



Ulrich Bauer

„Am Anfang war die Idee...“

Gerade in Österreich blicken wir – nicht ohne Stolz – auf eine lange Reihe von großen Erfindern zurück. Gleichzeitig hat sich in diesem Zusammenhang der Begriff des „typischen Erfinderschicksals“ entwickelt. Darunter versteht man den Umstand, dass viele bahnbrechende Erfindungen nicht vom Erfinder selbst auch zum durchschlagenden kommerziellen Erfolg geführt werden konnten, sondern dass der wirtschaftliche Erfolg von Dritten „eingeholmt“ wurde und der Erfinder selbst nicht selten wirtschaftlich oder/und gesundheitlich ruiniert ein mitunter tragisches Dasein fristete. Viktor Kaplan, Erfinder der nach ihm benannten „Kaplan-Turbine“, sei als ein Beispiel aus dieser Reihe genannt. Gesundheitlich sehr mitgenommen, konnte er nach vielen Jahren des zähen Ringens um Anerkennung und juristischen Kämpfen seinen Erfolg nur mehr kurz auskosten.

Es gibt aber auch Beispiele für kommerziell höchst erfolgreiche Erfinder: Ferdinand Porsche sei an dieser Stelle genannt. Und schließlich gibt es mit dem Österreicher Schumpeter den Mann, der den Begriff „Innovation“ als solchen geprägt hat. F. Porsche war in diesem Sinne ein Innovator, der als dynamischer Unternehmer die Erfindung, Anwendung und Verbreitung seiner Kraftfahrzeuge erfolgreich betrieb.

Doch grundsätzlich ist das Risiko hoch! Die Flop-Rate bei Innovationsprojekten, gemessen am tatsächlichen Markterfolg, liegt bei 70 %!

Gleichzeitig braucht Innovation Zeit. Der Break-even-Punkt wird im Mittel erst sechs Jahre nach Markteinführung erreicht. Ch. Gassner stellt in seinem Beitrag klar, dass für das Management von Innovationen eigene Gesetzmäßigkeiten gelten und zeigt die erfolgskritischen Managementgrundsätze für Innovations-Start-ups zusammen mit Praxisbezug auf.

M. Peritsch skizziert die Sollzustände für erfolgreiches Management in großen F&E-Unternehmungen, die nur durch „institutionalisierte Innovation“ erfolgreich sein können. Diesem Soll-Zustand stellt er Praxis-Zustände gegenüber. Eines der Problemfelder stellt dabei häufig ein fehlender starker strategischer Bezugsrahmen dar, was in Folge zu Zielkonflikten auf der operativen Ebene führt.

Ein weiteres Feld stellt das Wissensmanagement dar. Dazu bringt E. Hartlieb in seinem Beitrag anhand eines Praxisbeispiels Vorschläge für eine Methodik zur Analyse und Gestaltung wissensbasierter Prozesse.

Wie im Titel schon angedeutet, ist eine Idee der Ausgangspunkt von Innovation. Doch Ideen zu finden, braucht professionelle Methoden. Die Suche nach innovativen Lösungen mit TRIZ eröffnet völlig neue Möglichkeiten in Datenfindungsprozessen. Das Autorenduo V. Kohnhauser und H. Teufelsdorfer zeigt die Vorteile und Anwendungsmöglichkeiten der TRIZ-Methode auf.

Und schließlich: Ideen können nur in den Köpfen von Menschen entstehen! Auch in den Reihen des WIV gibt es einige solcher erfolgreicher Innovatoren. Mit einem ganz besonderen unter ihnen – Arthur Doppelmayr – führte WING-business ein Gespräch. Gerade A. Doppelmayr ist ein Musterbeispiel für einen „innovativen Kopf“, der mit marktgerechten Erfindungen, strategischem Weitblick, persönlichem Marketing und viel Geduld auch den wirtschaftlichen Erfolg für sich verbuchen konnte.

Das TOP-Thema der letzten Ausgabe von WING-business in diesem Jahrtausend (4/99) ist einer der wichtigsten Fähigkeiten für das neue Jahrtausend gewidmet: dem Lernen in der Organisation.

Heft 1/2000 wird ein bauspezifisches Thema behandeln.

Einen innovativen Herbst wünscht Ihnen

Ulrich Bauer