

Innovation als Erfolgsfaktor

Rudolf Hug
HT-Holding AG

Die Zukunft ist unvermeidlich.

Wie also wollt ihr sie gestalten?

Max Frisch, in Stiller

Der Begriff „Innovation“

- Taucht als „innovatio“ erstmals im Kirchenlatein um 200 n. Chr. auf
 - Erneuerung, Veränderung
- In der Renaissance ca. 1300 ist der Begriff im Französischen erwähnt
 - Innovation
- Joseph Alois Schumpeter prägte den Begriff 1912 in seiner heutigen Bedeutung.

Joseph Alois Schumpeter

- machte Unterschied zwischen
Arbitrage Unternehmer
und
Schöpferischem Unternehmer
- beschrieb 1912, was es mit der
„Durchsetzung von neuen Kombinationen“
auf sich hat
- unterschied zwischen
Invention und Innovation

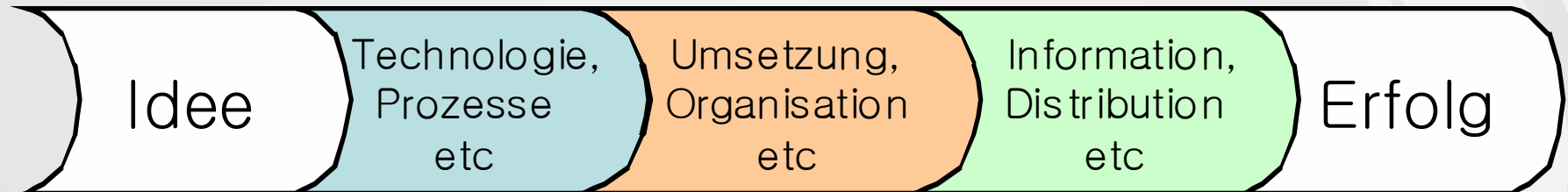
Die Schumpetersche Trilogie

- Invention – Innovation – Diffusion
 - Invention: wo neue Ideen geboren werden
 - Innovation: wo diese in vermarktbare Produkte und Prozesse umgesetzt werden
 - Diffusion: wo diese Produkte und Prozesse in einen Markt überführt werden

Die Trilogie von Schumpeter zeigt zwar, dass Invention allein für den Erfolg nicht genügt, ist aber zu eng gefasst.

Elemente des Erfolges

Es braucht drei Elemente zum Erfolg:



Der unternehmerische Erfolg ist erst da, wenn der Kunde zufrieden ist und seine Rechnung bezahlt hat!

Was braucht es zum Erfolg?

Ideen, Innovationen in allen drei Bereichen.
Etwas besser oder anders **machen**, sich unterscheiden.
Nicht nur Ideen haben, aber auch.

Innovation gibt es nicht nur bei technischen Produkten, sondern auch bei Prozessen, Strukturen, Geschäftsmodellen, Marketing etc.

Was also ist Innovation?

Etwas Neues tun oder
etwas Bekanntes anders tun.

Bedeutung der Innovation

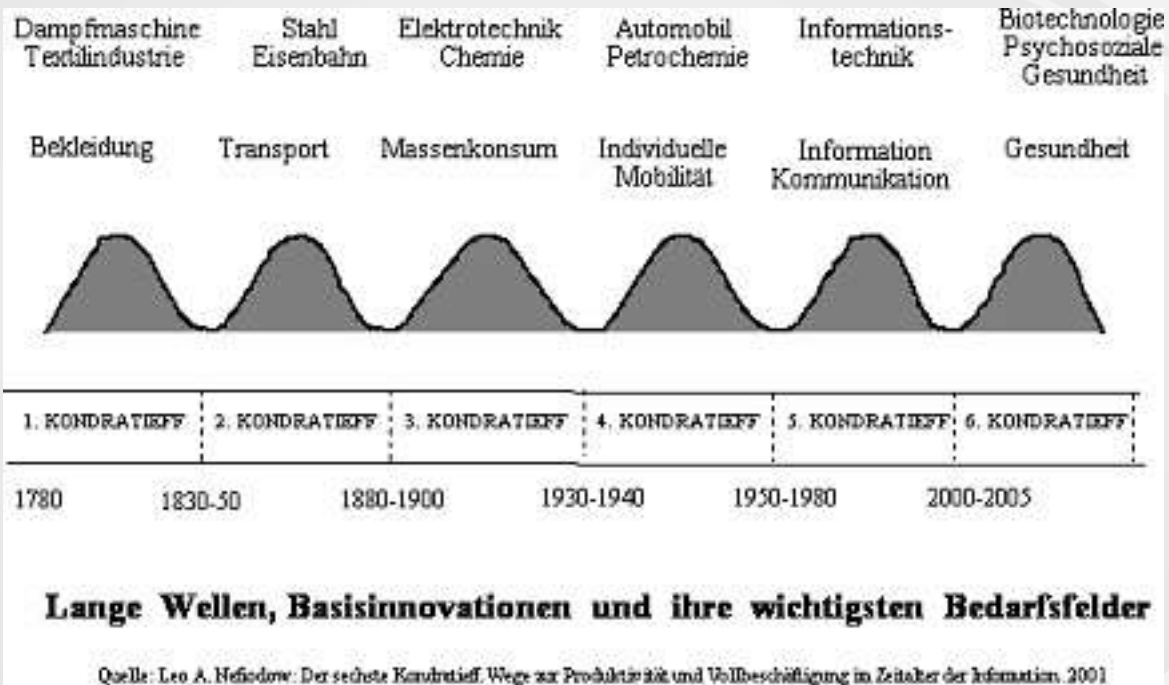
- Unternehmerische Relevanz
 - Innovation bedeutet unternehmerischer Erfolg
- Volkswirtschaftliche Relevanz
 - Unternehmerischer Erfolg bewirkt Wirtschaftswachstum und damit Wohlstand
- Ökologische Relevanz
 - Die Herausforderungen der Zukunft können nur über Innovationen gelöst werden.

Innovationsbereiche

- Produktinnovation
 - Neuentwicklung, Weiterentwicklung, Optimierung
- Strukturinnovation
 - Prozessinnovation, Verfahrensinnovation, Organisationsinnovation
- Marketinginnovation
 - Information, Distribution, Emotionalität

Innovationsarten

- Basis– oder radikale Innovationen
 - eigentliche Inventionen
 - grundlegend neue Technologien, Verfahren, Methoden, Prozesse etc
 - Dampfmaschine
 - Transistor
 - doppelte Buchhaltung
etc
 - Kondratieff Zyklen



Innovationsarten

- Folgeinnovation
 - Anwendung von Basisinnovation
 - z.B. Integrated Circuit (auf der Basis des Transistors)
 - Sequentielle Innovation
 - Komplementäre Innovation

Abgrenzung zur Basisinnovation ist schwierig

Innovationsarten

- Inkrementale Innovation
 - Häufigste Innovationsart
 - Produktverbesserung
 - Weiterentwicklung
 - „Finetuning“ von Verfahren, Prozessen etc

Entstehen von Innovation

- „Anticipation Push“
 - Antizipation von Marktbedürfnissen
 - Aktive Rolle
 - Chance: First mover, hohes Gewinnpotential
 - Gefahr: Hohes Kostenrisiko
der Zeit (Marktakzeptanz) voraus

Entstehen von Innovation

- „Demand Pull“
 - Herausforderungen durch den Markt
 - Reaktive Rolle
 - Chance: Kostenoptimierung, Risikominimierung
 - Gefahr: Marktchancen verpassen
„me too“ Mentalität

Innovationsfaktoren

- Die Herausforderung als „Taktgeber“ akzeptieren
 - Keine „me too“ Kultur
 - Versuchen „on the leading edge“ zu sein
 - Offenheit gegenüber Wettbewerb
- Markt beobachten
 - Sowohl Bedürfnisse der Kunden wie auch Tätigkeit der Mitbewerber im Auge haben

Innovationsfaktoren

- Innovationsfreundliches Klima schaffen.
 - Bestehendes „in Frage stellen“
 - aber „don't fix it, if it's not broken“ beachten
 - fehlertolerante Kultur aufbauen
 - Teamwork fördern
 - „Not invented here“ Syndrom bekämpfen.

Innovationsfaktoren

- Finanzielle Mittel bereithalten
 - Innovation ist nicht kostenlos
- Nicht warten, bis „end of life“ eines Produktes erreicht ist
 - Innovation braucht Zeit
- Innovationsprozesse systematisieren
 - Innovationsmanagement einführen
 - sonst kostet es dreimal soviel und dauert doppelt so lange....

Förderung von Innovation

- Rahmenbedingungen
 - Der Staat kann Innovation nicht „verordnen“, aber ein günstiges Klima schaffen.
 - Steuerliche Anreize
 - Stärkung des Unternehmertums
 - Bildung
- Öffentliche Förderung
 - Stärkung der Zusammenarbeit Hochschulen–Wirtschaft
 - KTI, WTT



HT-Holding

- Entwicklung, Produktion und Vertrieb von High-Tech Elektronik
 - Industrie-PC für den Einsatz in extremer Umgebung
 - -40°C bis $+85^{\circ}\text{C}$, bis 100g Schock und Vibration
 - spritzwasserdichte Ausführungen
 - High-Speed Kameras für Motion-Analysis
 - bis 32'000 Bilder/s
 - Schock und Vibration bis 100g
 - etc

Innovation bei der HT-Holding

- Jedes Jahr ca. 5 neue Produkte und 15–20 Weiterentwicklungen
 - rund 10% vom Umsatz wird in F&E investiert
 - etwa die Hälfte der Produkte sind „Push-Innovationen“
- Zusammenarbeit mit Hochschulen
 - Tech-Transfer von der ETH-Zürich
 - High-Speed Kamera
 - Sensor Entwicklung mit dem CSEM

aber vergessen Sie nicht....

Erfolg ist 90% Transpiration und
10% Inspiration.

Es führt kein Aufzug zum Erfolg.

Besten Dank für Ihre Aufmerksamkeit

www.ht-holding.ch

www.rudolf-hug.ch