

# Hilfsprogramme für Investitionen

Für Unternehmen mit Digitalisierungsprojekten gibt es verschiedene Fördertöpfe, sowohl in Form von Krediten als auch Zuschüssen. Buchverlage halten sich bislang allerdings noch sehr zurück.

 MARCUS SCHUSTER

➔ Warenwirtschaft modernisieren, E-Commerce ausbauen oder mehr Content-Marketing betreiben: Die Möglichkeiten von Verlagen, ihr Geschäft zu digitalisieren, sind vielfältig. Die Optionen der Finanzierung auch.

Am bekanntesten dürften die Förderinitiativen »Digital Jetzt« für kleine und mittlere Unternehmen sowie »go-digital« sein, beide vom **Bundeswirtschaftsministerium (BMW)**. Bei »go-digital« werden die Kosten für »Beratertage« mit 50 Prozent gefördert. Der Begriff ist irreführend, weil in diesem Rahmen nicht nur beraten, sondern auch programmiert werden darf (beziehungsweise sogar soll). »go-digital« läuft aller Voraussicht nach zum Jahresende aus.

Bei »Digital jetzt« (Laufzeit geplant bis 2024) werden Investitionen in Soft- und Hardware unterstützt. Für Einzelunternehmen gibt es maximal 50 000 Euro, gestaffelt nach Unternehmensgröße. Kleinere Betriebe bis 50 Mitarbeiter\*innen bekommen bis zu 40 Prozent des Investitionsvolumens. Bei Unternehmen bis 300 Mitarbeiter\*innen sind bis zu 35 Prozent förderfähig, darüber sind es immerhin noch 30 Prozent.

Ein alternatives bundesweites Förderprogramm ist das »Zentrale Innovationsprogramm Mittelstand (ZIM)«, ebenfalls technologie- und branchenoffen. Es wurde jedoch wegen der starken Nachfrage Anfang Oktober vorüberge-

hend ausgesetzt. Auch auf Länderebene existieren zahlreiche Fördertöpfe, etwa das »Programm Mittelstand Innovativ & Digital (MID)« in Nordrhein-Westfalen, der »Digitalbonus« in Bayern und die »Innovationsgutscheine« in Baden-Württemberg. Eine aktuelle Übersicht bietet der Berater Andreas Diehl auf seiner Website [digitalneueordnung.de](http://digitalneueordnung.de).

**Rat von Softwarespezialisten** Bei der Antragstellung helfen Softwareunternehmen wie **Grün NTX** aus Edingen am Kaiserstuhl oder **HDNET** im westfälischen Werther, die am Ende auch die Digitalisierungsmaßnahmen umsetzen. Oft weisen die Entwickler ihre Kunden überhaupt erst auf die Fördermöglichkeiten hin. »Viele kennen die Programme nicht oder denken fälschlicherweise, dass sie nicht zu den theoretisch Berechtigten zählen«, sagt **Tobias Weinhorst**, Neukundenberater Digitalisierung Geschäftsprozesse bei HDNET. Das gilt besonders für die Verlagsbranche. Von den 195 Fördercheck-Anfragen, die in diesem Jahr bislang an HDNET gestellt wurden, kamen nur neun von Verlagen. Daraus resultierte ein einziger Antrag, der dann auch bewilligt wurde.

Die überschaubaren Zahlen spiegeln sich in den Angaben des Bundeswirtschaftsministeriums wider. Bei »go digital« wurden seit Bestehen 49 von 71 eingereichten Projekten aus dem Verlags-

wesen gefördert, bei »Digital Jetzt« acht von 15 eingereichten Projekten. Vier weitere waren Stand Mitte September in Bearbeitung. Bei »Digital Jetzt« beträgt die beantragte Fördersumme durchschnittlich 39 600 Euro. Bei »go-digital« liegt die Fördersumme im Mittel bei rund 11 000 Euro. Rund die Hälfte der Beratertage, die im Rahmen von »go-digital« finanziert wurden, waren dem Modul »Digitale Markterschließung« zugeordnet, heißt es beim BMWi. Inhaltlich ging es demnach hauptsächlich um die Erneuerung von Webauftritten.

Auffällig ist der Rückgang der bewilligten Gelder beim »ERP-Digitalisierungs- und Innovationskredit« der **KfW Bankengruppe**, einem branchenneutralen Förderprogramm. Verlage bekamen hier im Jahr 2018 für fünf bewilligte Projekte noch ein Zusagevolumen von 23,1 Millionen Euro. 2019 waren es für zwei Projekte insgesamt nur noch knapp 114 000 Euro, im vergangenen Jahr dann wieder etwas mehr: Sieben Projekte erhielten insgesamt rund 1,2 Millionen Euro. Die Zahlen schließen jedoch sowohl Buch- als auch Zeitschriftenverlage ein.

»Digital Jetzt« hat bislang insgesamt 330 000 Euro an die Antragsteller ausgeschüttet, »go-digital« etwas über 500 000 Euro. Zwar führt das BMWi die Verlage nicht als eigene Branche, dennoch dürfte der Anteil der Bewerber deutlich unter





**Ermuntert Verlage, sich fördern zu lassen: Tobias Weinhorst von HDNET in Werther**



**Will weitere Verlagsprozesse in digitale Strukturen einbinden: Thorsten Altheide vom Reise Know-How Verlag in Bielefeld**

den bei den Antragstellern am häufigsten vertretenen Branchen liegen: verarbeitendes Gewerbe (24,7 Prozent), Dienstleistungssektor (24,8 Prozent), Handel (14,5 Prozent), Gesundheits- und Sozialwesen (11,8 Prozent) sowie Baugewerbe (9,3 Prozent).

**Kleinere stellen mehr Anträge** Gegen die vermeintliche Träg- oder Unwissenheit der Kleinen spricht, dass jeder zweite antragstellende Verlag bei »Digital Jetzt« nur bis zu zehn Beschäftigte hat. 30 Prozent haben bis zu 50 Beschäftigte. Bei »go-digital« beträgt die Unternehmensgröße im Schnitt 14 Mitarbeiter. »Antragsteller waren damit eher die kleinen und mittleren Unternehmen der Buchbranche«, teilt das BMWi mit und widerlegt die These eines Beraters, der den KMU das »kaufmännische Gespür« und das Bewusstsein für Investitionsförderungen abspricht.

Fest steht: Verlage müssen ihre Märkte digital erschließen, um zukunftsfähig zu bleiben. Die meisten dürften daher entsprechende Projekte wohl auch ohne Förderung anstoßen. Für **Thorsten Altheide**, Chefredakteur und Verlagsleiter des **Reise Know-How Verlags** in Bielefeld, stellen die Fördergelder einen wichtigen Baustein in der Digitalisierung dar: »Wir können mit der Förderung strategisch wichtige Aufgaben angehen, die gerade in der derzeitigen Lage nicht

oder nur eingeschränkt umsetzbar wären.«

Reise Know-How hat eine Förderung beantragt und zeitnah auch die Zusage erhalten. Zur Förderquelle und den Details der Maßnahmen will sich der Verlag nicht äußern, nur so viel: »Es gibt ja weite Bereiche, in denen wir faktisch tagtäglich voll digital arbeiten, und das dürfte in den allermeisten Verlagen so sein«, so Altheide. »Jetzt ist der Zeitpunkt gekommen, um die nächsten Schritte zu gehen und weitere Bereiche der Verlagsarbeit in diese Prozesse einzubinden.«

**Schwerpunkt E-Commerce** Häufig geförderte Projekte sind nach der Erfahrung von Tobias Weinhorst Webshops, oder gemeinhin Innovationsvorhaben zur besseren »Onlinekaufbarkeit«. Das sind nicht zwingend immer nur B2C-, sondern oft auch B2B-Projekte, etwa neue Bestellkanäle für den Buchhandel. Und auch bei internen Abläufen hätten Unternehmen Optimierungspotenzial. Weinhorst nennt als Beispiel die automatisierte Rechnungseingangsprüfung.

Übrigens: Wer eine fertige Software einkauft, sollte sie zumindest gemäß der eigenen Bedürfnisse konfigurieren und anpassen – was die meisten Unternehmen ohnehin tun. Denn die bloße Lizenz ist in der Regel nicht förderfähig. **zb**

#### FÖRDERPROGRAMME BUND (AUSWAHL)

- **»Digital Jetzt«**  
Module: Investitionen in digitale Technologien (Hard- und Software) / Qualifizierung der Mitarbeiter\*innen für digitale Themen  
Laufzeit: bis 2024  
Antragsberechtigt: KMU mit 3–499 Mitarbeiter\*innen (Betriebsstätte in Deutschland)
- **»go-digital«**  
Module: Digitale Geschäftsprozesse / Digitale Markterschließung / IT-Sicherheit  
Laufzeit: bis Ende 2021  
Antragsberechtigt: Unternehmen der gewerblichen Wirtschaft mit weniger als 100 Mitarbeiter\*innen (Betriebsstätte in Deutschland)
- **Zentrales Innovationsprogramm Mittelstand (ZIM)** (zzt. ausgesetzt)