



## PRESSEMITTEILUNG

---

### 2. Unternehmer-Salon NRW Innovationen: Bei Flops zurück auf Los!

[12.03.2013] Essen – Innovation ist mehr als neue Produkte. Aber wie sieht eine Innovationsstrategie konkret aus, die das eigene Unternehmen und den Markt „Hurra“ schreien lässt und auch Ertrag generiert? Mit dieser Fragestellung rund um das Thema Innovation beschäftigten sich am 7. März rund 60 namhafte Familienunternehmer im 2. Unternehmer-Salon Nordrhein-Westfalen von Dr. Wieselhuber & Partner (W&P).

Für Prof. Dr. Wieselhuber, seit 25 Jahren Berater von Familienunternehmen ist der Erfolgsdruck einer echten Innovation hochgradig personengebunden: *„Innovation kann man nicht wegdelegieren! Nicht der kreative „Spinner“, nur das Top-Management kann Innovationen erfolgreich durchsetzen.“* Wichtig in seinen Augen dabei: Der Mut im Rahmen des Innovationsprozesses auch Fehler zu machen und Querdenkern Raum zu geben: *„Wer keine Fehler macht, macht in der Regel nichts“*. Experimentieren und Fehlertoleranz gehören zu einem erfolgreichen Innovationsklima. Dabei wird der Stellenwert des Innovationsmarketings fast immer unterschätzt: *„Was haben Sie davon wenn Sie Innovationsweltmeister sind und keiner weiß es“*.

Handelsblatt-Redakteurin Tanja Kewes moderierte ein hochkarätig besetztes Podium in dessen Fokus vor allem die Gestaltung einer fruchtbaren Innovationskultur und dem Wettbewerb als Innovationstreiber stand:

- Werner Borgers, Vorstand der Borgers AG: *„Eine Unternehmenskultur die nach vorne gerichtet ist und nur wenige Hierarchiestufen aufweist, sucht auch bei Flops keinen Schuldigen. Was sollte das auch nutzen? Viel wichtiger ist*



**Dr. Wieselhuber & Partner GmbH**  
Unternehmensberatung

*es, gemeinsam zurück auf Los zu gehen und wieder von vorne anzufangen. Innovationen kann man nicht durch Prozesse „organisieren“ sondern nur kulturell befeuern.“*

- Dr. Andreas Hettich, Vorsitzender der Geschäftsführung der Hettich Holding GmbH & Co. oHG: *„In einer erfolgreichen Innovationskultur ist das Thema der Mitarbeiter-Anerkennung extrem wichtig – meiner Erfahrung nach wesentlich wichtiger als das Thema Geld.“*
- Jan-Hendrik Goldbeck, Mitglied der Geschäftsleitung der Goldbeck GmbH: *„Im Innovationsprozess sehen wir uns als Gärtner: Wir sehen uns die zarten Pflänzlein auf der Unternehmenswiese an und finden die, die schützenswert und wachstumsförderlich sind, um sie zu gießen. Dazu braucht es eine „Offenheitskultur“ ohne hierarchische Hemmschuhe: Wer einen suboptimalen Status Quo erkennt, trägt auch die Verantwortung, die Verbesserung mitzugestalten.“*
- Wolfgang Fritsch-Albert, Vorsitzender des Vorstandes der Westfalen AG: *„Wir betreiben kein klassisches Management von Innovationen – der Wettbewerb macht uns Dampf, Innovationen bringt vor allem der Konkurrenzdruck hervor. Dazu müssen wir wissen was der Kunde will – denn unser Produkt ist nicht schlechter und nicht besser als das des Wettbewerbs, aber wir beschäftigen uns mit der Lösung für den Kunden.“*
- Gerhard Schulze, Vorsitzender des Aufsichtsrates der Gerresheimer AG: *„Die größte Gefahr der Innovationsarbeit ist die Betriebsblindheit; man unterbindet sie durch stetiges Hinterfragen der Robustheit des Geschäftsmodells mit gleichzeitigem Blick auf den Wettbewerb – es geht darum, von den Besten zu lernen, klar zu kommunizieren, die Mitarbeiter mitzunehmen und Umsetzer, Händler und Tüftler im Unternehmen so zusammensetzen, dass eine erfolgreiche Symbiose entsteht. Das ist Führungsarbeit im Innovationsprozess.“*



**Dr. Wieselhuber & Partner GmbH**  
Unternehmensberatung

Fazit in den herrschaftlichen Räumen des Schlosshotels Hugenpoet: Gerade Mittelständler und Familienunternehmen leben im ständigen Prozess der Erneuerung und das über Generationen hinweg. Die wichtigsten Impulse kommen dabei aus dem Innersten des Unternehmens: den Mitarbeitern. Sie sind im Innovationsprozess die wichtigste Komponente, ihnen gehört die ganze Aufmerksamkeit des Managements.

**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 und Innovation, Führung und Organisation, Marketing und Vertrieb, Produktentstehung und Supply Chain, sowie auf die nachhaltige Beseitigung von Unternehmenskrisen durch Restrukturierung und Corporate Finance. 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  
Unternehmensberatung  
Nymphenburger Straße 21  
80335 München  
Telefon 089 28623-139  
Telefax 089 28623-290  
Email [meske@wieselhuber.de](mailto:meske@wieselhuber.de)