

20. G·E·M Markendialog

Innovation neu denken – Energie für die Marke

25. Februar 2016

SEMINARIS CampusHotel Berlin, Berlin-Dahlem

»Jede Innovation, die glückt, ist ein „Kunststück“, denn die Chancen zu scheitern, sind nicht gering. Doch diese Kunst kann man erlernen.«

(Prof. Dr.-Ing. habil. Hans-Jörg Bullinger, Senator der Fraunhofer-Gesellschaft)

»Bei Innovationen geht es um etwas „Neuartiges“. ... Die Neuartigkeit besteht darin, dass Zwecke und Mittel in einer bisher nicht bekannten Form verknüpft werden.«

(Jürgen Hauschildt und Sören Salomo, Autoren „Innovationsmanagement“)

»Indem wir uns daran erinnern, dass Produktion im wirtschaftlichen Sinne nichts anderes als das Kombinieren von Produktionsleistungen ist, können wir das gleiche auch dadurch ausdrücken, dass wir sagen, dass die Innovation Faktoren auf eine neue Art kombiniert oder dass sie in der Durchführung neuer Kombinationen besteht.«

(Joseph A. Schumpeter: Konjunkturzyklen, 1961)

»Bei Reishunger hat man bestehende Ressourcen neu miteinander verknüpft.«

(Sohrab Mohammad, Geschäftsführender Gesellschafter der 2011 gegründeten Reishunger GmbH)

»Innovation muss raus aus den abgeschlossenen Abteilungen der Technik-Freaks, Innovation muss im gesamten Unternehmen gelebt werden. Das heißt: Mitarbeiter können ihre Innovationskraft ohne administrative Hürden einsetzen. Mit Begeisterung. Innovation lebt von Disziplin und Führung, aber auch von Spaß und einem motivierten Team.« *(Dr. Michael Seibold, Geschäftsführer Hauff-Technik GmbH & Co. KG)*

Der 20. G-E-M Markendialog »**Innovation neue denken – Energie für die Marke**« mit diesen vier Themen:

Keynote: Kunststück Innovation – was erfolgreiche Innovatoren verbindet

Block 1: Wandel im Wertewandel verlangt innovatives Denken in der Markenführung

Block 2: Innovationen als „neue Kombinationen“ zur Verfügung stehender Ressourcen

Block 3: Innovationen brauchen eine Unternehmenskultur.

Block 2:

Innovationen als „neue Kombinationen“ zur Verfügung stehender Ressourcen

Von Joseph A. Schumpeter (1883 - 1950) stammt die Formulierung, dass Innovation in der Durchführung neuer Kombinationen besteht. Wir verdanken Schumpeter die weit über die Produkt-Innovation hinausgehende Interpretation von Innovation.

Bereits 1910 (im Gründungsjahr der G-E-M) formulierte er erste Skizzen von dem, was er erst viel später „Innovation“ nannte:

»Das Wesen der wirtschaftlichen Entwicklung liegt darin, dass die Produktionsmittel, die bisher bestimmten statischen Verwendungen zugeführt wurden, aus dieser Bahn abgelenkt und in den Dienst neuer Zwecke gestellt werden. Diesen Vorgang bezeichnen wir als die Durchsetzung neuer Kombinationen. Und diese neuen Kombinationen setzen sich nicht gleichsam von selbst durch, wie die gewohnten Kombinationen der Statik, sondern es bedarf dazu einer Intelligenz und Energie, die nur eine Minorität der Wirtschaftssubjekte eigen ist. In der Durchführung dieser neuen Kombinationen liegt die eigentliche Funktion des Unternehmers«

Schumpeter gilt als der Innovationspionier, Vater des Innovationsbegriffs, Begründer der Innovationsforschung, Urvater aller Innovationstheorien.

Von Schumpeter lernen – das ist der Titel einer G-E-M Studie, recherchiert und präsentiert von Wolfgang K.A. Disch.