



PRESSEMITTEILUNG

W&P Innovationswerkstatt München: Innovation ist, wenn der Markt „Hurra“ schreit

[23.05.2014] Optimiertes Optimum oder echte Innovation? Der feine Unterschied entscheidet über Spitzenpositionen im Markt. Fakt ist: Innovative Unternehmen erwirtschaften mehr Gewinn, wachsen schneller und sind langfristig erfolgreicher. Doch echte Innovationen entstehen nur im Rahmen systematischer Innovationstätigkeit in allen Unternehmensfunktionen und –prozessen. Permanent „richtig“ macht es dabei niemand – „Leuchttürme“ sind genauso an der Tagesordnung wie Flops. Können diese Fehlritte überhaupt systematisch reduziert werden? Und wenn ja: Wie sieht dann ein zukunftsorientiertes, ganzheitliches Konzept aus, das Innovationserfolg verspricht – eines, das den Markt „Hurra“ schreien läßt und Erträge generiert? Über den Dächern Münchens im upside east diskutierten darüber rund 50 namhafte bayerische Unternehmen im Rahmen der 2. Innovationswerkstatt von Dr. Wieselhuber & Partner (W&P).

„Innovation ist ein persönliches Commitment – man kann sie nicht wegdelegieren! Dreh- und Angelpunkt eines erfolgreichen Unternehmens ist und bleibt die Führungspersönlichkeit, die hinter einer Innovation steht und diese souverän durchsetzt“, weiß Prof. Dr. Wieselhuber aus seiner 35-jährigen Beratungstätigkeit in Familienunternehmen. Kreativität sei dabei die „Nährlösung“ für Innovationen. Dies betonte auch Eröffnungsredner Prof. Dr. Dr. Radermacher, Leiter des Forschungsinstitutes für anwendungsorientierte Wissensverarbeitung an der Universität Ulm: *„Wenn die Menschheit Ihre Probleme lösen will, dann benötigt sie sicher noch mehr Innovationen - technische, organisatorische und politische. Auf dem Weg dahin braucht man unter Umständen auch erst Mal mehr vom „Falschen“, um am Ende zum „Richtigen“ zu kommen.“*



Dr. Wieselhuber & Partner GmbH
Unternehmensberatung

Für Johannes Spannagl, Partner & Geschäftsbereichsleiter Innovation & New Business bei W&P, funktioniert echte Innovationsarbeit aber nur im Kontext einer durchdachten Strategie: *„Innovationen ohne Strategiebezug sind purer Zufall!“* Im Rahmen eines ganzheitlichen Innovationsmanagements müssen deshalb Innovationsressourcen und -organisation eng mit der entsprechenden Innovationskultur verzahnt werden – so können Fehlritte zur Ausnahme und Erfolg in heute weit entwickelten und gesättigten Märkten die Regel werden.

Auf dem Podium wurde klar: Schubladenkonzepte für den Erfolg? Die gibt es nicht. Branchenbedingt „fruchten“ ganz unterschiedliche Innovationsstrategien, die aber alle einen gemeinsamen Nenner haben: Kreativität. Das zeigten auch die Praxisberichte von Dr. Gert Fregien (Bereichsleiter „Innovation & Technologie“ der Knorr-Bremse Systeme für Schienenfahrzeuge GmbH), Dr. Udo Hänle (Leiter Forschung/Technologien/Innovationen der BMW AG), Prof. Franz Kraus (Vorstand der ARRI AG) und Roland Steffen (Executive Vice President/ Head of Test & Measurement Division der Rohde & Schwarz GmbH & Co. KG).

- Dr. Gert Fregien:
„Klar ist: Für Mitarbeiterkreativität müssen Umfeld und Raum stimmig sein; dabei führt manchmal gerade das Ungeordnete zum Erfolg. Viele erfolgreiche Produkte, die wir in den letzten Jahren entwickelt haben, waren sogenannte „U-Boot-Projekte“, die nicht im Rahmen eines offiziellen Innovationsprozesses gelaufen sind. Natürlich darf auch dabei das Thema der Governance nicht fehlen.“
- Dr. Udo Hänle:
„Die größte Herausforderung im Innovationsprozess? Das ist auf jeden Fall die Balance zwischen Kreativität und strategischen Vorgaben. Denn Innovation benötigt einerseits Leitplanken, die den strategischen Rahmen bilden und Marktreife definieren. Auf der anderen Seite aber braucht es kreativen Freiraum, der es ermöglicht, das Unerwartete zu erfinden.“



Dr. Wieselhuber & Partner GmbH
Unternehmensberatung

- Prof. Franz Kraus:

„Innovation als Top-Management Aufgabe ist eine tägliche Herausforderung, die mindestens genauso viel Kreativität verlangt, wie die Entwicklung derselben! Das liegt zum einen daran, dass unsere Kunden – die Vermietunternehmen - kein originäres Interesse an Innovation haben. Die Anwender – Kameramänner & Regisseure - hingegen sehr. Das ist oft ein schmaler Grad! Hinzu kommt, dass Wünsche auf Kundenseite, die in 100 Jahren Kamerageschichte noch nicht erfüllt worden sind, mit dem Stand aktueller technologischer Möglichkeiten abgeglichen werden müssen.“

- Roland Steffen:

„Um innovative Produkte auf den Weg zu bringen schicken wir unsere Entwickler zu unseren Kunden, damit sie ihr Geschäftsmodell wirklich verstehen. Dazu gehört nicht nur, zu erkennen, wie dieses heute funktioniert, sondern auch die Zukunft zu antizipieren. Außerdem sind unsere Entwickler auch ihre eigenen Kunden – sie nutzen die eigene Messtechnik: Daraus entstehen Produkte, die einen echten Wettbewerbsvorteil bieten. Man sollte bei alledem nicht vergessen, dass man Kreativität nicht in einen Prozess pressen kann. Denn Können x Wollen x Dürfen – das ist der Dreiklang für echte Innovation.“

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