Stiftung Innovationsförderung
der Sparkasse Schwarzwald-Baar

In Zusammenarbeit mit der HOCHSCHULE FURTWANGEN UNIVERSITY HFU

Die Sparkassen sind traditionelle Partner des Mittelstandes in ihrer Region. Im Rahmen dieser Partnerschaft und der engen kommunalen Verbindungen engagiert sich die Sparkasse Schwarzwald-Baar für eine Verbesserung der Rahmenbedingungen in unserem Wirtschaftsraum. Als einen Baustein ihrer Aktivitäten zur Wirtschaftsförderung in ihrem Geschäftsgebiet hat die Sparkasse Schwarzwald-Baar die Stiftung „Innovationsförderung" errichtet. Diese Stiftung schreibt im zweijährigen Rhythmus den Innovationspreis zur Förderung innovativer Leistungen in mittelständischen Betrieben von Industrie und Handwerk aus.

Im Zusammenwirken mit der Handwerkskammer Konstanz, der Industrie- und Handelskammer Schwarzwald-Baar-Heuberg sowie der Hochschule Furtwangen University soll die regelmäßige Auslobung des Preises den Erfinder- und Tüftlergeist der heimischen Wirtschaft anregen und die Ideengeber einer breiten Öffentlichkeit bekanntmachen. Damit soll die Zukunftsorientierung in unserer Region weiter gefördert werden.

Die Entwicklung und Markteinführung neuer Geschäftskonzepte, Produkte oder Dienstleistungen sowie Produktionsverfahren stehen im Vordergrund. Dabei ist insbesondere an solche Innovationen gedacht, die sich positiv auf Umwelt, allgemeine Gesundheit, Sicherheit am Arbeitsplatz sowie Arbeits- und Ausbildungsplatzsicherung auswirken. Neben der Idee und dem technologischen Konzept sind die praktische Umsetzung und die Wirtschaftlichkeit wesentliche Aspekte bei der Beurteilung.

Aus den Stiftungserträgen und Zuwendungen der Sparkasse Schwarzwald-Baar werden Gesamtpreise von maximal 10.000 EURO vergeben. Der Höchstpreis beträgt 5.000 EURO; der Mindestpreis 1.000 EURO. Die ausgezeichneten Unternehmer, Handwerker und Dienstleister werden im Rahmen einer öffentlichen Veranstaltung zusätzlich mit einer Urkunde gewürdigt. Die Arbeiten werden in den Kundenräumen der Sparkasse Schwarzwald-Baar ausgestellt. Damit sollen der Ideenreichtum und der Innovationsgeist der Betriebe der Bevölkerung nähergebracht werden.

An dem Wettbewerb können alle im Geschäftsgebiet der Sparkasse Schwarzwald-Baar ansässigen Industriebetriebe, die Mitglieder der Industrie- und Handelskammer Schwarzwald-Baar-Heuberg sind, oder Handwerksbetriebe, die in der Handwerkerrolle oder im Verzeichnis der Inhaber handwerksähnlicher Betriebe der Handwerkskammer Konstanz eingetragen sind, teilnehmen.

Die Wettbewerbsunterlagen sollen spätestens bis zum **30. November 2023** bei der Hochschule Furtwangen University mit dem Vermerk „Innovationspreis" in elektronischer Form per E-Mail eingereicht werden: frank.kramer@hfu.eu

Falls eine Zusendung von Papierunterlagen unvermeidbar ist, senden Sie diese bitte an:

Hochschule Furtwangen University
„Innovationspreis“
Jakob-Kienzle-Straße 17
78054 Villingen-Schwenningen

Die Preisverleihung erfolgt im ersten Quartal des Folgejahres.

Eine Preisträgerfirma kann sich erst nach drei Jahren erneut um den Innovationspreis bewerben.

	Vorbemerkungen • Je nach Innovation können möglicherweise nicht alle Fragen sinnvoll beantwortet werden. Bitte vermerken Sie dies bei der entsprechenden Frage. • Berücksichtigen Sie bei der Beantwortung der Fragen soweit möglich den gesamten Lebenszyklus der Innovation.	
1.	**Innovation**	
1.1	Innovationsbezeichnung	
1.2	Welche Art von Innovation liegt vor (Geschäftskonzept, Produkt, Dienstleistung, Produktionsverfahren)?	
2.	**Angaben zum Einreicher**	
2.1	Firma	
2.2	Straße, Postleitzahl und Ort	
2.3	E-Mail	
2.4	Telefon	
2.5	Branche	
2.6	Produkte	
2.7	Anzahl Mitarbeiter (letztes Geschäftsjahr)	
2.8	Umsatz (letztes Geschäftsjahr)	
2.9	zuständiges Mitglied der Unternehmensleitung (Name, E-Mail, Telefon)	
2.10	zuständiger Mitarbeiter (Name, E-Mail, Telefon)	
3.	**Idee und technologisches Konzept**	
3.1	Wie ist die technische Ausführung (u.a. Komplexität, Kombination unterschiedlicher Wissensfelder,…)?	
3.3	Was ist neu? Was unterscheidet Ihre Innovation von den derzeitigen Problemlösungen bzw. vom aktuellen Stand der Technik?	
3.4	Wo liegt der Kundennutzen?	

3.5	In welcher Entwicklungsphase (Testphase, Prototyp, eingeführtes Produkt) befindet sich die Innovation?	
3.6	Ist ein gewerbliches Schutzrecht beantragt oder genehmigt? Oder ist dies geplant?	
3.7	Geben Sie einen knappen Überblick über die Zuliefererkette, welche für die Innovation notwendig ist.	
4.	**Praktische Umsetzung**	
4.1	Beschreibung des Umsetzungsgrads der Innovation	
4.2	Weitere Angaben	
5.	**Marktsituation und Marketingmix**	
5.1	Wer sind die relevanten Zielgruppen?	
52	Welches Marktpotenzial hat die Innovation (räumliche Absatzgebiete, Erschließung neuer Märkte, Konkurrenzprodukte)?	
5.4	Wie wollen Sie die Innovation am Markt positionieren (Preisniveau im Vergleich zur Konkurrenz, werbliche Maßnahmen, Vertriebswege)?	
5.5	Wie sieht der Realisierungszeitplan aus?	
5.6	Weitere Angaben	
6.	**Wirtschaftlichkeit**	
6.1	Welche Entwicklungskosten sind bisher angefallen und werden noch anfallen?	
6.2	Wie hoch werden die Herstellungskosten des Produkts sein?	
6.3	Welche Marktinvestitionen sind nötig (Vertrieb, Werbung etc.)?	
6.4	Welche Risiken sehen Sie im Hinblick auf eine erfolgreiche Einführung der Innovation?	

6.5	Wie wird sich die Innovation auf Ihren Umsatz auswirken?	
6.6	Was ist die Bedeutung der Innovation zur Sicherung des Unternehmensbestands?	
6.7	Bei Verfahrensinnovation: Was ist die Verbesserungsratio im Vergleich (%) zum alten Zustand?	
6.5	Weitere Angaben	
7.	**Soziale Wirkungen**	
7.1	Werden durch die Innovation neue Ausbildungsplätze geschaffen? Neue Ausbildungsplätze?	
7.2	Welche Auswirkungen hat die Innovation auf die Arbeitsbedingungen (z.B. Sicherheit) der Mitarbeiter im Unternehmen? ggf. auch bei Zulieferern?	
7.3	Weitere Angaben	
8.	**Ökologische Wirkungen**	
8.1	Welche Belastungen für die ökologische Umwelt sind mit der Innovation verbunden?	
8.2	Verringert die Innovation Umweltbelastungen im Produktionsprozess oder bei der Produktnutzung (z.B. Verringerung CO2-Emissionen, verbessertes Recycling)?	
8.3	Weitere Angaben	