

ein Modell, spezifische Themen direkt innerhalb von existierenden Geschäftseinheiten zu verankern. Ein zweites Modell, das aktuell bei neuen Themen wie etwa Advanced Analytics, Big Data oder Digitalisierung Verwendung findet, organisiert in einem Unternehmen neue Kompetenzen und Innovationen als „Center of Competence“ quer über die existierenden Strukturen. Als dritte Möglichkeit gibt es in einigen Fällen aber auch gute Gründe, bewusst nach außen zu gehen und eigenständige Einheiten zu schaffen.

Der Erfolg all dieser Einheiten hängt sehr viel mehr davon ab, wie die Unterstützung aus dem Top-Management ist, wie das Thema Finanzierung funktioniert, und wie die Vernetzung nach außen aussieht, als von der Struktur.

Network

Innovationen können vor allem dann erfolgreich sein, wenn sie erfolgreich in Ökosysteme eingebettet sind. In einem Umfeld mit starkem Austausch zu akademischer Forschung, zu anderen Unternehmen, oder zu Wagniskapitalgebern, die immer an Innovationen interessiert sind, besteht ein großes Potential. Oft versuchen Unternehmen solche Netzwerke durch den Aufbau von Scouting-Einheiten, von Corporate Venture Capital Fonds oder den Betrieb von Inkubatoren zu schaffen.

Zusammenfassung

Es gibt fünf Faktoren, die zum Innovationserfolg von großen Unternehmen beitragen: Setzen des Themas als strategische Priorität und Vorleben durch das Top-Management.

Zweitens, große Unternehmen können ihre existierenden Stärken ausspielen, wenn sie an der einen oder anderen Stelle bewusst nicht die Ersten, aber sehr schnell dahinter sind, und wenn sie ein ausbalanciertes Innovations-Portfolio haben.

Drittens, Unternehmen, die sehr bewusst Innovation finanzieren und entsprechend zentral in die Budgetprozesse integrieren, sind erfolgreicher. Viertens, je schneller Entwicklungen bereits in der Prototypen- und Testphase mit Kunden getestet werden, umso erfolgreicher werden Unternehmen mit Innovationen sein.

Und zuletzt: Die konkrete Ausgestaltung der Organisation ist weniger entscheidend als die Einbettung in ein Ökosystem von Innovatoren. Und solche Ökosysteme entstehen eben oft genau dort, wo erfolgreich Forschung und Entwicklung betrieben wird, zum Beispiel in Graz.



Dr. Florian Weig
Senior Partner,
McKinsey

Autor:

Dr. Florian Weig ist seit 1999 Berater bei McKinsey und Senior Partner im Münchner Büro. Dr. Weig leitet die Product Development Practice weltweit und ist Mitglied im weltweiten Leitungsteam der Operations Practice von McKinsey.

Sein Beratungsfokus liegt auf Produktentwicklung, Produktoptimierung und Innovationsförderung. Er unterstützt Klienten in der europäischen Automobil-, Maschinenbau- und Halbleiterindustrie etwa bei R&D Transformationsprogrammen oder bei der Konzeption und Optimierung der nächsten Produktgeneration.

Florian Weig hat an der Friedrich-Schiller-Universität Jena promoviert und an der LMU München sein Studium als Diplom-Physiker abgeschlossen.

WING-INTERN



Frau Dipl.-Ing. Sigrid Swobodnik

Neue WING-Geschäftsführerin

Frau Swobodnik übernahm mit 30.6.2017 die WING-Geschäftsführung. Sie kommt aus Vilshofen an der Donau in Niederbayern und studierte Wirtschaftsingenieurwesen-Maschinenbau, Masterstudienrichtung Production Science and Management an der TU Graz und schloss 2016 ihr Studium mit Auszeichnung ab. Seit 1.12.2016 ist sie als Universitätsassistentin am Institut für Betriebswirtschaftslehre und Betriebssoziologie der TU Graz in Lehre und Forschung tätig. In ihrer Dissertation wird sich Frau Swobodnik mit dem Thema „Employer Branding“ beschäftigen. Privat fährt Frau Swobodnik gerne Ski und Mountain Bike, reist mit Vorliebe in ferne Länder und verfeinert gesellschaftliche und private Treffen mit ihren kulinarischen Beiträgen zur Gaumenfreude.