



Innovation als Wachstumstreiber?

- Münchner Management Kolloquium am 9. und 10. März 2004 präsentiert aktuelle Beiträge zur Zukunft des Wachstums
- **Ernst Susanek**, Vorstandsvorsitzender der Geschäftsführung der Zeppelin GmbH, **Dr. Dieter Kurz**, Sprecher des Vorstands Carl Zeiss AG und **Dr. Herbert Walter**, Vorstandsvorsitzender der Dresdner Bank AG erläutern die Bedeutung der Innovation als Wachstumstreiber.

Bei aller Bedeutung - und auch zweifellos zunehmender Bedeutung - des Finanzmarktes für die Weltwirtschaft: Die Kapitalströme wirken eher als Transmissionsriemen. Die eigentlich treibende Kraft sind industrielle Produktideen und Innovationen - und vor allem der Wille und die Möglichkeit, sie unternehmerisch umzusetzen. Innovation also verstanden nicht nur als Erfinden, sondern als Auf-den-Markt-bringen von neuartigen Produkten, die einen klar erkennbaren Nutzen für möglichst viele Menschen bieten.
(Anzahl Zeichen: 790)

Solche Produktinnovationen bilden den Nährboden für wirtschaftliches Wachstum, sie führen zum Ausbau von Infrastrukturen und vor allem auch zu neuen Ideen und Angeboten im produktiven sowie im Dienstleistungssektor. Die Vernachlässigung von Innovation, das Misstrauen gegenüber Neuerungen und Veränderungen haben erheblich zur Schwächung Westeuropas im Wettbewerb beigetragen. Darum widmet sich ein Themenblock des Münchener Management Kolloquiums der "Innovation als Wachstumstreiber" und den daraus abgeleiteten Fragen:

- Welche Bedingungen braucht die Industrie, damit sich Innovationspotenzial entfalten kann?
- Welche Strategien und Konzepte haben Unternehmen, um das Innovationspotenzial zur Entfaltung zu bringen?

Referenten aus drei verschiedenen Branchen geben ihre Sichtweisen preis.
(Anzahl Zeichen: 792)

Die Zeppelin GmbH ist eine Holding mit drei strategischen Geschäftseinheiten: Baumaschinen, Silo-, Apparate- und Energietechnik. Auch wenn sich Produkte aus diesen Bereichen in den vergangenen zwanzig Jahren stark verändert haben und der Erfolg der Hersteller von innovativem Geschick abhängt, so ist die Produktentwicklung doch auf einem kontinuierlicheren Niveau verlaufen wie in anderen Branchen. Die Bedürfnisse der Kunden und das Marktpotential sind berechenbarer. Es besteht - charakteristisch für reife Produkte - eine stabile Symmetrie zwischen Innovation, Umsetzung und Markt. Entsprechend stabil, beständig, evolutionär sind die Unternehmensmodelle und die Strukturen der Branche. Trotzdem ergeben sich vielfältige Herausforderungen durch die Öffnung der Märkte. Innovationen müssen differenzierter für verschiedene Kunden- und Marktsegmente geschaffen werden und auch in einer unterschiedlichen Art und Weise zur Marktreife gebracht werden. **Ernst Susanek**, Vorstandsvorsitzender der Geschäftsführung der Zeppelin GmbH beschreibt den Weg der Zeppelin-Gruppe zu Wachstum durch Innovation und globalen Ausbau.
(Anzahl Zeichen: 975)

Die Carl Zeiss AG, 1846 in Jena als Werkstatt für Feinmechanik und Optik gegründet, ist heute eine weltweit führende Unternehmensgruppe der optischen und optoelektronischen Industrie. Die Branche hat in den letzten Jahrzehnten rasant an Innovationspotenzial

gewonnen. Die Auswirkungen der technologischen Neuerungen auf die verschiedenen Branchen, auf Ausbildung und Beruf, Wirtschaft und Gesellschaft insgesamt sind kaum abzuschätzen. Es besteht eine Asymmetrie zwischen Innovation, Umsetzung und Markt. Es gibt Sprünge, Brüche, Diskontinuität. Jederzeit kann die Idee eines Einzelnen in irgendeiner elektronischen Bastelstube einen Milliardenmarkt eröffnen - und einen bestehenden Markt obsolet machen. Trotzdem hat es die Carl Zeiss AG geschafft, mehr als 150 Jahre zu überleben und nimmt heute in vielen Marktsegmenten Führungspositionen ein. **Dr. Dieter Kurz**, beschreibt aus Sicht der Carl Zeiss AG den Wachstumstreiber Innovation durch Technologieführerschaft und Wachstum entlang der Kernkompetenzen.
(Anzahl Zeichen: 874)

Die Finanzbranche kann zwar selbst keine industriellen Innovationen schaffen, jedoch sind Finanzmittel ein wichtiger Enabler zu deren Realisierung. Kleine, weitgehend autonome selbständige Einheiten, die durch Kooperation und Lizenzverträge Netzwerke bilden, nehmen zunehmend bedeutende Aufgaben in einem Entwicklungsprozess oder in der Wertschöpfungskette wahr und erzielen aufgrund ihres Expertenwissens eine überdurchschnittliche Produktivität. Gerade diese Unternehmen sind vielfach auf externe Finanzmittel angewiesen, um Innovationen realisieren zu können. Moderne Finanzierungskonzepte und -methoden, die auf die Stützung der Innovationskraft ausgerichtet sind und gleichermaßen für etablierte große und innovative kleine Unternehmen anwendbar sein sollen, werden von **Dr. Herbert Walter**, Vorstandsvorsitzender der Dresdner Bank AG, vorgestellt.
(Anzahl Zeichen: 754)

Anmeldeformulare und Auskünfte zum **Münchener Management Kolloquium**, das diesmal unter dem Motto „**Die Zukunft des Wachstums**“ steht, sind erhältlich bei TCW Transfer-Centrum GmbH, Leopoldstraße 145,
Tel. (+89) 360523-0, per Fax (+89) 36102320,
per E-Mail: Mail@tcw.de oder im INTERNET unter: www.tcw.de.

Hinweis an die Redaktionen: Für Journalisten ist die Teilnahme kostenlos