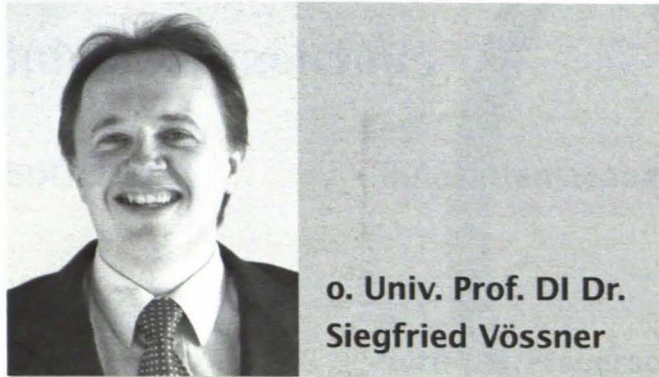


# Innovationsmanagement

↓ 86.271 2008



o. Univ. Prof. DI Dr.  
Siegfried Vössner

Liebe Leserin, lieber Leser!

„Wer hat's erfunden?“ fragt in einem bekannten Werbespot für ebenso bekannte Kräuterbombons ein kleiner penetranter Schweizer. Beschämt erhält er zur Antwort: „Die Schweizer.“ „Und wer genau?“ Endlich fällt der bekannte Name. Kreativität und Innovation scheinen eng miteinander zusammenzuhängen und haben bekanntlich auch in anderen Branchen leuchtende wirtschaftliche Beispiele. Wie gehen erfolgreiche Unternehmen mit Kreativität und Innovation um? Gibt es so etwas wie Erfolgsrezepte - kann man auch hier „etwas managen“?

Man kann und man tut es. Im Augenblick erfreut sich dieser Bereich der Unternehmensstrategie großer Beliebtheit: Unzählige Bücher erscheinen zu dem Thema - ebenso wie Innovationsberater. Diese Tatsache allein reicht aber nicht aus, ein solches Modethema zum Thema eines WINGbusiness Hefts zu machen:

Innovationsmanagement ist nach Definition aus der freien Enzyklopädie Wikipedia die systematische Planung, Umsetzung und Kontrolle von Ideen in Organisationen. Im Unterschied zu Kreativität, die sich mit der Entwicklung von Ideen beschäftigt, ist Innovationsmanagement auf die Verwertung von Ideen ausgerichtet. Auch eine Kombination von bereits Bekanntem oder eine Idee, die einer Zielgruppe noch unbekannt ist, kann als Innovation gelten.

„Wer hat's erfunden?“ – Lassen Sie mich diese Frage nochmals stellen. Wer hat das Flugzeug, wer die Glühbirne des Titelbildes erfunden? Die Brüder Wright, beziehungsweise Thomas Edison? Weit gefehlt!

Wright und Edison waren weit größere Meister im Innovationsmanagement als sie kreative Erfinder waren:

Die Brüder Wright haben in einer beeindruckenden Konsequenz bestehende teilweise erfolgreiche Ansätze ihrer Konkurrenten analysiert und durch methodische Entwicklung ihrer Kitty Hawk einen der ersten kontrolliert gesteuerten Motorflüge der Welt geschafft.

Bei Edison liegt die Sachlage ähnlich. Er selbst hielt sich auch nie für einen großen Erfinder: „Genie ist ein Prozent Inspiration und neunundneunzig Prozent Transpiration“, meinte er in einem Interview. Die Glühbirne hat übrigens Joseph Swan Jahre vor Edisons Patentanmeldung erfunden und bereits kommerziell vertrieben. Edison einigte sich nach verlorenem Prozess mit Swan und vermarktete die Glühbir-

ne weiter. Meiner Meinung nach ist Edison die ideale Figur von der man erfolgreiches Innovationsmanagement lernen kann. Sein genial(er) Gegenspieler Nikola Tesla, ein ehemaliger Student und Ehrendoktor unserer damaligen Technischen und Montanistischen Hochschule Graz-Leoben, war dabei trotz bahnbrechender Erfindungen in den Bereichen der Wechselstromtechnik, Energieübertragung und anderer Dinge weit weniger erfolgreich. Dies begann schon damit, dass den damals auffallend talentierten Studenten die weitsichtige Administration wegen nicht bezahlter Studienbeiträge exmatrikulierte. Daran hat sich bis heute nichts geändert – an der Weitsichtigkeit. Aber das gehört nicht hierher. Thomas Edison verstand es im Unterschied zu Tesla viel besser, seine Ideen und die Ideen anderer Zeitgenossen durch ein methodisches Vorgehen für sich kommerziell nutzbar zu machen.

In diesem Heft wollen wir das moderne Innovationsmanagement mit mehr als 100 Jahren Abstand zu den beiden Erfindern beleuchten:

In einem Interview spricht der steirische Edison, Dipl.-Ing. Ulrich Santner über Innovation und Erfolgsrezept seiner weltweit erfolgreichen Hochtechnologiefirma Anton Paar GmbH. Weiters stellen Dipl.-Ing. Roland Waldner und Mag. Ingun Metelko das Philips Consumer Lifestyle Zentrum Klagenfurt im Beitrag „Innovationen für den Weltmarkt“ vor. Dipl.-Ing. Dr. Borge Kummert und Dipl.-Ing. Dr. Hans Lercher von der Fachhochschule Campus02 berichten über die Ergebnisse ihres Forschungsprojektes „Strategisches Innovationsmanagement für KMU“. Univ. Prof. Dr. Søren Salomo von der TU Kopenhagen, Mag. Martin Pattera Geschäftsführer der iip innovation und Dipl.-Ing. Gerald Steinwender, Obmann der Plattform für Innovationsmanagement stellen ihr auf Fallstudien basierendes Innovations-Beratungstool innovate! austria vor. In seinem zweiten Artikel mit Dipl.-Ing. Roger Chevalier, stellt Martin Pattera eine Innovationsmethode vor, die auf Analysen von Kundenaussagen beruht. Zum Abschluss der einschlägigen Fachartikel beschreibt Mario Fallast mit Dipl.-Ing. Hannes Oberschmid das product innovation project an der TU Graz, an dessen Einführung und Erfolg er maßgeblich beteiligt war und ist.

Als Wirtschaftsingenieure fühlen wir uns der Innovation im Allgemeinen und ihrer Umsetzung verpflichtet. Als Akademiker dürfen wir aber nicht den speziellen Aspekt der Kreativität vernachlässigen. Darum freut es mich besonders, dass die Technische Universität Graz Nikola Tesla und nicht Thomas Edison mit einem nach ihm benannten Laboratorium im Jahre 2006 ein Denkmal gesetzt hat.

Ich hoffe, dass Ihnen die Artikel, die wir in diesem Heft für Sie zusammengestellt haben, wieder gefallen und verbleibe mit freundlichen Grüßen

*Ihr Siegfried Vössner*



NIKOLA TESLA

BIBLIOTHEK  
TU GRAZ