



Wirtschaftsstandort Deutschland

# Innovationsmotor Europas

„Die Innovationseffizienz ist in Deutschland im Vergleich zu den anderen europäischen Ländern sehr hoch. Wir sind besser als wir immer behaupten.“ Mit diesen Worten stimmte Heinz Zourek, Generaldirektor der Generaldirektion Unternehmen und Industrie bei der Europäischen Kommission, die 200 Teilnehmer auf den zweitägigen Kongress „Innovation machen in Europa“ ein. Ständiges Lamentieren über die mangelnde Innovationsfähigkeit Deutschlands helfe niemandem weiter. Deutschland sei nach wie vor einer der Innovationsmotoren Europas.

Eine IBM-Studie, bei der weltweit über 500 Chief Executive Officers (CEOs) nach den Erfolgsfaktoren für Innovationen befragt wurden, zeigt deutlich: Innovationen entstehen nur dann, wenn Unternehmen nah am Markt, nah am Kunden und mit Fokus auf ihre Kern-

kompetenzen agieren. Wo die Stärken deutscher Unternehmen im internationalen Wettbewerb liegen, zeigten die beiden Keynote Speaker Matthias K. Hartmann, IBM Deutschland, und Dr. Frank Heinrich, Heraeus Holding, auf. „Es gibt viel Talent, Können und Innovation im Wettbewerbsumfeld in Deutschland, mehr, als wir selbst herausbringen können“, betonte Hartmann.

Deswegen gewinnt die Zusammenarbeit in Netzwerken und Clustern immer mehr an Bedeutung. Als weiteren Erfolgsfaktor für Innovationen hob Heinrich die Innovationskultur hervor: „Innovationen beginnen im Kopf“, dies gelte sowohl

für den internen als auch für den externen Innovationsprozess. Es müsse eine Kultur in Deutschland entstehen, die es erlaube, die Innovationsfreude von kleinen Unternehmen mit dem Kapital und dem Know-how größerer Unternehmen bei der Markterschließung zusammenzubringen.

Nach den beiden Vorträgen diskutierten auf dem Podium Dr. Thomas Clausen, Vorstand F&E und Supply Chain, Wella, Matthias K. Hartmann, Geschäftsführer, IBM Deutschland, Dr. Frank Heinrich, Mitglied der Geschäftsführung, Heraeus Holding, Karl-Heinz Lust, Vorsitzender des DIHK-Ausschusses für Industrie und Forschung, Prof. Rudolf

Steinberg, Präsident der Universität Frankfurt, sowie Heinz Zourek, Europäische Kommission. Bei der Diskussion kristallisierte sich ein noch sehr viel klareres, aber zugleich auch vielschichtigeres Bild von dem heraus, was Innovationen in Wirtschaft, Wissenschaft und Gesellschaft hervorzubringen vermögen.

So hoben Clausen und Hartmann die Bedeutung der Unternehmenskultur und -strategie für innovationsgetriebenes Wachstum hervor. Mitarbeitermotivation müsse gefördert, verbindliche Prozesse müssten definiert sowie Methoden eines strategischen Innovationsmanagements müssten im Unternehmen imple-

## LINK

Weitere Infos über die Veranstaltung „Innovationen machen in Europa“ online unter [www.frankfurt-main.ihk.de/innovation-machen](http://www.frankfurt-main.ihk.de/innovation-machen). Dort können auch sämtliche Vorträge, die während der Veranstaltung gehalten wurden, nachgelesen werden.



mentiert sein, sagte Heinrich. Für Lust spielen vor allem auch externe Partner in der Wertschöpfungskette sowie im Wettbewerb eine immer größere Rolle. So seien Netzwerke zwischen Wissenschaft, Wirtschaft und Politik heute zentrale Innovationsfaktoren, die den Innovationsprozess deutlich beschleunigen, vielfach sogar erst ermöglichen würden.

Steinberg ergänzte, dass die Hochschulen und Forschungseinrichtungen für Kooperationen offen

seien. Allerdings fehle es den Hochschullehrern häufig an Anreizen, sich in Transferprojekte einzubringen. Zudem sieht er den Fokus zu stark auf dem Bereich naturwissenschaftlich-technischer Forschung. Gerade auch in den Geistes- und Wirtschaftswissenschaften gebe es genügend Potenzial für einen erfolgreichen Wissenstransfer in und für die Wirtschaft. In diesem Zusammenhang, so der einhellige Appell an Zourek, nehme die Politik eine fördernde Rol-

Linke Seite (v. l.): Dr. Frank Heinrich, Mitglied der Geschäftsführung, Heroeus Holding, Hanau, Karl-Heinz Lust, Geschäftsführer, Lust Antriebstechnik, Lahnau, Vorsitzender, DIHK-Ausschuss für Industrie und Forschung, Heinz Zourek, Generaldirektor der Generaldirektion Unternehmen Europäische Kommission, Brüssel, Prof. Rudolf Steinberg, Präsident, Universität Frankfurt, Dr. Axel Glanz, InnovationTrust, Hamburg, Moderator, Dr. Thomas Clausen, Vorstand Forschung und Entwicklung & Supply Chain, Wella, Darmstadt, und Matthias K. Hartmann, Geschäftsführer, IBM Deutschland, Stuttgart.

le ein. Innovationsfreundliche Rahmenbedingungen seien auf der nationalen wie auch der europäischen Ebene unabdingbar. Eine Herausforderung, der sich Politik immer wieder stellen müsse.

Dass die Politik dies verstanden habe, so Lust, zeige die angekündigte Hightech-Strategie für Deutschland (vgl. IHK WirtschaftsForum 11/2006, S. 50). Das mit 15 Milliarden Euro unterlegte Programm setze seinen Schwerpunkt vor allem bei der Förderung des innovativen Mittelstandes. Doch werden unter anderem auch Schwachstellen unter die Lupe genommen, wie etwa die unterschiedliche Innovations- und Wirtschaftskraft in den einzelnen Regionen. „Es lassen sich neben Weltmeisterregionen auch einige Wüsten finden“, erklärte Zourek. Um diese zu beleben, müssten die Unterschiede genauer analysiert werden. Dies gelte für Deutschland ebenso wie für ganz Europa.

Am zweiten Tag stand die unternehmerische Praxis im Mittelpunkt. Wie bringen erfolgreiche Unternehmen wie BMW, Cisco Systems, T-Com und Hettich International ihre Innovationen hervor beziehungsweise wie schaffen sie es, zielgerichtet

auf Innovationen hinzuarbeiten? Strategisches und systematisches Innovationsmanagement, dies machten die Beispiele deutlich, sind dabei wesentliche Voraussetzungen. Folgerichtig widmeten sich die nachmittäglichen Sessions Beispielen erfolgreicher Strategiekonzepte ebenso wie Methoden der Kreativitätsförderung und zur Prozessverbesserung sowie neuen Ansätzen beim Kundenmanagement.

Am Ende hatten die Teilnehmer genug Anregungen gesammelt, um in ihren Unternehmen Innovationsprozesse initiieren und deren Bausteine wie Kreativität, Motivation, unkonventionelles Denken, Fehlertoleranz oder Intelligenz besser umsetzen zu können. Dabei gilt aber noch immer die alte Regel: Innovation ist lediglich zehn Prozent Inspiration und 90 Prozent Transpiration. **II**

#### AUTORIN



Dr. Tanja Engelhardt  
IHK-Innovationsberatung Hessen,  
Frankfurt, tengelhardt@frankfurt-main.ihk.de

#### INFOS

➤ **IHK-Methodenpass: Von der Idee zum Markterfolg**  
Der Methodenpass (IHK) informiert über die einzelnen Schritte, wie ein Produkt entsteht. An zehn Wochenenden werden in diesem Lehrgang Methodenkompetenz und fundierte Kenntnisse für die systematische Planung und Erstellung von Produkten und Prozessen vermittelt. Im Fokus stehen Kreativität, Kundenorientierung und ganzheitli-

ches Denken. Bei Teilnahme an sieben Wochenenden sowie der Bearbeitung und Präsentation einer Fallstudie wird das Zertifikat Methodenpass (IHK) verliehen. Die Veranstaltungsreihe startet am 19. Januar in der IHK Kassel, weitere folgen in etwa vierwöchigem Turnus. Die Kosten pro Veranstaltung betragen 245 Euro. Infos und Kontakt: Dr. Carsten Gundlach, IHK-Innovationsberatung Hessen, Kassel, Telefon 05 61 /

78 91-201, E-Mail [gundlach@kassel.ihk.de](mailto:gundlach@kassel.ihk.de)

➤ **Zertifikatslehrgang Innovationsmanager (IHK)**  
Der Lehrgang vermittelt, wie Innovationsmanagement funktioniert und wie der Prozess strukturiert ist (Idee, Entwicklung, Vermarktung). Im Mittelpunkt stehen dabei Innovationsmethoden und deren Einsatz sowie der Umgang mit spezifischen Instrumenten. Der Lehrgang findet

an sechs Wochenenden statt, Beginn ist am 23. Februar, Veranstaltungsort ist die IHK Dillenburg, jeweils 9 bis 16.30 Uhr. Die Veranstaltung ist kostenpflichtig. Infos und Kontakt: Dr. Carsten Gundlach, IHK-Innovationsberatung Hessen, Kassel, Telefon 05 61 / 78 91-201, E-Mail [gundlach@kassel.ihk.de](mailto:gundlach@kassel.ihk.de) und Dr. Gernot Horst, IHK-Innovationsberatung Hessen, Gießen, Telefon 04 61 / 79 54-25 20, E-Mail [horst@giessenfriedberg.ihk.de](mailto:horst@giessenfriedberg.ihk.de).