
Vorwort

Innovation ist Pflicht. Sie ist überlebenswichtig, wenn wir als Unternehmen und als Volkswirtschaft unseren Wohlstand auch für die nächsten zehn, fünfzehn und mehr Jahre bewahren wollen. Gerade weil sich die Welt um uns herum so rapide verändert, brauchen wir selbst den Willen zu ständiger Erneuerung. Andernfalls werden unsere alten und neuen Mitbewerber schon dafür sorgen, dass wir uns anders und gravierender verändern als uns lieb ist.

Markterfolg entsteht entweder durch günstige Preise oder dadurch, dass man besser ist, höhere Qualität und – das heißt in der Regel auch – das innovativere Produkt bietet. Der erste Weg scheidet für Deutschland in den meisten Fällen aus. Es gibt kaum ein Produkt oder eine Dienstleistung, das/die in der globalisierten Welt nicht irgendjemand anders zu besseren Preisen anbieten könnte als wir. Wenn wir also Erfolg haben wollen, dann gilt der Satz, den die Kanzlerin gerne zitiert: „Wir müssen so viel besser sein wie wir teurer sind.“

Der Schlüssel für dieses „besser sein“ liegt in der Innovation. Wir Unternehmen haben dies wegen des intensiven Wettbewerbs mit den weltweiten Konkurrenten lange erkannt. Bei Produkten, Methoden oder Markterschließungen sind viele – gerade auch Mittelständler – innovativer, mutiger und oftmals erfolgreicher. Und das übrigens seit Jahrzehnten, sodass viele deutsche Weltmarktführer ihre Position seit langer Zeit verteidigen konnten.

Gesamtgesellschaftlich jedoch scheint der Wille, sich Neuem zu öffnen, eher zurückzugehen. Bei neuen Großprojekten – Flughäfen, Bahnhöfen und dergleichen mehr – ist der Chor der Kritiker regelmäßig lauter als die Befürworter. Bei neuen Technologien stehen durch die Bank zuerst die Risiken im Zentrum der öffentlichen Diskussion, nicht die Chancen. Und auch die Tatsache, dass die Venture-Capital-Kultur in Deutschland bei Weitem nicht so ausgeprägt ist wie andernorts, kann man als Symptom einer gewissen Innovationsscheue lesen.

Sind wir ein Land der Angsthasen geworden? Ein Land, in dem viele sich in ihrer jeweiligen „comfort zone“ allzu behaglich eingerichtet haben? Vor allem

eines, in dem die Freude am Neuen, am Entdecken und Erneuern zu verkümmern droht? Ein Land, in dem der Mut zum Ausprobieren von Neuem sich auf das Herunterladen von Smartphone-Apps beschränkt?

In jedem Fall ist die Notwendigkeit größer, Innovationen zu erklären und für sie zu werben. Mehr denn je gilt heute: Innovation braucht Führung. Sie braucht Menschen, die von der Kraft neuer Ideen begeistert sind und dafür eintreten. Sie braucht Persönlichkeiten, die selbst Ideen haben und andere davon überzeugen. Persönlichkeiten auch, die in ihrem Umfeld die Voraussetzungen für Innovation schaffen. Menschen also, die für das Prinzip Innovation leben. Um solche Menschen geht es in diesem Buch.

Ditzingen, im Juli 2014

Dr. Nicola Leibinger-Kammüller

Einleitung

In den 25 Jahren der täglichen Arbeit mit und in Unternehmen der internationalen Innovationspraxis durfte ich eine Vielzahl von außergewöhnlichen Unternehmern und Führungskräften kennenlernen, in deren Leben das Innovieren eine große Rolle spielte – und wohl auch immer spielen wird. Hinter jeder dieser Persönlichkeiten, egal ob sie deutscher, amerikanischer, chinesischer oder anderer Herkunft waren, stehen eine Menge faszinierender Geschichten.

Einige dieser innovativen Persönlichkeiten haben in ihrem unternehmerischen Alltag im Laufe der Jahre zusätzlich den Spaß am Führen entdeckt: Sie waren nicht nur selbst innovativ, sondern führen heute auch diese innovativen Unternehmen oder bedeutende Bereiche davon. Dahinter versteckt sich die eine Bedeutung des Buchtitels „Führend innovieren“.

Die zweite Bedeutung liegt in der Tatsache begründet, dass es sich bei den Unternehmen, die hinter den an diesem Buch beteiligten Führungspersönlichkeiten stehen, um Unternehmen mit einer langjährigen Tradition im „Führend innovieren“ handelt – diese Firmen stehen dafür seit vielen Jahrzehnten, in einem Fall für nun fast 100 Jahre (BMW), in zwei Fällen sogar seit über 150 Jahren (Bayer und Siemens).

Welche Personen und welche Unternehmensverständnisse sorgen dafür, dass solche Erfolge so nachhaltig gelingen können? Vielleicht kann man als Leser nach dem Lesen dieses Buches ein klein wenig besser nachvollziehen, warum es gerade in diesen Unternehmen über eine so lange Zeit so gut funktioniert.

Die Zeitläufte wollten es, dass ich drei außergewöhnliche Führungskräfte im Wirkungskreis unseres Unternehmens – in gemeinsamen Projekten, Veranstaltungen und/oder im Meinungsaustausch über die Jahre hinweg – etwas näher kennenlernen durfte. Alle drei stehen für das „Führend innovieren“.

So entstand die Idee zu diesem Buch – einem Buch, das vielleicht etwas anders ist als sonst üblich. Alle Beteiligten haben in ihrem bisherigen Leben bereits Außergewöhnliches geleistet. Was gibt es da Schöneres, als sich einmal die Zeit zu

nehmen, sich ganz in Ruhe ein paar Mal zu treffen und über ausgewählte Facetten des Führens und Innovierens zu unterhalten? Und so soll auch das Buch sein. Es soll sich leicht lesen lassen. Man sollte es an einem langen Abend, einer langen Zugfahrt oder auf einem Überseeflug nicht mehr weglegen wollen.

Diejenigen, die sich mit dem Thema „Führend innovieren“ in ihrem Alltag beschäftigen, sollen sich „einfach“ durch ein Buch lesen können, um den ein oder anderen Gedanken spiegeln zu können und/oder auf den ein oder anderen Gedanken für den eigenen Unternehmensalltag zu stoßen. Diejenigen, die zwar innovieren, aber nicht oder noch nicht führen, sollen ein Gefühl dafür bekommen, „was mit ihnen passiert“. Denjenigen, die sich bisher nicht so sehr mit dem Thema „Führend innovieren“ auseinandergesetzt haben, soll es leicht gemacht werden, sich mit diesem Thema befassen zu können. Und diejenigen, die noch vor oder am Beginn ihres Berufslebens stehen, werden vielleicht eine erste Idee bekommen, wie facettenreich, anspruchsvoll und – gerade deshalb – kurzweilig das Innovieren ist.

Es ist vielleicht ein etwas verwegener Versuch, den Anspruch des einfachen Verstehens mit einem Gespräch mit Führungskräften zu verknüpfen, die in ihren Unternehmen eher komplexe Produkte und Kundenlösungen verantworten. Denn hinter den dazugehörigen Innovationen verstecken sich typischerweise jede Menge anspruchsvoller Technologien. Auch die daraus entstehenden Leistungen sind nicht „einfach“ an die Kunden zu „verkaufen“, sondern werden typischerweise aus komplexen Kundenumfeldern heraus entwickelt und sind dorthin dann auch wieder komplex zu vermarkten.

Aber ist es nicht diese Art von Unternehmen, Menschen, Produkten und Technologien, die den Reichtum unseres Landes zu einem wesentlichen Teil mit ausmachen? Und kann es sein, dass man mit diesem Themenkreis in der Allgemeinheit vielleicht noch vertrauter sein könnte, als es heute schon der Fall ist?

Umso mehr ist es den Partnern dieses Buches zu danken, dass sie immer entspannt und unkompliziert in die Gespräche gingen und daraus sehr kurzweilige und unterhaltsame Stunden wurden.

Auf dass es Ihnen, liebe Leserin und lieber Leser, auch so ergehen möge!

Solch ein Buch entsteht sowohl durch die Autoren als auch durch einen erweiterten Personenkreis, der ganz wesentlich zum Gelingen beigetragen hat.

Mein besonderer Dank gebührt zuallererst Herrn Dr. Nitschke, Herrn Professor Plischke und Herrn Professor Russwurm für ihr Mitwirken an diesem gemeinsamen Projekt. Jedes Treffen war erfrischend, unkompliziert, anregend und von einer äußerst angenehmen Atmosphäre geprägt.

Ebenso möchte ich ganz besonders den Herren Kranz, Ratz und Feist vom project i-Team von BMW für ihren Beitrag danken.

Gleiches gilt für das Unterstützerteam der Autoren. Dabei seien aus der Vielzahl der Beteiligten auf Seiten der drei Mitautoren – stellvertretend für viele – besonders Herr Dr. Brauer, Herr Dr. Meier sowie die Herren Odoj und Büdel hervorgehoben. Und ein besonders herzlicher Dank gebührt Herrn Dr. Bieringer, der bei der Geburt des Werkes mit großem Engagement wesentlich dazu beigetragen hat, die Voraussetzungen dafür zu schaffen. Seitens der Seidenschwarz & Comp. gebührt der herzliche Dank meinem Geschäftsführerkollegen Dominik Veit als wiederkehrendem Sparringspartner entlang des Buchprozesses sowie unserem Unterstützungsteam hinter den Kulissen, das den Entstehungsprozess auch über die Gespräche hinaus immer am Laufen gehalten hat.

Bücher von Autoren aus der Unternehmenspraxis entstehen eigentlich immer abends und an Wochenenden. Deshalb erlaube ich mir, stellvertretend für alle Autoren, auch allen Familien der Autoren den allerherzlichsten Dank für ihre Unterstützung und ihre Nachsicht auszusprechen.

Auf Seiten des Springer-Verlages gilt unser aller Dank Frau Juliane Wagner, die unsere Projektabsicht von Beginn an vollumfänglich unterstützt und immer bereichernd und unkompliziert begleitet hat.

Starnberg, im Juni 2014

Prof. Dr. Werner Seidenschwarz

Führend innovieren

Seidenschwarz, W.; Nitschke, F.; Plischke, W.;

Russwurm, S.

2015, XVI, 168 S. 15 Abb., Hardcover

ISBN: 978-3-658-05467-0