

## FÖRDERINITIATIVE

### Programm für Mittelständler

Kleine und mittlere Unternehmen nutzen das Potenzial von Innovationen zu zögerlich. Das hat Martin Hubschneider, selbst Chef einer mittelständischen Software-Firma, beobachtet. »Das liegt an einer Grundkepsis gegenüber neuen Technologien«, sagt Hubschneider, »aber häufig hapert es auch schlicht am Geld.« Als Gegenmaßnahme hat der Schwabe das »Mittelstandsprogramm« gegründet - eine Sponsoring-Initiative, die mittlerweile im vierten Jahr aktiv ist ([www.mittelstandsprogramm2006.de](http://www.mittelstandsprogramm2006.de)). In dieser Zeit hat sie Produkte und Dienstleistungen im Wert von 6,6 Millionen Euro an mittelständische Firmen vergeben. Und das sehr unbürokratisch: Wer sich um einen der Preise (Durchschnittswert: knapp 1500 Euro) bewerben möchte, muss nur ein Webformular ausfüllen und nicht mehr als fünf Fragen beantworten. Der Sponsor entscheidet, wem er seinen Preis stiften

möchte. Die Palette reicht von Software-Lizenzen über Beratungsleistungen bis hin zu Workshops, die Firmen wie American Express, Oracle oder Mindjet bereitstellen. So stiftet auch Hubschneiders Firma, CAS Software, Programme zum effizienten Kundenmanagement. Natürlich nutzen die Sponsoren das Mittelstandsprogramm auch zur Neukundengewinnung. Ein unab-

hängiger Innovationsrat wacht aber darüber, dass alles sauber abläuft und die Qualität stimmt. Hubschneider: »Luftnummern und Köderofferten sind ausgeschlossen.« Insgesamt scheint die Rechnung sowohl für Sponsoren als auch für die Gewinner aufzugehen, denn schon jetzt steht fest: »2007 setzen wir das Programm fort«, sagt Initiator Hubschneider.

