

DABEI-Innovationsklima-Index 2011 – Wie kommt Deutschland vom „Heureka!“ zum „Hurra!“? Von Carsten Deckert

Summary

Die Deutsche Aktionsgemeinschaft Bildung-Erfindung-Innovation (DABEI) hat zum zweiten Mal den DABEI-Innovationsklima-Index erhoben, der das Innovationsklima in Deutschland misst. Das Ergebnis: Deutschland setzt zu stark auf das „Heureka!“ der Erfinder und nicht genug auf das „Hurra!“ des Marktes. Der Index zeigt zugleich, was getan werden muss, um existierende Innovationswiderstände zu überwinden (1).

DABEI-Innovationsklima-Index

Die Deutsche Aktionsgemeinschaft Bildung-Erfindung-Innovation e.V. (DABEI) wurde vor über 25 Jahren als Reaktion auf die japanische Herausforderung gegründet, um die Innovationskraft Deutschlands zu stärken. DABEI versteht unter Innovation die Umsetzung einer Invention in ein am Markt erfolgreiches Produkt oder Verfahren. In unserer Befragung zum DABEI-Innovationsklima-Index beschäftigen wir von DABEI uns mit den Fragen: Welche Innovationswiderstände existieren in Deutschland? Und wie können wir diese Widerstände überwinden, um unser Innovationspotenzial freizusetzen?

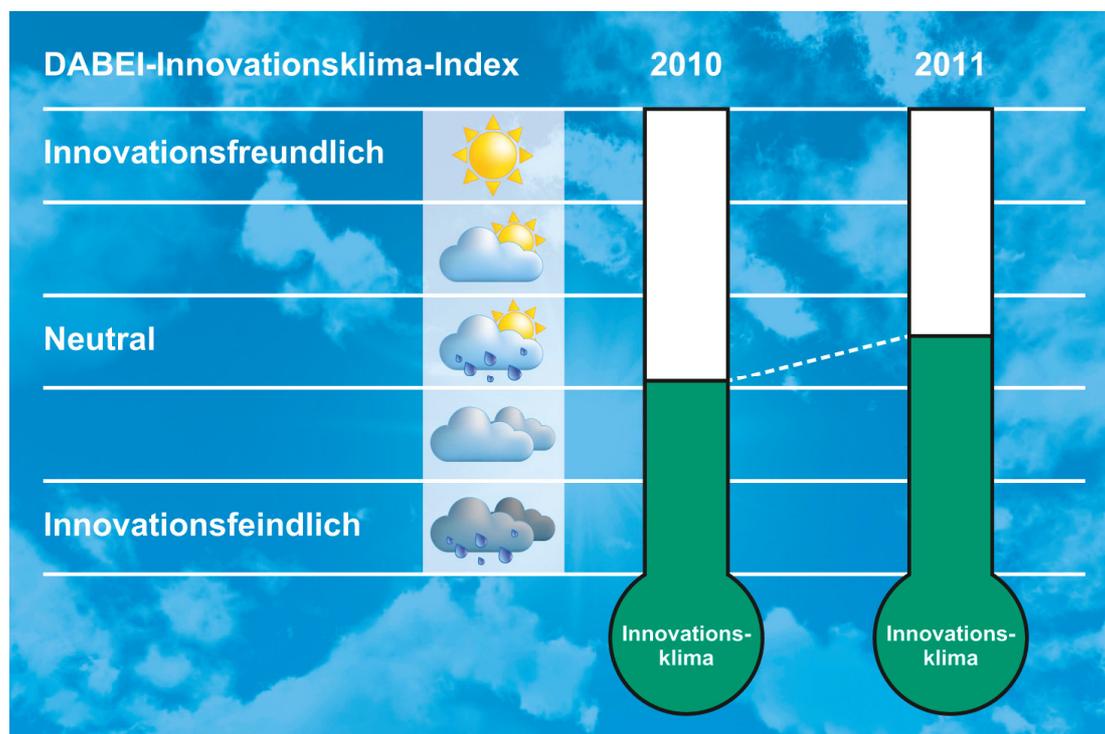


Abb. 1: DABEI-Innovationsklima-Index 2011

Zur Beantwortung dieser Fragen haben wir quantitative und qualitative *Untersuchungsmethoden* miteinander verknüpft. Als Voruntersuchung haben wir frei verfügbare Studien ausgewertet, die Aussagen über den Stellenwert von Innovation und die Bedeutung von Innovationshemmnissen zulassen. Im Rahmen einer Breitenerhebung haben wir, wie bereits im letzten Jahr, eine Umfrage über

den DABEI-Innovationsklima-Index durchgeführt. Diese haben wir diesmal ergänzt durch Interviews mit Experten für Deutschland und für jeden Kontinent der Erde. Dadurch konnten wir das Innovationsklima in Deutschland aus einer Innen- und einer Außensicht bewerten sowie Innovationsstärken und -schwächen ermitteln. Die diesjährige Studie wurde in Zusammenarbeit mit der Deckert Management Consultants GmbH und dem Werkzeugmaschinenlabor der RWTH Aachen durchgeführt.

Der *DABEI-Innovationsklima-Index 2011* zeigt, dass sich das Innovationsklima in Deutschland leicht verbessert hat und nun im neutralen Bereich liegt (siehe Abb. 1). Dies spiegelt die allgemeine verhaltene Konjunkturerholung wider.

Innovationswiderstände und -stärken

In einem Ranking der *Innovationswiderstände* (siehe Abb. 2) kamen folgende Widerstände unter die Top Five, aus denen wir die darunter stehenden Schlussfolgerungen gezogen haben:

- Kurzfristiges Wirtschaften / Shareholder Value-Gedanke
Innovation ist eine Investition in die Zukunft.
- Besitzstandswahrung / Lobbyismus
Innovation bedeutet schöpferische Zerstörung.
- Zu viel Bürokratie
Innovation heißt gestalten, nicht verwalten.
- Angst vor Veränderung
Innovation braucht Risikobereitschaft, nicht Vollkasko-Mentalität.
- Unflexible Organisation / Abteilungsdenken
Innovation funktioniert anders als Produktion.

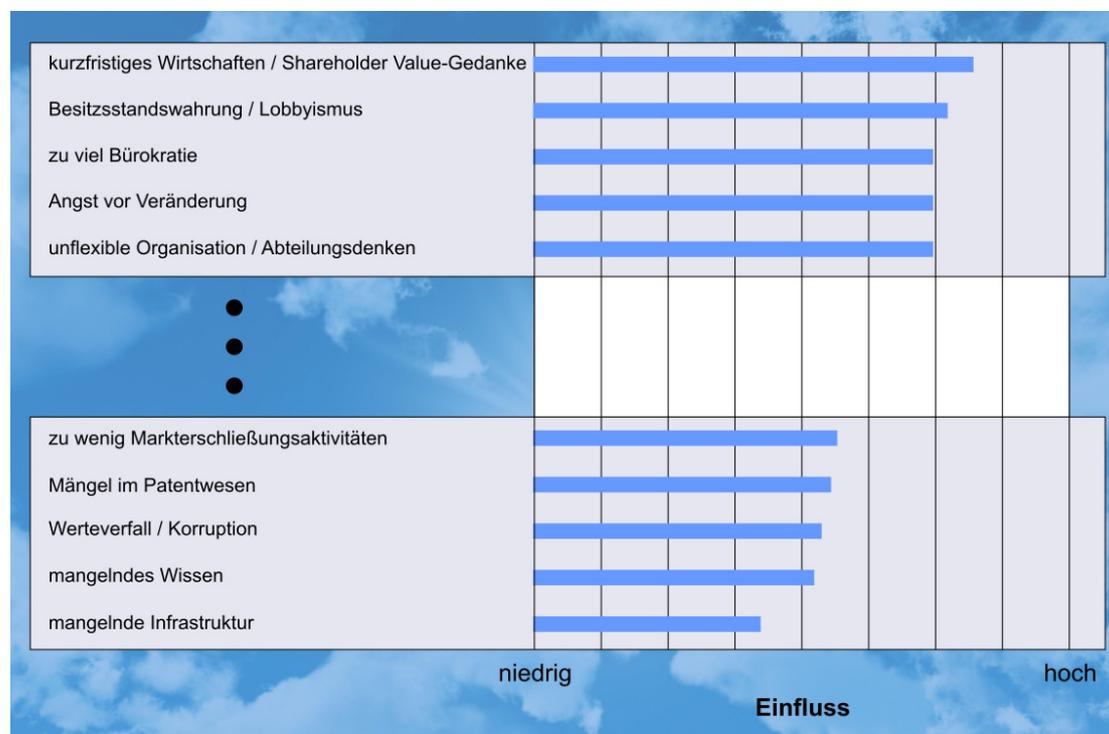


Abb. 2: Ranking der Innovationswiderstände

Die beiden Innovationswiderstände „Zu wenig Unternehmergeist“ und „Defizite der Bildungs-, Forschungs- und Transferpolitik“ sind als *Absteiger* aus den Top Five herausgefallen, befinden sich aber immer noch in den Top Ten und werden

von den Studienteilnehmern immer noch als wichtig bewertet. Die Top-*Aufsteiger* bei den Innovationswiderständen – natürlich im negativen Sinne – sind „Schlechte Führung“ mit zwölf Plätzen und „Fehlendes Verantwortungsbewusstsein“ mit neun Plätzen. Unsere Schlussfolgerung: *Innovation braucht Entrepreneure und Intrapreneure.*

Die größten *Innovationsstärken* Deutschlands sind eine gute Infrastruktur, ein hohes Maß an Wissen und Kreativität, kein Werteverfall und eine niedrige Korruption, ein ausreichendes Patentwesen sowie genügend Markterschließungsaktivitäten.

Aus der *globalen Perspektive* liegen Deutschlands Innovationsvorteile vor allem in einem guten Ausbildungssystem und der industrienahen Forschungslandschaft, in der in vielen Fächern „Research for Factory“ betrieben wird. Nachteile liegen in einem fehlenden Fokus bei Bildung und Forschung, der fehlenden Servicekultur sowie geringer Flexibilität und Risikobereitschaft, die sich in einem gering ausgeprägten Unternehmergeist niederschlagen.

Handlungsbedarf

Aus den Ergebnissen haben wir sechs Themenfelder abgeleitet, in denen wir für Deutschland dringenden *Handlungsbedarf* sehen:

- *Langfristig Werte schaffen – Vom Shareholder Value zum Shared Value*
Deutschland braucht mehr Führungskräfte, die einen „Shared Value“-Ansatz verfolgen, indem sie eine Verbindung zwischen wirtschaftlichem und gesellschaftlichem Fortschritt schaffen.
- *Bestehende Pfründe abbauen – Von verkrusteten Strukturen zu schöpferischer Zerstörung*
Deutschland muss verkrustete Strukturen aufbrechen und „schöpferische Zerstörung“ zulassen, um den dynamischen Fortschritt nicht zu blockieren.
- *Staatliche Regelwut bändigen – Von der Beamtenwirtschaft zu Lean Government*
Deutschland braucht eine schlanke Verwaltung, die Verschwendungen vermeidet und die richtigen Anreize für Unternehmertum setzt.
- *Innovationen fördern, nicht Inventionen – Vom High-Tech-Fokus zu konzept-kreativen Geschäftsmodellen*
Deutschland braucht mehr Unternehmer, die aus bestehenden Produkten und Services konzept-kreative Geschäftsmodelle entwickeln und umsetzen. (Konzept-kreative Geschäftsmodelle werden im Buch „Kopf schlägt Kapital“ von Professor Günter Faltn (2), langjähriges DABEI-Mitglied, ausführlich beschrieben.)
- *Innovationskultur etablieren – Von der Wissensgesellschaft zur Kreativgesellschaft*
Deutschland muss eine nationale Innovationskultur entwickeln, die den Wandel von der Wissens- zur Kreativgesellschaft beschleunigt.
- *Inventionen kopieren, nicht kopieren – Vom Inventor zum Imovator*
Deutschland braucht mehr Imovatoren, also intelligente Imitatoren, die die Erfindungen und Forschungsergebnisse anderer kopieren und mit optimiertem Kundennutzen auf den Markt bringen. (Der Begriff „Imovator“ wird von Professor Oded Shenkar in seinem Buch „Copycats“ (3) definiert.)

Deutschland setzt in vielen Bereichen verstärkt auf das „Heureka!“ des Erfinders und zu wenig auf das „Hurra!“ des Marktes. Somit möchten wir die generelle Entwicklungsrichtung für Innovationen in Deutschland mit folgendem Motto kennzeichnen:

Vom „Heureka!“ zum „Hurra!“

Die 32-seitige Studie „DABEI-Innovationsklima-Index 2011 – Wie kommt Deutschland vom `Heureka!` zum `Hurra!`?“ sowie eine Broschüre mit den DABEI-Experteninterviews, die wir im Rahmen der Studie geführt haben, können Sie sich kostenlos auf der DABEI-Website (www.dabei-ev.de) herunterladen. Interessant wäre es natürlich, den DABEI-Index auch einmal für Österreich und die Schweiz zu erheben, um die Ergebnisse miteinander vergleichen und voneinander lernen zu können.

Literatur

- (1) Carsten Deckert: DABEI-Innovationsklima-Index 2011. Wie kommt Deutschland vom „Heureka!“ zum „Hurra!“? Düsseldorf, 2011, www.dabei-ev.de.
- (2) Günter Faltnin: Kopf schlägt Kapital. München, 2008.
- (3) Oded Shenkar: Copycats. How Smart Companies Use Imitation to Gain a Strategic Edge. Harvard, 2010

Bildmaterial © fotolia

Informationen zum Autor:



Dr. Carsten Deckert ist Mitglied der Geschäftsleitung der Deckert Management Consultants GmbH in Düsseldorf (www.deckert-mc.com) und Vorstand der Deutschen Aktionsgemeinschaft Bildung-Erfindung-Innovation (DABEI) e.V. (www.dabei-ev.de). Er ist außerdem Autor des satirischen Ratgebers „Anleitung zum Uninnovativsein“ und schreibt unter www.carsten-deckert.de seinen eigenen Knowledge Gorilla-Blog mit den Kategorien Knowledge Watch und Innovation Watch.

Informationen zu DABEI:

Die Deutsche Aktionsgemeinschaft Bildung – Erfindung – Innovation (DABEI e.V.) wurde 1982 als unabhängige Arbeitsgemeinschaft im Innovationsbereich gegründet. Unter den Gründern waren die Leiter des Deutschen Patentamtes (DPMA), des Vereins Deutscher Ingenieure (VDI) und prominente Erfinderunternehmer. DABEI bündelt seitdem die Kompetenz prominenter Persönlichkeiten aus Politik, Wirtschaft, Wissenschaft, Industrie und Kultur zur Erhöhung der Innovationskraft in Deutschland.

DABEI hat als Ziel, durch die Förderung technisch-wirtschaftlicher Innovationen in allen Stadien die Position Deutschlands in einem globalisierten Wirtschaftsumfeld zu sichern und auszubauen, die Existenz- und Umweltbedingungen für die heutige und künftige Generation zu sichern und zu verbessern sowie die Grundlagen für Lebensqualität und kulturelle Leistung und Vielfalt zu erhalten.