

**Dr. Burkard Göschel, Vorstand für Entwicklung und Einkauf der BMW AG,
Namensartikel Financial Times Deutschland**

690 Wörter (5200 Zeichen)

Innovationsführerschaft: Der Weg zu mehr Wachstum und Beschäftigung

Regierung und Opposition, Arbeitgeber und Gewerkschaften sind sich in der Debatte über die wirtschaftliche Lage Deutschlands in einer Sache mehr als einig: Deutschland braucht mehr Wachstum, denn Wachstum bedeutet Arbeitsplätze. Uneins ist man sich dagegen, wie man den wirtschaftlichen Aufschwung erreicht. Unserer Auffassung nach führt der Weg hin zu mehr Wachstum über Innovationen.

Die Innovationsführer-Rolle, die in den 60er Jahren noch von der Weltraumforschung ausging, wird heute von der Automobilindustrie eingenommen. Unsere Aktivitäten treiben nicht nur die Materialforschung voran, sondern beispielsweise auch viele Entwicklungen in der chemischen Industrie und in der Elektronik. Aufgrund der starken Vernetzung und der engen Zusammenarbeit mit den verschiedensten Branchen ist die Automobilindustrie Wachstums- und Beschäftigungsmotor für die gesamte Wirtschaft geworden. Jeder siebte Arbeitsplatz hängt in Deutschland am Automobil.

Wirtschaftswachstum steht und fällt mit der Fähigkeit, neue Techniken und Produkte, verbesserte Produktionsweisen und neue Märkte zu erschließen. Sie erst bringen uns den Technologievorsprung und Wertschöpfungsgewinn, der unseren hohen Lebensstandard absichert.

Die in Deutschland dringend benötigten, zusätzlichen Arbeitsplätze entstehen erst dann, wenn wir in der Lage sind, neue Geschäfte aufzubauen und Märkte zu erschließen. Doch dafür ist laufend Neues – also neue Technologien und Verfahren als Ergebnisse von Forschung und Entwicklung – notwendig.

Das passiert nicht von alleine. Wir müssen unsere Anstrengungen besonders auf die Stärkung der Innovationskraft unseres Landes und unserer Industrie konzentrieren.

Elektrik und Elektronik treiben die Innovationen

Elektrik und Elektronik sind heute die wesentlichen Treiber für etwa 90 Prozent aller Innovationen in der Automobilindustrie. Der Wertschöpfungsanteil der Elektronik in Oberklasse-Fahrzeugen beträgt heute schon 40 Prozent – und er wird weiter steigen. Paradoxerweise wird die Autoindustrie in Zukunft noch komplexere Systeme schaffen müssen, um die Anwendung von Software und IT im Automobil einfacher zu machen. Besitzt beispielsweise ein BMW 7er heute rund 70 Megabyte Software, so wird sein Nachfolger ein Gigabyte haben.

Für die Automobilindustrie und die Fahrzeugentwicklung kommen diese Technologien einer „digitalen Revolution“ gleich, aus der sich auch konkrete Möglichkeiten für neue Geschäftsfelder ergeben. Denkbar ist so zum Beispiel eine Vermarktung von Auto-Software über Software-„Tankstellen“.

Aber auch in anderen Bereichen stehen wir vor großen Umbrüchen: So stehen wir bei der Wasserstoff-Nutzung als

sauberste Energiequelle der Zukunft vor der breiten Anwendung im Automobil. Einige Hersteller haben bereits den Einsatz in Serienfahrzeugen angekündigt.

Innovationsmanagement als Schlüssel zum Erfolg

Das Klischee vom genialen Erfinder, der in seiner Werkstatt einsam forscht, gehört in der Automobilindustrie schon lange der Vergangenheit an. An seine Stelle sind komplexe Prozesse getreten.

Der Schlüssel zur erfolgreichen Umsetzung neuer Ideen liegt in der Autoindustrie in einem gesteuerten Innovationsprozess, in dem die besten Erfindungen gefördert und effizient in die Serie umgesetzt werden. In der Autoindustrie gibt es keinen Mangel an Ideen. Es fehlte in der Vergangenheit eher an Umsetzern, an Machern.

Mitarbeiter und ihr Wissen als wichtiges Unterscheidungskriterium

Erfolg erreicht man aber nicht nur durch Technologien, Techniken und finanzielle Mittel. Diese Instrumente stehen allen Wettbewerbern zur Verfügung. Erfolg schafft man vor allem mit kompetenten Mitarbeitern. Globale Konzerne müssen sich dieser hohen Bedeutung der Qualifikation und Motivation der Mitarbeiter bewusst sein.

Hier stehen wir inmitten eines rasanten Wandels: Wenn es eine „PISA-Studie“ für die Ingenieurs-Ausbildung gäbe, wäre der Spitzenplatz, den Deutschland noch inne hat, gefährdet.

Die Wachstumsmärkte der Zukunft verlangen Ingenieurstalente in einer anderen Ausprägung. So braucht

die Automobilindustrie in Zukunft aufgrund der stark wachsenden Bedeutung der IT-Kompetenz im Automobilbau mehr kreative Automobil-Informatiker und Mechatroniker. Daher wäre es wünschenswert, dass in der Ausbildung Kontaktallergien zur Autoindustrie gar nicht erst aufkommen. Allein innerhalb der BMW Group gibt es zurzeit über 100 offene Stellen, die das Unternehmen nicht besetzen kann.

Aussagen müssen Taten folgen

Die politische Debatte zum Wirtschaftsstandort Deutschland wird weitergehen. Der Bundeskanzler hat in seiner zurückliegenden Regierungserklärung bereits wichtige Impulse zur Konjunktur gegeben. Allerdings müssen den Aussagen auch Taten folgen. Die Politik darf nicht weiter abwarten. Es muss im Sinne der Konjunktur gehandelt werden. Es muss in Deutschland wieder leichter fallen etwas zu tun, und schwerer werden, etwas zu verhindern.

Gerade da sehen wir die Innovationspolitik als eine Vorwärtsorientierung. Eine Richtung, die zu einer positiven Aufbruchsstimmung, zu mehr Wachstum und mehr Beschäftigung in Deutschland beiträgt. Wenn es also darum geht, Wege aus der Krise zu finden, sind unsere Wegpfeiler klar gesteckt.

Diesen und weitere Aufsätze von Prof. Wildemann finden Sie unter:
<http://www.tcw.de/publikationen/aufsaezte/>

Informationen zu den Beratungsleistungen der TCW GmbH & Co. KG zum Thema Technologie- und Innovationsmanagement finden Sie unter:
http://www.tcw.de/tcw_V1/main.php?Action=DoPublics.showPage&menuId=7

Informationen zu den Beratungsleistungen der TCW GmbH & Co. KG zum Thema Einkaufsmanagement finden Sie unter:
http://www.tcw.de/tcw_V1/main.php?Action=DoPublics.showPage&menuId=10