die drei Ausschreibungsrunden erheblich. Die zweite Ausschreibungsrunde bleibt dabei deutlich hinter den Zahlen der Antragskizzen in der ersten und dritten Runde zurück (ca. Faktor 2 im Vergleich der ersten mit der zweiten Ausschreibungsrunde, siehe Tabelle 1). Die hohe Anzahl an Bewerbungen in der ersten Ausschreibungsrunde ist unter anderem auf die breiter gefasste thematische Ausschreibung zurückzuführen, die eine große Bandbreite an Vorhaben ansprach. Die Online-Befragung zeigt zudem, dass die relevante Vorerfahrungen¹³ bei den Geförderten der ersten Ausschreibungsrunde deutlich stärker ausgeprägt waren als in der zweiten. Das Evaluationsteam nimmt deshalb an, dass vor allem eine fehlende Vorerfahrung mit öffentlicher Förderung in der Kultur- und Kreativwirtschaft eine relevante Antragsbarriere ist und deswegen weniger Anträge eingingen. Dies kann auch mit grundsätzlichen, eher pauschalen Vorbehalten gegenüber bürokratischen Aufwänden öffentlicher Förderung in dieser Zielgruppe zusammenhängen.

Die Auswertung der Antragsdaten zeigt, dass sich vor allem Unternehmen mit weniger als 10 Mitarbeitenden (77%) für eine IGP-Förderung bewarben, im Vergleich zu Unternehmen mit weniger als 50 Mitarbeitenden (12,8%) und weniger als 250 Mitarbeitenden (3,8%)¹⁴. Diese Zahlen zeigen also, dass vor allem kleinere Unternehmen sich vom IGP angesprochen fühlen. Betrachtet man weiterhin das Gründungsdatum der Unternehmen, so zeigen die Antragsdaten, dass sich **vor allem junge Unternehmen mit einem maximalen Alter von 3 Jahren auf eine Förderung des IGP beworben haben (46,4%)**. Jedoch auch ältere Unternehmen mit einem Gründungsdatum vor 2010 zählten mit 28,6% zu einem bedeutenden Anteil der Bewerbungen. In den Interviews und den Antragskizzen wurde beschrieben, dass das IGP während des Unternehmensaufbaus besonders wichtig für die Fördernehmenden war, um ihre Idee und noch junges Geschäft zu konsolidieren. Mehr als drei Viertel der antragstellenden Unternehmen waren bereits formal gegründet. 22,6% befanden sich noch im Gründungsprozess.

¹² Mit „Gefördert“ werden hier die „zur Förderung aufgerufenen Vorhaben“ bezeichnet. In AR 2 und AR 3 haben noch nicht alle Vorhaben einen Vollertrag eingereicht. Die endgültigen Zahlen lagen zum Zeitpunkt der Berichtslegung noch nicht vor. Sie werden sich nur marginal von den hier aufgeführten Angaben unterscheiden. Es ist zu erwarten, dass insbesondere zu AR2 und AR3 jeweils nur wenige zur Förderung aufgerufene Vorhaben nicht in die Förderung gelangen.

¹³ Vorerfahrungen mit der Entwicklung von neuen Geschäftsmodellen, Produkten oder Dienstleistungen, Gründung von Unternehmen oder der Beantragung von öffentlicher Förderung.

¹⁴ Forschungseinrichtungen sind aus dieser Betrachtung ausgeschlossen.

Die Bewilligungsquote in der ersten und dritten Ausschreibungsrunde ist deutlich niedriger als in der zweiten Runde¹⁵. Dieser Unterschied ist einerseits darauf zurückzuführen, dass angesichts der im Vorhinein unbekanntem Nachfrage jeweils etwa gleich hohe Mittel für die Ausschreibungsrunden reserviert waren, was beim geringeren Antragszugang der zweiten Ausschreibungsrunde mehr Bewilligungen ermöglichte. Zudem hatten die Projekte in der zweiten Ausschreibungsrunde ein durchschnittlich kleineres Fördervolumen (im Schnitt 98.000 € in Runde 1, 82.000 € in Runde 2¹⁶), weshalb mehr Vorhaben gefördert werden konnten. Aus den eingereichten Antragskizzen wurden in jeder Ausschreibungsrunde jeweils ca. 160 Vorhaben zu den Pitches zugelassen. Aus diesen ausgewählten Vorhaben konnten sich in jeder Runde mehr als die Hälfte vor der Jury durchsetzen (jeweils rund 55% bis 60%). Die Bewilligungsquoten der Projektformen A und B sind auf einem ähnlichen Niveau. Aufgrund der sehr geringen Antrags- und Bewilligungszahlen in Projektform C und auch der geringeren Antragsqualität ist hier die Quote deutlich niedriger¹⁷. Die Zahlen sind geringfügig höher als die Bewilligungsquoten (Geförderte bezogen auf Antragstellende) des österreichischen Vergleichsprogrammes Creative Impact, die aktuell bei 10% liegt¹⁸. Verglichen mit dem ZIM sind sie auf niedrigem Niveau. Sie liegt etwa im Bereich von Bewilligungsquoten in Forschungsförderprogrammen, wie KMU-Innovativ, bei denen jedoch höhere Anforderungen an die technische Innovationshöhe gestellt werden¹⁹. Die niedrige Quote kann aus Sicht der Evaluation als ein Ergebnis der **niedrigschwiligen Einstiegshürde** gesehen und als Indikator für eine (unerwartet) hohe **Mobilisierung** der Zielgruppe und Attraktivität des IGP gewertet werden. Allerdings kann eine derart niedrige Bewilligungsquote für ein Programm wie das IGP auch problematisch sein, da sie in Zukunft manche Unternehmen von einer Einreichung absehen lassen könnte. Allerdings ist hierbei auch zu berücksichtigen, dass in der aktuellen Ausgestaltung des Prozesses bis zu einer Auswahl für den Pitch relativ wenig Antragsaufwand anfällt und mehr als die Hälfte der Bewerber und Bewerberinnen mit Einladung zum Pitch zur Förderung kommt.

Als gänzlich neues Programm ist das IGP noch nicht weitläufig in der Zielgruppe bekannt. Laut Online-Befragung waren viele erreichte Interessenten aktiv auf der Suche nach möglichen öffentlichen Förderangeboten, bevor sie auf das IGP aufmerksam wurden. Mit 25,5% erfuhren die meisten Geförderten über einen Verteiler oder Newsletter vom IGP, 21,7% der Befragten wurden auf der Website des BMWi auf das IGP aufmerksam, gefolgt von 19,8% durch den Bekanntenkreis oder das berufliche Umfeld. Weitere 18,9% wurden durch eine Förderberatung sowie 16% durch den jetzigen Projektpartner auf das IGP hingewiesen. Durch On- und Offline-Medienberichte wurden nur wenige der Befragten erreicht. In den Interviews wurde jedoch bestätigt, dass vor allem durch die eigene erfolgreiche Förderung das IGP zunehmend an Bekanntheit im Umfeld gewinnt und über das IGP berichtet wird. Insgesamt kann für die Zukunft des IGP erwartet werden, dass die Bekanntheit des Programms mit zunehmender Programmdauer steigt. Je nach thematischer Ausrichtung der zukünftigen Ausschreibungsrunde muss jedoch auch weiterhin darauf geachtet werden, **gezielt spezifische Newsletter und Verteiler** zu

¹⁵ Während in der zweiten Runde rund 25% der eingereichten Vorhaben bewilligt wurden, waren es in der ersten Runde rd. 12% und in der dritten Runde rund 15%.

¹⁶ Zum Zeitpunkt der Berichtslegung lagen die Informationen zur dritten Ausschreibungsrunde noch nicht vor.

¹⁷ Die geringere Antragsqualität bei der Projektform C scheint auch mit einem geringen Verständnis bei der Zielgruppe zu dieser komplexeren Projektform zusammen zu hängen. Siehe dazu auch 4.1.1.

¹⁸ Technopolis Group (2014): Evaluierung der Kreativwirtschaftsinitiative „Evolve“ und Angaben auf der Website ([LINK](#))

¹⁹ ZEW et al (2011): Systemevaluierung KMU-Innovativ

bespielen, die besonders wichtig bei der Ansprache von potenziellen Fördernehmern und Fördernehmerinnen zu sein scheinen.

3.1.2 Motivation zur Teilnahme

Die Motivation zur Teilnahme am IGP waren vielfältig, allerdings stark geprägt durch den Bedarf nach finanzieller Förderung zur Abfederung des Projektrisikos²⁰. So gaben 84% der Geförderten an, dass die Finanzierung bzw. der Beitrag zur Deckung der Kosten ein entscheidender Beweggrund für die Bewerbung war. Zudem gaben 74% an, dass ohne eine öffentliche Förderung das unternehmerische Risiko zu hoch gewesen wäre. Damit bestätigen sich die Ergebnisse aus der Literaturrecherche, nach denen Finanzierungsprobleme in einem frühen Stadium der Ideenentwicklung besonders kritisch sind²¹. Für die Finanzierung des Vorhabens hatten fast die Hälfte der Befragten auch vollständig private Finanzierungs- und Unterstützungsangebote in Betracht gezogen, wovon sich wiederum fast die Hälfte aktiv um ein solches bemühte. Im Vergleich zu diesen privaten Angeboten wurde die Attraktivität des IGP allerdings von rund 85% als hoch oder sehr hoch bewertet.

Darüber hinaus wurde der Reputationsgewinn durch eine Förderung des BMWi als wichtige Motivation für die Bewerbung beim IGP genannt, die von den Befragten als eine Art Qualitätssiegel empfunden wird. Rund ein Drittel der Geförderten (34%) erhoffte sich durch die IGP-Förderung eine höhere Chance bei Folgeunterstützung durch private Akteure, wie Business Angels oder Venture-Capital-Geber²². Eine höhere Chance bei anderen öffentlichen Förderprogrammen, beispielsweise einer Anschlussförderung oder -finanzierung, erwarteten 23% der Befragten. Außerdem schätzt ein Drittel (33%) der Befragten das IGP für den Aus- und Aufbau des Netzwerkes.

Die Antwortmuster in der Online-Befragung decken sich zu weiten Teilen mit den Aussagen aus den Interviews. Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die **finanzielle Unterstützung** durch das Programm sowie die Senkung des unternehmerischen Risikos die Hauptgründe für Bewerbung der Geförderten sind. Damit werden durch das IGP einschlägige, in vielfältigen Studien diskutierte **Innovationshemmnisse**, wie die Finanzierung von Innovationsaktivitäten und prohibitive Risiken von Innovationsaktivitäten beim KMU, adressiert.

3.2 Charakterisierung des Fördergeschehens im IGP

Die Ergebnisse der Online-Befragung zeigten darüber hinaus, dass **Unternehmen von unterschiedlicher Größe**, aber mit klarem Fokus auf kleine Unternehmen **gefördert** werden. Dies sind mehrheitlich Kleinstunternehmen (62%) mit weniger als 10 Beschäftigten. 11% der Befragten gaben an, als Soloselbstständige zu arbeiten. Die zweitgrößte Gruppe der Förderempfänger waren Organisationen mit weniger als 50 Beschäftigten (22%). Diese Einteilung nach Größenklassen der geförderten Organisationen deckt sich mit den Auswertungen der Antragstellenden (siehe 3.1.1)²³.

²⁰ Die Additionalitäten des IGP werden in 5.2 näher beleuchtet. Ferner wird dieses Thema im Abschlussbericht auf Grundlage der Befragung von Nicht-Geförderten vertieft.

²¹ Deutscher Start-Up Monitor, 2021

²² Anekdotische Evidenz zeigt, dass diese Hoffnung in manchen Fällen tatsächlich erfüllt wird. So wurden in einem Interview „vielversprechende Gespräche mit Investoren“ erwähnt. Diese lässt jedoch zum aktuellen Zeitpunkt noch keine Schlüsse auf systematische Effekte des IGP zu.

²³ Aufgrund unvollständiger Angaben zu Größenklassen in den Förderdaten werden an dieser Stelle die Informationen aus der Online-Befragung genutzt.

Die regionale Einteilung der geförderten Vorhaben zeigt, dass vor allem Antragsteller und Antragstellerinnen gefördert wurden, die in Städten ansässig sind. Erwartungsgemäß wurden vor allem im Süden (Bayern und Baden-Württemberg) und in Nordrhein-Westfalen Projekte durch das IGP gefördert. Diese drei größten Bundesländer besitzen die stärkste Wirtschaftsleistung in Deutschland und sind zudem die Hotspots für Gründungsaktivitäten²⁴. Berlin, das Bundesland mit den zweitmeisten Start-ups, zählt ebenfalls zu den Regionen, in denen besonders viele Vorhaben durch das IGP gefördert werden. Insgesamt zeigt sich eine überproportionale IGP-Beteiligung in Städten und Ballungsräumen.

Die Projektteams der Projekte der ersten beiden Ausschreibungsrunden setzten sich insgesamt zu 64,9% aus Männern und zu 34,8% aus Frauen, eine befragte Person bezeichnete sich als „divers“²⁵. Im Vergleich ist der Frauenanteil deutlich höher als unter Gründerinnen und Gründern von Start-ups (15,9%)²⁶ oder Geförderten anderer Programme, wie beispielsweise des EXIST Gründungsstipendiums (15%)²⁷, wobei beim Vergleich unter anderem beachtet werden muss, dass der Fokus des IGP nicht allein auf Start-Ups liegt und hier ganze Projektteams betrachtet werden.

In allen Projektformen bestand die Möglichkeit, Vorhaben als Einzel- oder Kooperationsprojekte mit anderen Unternehmen, aber auch (in Projektform B und C) mit Forschungseinrichtungen²⁸ einzureichen. In den ersten zwei Ausschreibungsrunden ist die überwiegende Mehrheit der Vorhaben als Einzelprojekt gefördert, nur ca. 20% der Projekte sind Kooperationsprojekte. Derzeit sind nur ungefähr 6% der geförderten Organisationen Forschungseinrichtungen. Obwohl aufgrund der thematischen Ausrichtung des IGP nicht zu erwarten ist, dass dieser Anteil zukünftig auf ein Niveau im Bereich der Zahlen in Technologie- oder Forschungsförderprogrammen ansteigt, ist eine perspektivische Steigerung der Beteiligung von Forschungseinrichtungen im IGP nicht unplausibel. So scheint es einen gewissen Bedarf für ein Programm wie dem IGP bei nichttechnisch oder sozialwissenschaftlich ausgerichteten Wissenschafts- und Forschungseinrichtungen (z.B. Kunsthochschulen) zu geben, auch da diese von technisch ausgerichteten Förderprogrammen oftmals nicht profitieren können. Zudem könnte eine zukünftig stärkere Bekanntheit des IGP und eine wachsende Zahl von Forschungseinrichtungen mit Erfahrungen im IGP zu dieser Entwicklung beitragen. Das Evaluationsteam wird dieses Thema im Abschlussbericht aufgreifen.

Die Mehrheit der bewilligten Vorhaben beschäftigte sich mit einem neuen Geschäftsmodell (60%), einem neuen Produkt (57%) und/oder einer neuen Dienstleistung (54%). Der Großteil der Befragten (63%) ordnete die Geschäftsbeziehung der Vorhaben als Business-to-Business-Lösung (B2B) ein, gefolgt von Business-to-Consumer (B2C, 23%) und wenigen Consumer-to-Consumer (C2C, 6%). Besonders hervorzuheben ist, dass knapp **90% aller Vorhaben** einen hohen Anteil an **Digitalisierungselementen** besitzen, 56% bezeichneten ihre Innovation sogar als reine Digitallösung. Wie zu erwarten war, ist der Anteil an Digitalisierungselemente in den Vorhaben der ersten Runde besonders hoch und liegt bei

²⁴ Deutscher Start-Up Monitor, 2021

²⁵ Die Online-Befragung wurde nur mit Geförderten der ersten und zweiten Ausschreibungsrunde geführt, da die Auswahl der Fördernehmer und Fördernehmerinnen der dritten Ausschreibungsrunde (Bildung & Informationszugang mit sozialem Impact) zum Zeitpunkt der Berichtslegung noch nicht abgeschlossen war.

²⁶ Deutscher Start-up Monitor, 2021

²⁷ Ramboll Management Consulting GmbH (2021): Evaluation der Fördermaßnahmen „Exist-Gründerstipendium“ und „Exist-Forschungstransfer“

²⁸ Hierbei unterscheidet sich das IGP vom österreichischen Vergleichsprogramm AWS Creative Impact.

fast 100%. Jedoch gaben auch in der zweiten Ausschreibungsrunde knapp 80% der Befragten an, dass der Anteil eher hoch (36,6%) oder sehr hoch (41,5%) ist.

Das IGP wurde auch mit dem Ziel ins Leben gerufen, branchenoffen eine breite Vielfalt an Innovationen zu fördern. Die geförderten Projekte reichen dabei von digitalen Mentoring-Programme für junge Erwachsene über Softwaretools zur Gestaltung von Bekleidung und Plattformlösungen für Kunsthandel bis hin zu Cloud-basierten Applikationen für die psychologische Begleitung von chronisch Kranken. **Durch die Offenheit des Programms für Neues wird für viele Vorhaben ein Anknüpfungspunkt geboten.** Das Programm scheint jedoch **einzelne Branchen besonders anzusprechen.** Die Einordnung der Vorhaben in die NACE-Klassifizierung der Wirtschaftszweige durch den Projektträger zeigt einen hohen Anteil von Projekten aus der **Informations- und Kommunikationsbranche** (38,6%)²⁹ und aus den **Informationsdienstleistungen** (8%). Die Interviews und die qualitative Auswertung der Vorhabenbeschreibung der Skizzen verdeutlichen, dass viele Vorhaben **branchenübergreifend** agieren und so eine große inhaltliche Vielfalt an Innovationen gefördert wird. Eine Kategorisierung nach herkömmlichen NACE-Klassen ist insofern nur bedingt aussagekräftig. Gleichwohl lässt sich feststellen, dass ein großer Teil der Anträge aus **modernen Dienstleistungsbranchen** kommt, neben der IKT-Branche unter anderem aus der Kreativwirtschaft, der Online-Bildung oder digitalen Vermarktungsservices.

4 Programmstruktur und -umsetzung des IGP

4.1 Förderdesign des IGP

4.1.1 Projektformen

Ein zentrales Merkmal des IGP ist die Aufteilung in drei Projektformen. Diese greifen Unterstützungsbedarfe von Akteuren an unterschiedlichen Stellen im Innovationszyklus (Inkubation, Validierung, Pioneering, Kommerzialisierung, Diffusion) auf.

- In der **Projektform A stehen Machbarkeitstests im Vordergrund**, die in der frühen Validierungsphase von innovativen Vorhaben durchgeführt werden. Insbesondere bei nichttechnischen Innovationen sind solche Tests von hoher Bedeutung, da sie die grundlegende Funktionsweise des Vorhabens mit Einbezug der Zielgruppe in einem realistischen Szenario abbilden. Vorhaben in dieser Projektform können über 12 Monate laufen.
- In **Projektform B werden für bis zu zwei Jahre Markttests und Pilotierung am Markt gefördert.** Diese Projektform deckt das Pioneering ab und bereitet die Kommerzialisierung der Innovationen vor. Um für diese Projektform ausgewählt zu werden, müssen erste positive Belege zur Machbarkeit der Idee vorliegen. Sowohl A- als auch B-Projekte können in der Form von Einzel- oder Kooperationsprojekten umgesetzt werden.
- Von den ersten beiden Projektformen unterscheidet sich die in zwei Phasen untergliederte **Projektform C, in der übergreifende Innovationsnetzwerke bestehend aus mindestens fünf Partnern gefördert** werden, die durch Leistungen einer Netzwerkmanagementeinrichtung unterstützt werden. Die Akteure sollen gemeinsam

²⁹ Erwartungsgemäß war dieser Anteil mit 41% der Projekte in Ausschreibungsrunde 1 besonders hoch. Mit 34% ist dies aber auch für die AR 2 der Fall, wenn auch in etwas geringerem Ausmaß.

Wissen zu übergreifenden Innovationsthemen erarbeiten, Ideen entwickeln und Innovationen umsetzen.

Die mit Abstand **meisten Bewerbungen gingen für die Projektform B ein (1060), gefolgt von 670 formal gültigen Skizzen für die Projektform A** (siehe auch Tabelle 1). Die deutlich höhere Anzahl an Bewerbungen für Projektform B im Vergleich zur Projektform A ist allgemein durch das hohe Interesse an Markttests und Pilotierung zu erklären, aber auch der insgesamt höheren Attraktivität der Projektform.

Im IGP nehmen die Vorhaben selbst die Einordnung des Vorhabens in die geeignete Projektformen vor. Der Projektträger steht den Vorhaben hierbei beratend zur Seite und prüft die Passfähigkeit. **Die Ergebnisse der Online-Befragung zeigen, dass die Möglichkeit zur Auswahl der Projektformen grundsätzlich von den Geförderten geschätzt wurde.** Ausschlaggebend für die Entscheidung der Einordnung in die Projektformen ist, laut Interviews, der Reifegrad des Vorhabens im Innovationszyklus. Daneben spielt allerdings auch der aufzubringende finanzielle Eigenanteil eine wichtige Rolle. Die Geförderten beschäftigen sich hauptsächlich bei der Selbsteinordnung in der Antragsstellung mit den zur Auswahl stehenden Projektformen und konnten in den Gesprächen rückblickend häufig die Projektformen nicht mehr genau voneinander abgrenzen. Vom Evaluationsteam wird nicht als kritisch erachtet, dass im Rückblick oft keine genauen Angaben zur Projektformauswahl gemacht werden können, unter anderem weil die Beschäftigung mit der Einordnung vor Skizzeneinreichung am Anfang des Antragsprozesse, oft unter zusätzlicher Beratung durch den Projektträger erfolgte.

Die Projektformen A und B werden von den Geförderten, der Jury und den Programmverantwortlichen selbst grundsätzlich für sinnvoll gehalten und insgesamt positiv bewertet. Diesem Schluss schließt sich das Evaluationsteam an: die Untergliederung in die drei Projektformen trägt wesentlich zur Attraktivität des Programms bei, indem es auf die Bedürfnisse und den Entwicklungsfortschritt der Vorhaben eingeht. **Die Projektform C wird allgemein eher kritisch gesehen im Vergleich mit den anderen Projektformen. Es zeigt sich zudem, dass für Projektform C nur 51 Anträge (3% der Gesamtzahl) eingingen, von denen insgesamt nur 5 Vorhaben eine Förderung erhielten.** Daraus kann geschlossen werden, dass das IGP in der Projektform C nicht im gleichen Maße attraktiv war, wie bei den anderen Projektformen. Allgemein äußerte der Projektträger die Vermutung, dass das Konstrukt der IGP-Netzwerke (z.B. auch die Rolle der Netzwerkmanagements einrichtung als neutraler Intermediär) von potenziellen Bewerbern und Bewerberinnen nicht komplett durchdrungen wurde. Aufgrund ungeeigneter Ansätze in den Anträgen scheiterten dadurch viele Antragstellende bereits in der Skizzenphase. Die in C-Projekten Geförderten geben jedoch an, mit dem IGP Programm an sich und der geförderten Arbeit zufrieden zu sein. Die Relevanz dieser Projektform und ihre Ausprägung wird im weiteren Verlauf der Evaluation noch dezidierter analysiert werden.

4.1.2 Thematische Ausrichtung der Ausschreibungsrunden

Neben den Projektformen ist das Programm in drei zeitlich versetzt startende thematische Ausschreibungsrunden unterteilt. **Die erste Ausschreibungsrunde zu digitalen und datengetriebenen Geschäftsmodellen** umfasste dabei eine weit gefasste Thematik, in der sich viele Vorhaben wiederfinden können. **Die zweite Ausschreibungsrunde war an Projekte aus der Kultur- und Kreativwirtschaft** gerichtet. Für viele in diesem Bereich tätige Personen sind öffentliche Fördermittel von großer Bedeutung – ein Umstand, der sich durch die Corona-Pandemie noch verstärkte. Dementsprechend wurde das IGP in dieser Zielgruppe in den Interviews ausdrücklich gelobt und die Wertschätzung auch in der Online-Befragung zum Ausdruck gebracht. **Die dritte Ausschreibungsrunde zu Bildungs- und**

Informationsangeboten mit sozialem Impact ist spezifischer ausgerichtet als die vorherigen Ausschreibungsrunden. In Gesprächen mit Geförderten, Experten und Expertinnen zeigte sich, dass der Förderbedarf von staatlicher Stelle in dieser Zielgruppe besonders hoch eingestuft wird. Neben der Gewinnorientierung haben Vorhaben in dieser Ausschreibungsrunde zudem explizit das Ziel, einen möglichst hohen sozialen Nutzen zu schaffen.

Thematisch sind alle drei Ausschreibungsrunden eng miteinander verwandt, nicht wenige Vorhaben konnten sich in allen drei Runden einordnen. Mit der wenig spezifizierten Eingrenzung der Themenbereiche an sich und der zusätzlichen thematischen Verknüpfung der Ausschreibungsrunden ging ein gewisser Grad an Trennschärfe verloren, die es erlaubt hätte, zielgerichteter auf die Adressaten und Adressatinnen zuzugehen oder klar zu entscheiden, ob anfragende Vorhaben in die Thematik passen. Andererseits führte insbesondere die thematische Verknüpfung dazu, dass sich einige in der ersten Runde abgelehnte Vorhaben wiederholt mit einer überarbeiteten Skizze bewerben konnten. In den angebotenen Feedbackgesprächen des Projektträgers wurde auf diese Möglichkeit verwiesen, die mehrfach genutzt wurde. So bewarben sich etwa 10% der in der ersten Runde abgelehnten Vorhaben erneut in der zweiten Runde. Mit 15 Vorhaben (15%) wurde in der zweiten Ausschreibungsrunde ein beträchtlicher Anteil der Wiedereinreicher in die Förderung übernommen³⁰. Die Anzahl der Wiedereinreicher ist von der ersten zur dritten Runde und der zweiten zur dritten Runde allerdings niedriger (in der Größenordnung von 2%-5%).

Die Geförderten sehen dabei, laut Online-Befragung, eine hohe Attraktivität der thematischen Ausrichtung der Ausschreibungsrunden. Laut Online-Befragung schätzen 84% die Attraktivität der Ausschreibungsrunden als entweder „hoch“ oder „sehr hoch“ im Vergleich zu anderen öffentlichen Förderprogrammen ein. Dieser Eindruck bestätigt sich in den geführten Interviews. Die oben aufgeführten hohen Zahlen sind ein zusätzlicher, sehr glaubwürdiger Indikator für die hohe Attraktivität des Programms.

Im Hinblick auf die künftige IGP-Ausgestaltung, gibt es in der Frage der **thematischen Aufstellung des Programms sowohl für eine Themenoffenheit als auch für eine thematische Ausrichtung Argumente.** Für eine thematische Ausrichtung des Programms spricht unter anderem, dass sich die Geförderten, wie geschildert, mit der thematischen Ausrichtung des IGP mehrheitlich zufrieden zeigen (wobei berücksichtigt werden muss, dass sie von den Ausschreibungsrunden angesprochen wurden). Außerdem kann durch eine thematische Ausrichtung auf die gezielte Durchdringung der Zielgruppe geachtet werden, indem einschlägige Multiplikatoren oder Akteure angesprochen werden. Es besteht zudem die Möglichkeit für den Fördergeber, das IGP stärker auf gesellschaftliche Herausforderungen (Missionsorientierung der Innovationspolitik) oder politische Prioritäten einzahlen zu lassen. Andererseits gibt es Argumente für eine stärkere Themenoffenheit der IGP-Förderung. Unter anderem spräche dafür, dass das IGP für jegliche Geschäftsmodelle und Pionierlösungen offen ist und auch Vorhaben eine Chance bieten soll, die sich nicht klar einem Thema zuordnen können. Außerdem ermöglicht eine Themenoffenheit eine Mehrfachbewerbung (mehr als ohnehin schon) der Vorhaben, was zur Steigerung der Qualität der eingereichten Projekte führen kann. Diese Argumente stellen keine vollständige Aufzählung dar und **das Evaluationsteam kann zur thematischen Aufstellung des IGP im Rahmen dieses Zwischenberichtes noch keine abschließende Einschätzung abgeben.** Diese Frage wird weiteren Verlauf der Evaluation wieder aufgegriffen.

³⁰ Auswertung der Antrags- und Förderdaten des Projektträgers.

4.1.3 Förderung im IGP

Abhängig von der Projektform wurden die Förderhöhe und der aufzubringende Eigenanteil festgelegt. Angefangen mit der kleinen Fördersumme für Projektform A bis hin zur größeren Netzwerkförderung von Projektform C. Das festgelegte Fördervolumen beläuft sich bei A-Projekten durchschnittlich auf 42.000 € bei einer durchschnittlichen Förderdauer von 9 Monaten. In der Projektform B beträgt das Fördervolumen durchschnittlich ungefähr 120.000 € über eine Laufzeit von 18 Monaten. In der Projektform C wurden die Vorhaben in der ersten Phase über 8 Monate gefördert und das Fördervolumen beträgt etwa 90.000 €. **Die Geförderten drückten in den Gesprächen mehrheitlich ihre Zufriedenheit mit der Förderhöhe und dem aufzubringenden Eigenanteil aus,** wenngleich die Mittel für den Eigenanteil vor allem für manche Fördernehmer und Fördernehmerinnen aus der Kultur- und Kreativwirtschaft durchaus schwierig zu erbringen waren.

Konkret werden die **Vorhaben im IGP per De-minimis Verfahren gefördert in der Form eines nicht rückzahlbaren Zuschusses als Anteilfinanzierung.** Die zuwendungsfähigen Kosten und Ausgaben umfassen Personalkosten, Kosten für projektbezogene Aufträge an Dritte und übrige Kosten (bei Unternehmen als Pauschale bis zu 75% der Personalkosten). **Die Art der Förderung wurde vor allem in den Interviews mit Geförderten ausdrücklich gelobt. Insbesondere die Finanzierung von Personalkosten ermöglicht substanzielles Arbeiten an den Vorhaben.**

4.2 Förderprozesse im IGP

In der Genese des IGP wurde von Beginn an mitgedacht, dass die angestrebten Neuerungen in den Förderinhalten (z.B. nichttechnische Innovationen) auch mit prozessualen Innovationen komplementiert werden müssen. Ziel war es, Förderprozesse zu gestalten, die bei einer eher förderfernen Zielgruppe wie Selbständigen, Start-ups oder Kleinstunternehmen unter anderem aus Branchen wie der Kreativwirtschaft „verstanden“ werden. Von daher war es wichtig ein **niedrigschwelliges, relativ unaufwändiges und zielgruppenadäquates Antragsverfahren** zu etablieren. Dementsprechend wurde für das IGP eine weitgehend neue Prozesslandschaft für das Teilnahme- und Antragsverfahren aufgesetzt. Ein wichtiger Teil davon sind das IGP Poster (vor allem inhaltliche Projektkurzbeschreibung) und das IGP Business Sheet (vor allem betriebswirtschaftliche Kerndaten zum Projekt), die Kernelemente des schriftlichen Online-Antrags darstellten. Außerdem gehören hierzu das Element der „Pitches“ (also Kurzpräsentationen der Bewerberprojekte) und die Jury zur Bewertung des Vorhabenpotenzials und der Umsetzbarkeit. Im folgenden Kapitel werden diese Elemente näher erläutert und die Wahrnehmung der Zielgruppe geschildert. Dabei ist zu beachten, dass **das IGP als „lernendes Programm“** angelegt ist. In diesem Sinne wurde das Teilnahme- und Antragsverfahren kontinuierlich über die Ausschreibungsrunden hinweg weiterentwickelt und verbessert.

4.2.1 Zweistufiges Antragsverfahren

Im IGP reichen die Bewerber und Bewerberinnen im ersten Schritt einen lediglich **5-7-seitigen Teilnahmeantrag** („Skizze“) ein. Dieser besteht aus neu konzipierten „Formularen“ (IGP-Poster und IGP-Business-Sheet) und wird über das Einreichungssystem des Projektträgers übermittelt. Das IGP Poster bietet einen Überblick über die Projektidee und ist in sechs Kategorien untergliedert: Innovationsbedarf, Lösungsansatz, Team, Wettbewerb, Marktpotenzial und Förderbedarf. Das IGP-Business-Sheet verlangt, komplementär zum IGP-Poster, eine Darstellung der betriebswirtschaftlichen Aspekte wie Informationen zur Einrichtung des Antragstellenden, bereits erhaltenen Beihilfen und Informationen zur Finanzierung des Eigenanteils. Für jede der Ausschreibungsrunden

organisierte der Projektträger Informationsveranstaltungen und Webinare, die der Erklärung des Antragsverfahrens oder der Beantwortung von Rückfragen dienten.

Der **Vollantrag** wird über easy-Online³¹ abgewickelt und verlangt Nachweise, die für die Beantragung öffentlicher Fördermittel notwendig sind. Es werden detaillierte Angaben nach dem Vorhaben, der einreichenden Organisation und der Mittelverwendung gefordert. Es müssen neben den Angaben außerdem auch Nachweise zur Verfügung gestellt werden, um die Förderfähigkeit zu belegen. Auch für diesen Schritt bereitete der Projektträger unterstützende Materialien wie Leitfäden und Webinare vor, um die zum Teil förderunerfahrene Gruppe der Geförderten durch den Prozess zu leiten.

Im Geiste eines lernenden Programms wurde insbesondere das Antragsverfahren kontinuierlich angepasst. Eine wichtige Neuerung besteht darin, dass die Vollanträge nun nicht mehr, wie noch in Ausschreibungsrunde 1 vor dem Juryverfahren gestellt werden müssen, sondern erst nach einer Bewertung durch die Jury. Die Anpassung des Verfahrens führte zur Absenkung von kritischen Hürden direkt zu Beginn des Auswahlprozesses, indem die relativ aufwändige Vollantragstellung³² auf einen Zeitpunkt verschoben wurde, zu dem eine Förderung aufgrund der Entscheidung der Jury den Projekten bereits in Aussicht stand und somit bei der Zielgruppe akzeptiert war.

Es zeigte sich – neben den hohen Antragszahlen als indirektem Indikator – in den Gesprächen mit verschiedenen Geförderten, dass **das Ziel eines niedrighschwelligen Zugangs zum Programm vor allem im Vergleich mit anderen öffentlichen Förderprogrammen weitestgehend erreicht wurde.** Insbesondere die Zweistufigkeit des Antragsverfahrens in der Ausgestaltung der zweiten Ausschreibungsrunde wurde als positiv hervorgehoben. Als weiterer Indikator für die Niedrighschwelligkeit des Programms kann angeführt werden, dass lediglich 14% der Geförderten nach Angaben in der Online-Befragung Unterstützung durch nicht-öffentliche, externe Beratungsdienstleister in Anspruch genommen haben. Dies ist deutlich weniger als z.B. im ZIM, wo mindestens ein Drittel der beteiligten Unternehmen hiervon Gebrauch macht³³.

Übergreifend waren nach der Online-Befragung ca. zwei Drittel der Geförderten mit dem Antragsverfahren zufrieden oder sehr zufrieden, lediglich 8% äußerten sich unzufrieden. Dies kann – auch vor dem Hintergrund der in den Interviews durchaus häufig genannten Herausforderungen mit dem elektronischen Formularsystem des Bundes easy-Online – als sehr positives Feedback gewertet werden. Instrumentell hierfür war nach den Eindrücken aus den Interviews sowie nach Ergebnissen der Online-Befragung auch die Unterstützung der Antragstellenden durch den Projektträger. Zudem bewerteten die Geförderten auch das **Verhältnis des Aufwands der Antragsstellung zum Nutzen einer möglichen Förderung im IGP als überwiegend positiv.** Besonders der Aufwand für die Teilnahmeskizze wurde als angemessen beurteilt. Hierfür wendeten durchschnittlich drei Personen insgesamt ca. 10 Personentage für den Teilnahmeantrag. Für den Vollantrag wurden 14 Personentage benötigt. Unterschiede zwischen den Ausschreibungsrunden bestanden nur in der Bearbeitungsdauer des Vollantrags. Hier wendeten die Projekte der zweiten Runde durchschnittlich 10 Personentage, vier Personentage weniger als in der ersten Ausschreibungsrunde, für den Vollantrag auf. Eine plausible Erklärung hierfür sieht das Evaluationsteam darin, dass in der zweiten Ausschreibungsrunde auch 15 Vorhaben (15%

³¹ System zur Einreichung von Förderanträgen der Bundesministerien.

³² 37% der Befragten bezeichnen die Vollantragstellung als aufwändig oder sehr aufwändig; bei der ca. 5-7-seitige Teilnahmeskizze ist der Vergleichswert lediglich 14%.

³³ ZIM Evaluation, 2019

der geförderten Vorhaben) gefördert wurden, die sich auch bereits in Ausschreibungsrunde 1 beworben hatten. Diese Vorhaben konnten weite Teile des bereits in Runde 1 gestellten Vollartrags übernehmen. Da nur in der ersten Ausschreibungsrunde der Vollartrag vor der Juryentscheidung gestellt werden musste, ist nicht zu erwarten, dass sich dieser Effekt (Aufwandsreduktion bei der Vollartragsstellung) wiederholt. Gleichwohl wurden von der ersten zur zweiten Ausschreibungsrunde auch die Unterstützungsangebote verbessert (beispielsweise wurden mehr und verbesserte Webinare angeboten), was zu einer dauerhaften Aufwandsreduktion führen könnte. Es zeigt sich insgesamt, dass Befragte **ohne Vorerfahrung bei der Beantragung öffentlicher Förderung geringfügig unzufriedener mit der Antragsstellung waren als jene mit Erfahrung**. Diese Wahrnehmung spiegelt sich auch in der Wahl der Attribute für das IGP, die im Rahmen der Online-Befragung offen und ungestützt abgefragt wurden. Während die erfahrenere Gruppe das IGP mit den Worten „unkompliziert“ und „unbürokratisch“ beschreibt, fallen unter den förderunerfahrenen Personen eher Begriffe wie „bürokratisch“. Die Fördererfahrenen empfanden die Antragsstellung im IGP zumindest nicht aufwändiger als bei anderen Förderprogrammen: 39% fanden den Aufwand vergleichbar und über 37% schätzten den Antragsaufwand als gering ein.

4.2.2 Die Pitches

Eine der Verfahrensneuerungen im IGP im Vergleich zu „traditionellen“ Maßnahmen der öffentlichen Innovationsförderung ist das Element der Pitches des Projektes vor einer Auswahljury. Ein Grund für die Nutzung dieses Instrumentes im IGP war unter anderem die Annahme, dass die persönliche Präsentation der Projektidee vor einer Fachjury im Vergleich zu einem rein schriftlichen Verfahren dem Fördergegenstand z.B. neuer Geschäftsmodelle angemessen ist. Es handelt es sich schließlich nicht um ein FuE-fokussiertes Förderprogramm, in welchem eine objektivierbare Erhöhung des Standes der Technik auch über einen schriftlichen Antrag dargelegt werden kann. Stattdessen ist es für die Projekte und das Auswahlgremium umso relevanter, über die Pitches in direkten Austausch zu treten, Nachfragen zu stellen sowie Aspekte wie die Persönlichkeit eines (Gründungs-)Teams in die Entscheidung mit einbeziehen zu können.

Die Pitches wurden entweder als Video- oder als Live-Pitch angeboten, abhängig von der Projektform und Ausschreibungsrunde. **Die vergleichsweise kleinen A-Projekte in Ausschreibungsrunde 1 und 2 wurden zum Video-Pitch eingeladen.** In einem kurzen, vorproduzierten Video sollten die Eckpunkte und das Potenzial des Vorhabens vorgestellt werden. Das Video wurde dann entweder von der Jury gemeinsam begutachtet (AR1) oder konnte individuell abgerufen werden (AR2). Unter anderem der hohe zeitliche und finanzielle Aufwand, der dem Projektträger im Verlauf der ersten beiden Ausschreibungsrunden gespiegelt wurde, führte zur Abschaffung des Video-Pitch-Formats in der dritten Ausschreibungsrunde. **Bei den Live-Pitches wurden die Vorhaben gebeten, ihre Idee virtuell vor einer Jury zu präsentieren.** Nach der ca. 3-minütigen Präsentation hatte die Jury 10-15 Minuten Zeit, um Rückfragen zu stellen oder Kommentare und Anregungen zu geben. In den Ausschreibungsrunden 1 und 2 nahmen alle B- und C-Projekte an den Live-Pitches teil, in der dritten Ausschreibungsrunde wurden alle Projektformen zum Live-Pitch aufgefordert. Aufgrund der pandemie-bedingten Einschränkungen wurden die Pitches nicht als persönliche Präsentationen implementiert, sondern über eine Videokonferenz umgesetzt.

Aus der Sicht der Jury, die sowohl in Interviews als auch im Juryworkshop abgefragt wurde, sind die Pitches grundsätzlich ein geeignetes und wertvolles Instrument zur Einschätzung und Bewertung der Projekte. Hierbei wurde vor allem das Format der Live-Pitches gelobt, weil dieses eine Interaktion mit den Projektteams erlaubt und Verständnisfragen der Jury

ermöglicht. Die Video-Pitches wurden von den Jurymitgliedern etwas weniger wertvoll eingeschätzt, da hier die Vorteile des Live-Pitches (vor allem Möglichkeit zur Interaktion) nicht gegeben ist und somit lediglich eine Verbalisierung und Zusammenfassung der ohnehin vorliegenden Skizze erfolgt.

Die Geförderten (Projektform A) bewerteten den Video-Pitch als geeignetes, aber zeitaufwändiges Format zur Darstellung der Vorhaben. Einerseits fand die Mehrheit der Geförderten (64%) die Anforderungen an den Video-Pitch klar und eindeutig formuliert. Außerdem konnten **75% der Geförderten ihr Vorhaben und dessen Potenzial zufriedenstellend darstellen.** Andererseits zeigt die Online-Befragung auch, dass **61% der Befragten den Video-Pitch als aufwändig oder sehr aufwändig einschätzen.** Hierbei fiel vor allem der zeitliche Aufwand für die Video-Pitches ins Gewicht, der von 58% der Geförderten als hoch eingestuft wurde, wohingegen der finanzielle Aufwand von nur 14% hervorgehoben wurde. Aus den Interviews geht hervor, dass Geförderte mit entsprechender Vorerfahrung und Zugriff auf einschlägige Video-Bearbeitungstools den Video-Pitch positiver sahen als diejenigen ohne Erfahrung oder Tools. Außerdem halten die Geförderten auch das **Verhältnis vom Mehraufwand der Pitches gegenüber dem zusätzlichen Nutzen im Vergleich zum schriftlichen Verfahren für eher gering.** Nur ein Drittel der Befragten stimmten der Aussage zu, dass der schriftliche Antrag allein die Projektidee nur ungenügend transportiert hätte.

Die Live-Pitches werden von den Geförderten hingegen insgesamt als positiv gesehen. Über 70% der Befragten waren mit diesem Format zufrieden und bewerteten auch den Vorbereitungsaufwand als überwiegend angemessen (57% hielten diesen für gut oder sehr gut). Dies deckt sich auch mit der Sicht der befragten Jurymitglieder. Zwar bringen die Live-Pitches einen hohen organisatorischen Aufwand für die Administration mit sich, durch den direkten Austausch mit den Antragstellenden entsteht jedoch auch ein hoher Mehrwert für eine fundierte Auswahl. Die operative, organisatorische Umsetzung der Live-Pitches wurden dabei sowohl von Seiten der Jurymitglieder, von Interviewten als auch der großen Mehrheit der Befragten in der Online-Befragung (74%) positiv oder sehr positiv bewertet. Laut Online-Befragung schätzten 75,4% der Geförderten auch explizit das virtuelle Format der Pitches als gut oder sehr gut. Auch die Länge der Pitches wurde von der überwiegenden Mehrheit (70,2%) als gut oder sehr gut empfunden. Die Länge der anschließenden Fragerunde wurde von der Mehrheit als gut (21,1%) oder sehr gut bewertet (35,1%)³⁴.

Das Evaluationsteam hält den Einsatz von Pitches im Rahmen des IGP für gewinnbringend und verweist unter anderem auf die geübte Praxis hierzu im Start-up Bereich. Auch mit dem IGP vergleichbare Programme wie das österreichische Programm „Creative Impact“ nutzen zur Bewertung der Ideen Pitches und haben damit gute Erfahrungen gemacht. **Die Tatsache, dass fast zwei Drittel der Befragten der Geförderten bereits Vorerfahrung mit Pitches haben, zeigt zudem die Bekanntheit und Angemessenheit des Instruments für die Zielgruppe des IGP.**

4.2.3 Die Jury

Bei nichttechnischen Innovationen oder Geschäftsmodellinnovationen spielen „weiche“ Parameter eine wichtige Rolle bei der Beurteilung des Potenzials der Idee. Aus diesem Grund wurde im IGP eine **Jury zur Bewertung der Pitches** etabliert. Aufgrund der unten dargestellten Verantwortung im Entscheidungsprozess sowie auch aufgrund der

³⁴ Es gaben allerdings nur 15,7% an, dass sie mit der Länge der anschließenden Fragerunde unzufrieden waren und 3,5% waren sehr unzufrieden. 17,5% bewertete die Länge der anschließenden Fragerunde als „neutral“ oder konnte keine Angabe machen (7%).

Präsentation der Jury unter anderem auf der IGP-Website als „Gesicht des Förderprogramms“ – widmete das BMWi der **Auswahl der Jury** eine besondere Aufmerksamkeit. Die Jury bestand aus insgesamt 87 Personen, darunter einer „**Kern-Jury**“, **die über alle (oder mehrere) Ausschreibungsrunden** hinweg in das IGP involviert war. Diese Personen brachten Wissen und Erfahrungen in Gründungsthemen, Geschäftsmodellentwicklung oder Start-up-Finanzierung (Gründer und Gründerinnen, Business Angels, Investment Managers) mit. Die „Kern-Jury“ erfüllte auch den Zweck, **Lerneffekte aus den ersten Ausschreibungsrunden** für später nutzbar zu machen. Gleichzeitig wurden für die thematisch unterschiedlich ausgerichteten Ausschreibungsrunden **Personen mit ausgewiesener thematischer Expertise** eingebunden. Dementsprechend wurden für die ersten Ausschreibungsrunde beispielsweise Personen mit Expertise in Digitalthemen (z.B. Machine Learning, Künstliche Intelligenz) aktiviert. In der zweiten Ausschreibungsrunde hatten die Jurymitglieder einen entsprechend einschlägigen Hintergrund in der Kreativwirtschaft und in der dritten Ausschreibungsrunde bedurfte es Fachwissen oder Erfahrung im Bildungsbereich (z.B. Lehrer oder Personen aus dem Bereich EdTech) oder auch Soziales Unternehmertum. Die Jury war dabei zu gleichen Teilen mit männlichen und weiblichen Personen besetzt.

Über alle Ausschreibungsrunden und Projektformen hinweg wird die Zusammensetzung der Jury von den Geförderten nach verschiedenen Aspekten überwiegend positiv beurteilt. Beispielsweise schätzt die große Mehrheit der „auskunftsfähigen“ Geförderten³⁵ die hohe Fachkompetenz der Jury (75,7%) und die Diversität der Jury in Bezug auf die fachlichen Hintergründe (69,8%). Die Interviews sowohl mit den Geförderten, aber auch mit der Jury selbst bestätigen diesen Eindruck.

Neben der allgemeinen Zufriedenheit mit der Jury, zeigt sich in der Ergebnisanalyse der Online-Befragung, dass **ein auffällig hoher Anteil der Befragten auch zu anderen Aspekten keine Angaben zu vielen abgefragten Aspekten der Jury machen** konnten. Besonders fällt auf, dass 43% der Befragten keine Bewertung der Diversität der Jury in Bezug auf das Geschlechterverhältnis machen konnte oder wollte. Die Option „weiß ich nicht“ wurde auch bei weiteren Aspekten von etwa einem Drittel der Befragten ausgewählt: Plausibilität der Entscheidung (35%), Transparenz der Entscheidung (30%), Diversität der Jury in Bezug auf die fachlichen Hintergründe (34%), Fachkompetenz der Jury (30%). Diese Befunde sind in gewisser Weise unerwartet, weil den Geförderten im Vorfeld der Pitches viele Informationen zur Verfügung gestellt wurden. Beispielsweise wurden die Profile der gesamten Jury samt Bild und Kurzbeschreibung auf der Website veröffentlicht. Vor dem Pitch wurde den Projektteams außerdem mitgeteilt, welche Jurymitglieder die Bewertung vornehmen, den Vorhaben wurde das Recht eingeräumt, bei Bedenken zu Interessenskonflikten bei bestimmten Jurymitgliedern ein Votum gegen die Beteiligung dieser Person abzugeben. Das Evaluationsteam sieht den plausibelsten Erklärungsansatz für die hohe Anzahl von Antwortenden, die keine Auskunft geben konnten darin, in der langen Zeit (teilweise über ein Jahr) zwischen der Online-Befragung und der Auseinandersetzung mit der Jury und den Pitches.

Die Ergebnisse der Online-Befragung zeigen jedoch auch, dass **37% (25 von 68) der „auskunftsfähigen“ Geförderten³⁶ unzufrieden oder sehr unzufrieden mit der Transparenz des Prozesses** waren. Dazu kommt, dass es sich nur um eine Umfrage unter den

³⁵ Das heißt unter Ausschluss derjenigen Respondenten, die die Auswahloption „weiß ich nicht“ gewählt hatten.

³⁶ Das heißt unter Ausschluss derjenigen Respondenten, die die Auswahloption „weiß ich nicht“ gewählt hatten.

Geförderten handelt und Nicht-Geförderte erfahrungsgemäß stärker mit dem Prozess und dessen Transparenz hadern. Zwar geht mit Juryprozessen allgemein ein gewisses Maß an Intransparenz einher, aber im konkreten Fall des IGP standen den Geförderten nur wenige Informationen zum Bewertungsschema zur Verfügung (z.B. wie die Bewertung der Jury im Detail abläuft oder gewichtet wird). Insgesamt sieht das Evaluationsteam **noch Verbesserungspotenziale bei der Transparenz der Entscheidungsfindung im Juryprozess**. Zu berücksichtigen ist dabei aber auch, dass sich Jury und Geförderte aufgrund der Covid-19-Pandemie nicht persönlich treffen konnten.

Im Förderprozess kam die Jury vor allem in einer späteren Phase zum Tragen: Nachdem die Bewerbungen³⁷ für die jeweiligen Ausschreibungsrunden beim Projektträger eingegangen waren, erstellte dieser ein vorläufiges Ranking der Anträge auf Basis von zwei internen Fachgutachten. Die besten 160 Anträge wurden zur Bewertung an die Jury weitergereicht. Vor den Pitches wurde jede Bewerbung von zwei Mitgliedern der Jury qualitativ (in Form einer schriftlichen Bewertung) und quantitativ (per Punktevergabe) evaluiert. Im anschließenden Pitch vergaben je ca. 4-5 Mitglieder der Jury Punkte für den Pitch der Vorhaben. Aus den resultierenden Punktezahlen wurde wiederum eine Rangliste erstellt und dem BMWi zur finalen Förderentscheidung weitergeleitet. **Somit kam der Jury im Auswahlprozess eine tragende Rolle zu, indem deren Urteil einen gewichtigen Beitrag zur Entscheidungsfindung über die Förderung darstellte**. Zwar konnte die Jury keine direkte Förderempfehlung aussprechen, sondern über die Punktevergabe lediglich einen Beitrag zur Bewertung der Vorhaben leisten, jedoch folgten Projektträger und BMWi in aller Regel dem Juryurteil. Berücksichtigt man den Umstand, dass die Jurymitglieder bei weitem nicht alle Vorhaben sehen oder bewerten, ist der Einfluss eines einzelnen Jurymitglieds auf die Förderentscheidung zwar gewichtig, aber nicht allein ausschlaggebend.

4.2.4 Weitere Aspekte des Förderprozesses

Förderprozess aus Sicht der Geförderten

Aufgrund der **Neuheit des Programms sowohl hinsichtlich der Förderinhalte, der Förderprozesse sowie der adressierten Zielgruppe hatten BMWi und Projektträger von Anfang an eine vergleichsweise hohe Beratungsintensität während des Antragsprozesses antizipiert**. Diese Erwartung hat sich bestätigt. Aus Sicht der Geförderten wurde die Beratungsbedarfe sehr gut adressiert – in verschiedensten Formaten des BMWi und vor allem des Projektträgers von Webinaren bis Einzelberatungen. 70% der befragten Geförderten bewerteten beispielsweise die Bereitstellung von benötigten Informationen als gut oder sehr gut, nur 8% waren hiermit unzufrieden. Zwei Drittel bewerteten die Formate an sich als angemessen. Die Personen ohne vorherige Fördererfahrungen zeigten dabei ein gleiches Level an Zufriedenheit wie die Personen mit existierenden Erfahrungen. Dies zeigt eine zielgruppenadäquate und auf individuelle Bedarfe zugeschnittene Beratungsarbeit, die im Laufe des Programmverlaufs im weiterentwickelt wurde.

Das IGP richtet sich an junge, teilweise noch in Gründung befindliche Unternehmen, die eine Idee schnell am Markt validieren müssen, um eine Entscheidung zu treffen, ob ein Vorhaben weiterverfolgt wird. Außerdem sind die Entwicklungszyklen bei nichttechnischen Innovationen besonders kurz verglichen mit technisch-ausgerichteten Innovationen. Aus diesen Gründen kommt der **Geschwindigkeit der Prozesse im IGP eine besondere Wichtigkeit zu**. Objektiv bewegte sich der Zeitraum von der Einreichung der

³⁷ In Ausschreibungsrunde 1 umfasste dies noch den Teilnahmeantrag und den Vollantrag. In folgenden Ausschreibungsrunden (nach der Verfahrensumstellung) nur noch den Teilnahmeantrag.

Teilnahmeanträge bis zur Bewilligung des Gros der Projekte in der Ausschreibungsrunde 2³⁸ auf ca. 5-9 Monate³⁹. Im Vergleich zum ZIM ist dies vergleichsweise lange: nach der Evaluation von 2019 liegt hier der Zeitraum von Antragstellung bis Bewilligung bei ca. 90 Tagen. Allerdings nehmen IGP-spezifische Aspekte, wie das mehrstufige Verfahren samt des Jury-Prozesses (inklusive schriftlicher Bewertung und der Durchführung der Pitches) oder die Interaktion mit einer förderunerfahrenen Zielgruppe (unter anderem Beratung zu den Vollarträgen, Einreichung von vom PT nachgeforderten Unterlagen durch die Geförderten) viel Zeit in Anspruch. Für die dritte Ausschreibungsrunde wurde die Richtlinie angepasst, sodass Projekte (auf eigenes Risiko) bereits nach der Einreichung des Vollartrags mit dem Arbeiten beginnen können. Somit verkürzt sich die Dauer von Einreichung bis zum Start der Arbeiten oft auf 4-5 Monate⁴⁰, was eine begrüßenswerte Verbesserung darstellt.

Die Geförderten sehen die Geschwindigkeit der Prozesse unterschiedlich. Zufrieden sind sie mit der Dauer von der **Förderbekanntmachung bis zur Einreichungsfrist**. Hier war mit 7 Wochen (Runde 2) bis 10 Wochen (Runde 1 und 2) offensichtlich ausreichend Zeit zur Konzeption der Anträge⁴¹. Ein anderes Bild ergibt sich für die Zufriedenheit mit den Zeiträumen von der **Einreichung der Skizze bis zur Förderentscheidung** und der **Förderentscheidung bis zum Start der Arbeiten**⁴². Diese zwei Schritte werden von den Befragten deutlich kritischer gesehen, vor allem von den Personen aus der zweiten Ausschreibungsrunde (Fokus Kreativwirtschaft). Es könnte sein, dass die durch die Covid-19-Pandemie stark betroffene Kultur- und Kreativwirtschaft schneller und dringender die Förderung benötigte. Eine leichte Tendenz zeigt sich auch unter den unterschiedlichen Projektformen: Antragsteller der Projektform B waren eher zufrieden mit der Geschwindigkeit, während die Antragsteller bei der kleineren Projektform A mit der Geschwindigkeit eher unzufrieden waren. Es ist zu erwarten, dass durch die oben erwähnten Anpassungen hinsichtlich eines möglichen Projektstartes bereits nach Einreichung des Vollartrags, die Zufriedenheit mit der Geschwindigkeit im Antragsverfahren in Ausschreibungsrunde 3 steigt, weil dadurch insbesondere die bemängelten Zeiträume verkürzt wurden.

Förderprozess aus Sicht der Administration

Um dem neuen Fördergegenstand der nichttechnischen Innovationen gerecht zu werden, wurden für das IGP vielfältige Elemente des Förderprozesses (Juryprozess, Ausgestaltung und Umsetzung der Pitches, Gestaltung zielgruppenadäquate Formulare wie dem „IGP Business Sheet“) neu und nur für das IGP aufgesetzt. Somit entstanden **einmalige Aufbau- und Anlaufkosten** für das IGP. Es kann erwartet werden, dass im Falle einer Verstetigung des Programms auf viele der Elemente zurückgegriffen werden kann.

³⁸ Betrachtet wird hier Ausschreibungsrunde 2, da AR 1 unter anderem aufgrund der Komplikationen zur Hochzeit der Covid19-Pandemie nur eingeschränkt sinnvolle Vergleichszahlen liefert.

³⁹ Einreichungsfrist am 11.08.2020. Erstes Projekt im Januar bewilligt, die meisten im April/Mai 2021.

⁴⁰ Einreichungsfrist am 02.02.2021. Aufforderung zur Vollartragsstellung Anfang Juni, Eingang der ersten Vollarträge im Juli.

⁴¹ Hier muss auf die Einschränkung der Daten hingewiesen werden. Da nur Geförderte befragt wurden, gibt es keine Berücksichtigung derjenigen, die aufgrund der zu kurzen Zeit keine Skizze einreichen konnten.

⁴² Während die Zufriedenheit mit der Geschwindigkeit der Prozesse während des Zeitraums von der Förderbekanntmachung bis zur Einreichungsfrist in 64% der Fälle als sehr zufriedenstellend oder zufriedenstellend wahrgenommen wurde, war dies für die Zeiträume von der Einreichung der Skizze bis zur Förderentscheidung bzw. von der Förderentscheidung bis zum Start der Arbeiten nur zu 41% bzw. 45% der Fall.

Neben dem Aufbau war allerdings auch die **Umsetzung des IGP mit erheblichem organisatorisch-administrativen Aufwand** verbunden. Hierunter fallen beispielsweise die ausführlichen Beratungsdienstleistungen (Webinare, Hotline, E-Mailkontakt und Feedbackgespräche nach Ablehnung) der förderfernen, beratungsintensiven Zielgruppe. Außerdem sind hier auch die IGP-spezifischen Elemente der Jury (Identifikation und Auswahl der Mitglieder, Kommunikation und Briefing) und die Pitches (Planung und Durchführung) zu nennen. Jedoch waren, aus Sicht der Evaluation, diese **Aufwände notwendig, um die Zielgruppe adäquat zu unterstützen sowie dem Fördergegenstand der nichttechnischen Innovationen** gerecht zu werden. Die weitgehende Zufriedenheit der Fördernehmer und Fördernehmerinnen mit den Prozessen im IGP rechtfertigt dabei die Aufwände zusätzlich. Besonders hervorzuheben ist hierbei auch die Wertschätzung der Feedback-Gespräche mit dem Projektträger auf Seiten nicht-erfolgreicher Bewerber. Dieses Angebot wurde allgemein als reputationsförderndes Merkmal des IGP angesehen.

BMWi und Projektträger setzten nach Ansicht der Evaluation die Ideen eines „**lernenden Programms**“ im IGP konsequent um. Man kann feststellen, dass das Programm von der ersten bis zur dritten Ausschreibungsrunde zielführend und adäquat angepasst wurde. Der Freiraum zum Experimentieren und Optimieren im Pilotprogramm wurde in vielerlei Hinsicht genutzt. Dies kommt einerseits der Zielgruppe zugute, die so ein stetig verbessertes Programm vorfindet. Andererseits konnte auch die Administration erheblich von den Lerneffekten profitieren. Dies wird deutlich am Beispiel der Umstellung des Zeitpunktes der Vollantragsstellung (siehe oben). Durch diese Anpassung sank der Aufwand für die Administration erheblich, weil die Anzahl der zu prüfenden Vollanträge um etwa 40-45% abnahm⁴³.

5 Ergebnisse der Förderung und antizipierte Wirkungen

Für diesen Bericht wurden unter den Vorhaben der ersten und zweiten Ausschreibungsrunde erste realisierte oder erwartete Projektergebnisse und -wirkungen abgefragt. Aufgrund der unterschiedlichen Förderdauer und des zeitlich versetzten Beginns der Förderungen befanden sich die Projekte dabei zum Zeitpunkt der Befragungen in unterschiedlichen Phasen des Förderzeitraums⁴⁴. Es ist davon auszugehen, dass die früher gestarteten Vorhaben verlässlicher über erzielte Ergebnisse und erwartete Wirkungen Auskunft geben können als kürzlich gestartete. Dies wurde bei der Interpretation der Ergebnisse berücksichtigt.

5.1 Projektfortschritte und -ergebnisse

In diesem Abschnitt geht es allgemein um die **erreichten oder geplanten Ergebnisse der Arbeiten** im Rahmen der Förderung. Die Befragung der geförderten Projekte zeigt, dass die überwiegende **Mehrheit der Vorhaben** nach eigener Einschätzung entweder bereits die geplanten Projektergebnisse vorweisen kann oder noch im Zeitraum des Projektes erreichen wird. Hierbei bestehen Unterschiede zwischen den Projektformen:

⁴³ In AR1 (Vollanträge vor Juryprozess) gab es 160 vom Projektträger vorausgewählte Skizzen, von denen letztlich 89 gefördert wurden. Wenn nur die tatsächlich geförderten Vorhaben einen Vollantrag eingereicht hätten, wäre die Anzahl der zu prüfenden Vollanträge um 45% (auf 89) gesunken. In AR2 (Vollanträge nach Juryprozess) wurden 167 Vorhaben zum Juryprozess eingeladen von denen 100 in die Förderung aufgenommen wurden. Anstatt alle 167 Anträge zu prüfen, konnte durch die Verfahrensumstellung die Anzahl der tatsächlich geprüften Anträge somit um 40% reduziert werden.

⁴⁴ Das Projektalter der befragten Vorhaben lag in einem Bereich von 1 Monat bis zu 11 Monaten.

Mehr als 70% der befragten A-Projekte kann, durch die IGP-Förderung, bereits jetzt oder absehbar noch während der Förderung eine Entscheidung über die weitere Durchführbarkeit der Idee treffen.

Die verbliebenen 30% waren sich dessen, zum Zeitpunkt der Online-Befragung, noch unsicher. Ein wichtiger Faktor für die Antworten auf diese Frage war, wie lang die Projekte bereits arbeiten: Wenige der kürzlich gestarteten Vorhaben konnten zur Zielerreichung eine sichere Aussage treffen; kurz vor dem Abschluss stehende Projekte waren sich der Entscheidung eher sicher. So konnten über 90% der A-Projekte aus der ersten Ausschreibungsrunde bereits eine Entscheidung über die weitere Durchführbarkeit treffen oder erwarten diese Entscheidung in der noch verbliebenen Zeit treffen zu können. Für die später gestarteten Projekte aus Ausschreibungsrunde 2 traf dies lediglich auf 50% der Vorhaben zu.⁴⁵ Mit zunehmender Arbeitszeit an den Projekten erhöht sich somit die Sicherheit über eine weitere Durchführbarkeit des Projektes – dies deckt sich eindeutig mit dem Ziel von Machbarkeitsstudien.

Bei Projektform B zeigt sich, dass **85% der geförderten Vorhaben eine Entscheidung über die weitere Marktfähigkeit des Vorhabens**, entweder jetzt oder noch während der laufenden Förderdauer, treffen können. Im Gegensatz zu Projektform A war der Startzeitpunkt bei Projektform B unerheblich. Angesichts der Zielsetzung der B-Projekte scheint dem Evaluationsteam dieser Befund plausibel: Die Vorhaben beschäftigen sich vor allem damit, wie die Marktfähigkeit des Vorhabens bestmöglich gestaltet werden kann und nicht mehr mit der Frage, ob das Projekt grundsätzlich machbar ist.

In der Projektform C gaben 3 von 4 Geförderten an, eine **Innovations-Roadmap** als Output des Netzwerkes entwickelt zu haben oder dies noch während der Förderphase 1 zu schaffen. Ebenso gaben alle Befragten an, aus dem Netzwerk heraus ein Vorhaben für Projektform A beantragen zu wollen.

Zusammenfassend zeigt sich trotz der großen Heterogenität der Projekte, dass die **Projektziele nach aktueller Einschätzung in der Regel** erreicht werden. Projektübergreifend sind knapp 70% der Befragten mit dem Fortschritt zur Erreichung der Projektziele zufrieden, lediglich 6% sind unzufrieden. Es kann somit insgesamt festgehalten werden, dass die Projekte einen guten Arbeitsfortschritt samt erzielten oder erwarteten Ergebnissen vorweisen können. Arbeitsfortschritt und Ergebnisse sind je nach Projektform unterschiedlich ausgeprägt, aber decken sich mit den unterschiedlichen Zielsetzungen.

5.2 Wirkung der Förderung auf die Geförderten

Die Geförderten wurden außerdem gefragt, welche Wirkungen sie in ihrer Organisation bzw. ihrem Vorhaben für wahrscheinlich halten. Die Ergebnisse zeigen, dass 83% der A- und B-Projekte, es für eher oder sehr wahrscheinlich halten, durch das Projekt ein **besseres Verständnis der Zielgruppe** der Vorhaben gewinnen zu können. Unter anderem aufgrund von Aussagen in verschiedenen Interviews kann dies als zentraler Aspekt für die Projekte gesehen werden. Der Grund hierfür ist unter anderem, dass – mehr noch als bei technischen Innovationen – der Innovationserfolg stark davon abhängt, wie eher weiche Faktoren wie etwa Design- oder Usability-Aspekte von potenziellen Nutzern und Nutzerinnen beurteilt werden. Eine flexible Reaktion auf derartige Erkenntnisse innerhalb des Innovations- und Markteinführungsprozesses ist maßgeblich für den Erfolg nichttechnischer Innovationen. Einige Projekte berichteten in Interviews dementsprechend davon, in den IGP-Projekten ihre ursprünglichen Ideen maßgeblich adaptiert zu haben, um

⁴⁵ Auch bei Betrachtung der konkreten Startzeitpunkte bestätigt sich dieses Bild: Projekte in den ersten drei Monaten der Förderung, konnten nur in 25% der Fälle angeben, eine Entscheidung getroffen zu haben oder bald treffen zu können. 100% der Projekte in den letzten drei Monaten der Förderung, gaben alle an eine Entscheidung getroffen zu haben oder noch im Rahmen der Förderung zu treffen.

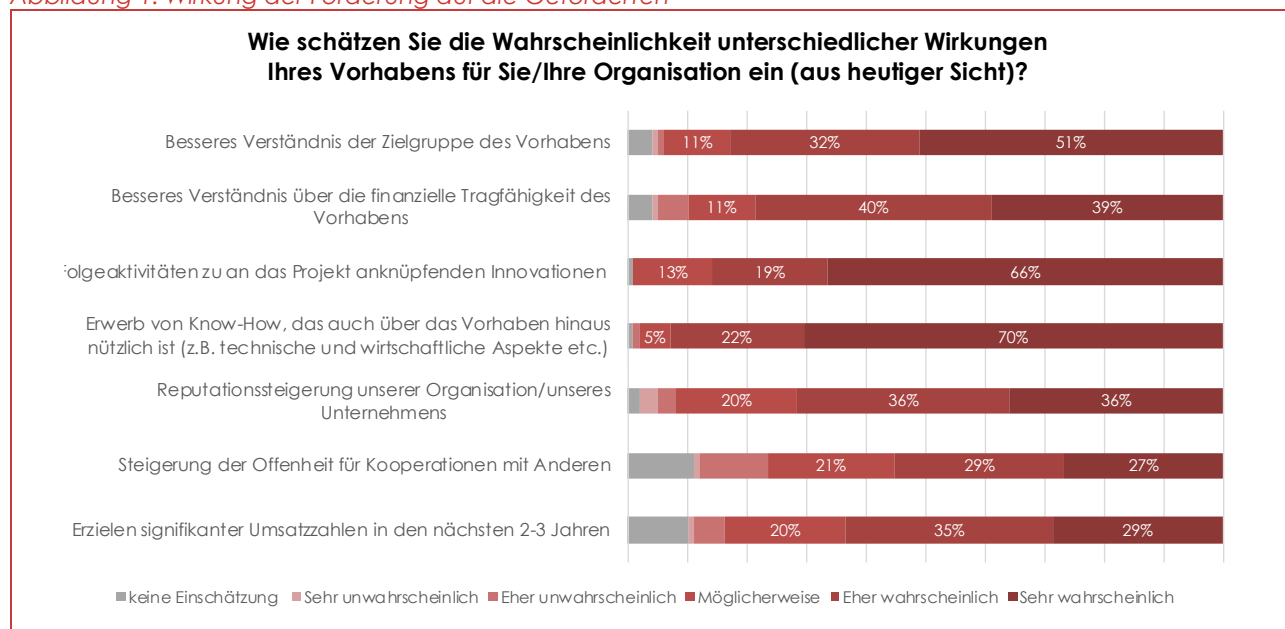
auf neue Erkenntnisse über die Zielgruppe adäquat zu reagieren. Es ist eine Stärke des IGP, dass diese Anpassungen im Projektverlauf möglich sind.

Neben einem besseren Verständnis hinsichtlich der Zielgruppe erwarten **79% der Geförderten durch die Förderung ein besseres Verständnis über die finanzielle Tragfähigkeit des Vorhabens**. Die Projekte aus der Projektform A sehen dies dabei als ähnlich wahrscheinlich an wie die Vorhaben aus Projektform B, obwohl erstere noch weiter von einer Markteinführung entfernt sind. In der Summe führen die Erkenntnisse der Projekte laut den Befragten also dazu, dass die Geförderten ein besseres Bild der Voraussetzungen für die Weiterführung ihres Projekts erlangen können. Es ist deswegen nicht überraschend, dass **fast alle Projekte beabsichtigen, nach Ablauf der Förderdauer Folgeaktivitäten an das Projekt anzuschließen** (86% hielten dies für wahrscheinlich und 13% zumindest für möglich).

Über die projektbezogenen Wirkungen hinaus gaben, in Übereinstimmung mit den qualitativen Befunden, **93% der Umfrageteilnehmenden an, dass sie wirtschaftliches oder technisches Know-How erworben haben, das wahrscheinlich über das Vorhaben hinaus nützlich sein wird**. Auch in den Interviews mit Jurymitgliedern wurde die Erwartung von erheblichen Lernerfahrungen durch die Förderung geäußert.

Weiterhin hielten die **Geförderten für wahrscheinlich oder sehr wahrscheinlich, dass die eigene Teilnahme am IGP zu einer Reputationssteigerung für das Unternehmen geführt hat**. Genauso gaben über die Hälfte der Befragten an, **aufgrund des IGP offener für Kooperationen mit anderen Organisationen zu sein**. Auch **rechnen die Programmteilnehmenden damit, dass ihr Projekt in den nächsten 2-3 Jahren zu erheblichen Umsätzen** führen kann. Die positive Erwartungshaltung gegenüber dem eigenen Erfolg wurde auch in den Interviews kommuniziert.

Abbildung 1: Wirkung der Förderung auf die Geförderten



Quelle: Online-Befragung unter den geförderten Projekten (AR 1 und 2) durch die begleitende Evaluation (n=100)

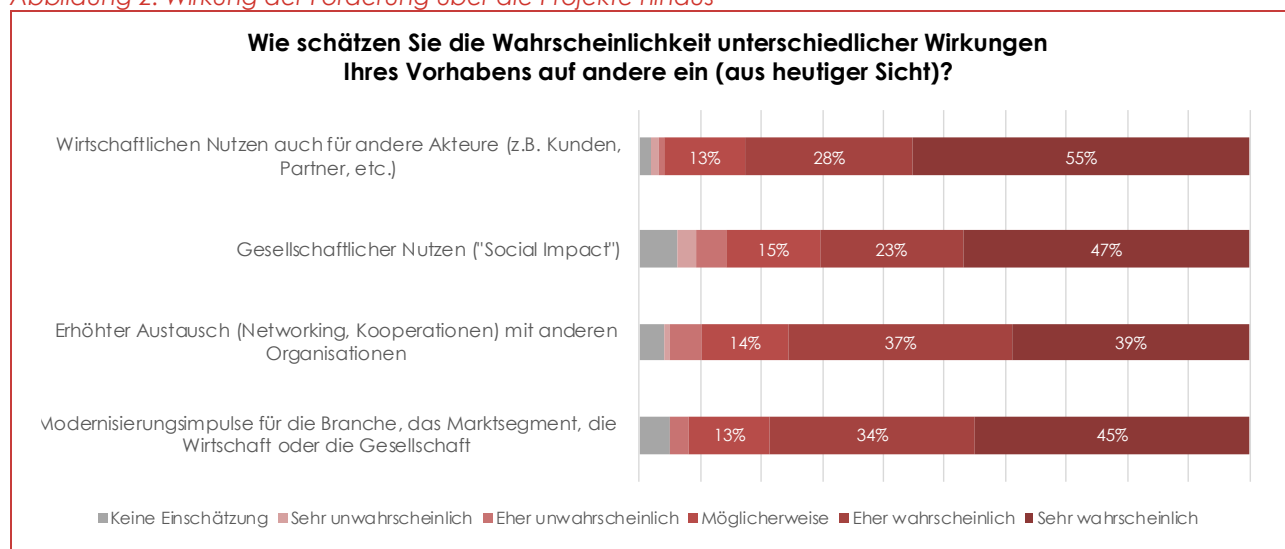
Im Kontext der Wirkungen des IGP auf die Vorhaben wurden die Geförderten auch über die konkrete **Bedeutung des IGP für ihr eigenes Projekt** befragt. Die Aussagen der Geförderten in der Umfrage und in den Interviews ergeben ein übergreifendes Fazit zu den **Additionalitäten** der Förderung: Es gaben **42%** an, dass das Vorhaben **nur durch die Förderung realisierbar** war. Weitere **58%** gaben an, dass die Förderung bewirkte, dass das

Vorhaben deutlich schneller, in deutlich größerem Umfang oder sogar deutlich schneller und deutlich größer umgesetzt werden konnte. Auch die Interviews konnten die erhebliche Bedeutung des IGP für die individuellen Vorhaben bestätigen. Häufig wurde bemerkt, dass nur aufgrund der Förderung mit der Umsetzung eines lange geplanten Vorhabens begonnen werden konnte. Außerdem klang an, dass das IGP es ermöglichte das **Projekt früher, schneller und konzentrierter realisieren zu können.** Eine private Finanzierung oder ein selbständig getragenes Vorhaben wäre, wie in den Gesprächen anklang, nur mit erheblichen Verzögerungen oder Limitierungen der Projektidee möglich gewesen. Tatsächlich bestehen bei dieser Aussage zu der Bedeutung des IGP keine maßgeblichen Unterschiede zwischen den ersten beiden Ausschreibungsrunden oder den Projektformen.

5.3 Wirkung der Förderung über die Projekte hinaus

Neben den Aussagen zu den Wirkungen auf die Organisationen selbst können zum Teil auch antizipierte Wirkungen über das eigene Vorhaben oder die eigene Organisation hinaus erwartet werden (Spill-Over Effekte). Aufgrund des frühen Zeitpunktes der Evaluation konnten die Vorhaben hierzu zwar häufig keine abschließenden Aussagen treffen, dennoch aber Einschätzungen geben. Die Geförderten sind **übergreifend zuversichtlich, dass ihre Lösungsansätze anderen Akteuren wie deren Partnern und Kunden sowie gesamtgesellschaftlich Nutzen erbringen werden (82,7% bzw. 70,4%).** Darüber hinaus hält es die überwiegende Mehrheit der Geförderten für wahrscheinlich, dass sich durch die Vorhaben einerseits der **Austausch zwischen den Projekten und anderen Organisationen** erhöhen wird und andererseits dadurch **Modernisierungsimpulse in die Branche, das Marktsegment oder den wirtschaftlichen Bereich** getragen werden (75,6% bzw. 78,6%).

Abbildung 2: Wirkung der Förderung über die Projekte hinaus



Quelle: Online-Befragung unter den geförderten Projekten (AR 1 und 2) durch die begleitende Evaluation (n=100)

Ein weiterer Effekt der IGP-Förderung besteht – auf Basis der bisherigen Erkenntnisse – in der **Schaffung und dem Erhalten von Arbeitsplätzen.** So gab knapp die Hälfte der Vorhaben an, für die Arbeit an ihren Projekten bereits jetzt zusätzliche Personen eingestellt zu haben. Insgesamt wurden, laut den Befragten, etwa 100 neue Stellen (pro Projekt durchschnittlich

0,8 neue Stellen⁴⁶) wegen der IGP-Förderung geschaffen. Auch sehen es 59,2% als „wahrscheinlich“ oder „sehr wahrscheinlich“ an mindestens einen Arbeitsplatz nach Projektabschluss schaffen zu können. Darüber hinaus gehen über **75% der Befragten davon aus, dass durch die Förderung bestehende Arbeitsplätze gesichert** wurden. Diese quantitative Erhebung wird unterstützt durch Aussagen mehrerer Gesprächspartner, die berichteten, durch die IGP-Teilnahme die wirtschaftlich schwierige Situation (Covid-19 Pandemie) besser überbrücken zu können. Außerdem ermöglicht die Förderung den Teilnehmenden nach Aussagen in Interviews sich langfristig nachhaltiger und krisenresilienter aufzustellen, indem Geschäftsmodelle digitalisiert oder neue Geschäftsfelder erschlossen werden (Diversifizierung).

6 Fazit und Ausblick

Übergreifend lassen sich zum aktuellen Zeitpunkt des Zwischenberichtes folgende **Kernerkenntnisse** zum Förderdesign und der Programmumsetzung des IGP zusammenfassen.

Das IGP adressiert mit seiner Ausrichtung auf **nichttechnische Innovationen**, vor allem auch der Förderung von Geschäftsmodellen und marktnahen Innovationen in Bereichen wie der Kreativwirtschaft, **zielführend** eine **relevante Förderlücke** in der deutschen Innovationsförderlandschaft. Es ermöglicht die Umsetzung von Vorhaben in einem **sehr breiten Themenspektrum**, die ohne staatliche Unterstützung gar nicht oder nur in sehr eingeschränktem Ausmaß durchgeführt worden wären. Es zeichnet sich bereits jetzt ein guter Grad an Zielerreichung samt positiven Projektwirkungen ab. Das IGP hilft, neue kreative Ideen zu testen und in den Markt zu bringen, unter anderem bei kleinen und jungen Unternehmen in Branchen wie der Kultur- und Kreativwirtschaft sowie in der Bildungsbranche, also gerade in Bereichen, in denen die Umsetzung von Innovationsprojekten sowohl über eine Eigen- oder Fremdkapitalfinanzierung oft nur sehr eingeschränkt möglich ist. Das IGP adressiert somit zentrale **Innovationshemmnisse** in der Zielgruppe, die rein über den Markt schwer zu beheben sind.

Grundsätzlich sieht die begleitende Evaluation einen volkswirtschaftlichen Mehrwert eines Förderprogramms wie des IGP. Sie empfiehlt, das Programm nach der Pilotphase zu verstetigen.

Zur hohen Mobilisierung der Zielgruppe des IGP hat vor allem das **branchenoffene Programmdesign** und die Wahl der thematischen Schwerpunkte beigetragen. Auch das Förderdesign **mit differenzierten Projektformen** ermöglicht es Projekten in verschiedenen Phasen des Innovationsprozesses am Programm teilzunehmen. Besonders hervorzuheben sind hier die Projektformen A und B. Die Projektform C (Netzwerke) hingegen wird von den verschiedenen Gesprächspartnern und Gesprächspartnerinnen der Evaluation eher kritisch gesehen und zieht (bisher) auch nur wenige Anträge an.

⁴⁶ Im Durchschnitt aller geförderten Projekte wurden, laut der Befragung, 0,8 Stellen pro Projekt bereits neu geschaffen. Bei Vorhaben, die angeben, überhaupt Stellen geschaffen zu haben, lag dieser Schnitt bei 1,3 neuen Stellen pro Projekt.

Das Evaluationsteam sieht in der Nutzung von relativ breit formulierten, querschnittlich angelegten thematischen Ausschreibungsrunden eine gute Möglichkeit, gleichzeitig eine große Breite möglicher Interessenten als auch eine gewisse Fokussierung der Projekte zu erreichen. Allerdings gibt es vielfältige Argumente sowohl für eine komplette Themenoffenheit als auch eine stärkere thematische Fokussierung. Nähere Analysen im weiteren Verlauf der Evaluation werden weitere Erkenntnisse für Empfehlungen hierfür liefern. Gleiches gilt für eine Empfehlung zur Weiterführung von Projektform C (Netzwerkprojekten), welche in seiner aktuellen Form hinterfragt werden sollte.

Die neuartigen **Antrags- und Auswahlprozesse** im IGP (Formulare, Jury und Pitches) werden mit Blick auf den Fördergegenstand und die Zielgruppe des IGP als weitgehend **positiv** eingeschätzt. Im Vergleich mit anderen Fördermaßnahmen ist der **Aufwand für die Antragstellung** aus Sicht von Personen mit vorheriger Antragserfahrung vergleichsweise niedrig, wird von Personen ohne Antragserfahrung aber immer noch als aufwändig eingestuft. Zudem gibt es aus Sicht der Geförderten der ersten Ausschreibungsrunde zum Teil Verbesserungspotenziale bei der Schnelligkeit der Prozesse bis zum tatsächlichen Projektstart. Darüber hinaus wurde unter den Geförderten teilweise Kritik hinsichtlich der Transparenz der Entscheidungsfindung der Jury geäußert.

Die Evaluation sieht vor allem in den Live-Pitches ein für die spezifische Zielgruppe und den Fördergegenstand des IGP passendes Format. Zwar gestalten sich die Live-Pitches durchaus aufwändig, sie sind jedoch ein elementares Element für die Entscheidungsfindung der Jury und bieten den Antragstellenden die Möglichkeit, das Vorhaben über den schriftlichen Antrag hinaus persönlich zu präsentieren. Die bereits vorgenommenen Anpassungen z.B. bzgl. eines vorzeitigen Projektstarts nach Bekanntgabe der Förderentscheidung sind aus Prozesssicht Schritte in die richtige Richtung, um der Dynamik der Innovationsprozesse der Vorhaben Rechnung zu tragen.

Insgesamt ergeben die bisherigen Ergebnisse der begleitenden Evaluation des IGP ein positives Bild des grundsätzlichen Förderdesigns und der Programmumsetzung. Trotz des Pilotcharakters des Programmes und der damit verbundenen Unsicherheiten von Seiten der Zielgruppe, konnte unter anderem durch viele Beratungsgespräche des Projektträgers eine hohe Zufriedenheit mit dem IGP erreicht werden. Prozesselemente, die sich als weniger effizient oder geeignet erwiesen, konnten durch schnelle Reaktionen angepasst werden. Es ist zu erwarten, dass mit zunehmender Laufzeit des Programmes kritische Aspekte, wie die noch eingeschränkte Bekanntheit des Programmes und die hohe Beratungsintensität stetig abnehmen werden und weitere Effizienzgewinne bei der relativ aufwändigen Administration möglich sind. Die bereits erfolgten Anpassungen im Rahmen des in der Pilotphase als „lernendes Programm“ angelegten IGP sind dafür eine gute Basis.

Die Erfolge und Wirkungen der Projekte im IGP werden – zusätzlich zur detaillierteren Betrachtung der Aspekte dieses Zwischenberichts – im Laufe der weiteren Arbeiten der begleitenden Evaluation bis Anfang 2022 vertieft adressiert.



www.technopolis-group.com