Prof. Günther H. Schust

Entweder Deutschland steigert seine Innovationsdynamik - oder setzt die deutsche Innovationskraft auf's Spiel!

Zwei von drei westdeutschen Firmen brauchen für die Markteinführung technischer Neuerungen bis zu drei Jahre, 20% der Unternehmen sogar 5 Jahre. Heute sind aber umweltfreundliche Technologie + Dienste die treibende Kraft für die starke Expansion des Welthandels und der Direktinvestitionen. Jede „echte" Marktneuheit verbessert die Wettbewerbsfähigkeit und schafft „neue" Vollzeit-Arbeitsplätze. Mit ihrem formalen Output an Erkenntnissen ist die dt. Wissenschaft erfreulich erfolgreich. Allerdings hapert es bei der Umsetzung. Entdeckungen, Erfindungen und Wissen schnellstens in Produkte und damit in Kapital zu übersetzen, die am Markt Erfolg haben können – das ist nicht gerade die Stärke dt. Unternehmen (Prof. Dr. August-Wilhelm Scheer, Vizepräsident BDI).

Die Wettbewerbsfähigkeit des Standortes Deutschland und damit seine wirtschaftliche Zukunft in einer wissensbasierten Gesellschaft hängen entscheidend davon ab, wie entschlossen die Chancen der „grünen" Schlüsseltechnologien genutzt werden und ihr Transfer in die wirtschaftliche Nutzung gelingt. Die Entwicklungskosten für die komplexen Produktlösungen steigen in unvorstellbare Höhen. Sehr viel höhere Investitionen sind daher notwendig. Wir brauchen eine konzertierte Aktion (kein Strohfeuer!) aus Zusammenschlüssen von Staat, Unternehmen (auch Wettbewerbern), Banken und Sponsoren, die mit hohen Investitionen eine Innovationsdynamik im 21. Jahrhundert erzeugt. Hierzu müssen auch die Rahmenbedingungen individuell für jede Schlüsseltechnologie angepasst werden. Als wichtige Vorleistung für die FuE-intensive Industrie kommt innovativen Dienstleistungen eine besondere Bedeutung zu. Das Wachstum auf den Zukunftsmärkten wie Logistik, Bio-, Medizin- und Umwelttechnik, Gesundheits- und Altenpflege, Mobilitäts-, Energiesysteme und (IT-) Vernetzung ist damit eng verbunden. Nicht kleckern, sondern klotzen muss die Devise in Deutschland heißen, sonst machen unsere Wettbewerber (USA, Japan, BRIC-Staaten = Brasilien, Indien, China u. a. Tigerstaaten) die wirtschaftliche und innovative Führung zukünftig unter sich aus. Die Folgen für Deutschland werden schmerzlich: Der Verlust bzw. die Verlagerung von wissensbasierten Arbeitsplätzen und der Rückgang unseres wirtschaftlichen Innovations-Wachstums.

Zusätzlich wurde über Jahre versäumt, in den Unternehmen, Hochschulen und Ausbildungszentren zukunftsfähiges Mitarbeiterpotential aufzubauen, das diese Technologien beherrscht und vermarkten kann. Immer noch investieren Firmen und Organisationen das 10- bis 100-fache in die Instandhaltung und das Leasing ihrer Maschinen und Anlagen, als in die Wissens-Instandhaltung ihrer Menschen. Maschinen und Anlagen sind nicht kreativ und auch nicht kundenorientiert! Betriebe vermitteln zwar Fachkompetenz, aber die Schulung von "Key-skills", wie Beziehungs-, Kreativitäts- und Projektkompetenz wird sträflich vernachlässigt. Doch gerade diese Fähigkeiten sorgen für die nachhaltige Erfolgskraft (Sustainability) einer überaus anspruchsvollen Gesellschaft und für die flexible Beschäftigungs- und

Einsatzfähigkeit (Employability) ihrer Menschen. Der demographische Outlook einer rapide alternden Gesellschaft sagt sogar, dass die Fachkräftelücke in 10-20 Jahren auf ca. 1 Mio. Menschen ansteigen wird (Studie: www.vbw-Bayern.de: Fachkräfte Fehlanzeige).

Sollte der Mangel wie berechnet eintreten, summiert sich der Wertschöpfungsverlust allein in Bayern auf € 650 Mrd. Immer weniger qualifizierte Erwerbsfähige werden immer mehr arbeiten müssen, um zumindest den bisherigen Lebensstandard zu erwirtschaften, wenn sie dies dann überhaupt noch können.

Besonders stark fällt auf, dass Menschen sehr lern- und veränderungsarm sind. Sie verändern sich nur, wenn der Druck in Krisen ungemein groß wird und/oder ihnen keine andere Wahl mehr bleibt. Insbesondere nutzen Führungskräfte ihre Macht, um nichts mehr Neues dazu lernen zu müssen. Damit wird immer weniger neues Wissen, das ein Unternehmen dringend benötigt „produziert".

Mangelnde Fortbildung und schlechtes Innovationsmanagement kostet dt. Firmen jedes Jahr mehr als 200 Milliarden Euro.

Kommunen, ja ganze Regionen in Deutschland werden kollabieren. Die Zivilisation wird sich auf Kerngebiete (CityCluster) zurückziehen. Bei der Eroberung des Weltmarktes nehmen sich zwischenzeitlich unsere Wettbewerber eine Kernbranche nach der anderen vor. Früher die (Unterhaltungs-) Electronic- und Chipindustrie, heute die Automobil-, IKT-, Medizin-, zukünftig die Bio-, Energie- und Umwelttechnik. Der globale Wettbewerb um überlegene Innovationsrealisierer hat schon längst begonnen. Lt. dem Bericht des World Economic Forums überholt die Schweiz die USA, Japan und Deutschland und gilt als die wettbewerbsfähigste Nation der Welt. Vor allem die sehr hohen Investitionen in die Bildung & Entwicklung von Führungskräften sorgten für den Spitzenplatz.

Die Dinge die Übermorgen entscheidend werden, kommen aus der Praxis und unserer globalen Umwelt. So ist das Wichtigste für den Unternehmensfortschritt, dass Führungskräfte und Mitarbeiter die Kunden- und Umweltbedürfnisse antizipieren können. Ein systematisches internes + externes Innovations- und Wissensmanagement sichert dabei das Überleben. Permanentes Dazulernen aus Fehlern und falschem Verhalten wird plötzlich für alle das Ziel jeder Tätigkeit.

Unternehmen die zu den „Gewinnern" gehören, investieren rechtzeitig in Ihre Mannschaft, so wie dies die führenden Fußballvereine in Europa und auf der Welt tun. Die Herausforderungen bzw. TopSpiele der Zukunft gewinnen Sie nur mit der Spielfreude (Innovationsdynamik), dem Spielwissen (360º-Knowledge) und der schnellen Realisierungskraft (Treffsicherheit) ihrer Mannschaft.

Unsere Führungseliten geben den Ausschlag, ob unser Land in der Lage ist, schnellst möglichst unsere angestaubte Aus- und Weiterbildung mit Schlüsselkompetenzen, wie z.B. Change-, Innovations- und Problemlösungsfähigkeit zu erweitern. Leadership ist keine Management-Technik, sondern eine Haltung, die auf Antizipation, Wahrnehmung und ganzheitlicher 360º-Sichtweise basiert.

Die Aufgabe der Führungskräfte muss daher sein, in Ihren Betrieben und Organisationen einen (virtuellen) Campus für Wissen + Innovation zu schaffen, auf dem Führungs- und Fachkräfte situativ – wie im (Leistungs-)Sport auch - für das Gefühl der synchronen und kreativen (Team-) Arbeit qualifiziert und trainiert werden, damit sie die bevorstehenden Veränderungs- und Wachstumspotentiale antizipieren + entfalten können. Wir können nur mit „positiver" Kreativität (auch in der Fortbildung) der Erneuerungskrise begegnen und dem Klimawandel mit „grünem" Denken und interdisziplinärem Handeln:

1. Die zusätzliche Einbeziehung bei Neuerungen, z.B. von Kunden, Lieferanten, Partnern und Wettbewerbern ist notwendig. Diese aktive Einbeziehung bringt die Verteilung der Risiken „auf mehrere Schultern"

© Scientific Consulting Partners

und erschließt zusätzliche Werte- und Wachstumspotenziale.

2. Neue und kreative Lösungen setzen sich meist aus schon bestehendem Wissen zusammen, das lediglich wieder neu kombiniert werden muss.

3. Es muss genügend Promotoren = kritische Masse geben, die über dieses Wissen verfügen, bzw. die wissen, wie sie daran kommen.

4. Mit eingefahrenen Verhaltensweisen, die sich über die fetten Jahre eingeschliffen haben, lassen sich keine attraktiven Marktneuheiten entwickeln.

5. Der Aufbau eines Wissens-Netzwerkes mit Ideen- und Wissenspool ist dabei das wichtigste Instrument, damit die Mitarbeiter über den „Tellerrand“ hinausschauen.

Sechs Schritte die wir Ihnen empfehlen und sehr gerne seitens SCOPAR begleiten:

Phase 0: Vorarbeiten. Reporting Tools. Key-Leute + Netzwerker + Kunden + Lieferanten + Wettbewerber in’s Spiel holen. Bedenkenträger überzeugen. Zeitplan und Budgets „schnüren“. Intranet-Dialog und Wissens-Datenbank sicherstellen. Ressourcen-Check.

Phase 1: Kick-Off-Veranstaltung, Vorstellung Konzeptentwurf, Diskussionen zu Roadmap, Lessons learned.

Phase 2: Konzeptvorstellung durch die Innovative Knowledge Peoples (Promotoren / Multiplikatoren).

Phase 3: Realisierung der interdisziplinären Maßnahmen, mit Fortbildung im 360°-Campus für Wissen und Innovation.

Phase 4: Permanente Trainings der Promotoren im Campus für Wissen und Innovation..

Phase 5: Internes + externes Knowledge Vermarkten + Sourcing + Scanning wird gelebt.

Das Mitwirken als Promotor / Multiplikator ist zukünftig ein „must“ Baustein in der Personal- und Organisationsentwicklung sowie beim Wissenstransfer.

AUTOR

Prof. Günter H. Schust
Mitglied des wissenschaftlichen SCOPAR-Beratergremiums

Günther H. Schust ist langjähriger internationaler Personalmanager, Projektleiter und Lehrbeauftragter an den Hochschulen St. Gallen, Zürich-Winterthur, München und Kempten. Das Fachbuch zum Seminar ist unter dem Titel „Human Performance Management – Wie Sie Mitarbeiter zur Wertschöpfung führen“ im Rosenberger Fachverlag, Leonberg erschienen.

KONTAKT:

SCOPAR - Scientific Consulting Partners
Maximilianstraße 35a
80539 München
Fon: +49 - 89 - 958 98 065
Fax: +49 - 89 - 958 98 066
E-Mail: info@scopar.de
Web: www.SCOPAR.de