

Zur Person

Prof. Dr. Marion A. Weissenberger-Eibl leitet seit April 2007 das Fraunhofer-Institut für System- und Innovationsforschung (ISI). Die Betriebswirtschaftlerin ist seit sechs Jahren an der Universität Kassel Inhaberin des Lehrstuhls Innovations- und Technologiemanagement.

In Karlsruhe am Fraunhofer-Institut für System- und Innovationsforschung (ISI) – einem der in Europa führenden Institute auf diesem Gebiet – untersuchen Professor Weissenberger-Eibl und ihre Mitarbeiter die Voraussetzungen und Auswirkungen von Innovationen auf die Gesellschaft, Zukunfts- und Systemforschung sowie Politikberatung; in diesem Dreiklang erarbeitet das interdisziplinäre ISI-Team, gestützt auf quantitative und qualitative Methoden und aufgeteilt in sechs „Competence Center“, seine Empfehlungen und Analysen. Das Institut versteht sich als unabhängiger Vordenker für Gesellschaft, Politik und Wirtschaft und hilft Entscheidungsträgern bei strategischen Weichenstellungen.

isi.fraunhofer.de



MARION A.
WEISSENBERGER-
EIBL

„Interdisziplinäre Teams fördern Innovationen“

Ein Patentrezept für Innovationen gibt es nicht. Sehr wohl aber lassen sich in Unternehmen Strukturen schaffen, um gute Ideen erfolgreich zu gestalten. Wie dies gelingen kann, erklärt eine Expertin: Professor Marion A. Weissenberger-Eibl ist Innovationsforscherin und leitet das Fraunhofer-Institut für System- und Innovationsforschung (ISI) in Karlsruhe.

1 // Frau Professor Weissenberger-Eibl, was verstehen Sie unter Innovationen?

Der Begriff wird oft sehr eng als technologische Neuheit gefasst. Unser Verständnis am Fraunhofer ISI ist weiter. Es beinhaltet Dienstleistungs-, Organisations- und Prozessinnovationen. Wir betrachten den Begriff „Innovationen“ in diesem Sinne so umfassend wie möglich und untersuchen nicht nur Produktneuheiten und wie diese in den Markt aufgenommen werden, sondern wir analysieren, wie sich eine Innovation auf Dienstleistungen, andere Wirtschaftsbereiche, das Sozialsystem und unsere Gesellschaft auswirken kann.

2 // Wann ist eine gute Idee eine echte Innovation?

Eine tatsächliche Innovation haben wir erst dann, wenn es eine marktfähige Neuerung ist. Damit dies gelingen kann, muss von der ersten Idee an ein Prozess – am besten systematisch geplant – gestaltet werden. Es braucht eine förderliche Innovationskultur, um in einem Unterneh-

men eine Strukturierung des Ideenscoutings, aber auch des Innovationsmanagements zu etablieren.

3 // Welches Unternehmensklima fördert Innovationen?

Ein wichtiger Faktor sind interdisziplinäre Teams vom Ingenieur über den Sozialwissenschaftler bis hin zum Physiker. Hinzu kommt, dass Unternehmen bewusst Handlungsspielräume freigeben. Und Mut: Bestimmte Prozesse sollten auch dann anlaufen, selbst wenn sie vielleicht nicht gleich gelingen können.

4 // Was wäre ein Beispiel für gelungene Innovation?

Aus der Automobilbranche kann man die Keramikbremse nennen. Sie war ein radikaler Schritt, bei Bremsen auf ein anderes Material zu setzen und gleichzeitig die Bremsleistung zu erhöhen. Darüber hinaus ist sie ein Beispiel dafür, über kleine Veränderungen in technischer Hinsicht neue Materialeigenschaften zu entwickeln, die dann in ganz unterschiedlichen Branchen eingesetzt werden.

5 // Wie innovativ gelten deutsche Firmen im Ausland?

Bestimmte Image-Merkmale von marktreifen Innovationen sind auch im Ausland sehr angesehen. Das sind keinesfalls nur Produktinnovationen, sondern Leistungsbündel, also eine Kombination von Produkten mit Geschäftsmodellen und mit Dienstleistungsangeboten.

6 // Welche Branchen sehen Sie als Zukunftsfelder?

Vor allem das Zusammenspiel von Biotechnologie, Nanotechnologie und Informationstechnologie ist ein ganz wesentliches Zukunftsfeld. Hier zeigt sich auch die Bündelung von Produkt, Dienstleistung und Geschäftsmodell. Interessant ist, dass vor allem der klassische Maschinen- und Fahrzeugbau die Potenziale auf diesem Gebiet als Chance erkannt hat. Die Branche bringt hier ihre Stärken ein, erweitert ihr Knowhow und treibt so neue Technologien mit voran.