

Премий хватит на всех



Грегор Бальве — куратор премии Innovationspreis-IT, которая ежегодно выдается немецким издательством Huber Verlag за инновационные решения, востребованные компаниями среднего звена

Господин Бальве, как долго существует ваша премия и как вообще возникла идея ее создать?

Издательство Huber Verlag каждый год с 2004 года выдает премию IT-компаниям среднего бизнеса, приуроченную к выставке CeBIT. Изначально идея появилась не в нашем издательстве Huber Verlag, это была маркетинговая активность одного союза, но нам она понравилась, и мы развили и углубили ее — например, профессионализируя систему оценки проектов. Так появилась премия.

Для издательства эта премия является маркетинговым мероприятием?

Конечно. У нашей компании есть экономические интересы. Премия также имеет положительный эффект: благодаря ей инновационные продукты получают поддержку. Хотя премия не имеет денежной составляющей, у нее есть маркетинговый, рекламный эффект. Компания, получившая ее, получает не только кубок и свидетельство, но и сертификат, на который можно всегда сослаться, что она особенно инновационна в области малого и среднего бизнеса. Победители также указываются в списке лучших IT-компаний Германии. Этот список есть и в онлайн-варианте на сайте IT-Bestenliste.de. Там компании разделены на категории, и если кто-то ищет специальное решение, то с помощью списка можно найти интересующую компанию.

В жюри премии заседает более 100 человек. Большая часть из них — ученые с научной степенью. Это типично немецкое явление — привлекать к оценке бизнес-идей ученых, а не бизнесменов?

Возможно, это действительно немецкая черта. При выборе членов жюри мы в первую очередь фокусиру-

емся на исследователях. Таким образом, мы хотим добиться максимальной гарантии независимости, компетентности и грамотности оценки. Одновременно с этим и для конкурсантов очень важно получить независимую оценку со стороны уважаемых ученых. Вердикт университетского профессора в Германии высоко ценится. Он гарантирует независимость и компетентность. Разумеется, у нас также есть и рыночный фокус. Но, наверное, в концентрации на университетских профессорах действительно есть что-то типично немецкое.

Как удается избегать предвзятости членов жюри, которые могли бы оказывать поддержку инноваторам из своих университетов, например?

Большая часть членов жюри — это университетские профессора. Конечно, у них есть определенный фокус на рыночных темах, но все-таки они достаточно далеки от бизнес-кругов. Благодаря этому уже достигается некоторая отстраненность оценки, что, впрочем, не всегда повышает легкость вынесения вердикта. С нашей точки зрения, вероятность необъективной оценки низка. Кроме того, несправедливое предпочтение членом жюри одного из кандидатов бросится в глаза — например, если члены жюри дадут слишком разные оценки одного проекта. Мы минимизируем риск еще и тем, что постоянно расширяем число членов жюри и совершенствуем процедуру оценки. Конкретный профессор не знает, сколько еще членов жюри оценивают тот или иной проект и кто именно его оценивает. Из опыта можно сказать, что обычно вердикты членов жюри похожи — а если они резко различаются, то это повод для пристального внимания.

Мы минимизируем риск еще и тем, что постоянно расширяем число членов жюри и совершенствуем процедуру оценки. Конкретный профессор не знает, сколько еще членов жюри оценивают тот или иной проект и кто именно его оценивает. Из опыта можно сказать, что обычно вердикты членов жюри похожи — а если они резко различаются, то это повод для пристального внимания

Кто именно обычно подает заявку на участие в конкурсе? Отдельные инноваторы, университетские группы или мелкие и средние компании?

Чаще всего заявки приходят от компаний среднего звена, причем эти компании также фокусируются на среднем бизнесе. Разумеется, это связано и с тем,

что премия направлена на поддержку решений, помогающих среднему бизнесу. Поэтому компании среднего звена, которые хотят привлечь к себе внимание, активно участвуют в конкурсе. Проекты, идущие на конкурс, должны иметь определенную степень доводки под требования рынка, определенную зрелость. Это очень важно. Инновации, которые находятся на стадии исследования и еще пока далеки от рынка, встречаются среди проектов значительно реже.

Является ли представленность продукта на рынке обязательным условием для участия в конкурсе?

Нет, это необязательное условие. Однако около 85% заявленных для участия в конкурсе продуктов представлены на рынке. Только 15% находятся в стадии разработки.

С чем это связано? С высокой стоимостью реализации некоторых идей?

Это зависит от стадии разработки продукта. Некоторые продукты новы и еще совершенно незнакомы

Какие проекты наиболее близки вам?

Разумеется, это те проекты, которые я мог бы использовать сам. Например, решения вопросов безопасности очень своеобразные и сложные, чтобы их понимать, надо сильно углубляться в тему, не говоря о том, что в вопросах безопасности есть масса узких сфер. Однако если же мы говорим об инновационных бизнес-моделях для среднего бизнеса, то в этом году, например, конкурс выиграла платформа для проведения тендеров — благодаря ей любая компания может значительно упростить процедуру поиска подрядчиков и выделения заказов, а также работу как подрядчиков, так и заказчиков. Это, например, то решение, которое сильно впечатлило лично меня. Но если мы будем говорить о специальных решениях в области cloud computing, то это будет сложно даже для меня, хотя я и работаю в IT-сфере. Конечно, для наших членов жюри это сложная задача — выбрать достойный продукт, особенно когда речь идет о совершенно новом решении. Но именно поэтому мы и полагаемся на членов жюри, что они в состоянии профессионально и беспристрастно оценить инновационные решения в специфических сферах.

Однако если же мы говорим об инновационных бизнес-моделях для среднего бизнеса, то в этом году, например, конкурс выиграла платформа для проведения тендеров — благодаря ей любая компания может значительно упростить процедуру поиска подрядчиков и выделения заказов, а также работу как подрядчиков, так и заказчиков

Как вы полагаете, в Германии существует достаточно программ поддержки инноваций?

Я знаю очень много программ инновационных премий. Разумеется, это связано в том числе с тем, что я сам работаю в этой сфере. Таких премий множество. Они выдаются министерствами, земельными властями, в том же регионе Северный Рейн — Вестфалия премии выдает министерство науки и образования и т. д. Также премии выдаются издательствами. Не только нашим, но и, например, крупным издательством Gruner + Jahr. В этой области делается очень многое. Я бы сказал, что премий вполне достаточно.

рынку. Разумеется, разработчики часто хотят придать продукту перед выходом на рынок дополнительный импульс, повысить интерес к нему. Участие в конкурсе является логичным ходом для такой маркетинговой кампании. Наш конкурс достаточно уважаем, и получение премии может помочь продукту укрепиться на рынке. Это именно то, что придает премии особую ценность, — победа в конкурсе помогает привлечь внимание медиа к продукту. А также она означает, что продукт проверила независимая комиссия, нацеленная на интересы среднего бизнеса, и это делает звание победителя тем более важным и значимым.

Выделяется ли средний возраст инноваторов по сравнению со средним возрастом менеджеров?

Нет, обычно это люди того же возраста, что и менеджеры немецкой IT-отрасли, менеджеры по маркетингу, менеджеры по ведению и разработке продуктов и т. д.

К каким областям относится большинство проектов, присылаемых на конкурс?

В первую очередь это проекты, относящиеся к электронному бизнесу и cloud computing. Разумеется, есть и другие сферы, но эти две области наиболее популярны.

Насколько важную роль играют в программах премии и поддержки частные организации? Нужно ли, по вашему, более активно поддерживать инновации частными фондами?

В Германии существует очень много премий для инноваций. Я не думаю, что их число стоит резко увеличивать за счет дополнительных частных программ. Практически каждая достойная инновация может найти в стране свою программу поддержки. Речь идет не только об IT-промышленности, но и о других сферах. Премии выдаются также и по географическому принципу — например, в разных федеральных землях.

Насколько легко в Германии внедрить инновацию на рынке? Имеется ли много бюрократических препон, скепсиса со стороны рынка?

Я не могу точно сказать, сколько именно инноваций достигают рынка. Мы не можем этого сказать даже по отношению к инновациям, проходящим наш конкурс, так как не отслеживаем судьбу каждой из них. Разумеется, в Германии не так просто внедрить инновацию — это зависит от множества факторов. Очень важно не только то, насколько хорош сам продукт, но и то, насколько четко инноватор фокусируется на рыночной ситуации.

Какой капитал есть у инноватора. Это самые разные рыночные факторы, и все они важны. Недостаточно иметь хорошую идею — нужно сконцентрироваться на ее рыночной реализации и иметь достаточные ресурсы для ее внедрения. Я не могу сказать, однако, насколько серьезную роль среди этих сложностей играют препоны, возникающие из-за государственного регулирования.

В немецких СМИ часто говорят об IT-кластерах, имеющихся в немецкой экономике: в Баварии, Северном Рейне — Вестфалии, в некоторых восточногерманских регионах. Можно ли наблюдать эту закономерность среди участников вашего конкурса?

Мы ведем наблюдение на уровне федеральных земель, не погружаясь глубже в региональную струк-

туру. Исходя из оценки ситуации на уровне федеральных земель, в абсолютном значении большинство участников приходят из Баварии, Баден-Вюртемберга и Гессена. Что касается относительного числа участников по сравнению с населением федеральных земель, то, например, из Гамбурга к нам приходят вдвое больше участников, чем из Северного Рейна — Вестфалии.

То есть инновации идут отчетливо из тех городов, где расположены университеты и тяготеющие к ним компании?

Я могу наблюдать это на примере нашего города Карлсруэ. Местный университет притягивает высокотехнологичные компании, они концентрируются в себе хорошо об-

Я могу наблюдать это на примере нашего города Карлсруэ. Местный университет притягивает высокотехнологичные компании, они концентрируются в себе хорошо образованных выпускников и остаются в городе. Молодые люди легче приходят к инновационным идеям

разованных выпускников и остаются в городе. Молодые люди легче приходят к инновационным идеям, и это, в свою очередь, еще больше подталкивает инновационный характер компаний.

Растет ли число участников вашего конкурса, и если да, то можно ли говорить на основании этих данных о росте числа инноваций в Германии?

Последние три года у нас стабильно высокое количество участников. Однако я не уверен, можно ли на основании этих данных делать выводы о динамике инновационной силы немецких компаний. Скорее можно говорить о том, что премия устоялась и количество инноваторов, желающих в ней участвовать, стабильно.

Чем это объясняется? Ваше издательство расположено в Бадене-Вюртемберге, это далеко не самый близкий к Гамбургу регион...

Наша премия все-таки национальная, а не региональная. Мы выдаем даже премии для швейцарских и австрийских конкурсантов. Но, конечно, роль играет то, что, хотя в Северном Рейне — Вестфалии и есть много IT-центров, этот регион густонаселен. И по сравнению с населением федеральной земли

ИННОВАЦИИ

***PepsiCo* начинает поиск лучших технологических стартапов в Европе**

PepsiCo объявляет о старте инновационной программы *PepsiCo10*. *PepsiCo10* — новая конкурсная программа, цель которой поиск и поддержка инновационных технологических стартап-проектов в Европе, в том числе и в России. Цель программы — выбрать 10 молодых технологических компаний и оказать поддержку их бизнесу. Выигравшие компании получают инвестиции в размере 10000 фунтов, а также консультационные услуги по развитию бизнеса от ведущих специалистов *PepsiCo* и ее партнеров. На основе выбранных технологий будут разрабатываться продукты, продвигающие бренды *PepsiCo*.

www.pepsico10.com

«Бизнес катализатор» в МГТУ им. Баумана

15 июня 2011 в МГТУ им. Баумана при поддержке ОАО «Российская венчурная компания» (РВК) и компании «Венчур эксперт» стартовал проект «Бизнес катализатор». Проект «Бизнес Катализатор» предназначен для поддержки развития новых инновационных бизнесов в России и состоит из 2-х подпрограмм.

Программа «SEED» — это реализация возможности разработчику или изобретателю превратить техническую разработку находящуюся на этапе ОКР в жизнеспособный инновационный бизнес.

Программа «Quick start» — для стартап-компаний первого года жизни, помощь в создании жизнеспособной бизнес-модели компании, привлечение инвестиционного партнера (инвесторов ранних стадий), для быстрого развития бизнеса.

www.academybootstrap.com