

Warum Innovation der Motor jedes erfolgreichen Unternehmens ist

Wirtschaft im Umbruch, Globalisierung, Preisdruck und Standortwettbewerb sind die Schlagworte, die uns alle heute in den Wirtschaftsgazetten weltweit begleiten.



Und dennoch finden sich im Umfeld dieser düsteren Szenarien erfolgreiche Unternehmen, die diesem Druck trotzen und sich hervorragend entwickeln.

Dahinter steckt in allen Fällen die Fähigkeit, Gelerntes und „schon immer Dagewesenes“ konsequent und Tag für Tag in Frage zu stellen, neue Wege zu entwickeln und mit der eigenen Innovationskraft zu wachsen.

Was in der Vergangenheit erfolgreich war, ist oftmals nicht mehr die Erfolgsstrategie für die Zukunft.

Kundenbedürfnisse wandeln sich, das technische Umfeld ganzer Branchen wird innerhalb kurzer Zeit auf den Kopf gestellt und Geschäftsprozesse verändern sich radikal.

Dass Größe heute nicht mehr ein Schutzfaktor für das eigene Unternehmen ist, musste gerade in letzter Zeit die US-Autoindustrie schmerzvoll zur Kenntnis nehmen. Die US-Autos sind preislich durchaus konkurrenzfähig, nur gekauft werden diese von immer weniger Autofahrern.

„Die tatsächlichen Kundenbedürfnisse und brennenden Probleme wurden nicht erkannt beziehungsweise wurde auf die falschen Bedürfnisse gesetzt“ meint dazu der Innovations- und Strategieentwickler von orangeCOSMOS, Andreas Gumpetsberger. Ergänzend fügt er hinzu: „Ausgangspunkt für Entwicklung und Innovation ist immer der Markt, nicht die Produktion. Stark wachsende Unternehmen wachsen deshalb stärker als andere, weil diese zusätzlich zur intensiven Auseinandersetzung mit den Kundenbedürfnissen in größerem Umfang und schneller neue und verbesserte Produkte und Prozesse einführen.“

Um bei hoher Geschwindigkeit „aufs richtige Pferd zu setzen“, hilft nur systematisches, schrittweises Vorgehen. Jeder Schritt des Innovationsmanagements hat individuelle Erfolgsfaktoren, eigenständige Instrumente und eigene Umsetzungsthematiken.

Ohne Innovationskraft verliert ein Unternehmen zuerst seine Konkurrenzfähigkeit, dann seine Kunden, anschließend seine Gewinne und im Extremfall - seine Existenz. Innovationen sind der sicherste Schutz gegen Konkurrenz. Weil die Kundenbedürfnisse besser befriedigt werden, ermöglicht Innovation höherer Preise und größere Marktanteile.

