

Fallbeispiel:

Forschungsförderung und Wettbewerbsfähigkeit

Die Ausgangslage

Das Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie fördert im „Rahmen kooperativer Forschung anspruchsvolle Innovation und Technologieentwicklung auf dem Gebiet der Informationstechnologie“.



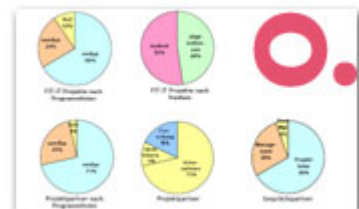
Neben dem Innovationscharakter ist „die **Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit** der österreichischen Forschung und Wirtschaft durch Kooperation von Forschung und Industrie ...“ ein wichtiges Anliegen des Impulsprogramms. Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit der Wirtschaft bedingt, dass Forschungsergebnisse in eine kommerzielle Verwertung übergeführt, und so die Unternehmen beim Auf- und Ausbau ihrer Marktposition unterstützt werden.

Der Beratungsauftrag

Aufgabe des Beratungsauftrages war es, abgewickelte Forschungsprojekte in Hinblick auf die nachfolgende kommerzielle Verwertung zu untersuchen und festzustellen, inwieweit es den Unternehmen gelungen ist, durch ihr innovatives Vorhaben additionalen Wertschöpfung zu erzielen und welche Hürden dabei aufgetreten sind. Daraus sind Empfehlungen abzuleiten, die in den organisatorischen Lernprozess des Programms einfließen sollen.

Das Beratungsprojekt

Die durchgeführte Studie basiert auf einer qualitativen Untersuchung mittels persönlicher Gespräche. Dabei wurden 35 Gesprächspartner aus 28 Projektpartnerorganisationen aus insgesamt 21 Forschungsprojekten befragt.



Bei der Untersuchung zeigen sich deutlich unterschiedliche Ansätze von kleinen und großen Unternehmen. So haben insbesondere Unternehmen unter 50 Mitarbeitern Schwierigkeiten, die Finanzierung für die Überführung der Forschungsergebnisse in ein verwertbares Angebot sicherzustellen. Damit einher geht die Problematik, entsprechend qualifizierte Mitarbeiter zu rekrutieren. Die nachfolgende Vermarktung ist ebenfalls von der Finanzierungsproblematik betroffen – insbesondere da in den meisten Fällen massiv in den Auf- und Ausbau eines Vertriebsnetzes investiert werden müsste.

Bei Unternehmen unter 10 Mitarbeitern ist zusätzlich ein auffallendes Defizit in der Marktorientierung sowie mangelndes Vermarktungs-Know-how festzustellen.