



PRESSEMITTEILUNG

2. Unternehmer-Salon Bayern „Innovation ist Leidenschaft“

[10.07.2012] München – Innovation = neue Produkte = Erfolg? Die Gleichung scheint simpel. Aber: So einfach geht sie nicht auf. Denn Innovationserfolg hängt von unterschiedlichen ineinander greifenden Faktoren ab. Ein kreatives Innovationsklima, adäquate Innovationsressourcen sowie deren effiziente Nutzung und durchdachte Innovationsprozesse: Sie alle sind im Idealfall Bestandteile einer durchdachten Innovationsstrategie. Doch wie sieht eine Innovationsstrategie konkret aus, die den Markt „Hurra“ schreien lässt und auch Ertrag generiert? Mit dieser Fragestellung rund um das Thema Innovationsmanagement beschäftigten sich am 27. Mai rund 80 namhafte Familienunternehmer im upside east beim 2. Unternehmer-Salon Bayern von Dr. Wieselhuber & Partner (W&P).

Dabei bestimmte vom Vorredner Prof. Dr. Weidenfeld, Direktor des Centrums für angewandte Politikforschung, der über den politischen Fortschritt unter dem Druck der Krise referierte bis hin zum hochkarätig besetzten Podium mit Prof. Prof. Dr. Dr. Kathrein, Kathrein Werke, Marc O. Eckert, bulthaup, Walter Schatt, Schattdecor und Prof. Franz Kraus, ARRI, ein zentrales Wort die Diskussion: Druck. Entstehen Fortschritt und Innovationen erst unter Druck - dem Druck der Krise, dem exogenen Druck des Wettbewerbs, dem internen, eigens auferlegten Erfolgsdruck?

Prof. Dr. Wieselhuber berät seit 25 Jahren Familienunternehmen im Rahmen von Innovations-Audits, die die Innovationsperformance ermitteln, konkrete Maßnahmen zur Verbesserung von Innovationsstrategie, -methoden, -prozesse und -klimas ableiten und messbar umsetzen.



Dr. Wieselhuber & Partner GmbH
Unternehmensberatung

Die Ergebnisse dieser Innovations-Audits haben in letzter Konsequenz sowohl zu ertragreicheren als auch zu neuen, zusätzlichen Geschäften geführt. Für Wieselhuber ist der Erfolgsdruck einer echten Innovation hochgradig personengebunden: *„Es gibt keinen Zusammenhang zwischen einem allgemeingültigen Methodenansatz und dem Erfolg eines Unternehmens. Dreh- und Angelpunkt dafür ist vielmehr eine Führungspersönlichkeit, die eine Innovation im Rahmen einer durchdachten Innovationsstrategie souverän durchsetzt.“* Dazu gehört



PROF. DR. NORBERT WIESELHUBER
UNTERNEHMER-SALON BAYERN 5. JULI 2012 UPSIDE EAST MÜNCHEN

in seinen Augen auch Macht: Ohne Macht keine Veränderung, ohne Macht kein Fortschritt. Er forderte Unternehmerinnen und Unternehmer deshalb dazu auf, das Thema Innovationsmanagement ganz oben auf die Management-Agenda zu setzen, denn: *„Am Anfang eines jeden Geschäfts steht die Idee; wenn Sie keine Ideen mehr haben, machen Sie keine Geschäfte mehr!“*

Moderiert vom Leiter des Wirtschaftsressorts der Süddeutschen Zeitung, *Dr. Marc Beise*, wurde auf dem Podium die Bedeutung branchenbedingt unterschiedlichster, aber äußerst erfolgreicher Innovationsstrategien beleuchtet:

- *„Innovation ist Leidenschaft“* so Marc O. Eckert, Geschäftsführer des Premiumküchenherstellers bulthaup. Diese Leidenschaft müsse aber in geregelten Bahnen laufen: *„Der Inhaber eines Unternehmens muss bei aller Kreativität auch entscheidende Fragen stellen: Passt die Idee noch zu unserer Unternehmensphilosophie? Oder: Verlassen wir unsere DNA?“* Eckerts Schlüssel zum Innovationserfolg lautet deshalb: *„Fanatische Disziplin in dem, was man tut. Dazu gehört an erster Stelle das Denken in der richtigen Reihenfolge: Schon nach Lösungen zu suchen, bevor man das Problem überhaupt kennt, ist schlichtweg falsch.“*



Dr. Wieselhuber & Partner GmbH
Unternehmensberatung

- Prof. Kathrein, Geschäftsführender Gesellschafter der Kathrein-Werke KG, über die Innovationskultur in seinem Unternehmen: *„Bei uns gibt es durchaus eine Kultur der Fehler. Entscheidend ist aber, dass die gleichen Fehler nicht dreimal gemacht werden.“* Wichtig ist Kathrein dabei die Balance zwischen kreativer Freiheit, strikten Vorgaben, intern erzeugtem Druck und Wettbewerbsdenken sowie dem Druck des Marktes. Diese Strategie des Weltmarktführers für Antennensystemtechnik scheint aufzugehen: Derzeit werden 50 Prozent des Umsatzes mit Produkten generiert, die jünger als zwei Jahre sind.
- Prof. Franz Kraus, Vorstand der ARRI AG, kennt als studierter Nachrichtentechniker die Innovationsarbeit von der Pike auf, weiß aber auch um die Schwierigkeiten Radikalinnovationen im Markt zu gestalten: *„Die Umstellung von der analogen auf die digitale Kameratechnik, war eine der größten Herausforderungen für die Branche – vor allem angesichts der Wettbewerbs-Stärke globaler Player wie beispielsweise Sony.“* Die Wehmut darüber, sich der technischen Innovation mit Übernahme der Führungsverantwortung bei ARRI entfernt zu haben, sieht Kraus gelassen: *„Innovation als Top-Management Aufgabe ist eine tägliche Herausforderung, die mindestens genauso viel Kreativität verlangt, wie die Entwicklung derselben.“*
- *„In der Krise und unter Druck können wir schneller laufen als die anderen“*, so die Meinung von Walter Schatt. Unter dieser Voraussetzung entdeckt der Inhaber der Schattdecor AG, Weltmarktführer im Druck von Dekorpapieren zur Oberflächengestaltung von Holzwerkstoffen, mit seiner Mannschaft immer wieder Innovationspotential in den „kleinen Dingen“. Als eine entscheidende Kompetenz im Innovationsprozess wertet er vor allem das gehörige Maß an selbstkritischer Substanz bei seinen Mitarbeitern.



Dr. Wieselhuber & Partner GmbH
Unternehmensberatung

Fazit über den Dächern Münchens:
Gerade Mittelständler und Familienunternehmen sollten ihre Unternehmensgröße und –struktur bei der Gestaltung des eigenen Innovationsmanagements ausnutzen, denn meist agieren sie flexibler und schneller in ihren



Entscheidungsprozessen als Konzerne. Im Idealfall steht ihnen ein „mächtiger Macher“ vor, der auch unter Druck neue Ideen einfordert, filtert und in die richtigen Bahnen lenkt, ohne dabei die „DNA des Unternehmens“ zu verlassen. Erfolgreich ist die Innovationsstrategie dann, wenn das Unternehmen nicht horizontal in die Breite, sondern vertikal in die Tiefe wächst. Denn nur so wird letzten Endes Umsatzwachstum generiert.

Kurzporträt Dr. Wieselhuber & Partner

Dr. Wieselhuber & Partner (W&P) ist eine unabhängige, branchenübergreifende Top-Management-Beratung für Familienunternehmen sowie öffentliche Institutionen. Diese konsequente Zielgruppen-Orientierung und die daraus resultierende Kompetenz hat W&P in den vergangenen 25 Jahren zur führenden Unternehmensberatung für Familienunternehmen in Deutschland gemacht. Mit Stammhaus in München bietet Dr. Wieselhuber & Partner seinen Kunden umfassendes Branchen- und Methoden-Know-how und zeichnet sich vor allem durch seine Kompetenz im Spannungsfeld von Familie, Management und Unternehmen aus.

Pressekontakt:

Gustl F. Thum
Dr. Wieselhuber & Partner Unternehmensberatung
Nymphenburgerstraße 21
80335 München
Telefon 089 28623-265
Email thum@wieselhuber.de