



## PRESSEMITTEILUNG

---

### W&P Innovationswerkstatt Stuttgart: Keine Ideen? Keine Geschäfte!

[06.05.2014] Innovation ist mehr als neue Produkte – und ohne Strategiebezug purer Zufall. Denn eine Spitzenposition im Markt erringt man nur mit systematischer Innovationstätigkeit in allen Unternehmensfunktionen und -prozessen. Permanent „richtig“ macht es dabei niemand – „Leuchttürme“ sind genauso an der Tagesordnung wie Flops. Doch wer im Rahmen eines ganzheitlichen Innovationsmanagements seine Innovationsressourcen und –organisation eng mit einer entsprechenden Innovationskultur verzahnt, vermeidet Fehltritte und erhöht die Wahrscheinlichkeit für erfolgreiche Geschäfte. Doch gibt es ein zukunftsorientiertes, ganzheitliches Konzept, das Innovationserfolg verspricht, den Markt „Hurra“ schreien lässt und auch noch Ertrag generiert? Und wie müsste dieses konkret "gestrickt" sein? Mit diesen Fragen rund um das Thema Innovationsmanagement beschäftigten sich rund 45 namhafte Unternehmer im Rahmen der 1. Innovationswerkstatt von Dr. Wieselhuber & Partner (W&P) im Stuttgarter Porsche-Museum.

Für Prof. Dr. Wieselhuber, seit über 35 Jahren Berater von Familienunternehmen, ist das Thema Innovation absolute Top-Management-Aufgabe: *„Der Drang nach Perfektion im Tagesgeschäft und die Dominanz dringender Themen im Management verstellen häufig den Blick auf die wirklich wichtigen Zukunftsthemen“*. Dazu gehört für ihn neben dem offenen Umgang mit Kreativität, der aktiven Auseinandersetzung mit Zukunftsthemen und der entsprechenden Abstimmung aller systematischen Prozesse vor allem, echte Veränderungen zuzulassen, denn: *„Innovation bedeutet nicht nur, das Optimum zu optimieren!“*



Ein wesentliches Geheimnis des Innovationserfolgs sieht Johannes Spannagl, Partner & Geschäftsbereichsleiter Innovation & New Business bei W&P, in der Förderung der Mitarbeiterkreativität, die durch einen offenen Führungsstil, eine entsprechende Innovationskultur und emotionale Bindung gefördert werden kann: *„Experimentieren und Fehlertoleranz sind das beste Rezept gegen den „Ideen-Burnout““*. Und auch die stärkere Einbindung von Kunden schafft Vorsprung: *„Eine um 35% höhere Integration von Kundenwissen in den Innovationsprozess erhöht den durchschnittlichen Neuproduktanteil um 37%“*, weiß Spannagl.

Mit spannenden Einblicken in ein Wachstumsfeld der Zukunft, dem Drucken in der 3. Dimension, leitete Dr. Ingo Ederer, CEO und Gründer der voxeljet AG, zur Podiumsdiskussion über. Innovationsarbeit ist Werkstattarbeit – am Produkt, an den Prozessen, am Kunden. Und das stetig. Das zeigten auch die unterschiedlichen Praxisberichte von Dr. Olivier Blanchard, Leiter Innovation und Strategie der Burda News Group, Christian Bruch, Manager Networking & Innovation TI der SGL Group, Horst W. Garbrecht, Vorsitzender des Vorstandes der metabo AG und Bernhard M. Rösner, Geschäftsführender Gesellschafter der C. Josef Lamy GmbH.

- Dr. Olivier Blanchard:  
*„Eine zentrales Thema für die gesamte Verlagswelt ist aktuell der Paradigmenwechsel von Print zu Digital: Doch statt gegen den gefühlten Verlust der Informationshoheit anzukämpfen, begegnen wir dieser Herausforderung mit einer konsequenten Orientierung an Kunden- und Nutzerwünschen – wir begeben uns viel stärker wie in der Vergangenheit „in ihre Schuhe“. Indem wir unsere Inhalte heute stark an Nutzerbedürfnissen ausrichten, generieren wir neues Geschäft. Dazu brauchen wir intern unsere Mitarbeiter, die diesen Prozess aktiv mitgestalten und in die Zukunft tragen!“*
- Christian Bruch:  
*„Als Anbieter einer sehr breiten Palette innovativer Carbon- und Graphitmaterialien ist für uns die Zusammenarbeit mit Partnern aus der Industrie und*



*Wissenschaft in der Entwicklung essentiell. Gemeinsam - im Zusammenspiel unserer Materialkompetenz mit der Anwenderkompetenz der Kunden oder Entwicklungspartner - finden wir die besten Lösungen.“*

- Horst W. Garbrecht:

*„Unser Anspruch ist es, Produkte zu entwickeln, die professionelle Anwender im Handwerk und in der Industrie begeistern. Denn nur begeisterte Kunden bringen die Marke Metabo nach vorn. Dazu haben wir das Unternehmen zu einer zuhörenden und lernenden Organisation umgebaut, die markt- und kundengetrieben arbeitet. Wir schicken neben einer Vielzahl von Produktmanagern, Anwendungstechnikern und Entwicklungsingenieuren auch Mitarbeiter aus allen Hierarchieebenen und Funktionsbereichen zu unseren Kunden, um ihnen intensiv zuzuhören und um zu erfahren, was sie wirklich brauchen. Die so gesammelten Anregungen kombinieren wir mit unseren eigenen Visionen und Ideen für Elektrowerkzeuge. Das alles fließt in den Innovationsprozess ein, was uns schneller und kundenorientierter macht. Die Resultate lassen sich auch mit Zahlen belegen: Seit 2011 erzielen wir bei Metabo konstant mehr als 50 Prozent unseres Umsatzes mit Produkten, die nicht älter als 3 Jahre sind.“*

- Bernhard M. Rösner:

*„Wir sind ein von der Kreativität des Einzelnen getriebenes Unternehmen - wir fordern die Ideen unserer Mitarbeiter heraus: Dafür haben auch wir eine Innovationswerkstatt, wo richtig gewerkelt wird. Denn unser Anspruch ist es, neben dem Design, dem Produkt auch technische Innovation mitzugeben. Unsere Innovation kommt aus der Marke, aber zielt auf den Lifestyle des potentiellen Kunden: Wenn ein Lamy-Produkt in einem grundsätzlich gesättigten Markt vom „Need“ zum „Want“ Produkt in der Wahrnehmung des Kunden wird, dann ist etwas Großes gelungen.“*

Weitere Informationen auf Anfrage.



**Dr. Wieselhuber & Partner GmbH**  
Unternehmensberatung

**Kurzporträt Dr. Wieselhuber & Partner**

Dr. Wieselhuber & Partner (W&P) ist eine unabhängige, branchenübergreifende Top-Management-Beratung für Familienunternehmen sowie für Sparten und Tochtergesellschaften von Konzernen unterschiedlicher Branchen. Sie ist spezialisiert auf die unternehmerischen Gestaltungsfelder Strategie, Innovation & New Business, Führung und Organisation, Marketing und Vertrieb, Operations sowie auf die nachhaltige Beseitigung von Unternehmenskrisen durch Restrukturierung und Finanzierung. Mit Stammhaus in München bietet Dr. Wieselhuber & Partner seinen Kunden umfassendes Branchen- und Methoden-Know-how mit dem Anspruch, die Wachstums- und Wettbewerbsfähigkeit, Ertragskraft und den Unternehmenswert seiner Auftraggeber nachhaltig sowie dauerhaft zu steigern.

**Pressekontakt:**

Stephanie Meske  
Dr. Wieselhuber & Partner GmbH  
Nymphenburger Straße 21  
80335 München  
Telefon 089 28623-139  
Email [meske@wieselhuber.de](mailto:meske@wieselhuber.de)