



Qualitative Studie zur Wahrnehmung der Innovationsprojekte von Innosuisse durch KMU

Bericht zuhanden von Innosuisse

Luzern, den 8. Januar 2026

| Autorinnen und Autoren

Stefan Rieder, Dr. (Projektleitung)
Tobias Arnold, Dr. (Projektmitarbeit)
Christof Schwenkel, Dr. (Projektmitarbeit)
Clément Bourdin (Projektmitarbeit)
Laetitia Vigneron (Projektmitarbeit)

| INTERFACE Politikstudien

Forschung Beratung AG

Seidenhofstrasse 12
CH-6003 Luzern
Tel +41 (0)41 226 04 26

Rue de Bourg 27
CH-1003 Lausanne
Tel +41 (0)21 310 17 90

www.interface-pol.ch

| Auftraggeber

Innosuisse

| Zitervorschlag

Rieder, Stefan; Arnold, Tobias; Schwenkel, Christof; Bourdin, Clément; Vigneron, Laetitia (2025): Qualitative Studie zur Wahrnehmung der Innovationsprojekte von Innosuisse durch KMU. Bericht zuhanden von Innosuisse, Interface Politikstudien Forschung Beratung, Luzern.

| Laufzeit

Juli 2025 bis Januar 2026

| Projektreferenz

Projektnummer: 25-079

1. Zusammenfassung	5
2. Einleitung	Fehler! Textmarke nicht definiert.
2.1 Ausgangslage	Fehler! Textmarke nicht definiert.
2.2 Ziel und Fragestellung der Studie	Fehler! Textmarke nicht definiert.
2.3 Methode	Fehler! Textmarke nicht definiert.
2.4 Aufbau des Berichtes	Fehler! Textmarke nicht definiert.
3. Bekanntheit und Wahrnehmung von Innosuisse	Fehler! Textmarke nicht definiert.
3.1 Generelle Bekanntheit und Image von Innosuisse	Fehler! Textmarke nicht definiert.
3.2 Bekanntheit des Förderangebots generell und Mehrwert der Förderung von Innosuisse	Fehler! Textmarke nicht definiert.
3.3 Fazit	Fehler! Textmarke nicht definiert.
4. Bekanntheit und Wahrnehmung der Innovationsprojekte	Fehler! Textmarke nicht definiert.
4.1 Bekanntheit und Infokanäle	Fehler! Textmarke nicht definiert.
4.2 Beurteilung des Prozesses für die Beantragung von Fördergeldern	Fehler! Textmarke nicht definiert.
4.3 Fazit	Fehler! Textmarke nicht definiert.
5. Innovationsverhalten der KMU und Förderung von Innosuisse	Fehler! Textmarke nicht definiert.
5.1 Bedeutung der Innovation für das Unternehmen	Fehler! Textmarke nicht definiert.
5.2 Hemmnisse bei der Innovationstätigkeit	Fehler! Textmarke nicht definiert.
5.3 Potenzielle Anpassungen der Förderung von Innosuisse	Fehler! Textmarke nicht definiert.
5.4 Finanzierung	Fehler! Textmarke nicht definiert.
5.5 Sichtbarkeit der geförderten Projekte	Fehler! Textmarke nicht definiert.
5.6 Fazit	Fehler! Textmarke nicht definiert.
6. Rahmenbedingungen	Fehler! Textmarke nicht definiert.
6.1 Konjunkturlage und globale wirtschaftliche Unsicherheiten	Fehler! Textmarke nicht definiert.
6.2 US-Zölle	Fehler! Textmarke nicht definiert.
6.3 Konkurrenz auf den Märkten	Fehler! Textmarke nicht definiert.
6.4 Fazit	Fehler! Textmarke nicht definiert.
7. Schlussfolgerungen	Fehler! Textmarke nicht definiert.
7.1 Allgemein Erkenntnisse zur Nachfrage nach Förderangeboten von Innosuisse	Fehler! Textmarke nicht definiert.
7.2 Empfehlungen	Fehler! Textmarke nicht definiert.
7.3 Abschliessende Bemerkungen	Fehler! Textmarke nicht definiert.
Anhang	Fehler! Textmarke nicht definiert.
A 1 Leitfaden Interview: KMU mit Gesuch	Fehler! Textmarke nicht definiert.

A 2 Leitfaden Interview: KMU ohne Gesuch
A 3 Guide d'entretion: PME avec demande
A 4 Guide d'entretion: PME sans demande

Fehler! Textmarke nicht definiert.
Fehler! Textmarke nicht definiert.
Fehler! Textmarke nicht definiert.

1. Zusammenfassung

| Ziel und Methode

Die Studie untersuchte, wie die Zahl der kleinen und mittleren Unternehmen (KMU), die bei Innosuisse ein Gesuch für ein Innovationsprojekt einreichen, erhöht werden könnte. Mittels 46 qualitativer Interviews wurden fördernde und hemmende Faktoren analysiert. Befragt wurden KMU mit bewilligten oder abgelehnten Gesuchen sowie Unternehmen ohne bisherige Gesuchstellung. Nicht Teil der Befragung waren Start-ups.

| Zentrale Befunde

Bekanntheit und Wahrnehmung: Innosuisse ist bei KMU wenig bekannt (Durchschnittswert 3,5 von 6; bei Nicht-Kunden 2,4). Selbst mit Fördereingaben erfahrene KMU kennen meist nur ein Förderinstrument. Die Informationsbeschaffung erfolgt primär über Forschungspartner, die Webseite wird kaum genutzt. Innosuisse verfügt bei den befragten KMU über ein gutes Image, die KMU attestieren Innosuisse eine hohe Professionalität. Teilweise wird Innosuisse aber auch als bürokratisch und vor allem auf grosse Firmen ausgerichtet wahrgenommen.

Innovationsprojekte: Die Bekanntheit des Förderangebots ist eher gering (Durchschnittswert unter 4 von 6). Man attestiert Innosuisse aber einen hohen Mehrwert. Die finanziellen Mittel von Innosuisse ermöglichen aus Sicht der KMU risikoreiche Innovationen und entlasten F&E-Kosten. Als Hemmnisse werden der hohe Aufwand für die Gesuchstellung, fehlende Ressourcen und die Abhängigkeit vom Forschungspartner genannt. Förderbedingungen und Evaluationskriterien gelten als nachvollziehbar, aber Cash-Beitrag und Eigenleistungen sind für kleine KMU belastend.

Innovationsverhalten: Innovation hat bei den befragten KMU eine hohe strategische Bedeutung (Durchschnittswert 4,9 von 6). Inkrementelle Innovationen dominieren, radikale Ansätze wiederum sind eher kosten- und risikointensiv. Gerade bei Letzteren können die Fördermittel von Innosuisse entscheidend für die Durchführung sein. Innovationsprojekte bewegen sich meist im mittleren sechsstelligen Bereich. Der Markteintritt und die Markt-umsetzung nach erfolgreichem Abschluss eines Innosuisse-Projekts stellt für viele befragte KMU eine grosse Herausforderung dar (Skalierung, Marketing, Finanzierung).

Rahmenbedingungen: Konjunkturentwicklung oder schwierige Rahmenbedingungen, wie die während der Interviews geltenden hohen US-Zölle, wirken unterschiedlich: Für einen Teil der KMU sind schwierige

Rahmenbedingungen Anreiz für Innovation. Für einen anderen Teil wirken sie als Bremse, da Sparmassnahmen erforderlich werden. Konkurrenz wird einhellig als Innovationsmotor gesehen.

| Empfehlungen

Auf Basis unserer Befunde formulieren wir folgende Empfehlungen:

- *Empfehlung 1:* Die allgemeine Bekanntheit von Innosuisse als Institution und des Förderangebotes im Speziellen sollte erhöht werden. Dies gilt insbesondere bei KMU, die inkrementelle Innovationen und Innovationen ausserhalb der technisch-naturwissenschaftlichen Branchen betreiben. Dabei ist stärker auf die persönliche Kommunikation und die Kommunikation über Unternehmensnetzwerke (Verbände, Interessengruppen, regionale Netzwerke) zu setzen.
- *Empfehlung 2:* Es braucht eine zielgruppenspezifische Kommunikation, um die Bekanntheit bei den eher forschungsfernen KMU zu erhöhen.
- *Empfehlung 3:* Die Bereitschaft von KMU, ihre Projekte sichtbarer zu machen, soll genutzt werden für eine zielgruppenspezifische Kommunikation.
- *Empfehlung 4:* Förderbedingungen und Evaluationskriterien sind im Grundsatz beizubehalten.
- *Empfehlung 5:* Eine spezifische direkte Förderung für bestimmte KMU sollte geprüft werden.
- *Empfehlung 6:* Die Möglichkeit einer niederschweligen und individuellen Beratung von KMU, die Innosuisse und sein Angebot überhaupt nicht kennen, sollte geprüft werden. Das Innovationsmentoring kann hierfür als Ausgangspunkt dienen, sollte aber besser bekannt gemacht werden.
- *Empfehlung 7:* Unterstützungen von Innosuisse in Zusammenhang mit innovativen Ausgründungen sollten näher geprüft werden.