

Aufbruch zu digitalen Horizonten

AriBis GmbH

2020

A photograph of a person holding a white sign with the word 'CORONAVIRUS' written on it. The person is behind a red plastic barrier, and their face is partially visible through the plastic. The sign is held in front of the barrier, and the word 'CORONAVIRUS' is printed in blue capital letters. The background is a solid red color.

CORONAVIRUS

Übersicht

- Abwarten steht nicht zur Wahl
- Anleitung zur Digitalisierung
- Die wichtigsten Förderprogramme im Überblick
- Corona-bedingte Maßnahmen und Förderungen

Abwarten ist keine Option mehr (1)

Seit Jahren schon treiben große Unternehmen die Digitalisierung massiv voran. Mittlere und kleinere Firmen hingegen investierten bislang eher zögerlich.

Die Devise für viele:

Abwarten und beobachten, wie die Branche und der Wettbewerb sich verhalten.

Aber diese Untätigkeit führt nur zu einem Berg unvermeidlicher Umstellungen und mindert den das Wachstum von Produktivität.

Spätestens seit Corona und den damit verbundenen, teils massiven, Einschränkungen im Alltag hat sich die Sichtweise der meisten Unternehmer geändert:

Umfassend digitalisierte Unternehmen haben die besseren Zukunftschancen.

Wenn Mitarbeiter ohne Reibungsverluste von zu Hause disponieren, konstruieren, administrieren und akquirieren können, können sie wie gewohnt weiterarbeiten – im Gegensatz der Kollegen, die noch in den digitalen Kinderschuhen unterwegs sind. Und nicht zu vergessen ist sicher auch die mangelnde Motivation, wenn Mitarbeiter nicht durchgängig arbeiten können.

Abwarten ist keine Option mehr (2)

Auch wenn die Umstellung Schmerzen bereitet – die Chancen, die die Digitalisierung mit sich bringt, lassen diese schnell vergessen.

Die sich rasant und oftmals überraschend entwickelnden Märkte sollten für jeden Handwerker, Händler, Hersteller und Dienstleister Grund genug sein, digitale Halbherzigkeit zu überwinden.

Trotzdem ist Digitalisierung kein Selbstzweck.

Nur weil normale, tradierte Abläufe mit dem PC erledigt werden, kann man noch nicht von „digital“ sprechen. Um zu digitalisieren, benötigen Sie eine auf Ihr Unternehmen abgestimmte Strategie und keinen blinden Aktionismus. Mit dieser Strategie erarbeiten Sie sich Ihre Ziele und den Weg dorthin.

Diese Strategie zu entwickeln ist der Ausgangspunkt.

Als Unternehmer wissen Sie dann, welche Investitionen nötig und welche strukturellen Umstellungen in Organisation, Produktion und Personalwesen sinnvoll sind.

Ein effizientes Management kann durchaus die Digitalisierung im notwendigen Maße realisieren. Damit wird der Aufbruch zu neuen digitalen Horizonten zu einer großen Zukunfts-Chance, die Sie mit allen Facetten für Ihr Unternehmen nutzen sollten.

Zum Beispiel, um neue Geschäftsmodelle, Produkte und Vertriebswege zu entwickeln, die Fertigung und internen Arbeitsabläufe im Unternehmen effizienter zu gestalten und das Management von Strategien, Marktbearbeitung und Kundenansprache weiter zu verbessern.

Außerdem trägt die Digitalisierung im Mittelstand maßgeblich dazu bei, dass es einfacher wird, europäische Absatz- und Beschaffungsmärkte zu erschließen.

Die Hälfte aller mittelständischer Unternehmen in Industrie und Dienstleistung erwartet darüber hinaus eine verstärkte Kooperation mit potentiellen Partnern aus dem europäischen Ausland. Dabei könnte auch die Investitionstätigkeit einen An Schub erhalten.

Letztendlich stellt die Digitalisierung sogar die Weichen für eine leichtere Integration in die Wertschöpfungskette des Kunden.



Intern und extern auf der Gewinnerseite





Bereitschaft zum Handeln wächst

Dem deutschen Mittelstand ist natürlich bekannt, dass die Digitalisierung messbare Vorteile bringt.

Und auch kleinere und mittlere Firmen sehen und beurteilen die Möglichkeit, die eigene Wettbewerbsfähigkeit und Innovationskraft durch digitale Prozesse, Big Data und intelligente Software zu sichern, positiv.

2/3 der Unternehmen in Deutschland haben Maßnahmen zur Digitalisierung bis 2022 fest eingeplant.

Weitere 18 Prozent wollen in diesem Zeitraum Maßnahmen durchzuführen.

Dieses Ergebnis erbrachte 2019 die Umfrage der KfW Bankengruppe zusammen mit Wirtschaftsverbänden. Dabei wurden 1.300 Unternehmen aller Größenklassen, Wirtschaftszweige, Rechtsformen und Regionen, welche 2019 befragt.

Unter anderem herrschte Einigkeit darüber, dass ein erheblichen Nachholbedarf bei der Digitalisierung im deutschen Mittelstand besteht. Vor allem kleine Firmen wenden für die digitale Umstellung nur überschaubare Summen auf.

1/3 der Unternehmen befindet sich überhaupt noch im Anfangsstadium. Lediglich jedes fünfte Unternehmen zählt zu den digitalen Vorreitern.

Hürden und Hindernisse

Unterschiedliche Gründe verhindern eine zügige Verwirklichung geplanter Digitalisierungs-Projekte:

67% nennen mangelnde IT-Kompetenzen

58% bemängeln eine zu geringe Internetgeschwindigkeit

59% erkennen keinen Nutzen in der Digitalisierung

62% befürchten Probleme mit Datensicherheit und Datenschutz

32% ergreifen keine Maßnahmen zur Digitalisierung aufgrund von Finanzierungsschwierigkeiten

4% sagen, dass Bankdarlehen zur Finanzierung der Digitalisierung fast keine Rolle spielen

77% der Unternehmen bringen das Geld für anstehende Maßnahmen aus laufenden Einnahmen auf

Dies hängt ursächlich damit zusammen, dass sich Geldgeber bei der Finanzierung dieser speziellen Vorhaben zurückhalten.

Zum einen deshalb, weil die geplante Digitalisierung sich häufig auf firmenspezifische Anwendungen und Problemlösungen bezieht und hinsichtlich ihrer Erfolgsaussichten schwierig zu beurteilen ist.

Zum anderen, weil bei der Umsetzung zwar personelle Aufwendungen und Vorleistungen in erheblichem Umfang anfallen, im Vergleich dazu der benötigte finanzielle Anteil eher gering ausfällt.

All dies zusammen verringert die Bereitschaft externer Kreditgeber, in die Digitalisierung mittelständischer Firmen zu investieren

Zuversichtlich stimmen aber, dass

5 von 6
Mittelständlern die
Digitalisierung im
eigenen Betrieb
ausbauen

83% bereits 2015
erste Schritte zur
Digitalisierung
eingeleitet hatten

98% der
Unternehmen mit
mehr als 150
Mitarbeitern in die
Digitalisierung
investieren

78% der kleinen
Unternehmen
ebenfalls in
Digitalisierung
investieren

Von diesem optimistischen Vorwärts-Denken sollten Sie sich anstecken lassen. Denn Abwarten ist keine Option. Auch wenn auf dem Weg zum Ziel etliche Steine aus dem Weg geräumt werden müssen, können Sie diese Aufgabe meistern. Denn es gibt vielfältige Unterstützung speziell für Mittelständler, die hilft, den digitalen Wandel im Unternehmen zu schaffen. Dazu zählen unterschiedliche Programme von Ländern, Bund und EU, die Ihnen maßgeschneiderte Förderkonzepte anbieten. Unter anderem, um die IT-Kompetenz Ihrer Mitarbeiter auszubauen, um Sie bei der Realisierung Ihrer digitalen Pläne zu beraten oder um Ihnen bei der Digitalisierung von Produkten, Produktionsprozessen und Verfahren finanziell unter die Arme zu greifen. Eine Übersicht über die wichtigsten Angebote finden Sie am Ende dieses E-Books.





Anleitung zur Digitalisierung

Station 1

Künftige Handlungsfelder bestimmen.

Alles auf einmal zu erledigen, ist keine gute Idee. Wesentlich besser fahren Sie, wenn Sie geplant vorgehen und dort aktiv werden, wo sich das Digitalisieren in Ihrer Firma wirklich lohnt.

Generell gibt es fünf Handlungsfelder, die für Ihr Unternehmen in Frage kommen. Aus der Summe der Aktivitäten ergibt sich eine solide Basis für einen erfolgreichen Einstieg in die digitale Zukunft.

Der Einsatz digitaler Systeme versetzt Sie in die Lage, mit Ihrem Unternehmen profitabel zu wachsen.
Denn damit haben Sie die Möglichkeit, innovative Produkte, Dienstleistungen und Geschäftsmodelle zu entwickeln – ohne dabei mehr Ressourcen zu verbrauchen.
Gleichzeitig führt die Digitalisierung zu einer deutlichen Effizienzsteigerung und damit zu einer beachtlichen Kostensenkung.
Auf diese Weise stärken Sie Ihre Position im Markt und gegenüber der Konkurrenz

Ansprache und Betreuung von Kunden

Handlungsfeld 2

Moderne Kommunikationstechnologien bringen eine neue Qualität in den Umgang mit Kunden und Auftraggebern. Der Zugriff auf vernetzte Daten in Echtzeit macht den Kontakt schneller, direkter und einfacher. Und zwar rund um die Uhr. Dies erleichtert auch die Reaktion auf Veränderungen oder neue Anforderungen im Markt. Ein weiterer Vorteil: Mit Hilfe digitaler Marketing-Methoden können Sie gezielt und mit wesentlich weniger Aufwand Neukunden akquirieren. Denn Endverbraucher, Lieferanten, Händler und andere B2B-Partner sind heute häufiger online unterwegs als je zuvor. So haben Studien ermittelt, dass internetbasierte Werbemaßnahmen zu 50 Prozent mehr Kunden führen können. Außerdem ermöglicht die Digitalisierung, den Kundenservice maßgeblich zu optimieren. Etwa durch die elektronische Steuerung und Vernetzung operativer Aufgaben.

Über das Internet miteinander vernetzte Systeme in Anlagen und Werkstoffen liefern Ihnen wertvolle Informationen aus der Produktion. Beispielsweise über die Auslastung der Fertigungskapazitäten, über Produktionsbedingungen, Fehler und Störungen, über notwendige Wartungsarbeiten oder auch über ein intelligentes Ressourcenmanagement.

Damit bekomme Sie Gelegenheit, schnell und flexibel auf Veränderungen im Produktionsprozess, in der Lieferkette sowie auf individuelle Kundenwünsche zu reagieren. Unter anderen können auch kleine Auflagen und sogar Einzelstücke bei Bedarf kostengünstig und trotzdem rentabel hergestellt werden.

Denn dank digitaler Technologien sind Maschinen heute in der Lage, Arbeitsvorgänge zu variieren und individuell an die Nachfrage anzupassen.

Digitale Prozesse im Unternehmen lassen sich effizienter und gezielter kontrollieren und lenken als analoge. Dies gilt insbesondere für Abläufe in der Produktion, bei denen die Fertigungsdauer oder der Energieverbrauch ohne viel Aufwand an die aktuellen Erfordernisse angepasst werden können.

Neben der Optimierung von Prozessen ist es möglich, Störungen mit Hilfe digitaler Systeme künftig leichter zu ermitteln und zu beheben. Aber auch für Bereiche wie die Warenwirtschaft, Produktplanung, Lagerverwaltung und Finanzbuchhaltung ist die Umstellung auf zeitgemäße Elektronik überaus rentabel. Betriebswirtschaftliche Software-Lösungen, die so genannten ERP-Systeme, unterstützen Sie dabei, sämtliche Geschäftsprozesse im Betrieb zu vernetzen und zentral zu steuern. Auf diese Weise gelingt es, das Unternehmensergebnis insgesamt zu verbessern.

In hohem Maße profitiert Ihre Belegschaft von der Digitalisierung. Sie ermöglicht zeit- und standortunabhängige Teamarbeit, bietet Vorteile bei der Weiterbildung und entlastet von Routineaufgaben. Darüber hinaus können Ihre Mitarbeiter mit Hilfe modernen Informations- und Kommunikationsverfahren ihr Know-how erweitern oder ihr Wissen in gemeinsame Projekte einbringen. Gleichzeitig können Sie als Arbeitgeber mit digitaler Unterstützung die Arbeitszeiten so einteilen, wie es die Praxis im Unternehmen erfordert.

Übrigens: Auch das E-Recruiting zahlt sich aus. Über das Internet erreichen Sie eine Vielzahl von potenziellen Mitarbeitern, die beispielsweise über klassische Print-Werbung kaum angesprochen werden können.



Anleitung zur Digitalisierung

Station 2

Nachdem Sie den Stand der Digitalisierung in Ihrem Hause ermittelt haben, ist es Zeit, an die praktische Umsetzung zu gehen. Dabei gilt es, einige elementare Punkte zu beachten.

Um die Potentiale der Digitalisierung optimal zu nutzen, macht es Sinn, die gesamte Wertschöpfungskette Ihres Unternehmens schrittweise mit einzubinden.

Das bedeutet: Alle Geschäftsbereiche werden in den Digitalisierungs-Prozess einbezogen, damit sämtliche Vorteile flächendeckend zum Tragen kommen.

Das bedeutet aber auch, dass die Digitalisierung weitreichende Folgen auslöst, die gewohnte Abläufe und Strukturen in Ihrer Firma nicht nur beeinflussen, sondern auch radikal verändern können. Es kommt sozusagen zu einem Quantensprung, der möglicherweise für Unruhe in der Belegschaft sorgt.

Damit dies nicht passiert, sollten Sie von Anfang an jeden ins Boot holen, der an diesem Prozess beteiligt und von den Veränderungen betroffen ist. Die IT-Experten sowieso, da diese sich beim Thema am besten auskennen und wissen, wo es im Unternehmen hakt. Wenn Sie alle Ebenen im Unternehmen in die Planung und Umsetzung der Digitalisierung integrieren und zum aktiven Mitmachen motivieren, vermeiden Sie in der Regel Querelen und Blockaden notorischer Nein-Sager.

Ebenso wichtig ist es, die richtigen Leute für die Durchführung der Digitalisierung zu finden. Sollten Sie im Unternehmen über eine IT-Abteilung mit qualifizierten Mitarbeitern verfügen, liegt die komplexe Aufgabe sicher in guten Händen. Doch auch ohne eigene IT-Experten haben Sie die Möglichkeit, die geplanten Maßnahmen professionell durchzuführen. Und zwar mit Unterstützung von externen Beratern und Dienstleistern, die sich auf das Thema IT und Digitalisierung spezialisiert haben. Erkundigen Sie sich an Ihrem Standort nach geeigneten Fachleuten.

Ansässige Wirtschaftsförderungen, Kammern und Verbände können Ihnen bei der Auswahl des passenden Beraters weiterhelfen.

Übrigens: Auch wenn die digitale Transformation in Ihrem Unternehmen erfolgreich abgeschlossen ist, bleibt noch genug zu tun. Als Bestandteil Ihrer Firmenstrategie sollten Sie den Stand der Dinge laufend überprüfen und bei Bedarf aktualisieren. Zu diesem Zweck empfehlen wir, die aktuell vorhandenen Kompetenzen in Ihrem Betrieb zu hinterfragen, um eventuelle Defizite aufzudecken.

Außerdem sollten Sie das Ergebnis der bisherigen Digitalisierungsmaßnahmen analysieren und feststellen, inwieweit die Umsetzung zu Veränderungen in der eigenen Wertschöpfungskette führt, aber auch in Bezug auf Wettbewerb und Branche Auswirkungen zeigt.



Station 3

Anleitung zur Digitalisierung

Neue Geschäftsmodelle entwickeln

Die digitale Neuausrichtung Ihres Geschäftsmodells verbessert nicht nur den bisherigen Leistungsstandard, sondern bietet Ihnen auch die große Chance, völlig neue Wachstumsfelder und Gewinnmöglichkeiten zu erschließen. Die digitale Weichenstellung bringt gerade auch mittelständischen Betrieben zusätzlichen Einfluss auf dem Markt, verbunden mit der Stärkung der eigenen Wettbewerbsfähigkeit.

Maßstab für die Entwicklung eines Geschäftsmodells sind in jedem Fall Ihre Kunden. Der technische Wandel macht diese zu gut vernetzten und informierten Akteuren, die heute mehr und mehr die Nachfrage im Markt bestimmen. Und zwar schnell und direkt.

Denn über Smartphone und Tablet können sie jederzeit und überall online gehen, auf Informationen zugreifen und sich in sozialen Netzwerken austauschen. Mit dem veränderten Verhalten ändern sich auch die Ansprüche an Sie als Anbieter, Produzent oder Dienstleister.

Mehr Qualität, mehr Individualität, mehr Service – und das alles möglichst schnell und preisgünstig. Auf diese hohen Erwartungen müssen Sie zeitnah reagieren, um mit der Konkurrenz mithalten zu können. Dabei ist keineswegs auszuschließen, dass Sie bald darauf schon wieder die eine oder andere Stellschraube neu justieren müssen. Denn der Markt befindet sich im HighSpeedModus und verändert sich rasant.

Als entscheidende Erfolgsfaktoren für ein digitales Geschäftsmodell haben sich **drei strategische Ansatzpunkte** herausgebildet:

- Zum einen die starke Vernetzung mit Kunden und Partnern,
- zum anderen die Konzentration auf ein Angebotsspektrum mit praxisgerechten Lösungen und Systemen und schließlich der
- Ausbau von Serviceleistungen zum Nutzen der Kunden.

Aktuelle Zahlen, herausgegeben vom Bundeswirtschaftsministerium, liefern hier interessante Fakten.

Demnach erstellen 50 Prozent der betroffenen Unternehmen ein umfangreiches Kundenprofil, das die Basis für das Generieren eines neuen Geschäftsmodells liefert.

In der praktischen Anwendung haben sich unter anderem der Einsatz von Feedback-Schleifen oder auch Bonusprogramme und Gutscheine bewährt. 32 Prozent der Unternehmen setzen auf modernes Online-Marketing, um die Kundenkommunikation zu verbessern. Zum Instrumentarium gehören beispielsweise Contents, Newsletter, Kundenaccounts oder personalisierte Apps. 19 Prozent integrieren ihre Kunden in das Firmensystem und intensivieren den Dialog mit dem Ziel, Anregungen für weitere innovative Entwicklungen zu bekommen. Stichworte sind hier Empfehlungen in sozialen Medien, Impulse für die Optimierung von Produkten und Service sowie die Stärkung der Kundenbindung durch kreative Angebote.

Mit lediglich 5 Prozent noch deutlich unterrepräsentiert ist die Nutzung von Netzwerken und Partnerschaften, um Abnehmer über neue Erzeugnisse und Dienstleistungen zu informieren.

Gemeinschaftsaktionen haben den Vorteil, die Leistungen effizient zu bündeln und ggf. eine Alleinstellung zu erreichen. Geeignet für diese Art der Zielgruppenansprache sind unter anderem elektronische Plattformen für Einkauf und Vertrieb, aber auch kundenorientierte Offerten, die dank entsprechender Kooperationen realisiert werden können.

Abgesehen davon: Worauf Sie im digitalen Kundenkontakt keinesfalls verzichten dürfen, ist die firmeneigene Website. Über die Homepage wecken Sie das Interesse potentieller Abnehmer, motivieren zum Kauf und gewinnen neue Kunden.

Natürlich sollten Sie es nicht beim Einrichten einer Website belassen. Denn Online-Marketing setzt sich aus vielen Facetten zusammen – angefangen bei der Optimierung Ihrer Einträge in den einschlägigen Suchmaschinen über die Anbindung an einen digitalen Marktplatz bis hin zum eigenen Internet-Shop. Dass sich Online-Werbung lohnt, zeigen verschiedene Studien. Demnach kann durch internetbasierte Marketingmaßnahmen die Zahl der Neukunden um bis zu 50 Prozent gesteigert werden.



Anleitung zur Digitalisierung

Station 4

Innovative Anwendungen entdecken

Anbieter von digitalen Systemen und Programmen stellen eine Vielzahl von Möglichkeiten bereit, die Ihnen die Arbeit erleichtern. Einige der gebräuchlichsten Anwendungen finden Sie hier:

Open Data

Der Zugriff auf frei zugängliche Datenquellen bringt Sie erfolgreich weiter. Beispielsweise, um Informationen für eine geplante Produkt-entwicklung zu bekommen oder um dringend benötigte Fachkräfte zu finden.

Wenn Sie sich zum Beispiel in Standardsuchmaschinen einloggen, erhalten Sie schnell und günstig die gewünschten Daten, Zahlen und Fakten. Ideal, um auf intelligente Weise Marktforschung zu betreiben.

Ebenso hilft eine Link zu sozialen Netzwerken wie XING, LinkedIn oder Instagram bei der Suche nach qualifizierten Mitarbeitern. Auch die Verknüpfung von externen und internen Daten verschafft Ihnen Erkenntnisse, die Sie für Ihre Pläne gezielt nutzen können.

Big Data

Der Begriff Big Data steht für die stetig wachsende, oft unstrukturierte Datenmenge und entsprechende Tools, um die Informationsflut zu verarbeiten. Dies schließt das Sammeln, Analysieren, Nutzen, Verwerten und Vermarkten der digitalen Daten mit ein.

Inzwischen gibt es zahlreiche IT-Lösungen, die dem Mittelstand den Umgang mit den Daten erleichtern. Dazu gehört spezielle Analytik-Programme, quelloffene Software Frameworks, die immense Datenberge im Rahmen intensiver Rechenprozesse, Computercluster genannt, verarbeiten können und bestimmte Hochleistungs-Datenbanken.

Zunehmende Bedeutung gewinnt bei Big Data auch eine leistungsstarke Speichertechnik. Um schnell aus vielen Daten einen konkreten Nutzen zu ziehen, müssen Unternehmen für folgende Voraussetzungen sorgen: Eine einheitliche Datenstruktur, definierte Schnittstellen sowie geeignete Interpretations-Schemata.

Cloud-Computing

Die Akzeptanz der Cloud ist in den letzten zwei Jahren rapide gestiegen. Mittlerweile beziehen laut Bitkom

- dreiviertel der deutschen Unternehmen mit mindestens 20 Mitarbeitern Rechenleistung aus der Cloud.
- Ein weiteres Fünftel planen oder diskutieren den Cloud-Einsatz.

Das Outsourcing ist damit für die Mehrheit der Unternehmen eine Alternative zu eigener IT-Infrastruktur. Da es dies zu annehmbaren Preisen und nutzungsbezogenen Abrechnungsmodellen gibt, rechnet es sich auch für kleinere Unternehmen und bei schwankendem Bedarf. Gerade für den Mittelstand ist der Mangel an IT-Fachkräften eine wesentliche Digitalisierungshürde. Leistungen aus der Cloud entlasten in aller Regel die interne IT. Aufwände für Installation, Wartung, Aktualisierung und Sicherung der zahlreichen verwendeten Hard- und Softwarekomponenten im Unternehmen verringern sich.

Das durch die Corona-Pandemie noch populärer gewordene „Homeoffice“ wird durch Cloudnutzung oft ohne großen Mehraufwand möglich. Ob statt vom Firmengelände zusätzlich auch von einer Privatwohnung aus auf einen Cloud-Dienst zugegriffen wird, setzt – wenn überhaupt – nur kleinere administrativer Handgriffe voraus – und eine sichere Verbindung via VPN.

Ein weiterer Hemmschuh für die Digitalisierung in KMU sind Datenschutz und Datensicherheit. Viele Unternehmen sind sich unsicher, ob sie ausreichende Kompetenzen im Haus haben. Solide Cloud-Dienstleister hingegen sind bei diesen Themen up-to-date, was ebenfalls für die Cloud spricht. Ratsam ist es allerdings, einen Cloud-Dienst zu wählen, der im Geltungsbereich des EU-Datenschutzes (DSGVO) operiert. Bei Unternehmen mit Server-Standorten in den USA oder Asien ist das oft nicht gegeben.



Station 5

Anleitung zur Digitalisierung

Prioritäten setzen

Sie haben die letzte Station der Road Map erreicht und wissen jetzt: An der Digitalisierung führt kein Weg vorbei. Vom Kunden bis zum Mitarbeiter, vom Lieferanten bis zum Wettbewerber, von der Verwaltung bis zur Behörde, vom Produzenten bis zum Dienstleister – alle sind gut vernetzt und nutzen digitale Systeme.

Bevor Sie nun in Ihrem Unternehmen die digitale Zeitenwende einläuten, überlegen Sie bitte, womit Sie am besten beginnen sollen.

Welches Digitalisierungs-Projekt hat in Ihrem speziellen Fall Vorrang?

Prioritätenliste Digitalisierung

Erstellen Sie sich eine Prioritätenliste, um die Maßnahmen für Ihr Unternehmen nach Wichtigkeit zu planen.

Die wichtigsten Förderprogramme im Überblick

Förderinitiative Mittelstand 4.0 – Digitale Produktions- und Arbeitsprozesse

Ziel der Förderinitiative des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie ist es, die Digitalisierung von Prozessen im Bereich Beschaffung, Produktion und Distribution in kleineren und mittleren Unternehmen branchenübergreifend voranzubringen. Zu diesem Zweck wurden vier Mittelstand-4.0-Agenturen gegründet, die sich mit den Schwerpunktthemen Cloud, Prozesse, Kommunikation und Handel befassen. Die Agenturen arbeiten mit den aktuell 11 Mittelstand-4.0-Kompetenzzentren im Bundesgebiet sowie dem Kompetenzzentrum Digitales Handwerk zusammen. Weitere Informationen: www.mittelstand-digital.de

ERP-Digitalisierungs- und Innovationskredit

Das im Sommer 2017 gestartete neue Förderprogramm der KfW-Bankengruppe bietet Möglichkeiten der Finanzierung verschiedener Maßnahmen. Gefördert werden die Digitalisierung von Produkten, Produktionsprozessen und Verfahren sowie Innovationen, bei denen Unternehmen neue oder verbesserte Produkte, Verfahren oder Dienstleistungen entwickeln. Kernelement der Förderung ist eine optionale Haftungsfreistellung in Höhe von 70 Prozent für Kredite an Firmen mit weniger als 500 Mitarbeitern – auch mit schwächerer Bonität. <https://www.kfw.de/inlandsfoerderung/Unternehmen/Innovation/>

Die wichtigsten Förderprogramme im Überblick

ERP-Mezzanine für Innovation

Ebenfalls neu ist dieses KfW-Paket für den Mittelstand, das speziell zur langfristigen Finanzierung marktnaher Forschung und der Entwicklung neuer Produkte, Verfahren, Prozesse oder Dienstleistungen geschnürt wurde. <https://www.kfw.de/inlandsfoerderung/Unternehmen/Innovation>

Digitalbonus

Das Förderprogramm aus der Initiative Bayern digital richtet sich an kleine und mittlere Unternehmen mit Sitz in Bayern. Das Angebot umfasst drei Varianten und hat die Aufgabe, den digitalen Wandel zu unterstützen und zudem die Datensicherheit zu erhöhen. Je nach Bedarf können im Rahmen des Digitalbonus zwei Zuschüsse in unterschiedlicher Höhe oder ein zinsverbilligtes Darlehen beantragt werden. <https://www.digitalbonus.bayern/>

Horizont 2020

Das Rahmenprogramm der Europäischen Union für Forschung und Innovation soll unter anderem dazu beitragen, eine wettbewerbsfähige Wirtschaft aufzubauen und die Wissenschafts-Exzellenz zu unterstützen. In der Förderlinie „Innovationen in kleine und mittlere Unternehmen“ können sich auch Mittelständler bewerben. www.horizont2020.de

Die wichtigsten Förderprogramme im Überblick

Cosme

Das Programm für die Wettbewerbsfähigkeit von europäischen Unternehmen mit besonderem Schwerpunkt auf KMU stellt Finanzierungsinstrumente und Zuschüsse zur Verfügung, die beispielsweise den Zugang zu Märkten, die Rahmenbedingungen und unternehmerische Initiativen fördern sollen. Fördergeber ist die Europäische Union. Kontaktmöglichkeit über Enterprise Europe Network EEN.

<http://www.een-deutschland.de/>

Eurostars

Hierbei handelt es sich um ein gemeinsames Förderprogramm von EUREKA und der EU, das sich an forschungstreibende KMU richtet. Angestrebt wird eine verstärkte europäische Zusammenarbeit bei Forschungs- und Entwicklungsprojekten. Dabei steht die Entwicklung innovativer Produkte, Verfahren oder Dienstleistungen im Vordergrund. <http://www.eurostars.dlr.de/>

NRW-Bank

Zinsgünstige Darlehen für kleine, mittlere und große Unternehmen und freiberuflich Tätige zur Finanzierung von Digitalisierungs- und Innovationsvorhaben bietet die NRW-Bank an. Unter [diesem Link](#) werden Sie fündig.

Unter dem Begriff „Schutzschild“ werden Beihilfen für Unternehmen in Schwierigkeiten (UiS) und Unternehmen mit akutem Liquiditätsbedarf (UmaL) gewährt.

Dies soll die akuten Probleme auffangen und strauchelnde Unternehmen über die Krise retten.

Den aktuellen Stand erfahren Sie auf der Website des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie:
www.bmwi.de

Corona-bedingte Förderungen und Maßnahmen



ERP-Gründerkredit und KfW-Unternehmerkredit

Die Bedingungen für ERP-Gründerkredit – Universell (für Unternehmen unter 5 Jahren) und KfW-Unternehmerkredite (für Bestandsunternehmen) werden gelockert.

Risikoübernahmen werden erhöht (bis zu 80 Prozent für Betriebsmittelkredite bis 200 Mio. Euro). Außerdem stehen die Instrumente auch größeren Unternehmen mit einem Umsatz von bis zu 2 Mrd. Euro zur Verfügung (bisher 500 Mio. Euro).



KfW-Kredit für Wachstum

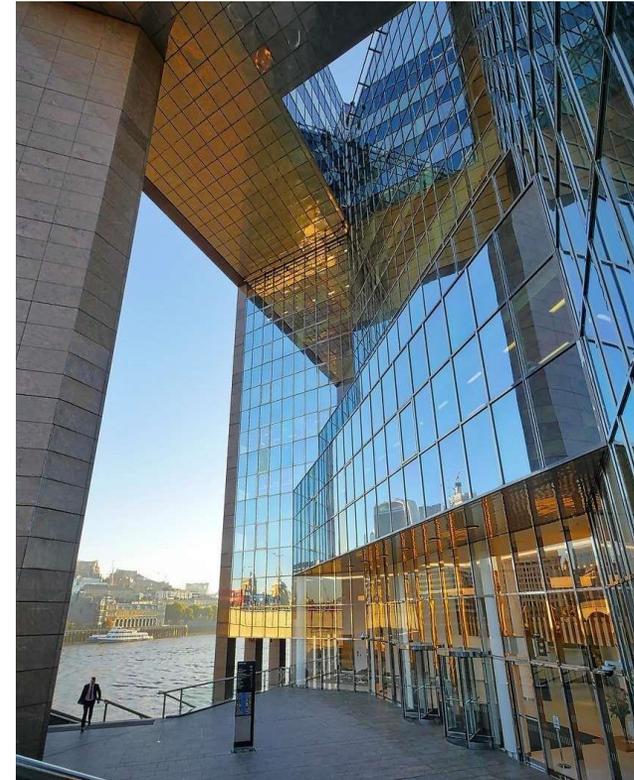
Der KfW-Kredit für Wachstum steht nun auch Unternehmen zur Verfügung, deren Umsatz bis 5 Mrd. Euro beträgt (bisher 2 Mrd. Euro). Der bisher nur für Innovation und Digitalisierung bestimmte Kredit wird für Vorhaben im Wege einer Konsortialfinanzierung ohne Beschränkung zur Verfügung gestellt. Die Risikoübernahme wird auf bis zu 70 Prozent (bisher 50 Prozent) erhöht. Beantragen lassen sich KfW- und ERP-Kredite wie bisher über Banken und Sparkassen. Diese informieren auch über die Details. Die Hotline der KfW für gewerbliche Kredite lautet: 0800 539 9001.



Bürgschaften über Bürgschaftsbanken

Die Bürgschaftsbanken haben ihre Bürgschaftshöchstbetrag auf 2,5 Mio. Euro verdoppelt. Bürgschaftsbanken können ihre Bürgschaftsentscheidungen nun bis zu einem Betrag von 250.000 € eigenständig und innerhalb von drei Tagen treffen.

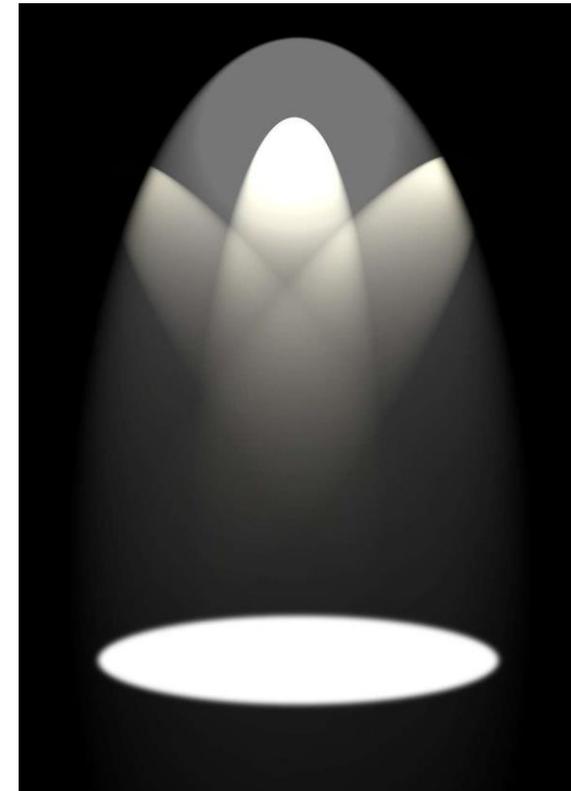
Eine Anfrage für ein Finanzierungsvorhaben bis 2,5 Mio. Euro kann schnell und kostenfrei über das Finanzierungsportal der Bürgschaftsbanken gestellt werden. Die zuständige Bürgschaftsbank findet man unter: vdb-info.de



Sonderprogramme der KfW

Über die Änderungen an bestehenden Programmen hinaus wird die KfW weitere Sonderprogramme auflegen. Allen Unternehmen, die krisenbedingt vorübergehend in ernsthaftere Finanzierungsschwierigkeiten geraten, soll geholfen werden.

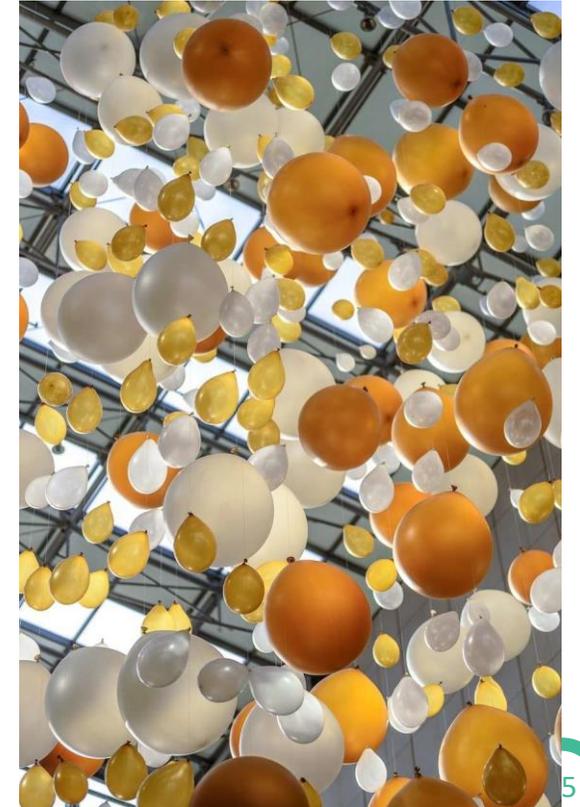
Insbesondere die Risikoübernahme bei Investitionsmitteln soll deutlich weiter gehen – bei Betriebsmitteln bis zu 80 Prozent, bei Investitionen sogar bis 90 Prozent. Darüber hinaus sollen diesen Unternehmen konsortiale Strukturen angeboten werden.



Förderprogramme der Länder

Die Landesförderinstitute bieten zinsgünstige Betriebsmittelfinanzierungen an. Sie beziehen sich zwar in der Regel auf einen bestimmten Förderzweck (z.B. Regional-förderung), dies könnte in der Krise aber großzügiger ausgelegt werden. Einen guten Überblick über die bestehenden Möglichkeiten gibt die Website www.foerderdatenbank.de des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie.

Speziell für NRW bietet die NRW-Bank [unter diesem Link](#) viele Möglichkeiten für öffentliche Einrichtungen & Unternehmen, gemeinnützige Einrichtungen & Unternehmen, gewerbliche Unternehmen, freie Berufe, Verbände & Vereine, Forschungs- & Bildungseinrichtungen an.





Vielen Erfolg und bleiben Sie gesund!



www.aribis.de



E-Mail
kontakt@aribis.de



Telefon
0211 – 749 695 0