



home innovation[®]
consulting network

Innovationen der neuen Dekade

Veränderte Rahmenbedingungen bieten Chancen für Erfolge



Unternehmen sind effektiv, wenn sie sich die richtigen Ziele setzen und sich den geänderten Rahmenbedingungen anpassen können! Gerade in der letzten Zeit haben sich die Rahmenbedingungen in hoher Geschwindigkeit und gigantischen Dimensionen verändert. Finanzmärkte, die immer noch nicht bereinigt sind, Absatzmärkte, die nicht an das vormalige Hoch anschließen können, sind nur einige wesentlichen Veränderungen, denen sich Unternehmen stellen müssen. Auch die aktuellen niedrigen Rohölpreise können nur kurzfristig darüber hinweg täuschen, dass die derzeitigen Quellen versiegen und neue in ihrer Exploration teurer sein werden. Einen weiteren Wandel betrifft die wesentliche Ressource Mensch. Drittweltländer verfügen über eine Heerschar exzellent ausgebildeter Universitätsabgänger. Forschung und Entwicklung in Indien hat in vielen Bereichen eine wettbewerbsfähige Position zu den USA erlangt. Europäer bringen ihre Erfahrungen in Asien ein. Im Ergebnis übernehmen die asiatischen Märkte die Führung hinsichtlich des erzielten Bruttoinlandproduktes vor Europa und den USA.

(Quelle: IWF World Economic Outlook).

„Die überwältigende Mehrheit der erfolgreichen Innovationen verwertet Veränderung.“

Peter F. Drucker, „Innovation and Entrepreneurship“, New York 1993, S. 35

Was müssen wir aufgrund der Veränderungen hinsichtlich der Innovationen zukünftig berücksichtigen bzw. wo bieten sich Chancen?

- Innovationen werden sich in Zukunft daran messen lassen müssen, wie viel CO_2 , Öl, Gas und auch Wasser diese bei der Herstellung und Distribution benötigen. Schnell nachwachsende Rohstoffe werden unverzichtbare Bestandteile im Entwicklungsportfolio sein.
- Kunden werden verstärkt beim Kauf neuer Produkte und Dienstleistungen das soziale Engagement des Anbieters honorieren und auch die Sicherung von lokalen Arbeitsplätzen berücksichtigen. Nationale Innovationen und deren lokale Umsetzung wie zum Beispiel „made in Germany“ gewinnen wieder an Bedeutung.
- Dem stehen in einer polaren Entwicklung globale Innovationen gegenüber, die durch internationale Netzwerke verstärkt werden. Web-basierte „Innovations-Inkubatoren“ wie auch „crowdsourcing“ ermöglichen vielen Kreativen, an einer Idee unabhängig vom Standort gleichzeitig zu arbeiten.

- Märkte, die von Imitationen leben, werden zu Märkten, die immer kreativer werden und neue Angebote schaffen. Die BRIC-Staaten emanzipieren sich und übernehmen auch die Entwicklungsfunktionen neuer Geschäftsmodelle sowie Servicefunktionen.
- Innovationen müssen überproportional Margen generieren, um die Wertschöpfungsverluste bestehender Leistungen, welche unter einem verstärkten globalen Marktdruck stehen, zu kompensieren bzw. deren Ausscheiden zu ersetzen.
- Talente haben ein differenziertes Wertesystem. Der Kampf um Human-Ressourcen, die Innovationen schaffen, wird von der Attraktivität und Fähigkeit der Arbeitgeber, Kultur zu managen, Standorte zu verbessern und Leistungen auch in Sinne eines ausgewogenen „work-life balance“ abhängen.
- Bei geringeren Forschungs- & Entwicklungs-Budgets muss die Effizienz der Innovationsprozesse erhöht werden. Durch Fragmentierung und Outsourcing von Prozessschritten werden neue Modelle von Innovationsprozessen geschaffen.
- Die neue Innovationsstrategie muss sich interdisziplinär gründen. Die Verbindungen von Wirtschaftswissenschaft und Technologien reichen nicht mehr aus, gesellschafts- und geopolitische sowie deren kulturelle Bedingungen müssen verstärkt berücksichtigt werden.

Vor dem Hintergrund der sich weltweit permanent verändernden Rahmenbedingungen ist auch die Grundsatzfrage zu stellen „Werden noch die richtigen Ziele verfolgt?“ Sind nicht die Wachstumsziele zu revidieren, mit veränderter Priorität zu versehen oder um neue Kriterien zu ergänzen? Dies kann nicht nur eine Entwicklung vom „shareholder value“ Ansatz wieder zurück zum „stakeholder value“ Konzept sein, sondern kann vielmehr die Grundsatzfrage aufwerfen, ob eine Teilung des Erfolges die Basis stärkt, um selbst wieder erfolgreich zu sein. Dem ungehemmten Wachstum wurden Grenzen aufgezeigt, es ist an der Zeit innovative Modelle zu entwickeln. Zur Beantwortung der unternehmensspezifischen Fragen muss der Wandel antizipiert und in die eigenen, neuen Ziele, Strategien und Konzepte eingearbeitet werden. Denn nur wer Trends rechtzeitig bei der Entwicklung von Innovationsstrategien berücksichtigt und konsequent in Handeln überführt, wird auf Sicht der Gewinner in seinem relevanten Markt sein.