

Wachstum im Kontext der Innovationsfähigkeit Können auch Marktführer auf Dauer kreativ bleiben?



Das Unternehmen stellt hochwertige Investitionsgüter her und war über lange Zeit in der Branche Markt- und Preisführer. Doch es hat sich zu lange auf sich selbst konzentriert, um Kosten zu senken und Geschäftsergebnisse zu verbessern. Innovationsdynamik und das nachhaltige Innovationsmanagement wurden leider stark vernachlässigt. Jetzt wurde das Familienunternehmen von einem Investor übernommen. Welche Erkenntnisse können daraus gewonnen werden?

Ein wesentlicher Aspekt des organischen oder auch internen Wachstum ist die Innovationsfähigkeit und -dynamik eines Unternehmens. Welche Ansätze können gewählt werden, um einen begonnenen Erfolgskurs nachhaltig fortzusetzen? Als vorläufiges Fazit der Untersuchungen lassen sich folgende Thesen ableiten:

- Marktführer konzentrieren Ihre Kräfte oft zur Verteidigung ihrer Position, statt auf ständige Innovation zu setzen,
- Gesundes Wachstum ist die Voraussetzung für Selbständigkeit,
- Innovation ist eine zwingende Voraussetzung für gesundes

Wachstum,

- Innovation sichert Erfolge und schafft bei allen Interessengruppen Vertrauen,
- die Innovationsziele müssen differenziert festgelegt werden
- Innovationen müssen zum Nutzen aller Interessengruppen umgesetzt werden,
- Innovationen müssen hart erarbeitet werden,
- nachhaltiges Innovationsmanagement ist nur durch die geeignete Kombination von menschlicher Kreativität, Methodik und organisatorischer Verankerung zu realisieren.

Mit einem solchen Verständnis von Innovationsmanagement muss die heutige Praxis, in der Innovationen hauptsächlich in Forschungs- und Entwicklungsbereichen generiert werden sollen, überdacht werden. Die Erfahrung zeigt, dass bei der Innovationsfindung häufig zu wenig der Nutzen oder die Wünsche der Interessengruppen berücksichtigt werden. Daraus folgen oft kostenintensive Entwicklungsprojekte plus hohe Investitionen, die in zu geringer Weise durch Umsatz kompensiert werden können. Es wird immer deutlicher, dass nur nutzenstiftende Innovation zu einem gesunden und wirklichen internen Wachstum führt.

Helmut Bayer
Steinbeis-Hochschule Berlin

veröffentlicht in README.TQU 53