



Prof. Peter Lorange,
Gründer des Lorange Institute of
Business Zurich

■ Was ist in Ihrem Verständnis eine Innovation?

Innovationen sind Verbesserungen von meist schon existierenden Produkten und Dienstleistungen in Unternehmen. Gerade in diesem Bereich ist die Schweiz besonders stark.

Obwohl die Schweiz mit dem starken Franken unter Druck steht, sind die Schweizer Exportgüter noch immer wettbewerbsfähig. Dies hat sicherlich auch damit zu tun, dass die Schweiz fortwährend neue Innovationen auf den Markt bringt. Obwohl die Produkte teurer geworden sind, werden sie immer noch nachgefragt. Wenn die Schweiz nicht so innovativ wäre, dann hätte sie heute weit aus grössere Probleme.

■ Aber wodurch unterscheidet sich eine Innovation von einer einfachen Neuerung?

In einem Unternehmen gibt es viele kleine Neuerungen, die erst, wenn man sie zusammenführt, zu einer richtigen Innovation werden. Nehmen wir als Beispiel den Bau eines Frachtschiffs. Durch den Einsatz neuer Metalle und Legierungen kann das Schiff leichter werden. Wenn man das Design ändert, kann es aerodynamischer werden. Mit speziellen Anstrichen wird der Widerstand im Wasser kleiner. Zudem kann der Antrieb verbessert werden. Wenn man nun alle diese kleinen Neuerungen zusammenträgt, dann hat man eine echte Innovation. Im Gegensatz zu einem älteren Schiff können dann vielleicht 25 bis 30 Prozent der Energie gespart werden.

■ Ist Innovation auch lernbar?

Eher nicht. Wir können jedoch lernen, uns wieder stärker an den Bedürfnissen der Kunden zu orientieren. Es ist die Aufgabe der Unternehmen, für diese Bedürfnisse die richtigen Lösungen zu finden. Ausserdem ist eine gute Vernetzung innerhalb der verschiedenen Abteilungen in einem Unternehmen wichtig. Heute ist das leider zu wenig der Fall und dies schwächt die Innovationskraft.

■ Sind Innovationen in den letzten Jahren für die Unternehmen wichtiger geworden?

Ich glaube schon. Wie gesagt, die Schweiz hat noch immer eine sehr starke Wettbewerbsfähigkeit. Natürlich hat aber auch diese ihre Grenzen. Wenn der Franken noch stärker wird, dann wird es auch für eine sehr innovative Tourismusbranche schwierig. Der einzige Weg weiter konkurrenzfähig zu bleiben, ist noch innovativer zu werden.



INFORMATIONSAUSTAUSCH
Kreative Ideen entwickeln
sich durch Zusammenarbeit.
Foto: SHUTTERSTOCK

Innovation Lab Schweiz Praxis trifft auf Forschung

Wie findet der Austausch von Innovationen zwischen Wirtschaft und Forschung

Motiv: Hochschulen wie Luzern bieten Austauschmöglichkeiten für Unternehmen an.

Innovation Lab Schweiz (ILab) ist seit knapp zwei Jahren und 2010 an der Hochschule Luzern (HSLU-W) gegründet. Die Initiative ist neu: Die ersten ILab-Europa entstanden 2006 im Rahmen eines EU-Projektes. Nun wird die Initiative der HSLU-W der Anlaufstelle für existierende europäische Labes gesucht und auch in der Schweiz eine vergleichbare Plattform zu realisieren.

ILab zielt auf den Wissensaustausch zwischen Praxis und Forschung. Unkompliziert, ohne grosse Anstrengungen und ohne grosses Budget, erklärt Prof. Dr. Stephanie Kaudela, die Leiterin von der Hochschule Luzern. Kaudela zählt neben

erre-Yves Kocher und Prof. Dr. Patricia Wolf zu den Mitgründern des ILab Schweiz. Im Zentrum steht der Austausch zu aktuellen Themen der Organisation, des Managements und der Führung von Innovation.

Die Forscher, die nicht nur an der HSLU-W, sondern auch an der ETH, der FH St. Gallen oder der FH Bern tätig sind, gestalten mit den Unternehmensmitgliedern die ILab-Veranstaltungen, halten Referate und moderieren Workshops. Dabei stützen sie sich auf Erkenntnisse aus eigenen Forschungsprojekten. «Innovation ist heute der Schlüssel zum Erfolg. Durch die enge Zusammenarbeit mit Innovationspraktikern vor Ort können wir konkrete Massnahmen zur Verbesserung aufzeigen», so Kocher.

Langfristige und enge Zusammenarbeit ist das Ziel

Die Zusammenarbeit mit den Unternehmen basiert auf einer Mitgliedschaft, die jedoch grundsätzlich allen Unternehmen offen steht. Grösse oder

Branche spielen keine Rolle. Aktuell sind 40 Unternehmen vertreten, darunter bekannte nationale Innovationsführer. Angestrebt wird eine langfristige und enge Zusammenarbeit mit Unternehmen, die sich auch aktiv einbringen. «Wir wollen gezielt innovative Unternehmen ansprechen, die an einem nachhaltigen Austausch interessiert sind», so Patricia Wolf.

Innovationsbereitschaft und aktive Teilnahme sind gefordert

Ziel ist es eine Plattform aufzubauen, welche einen gegenseitigen Erfahrungsaustausch ermöglicht. An Veranstaltungen und über das Internet soll es möglich sein Kontakte zu anderen Firmen zu knüpfen. Auch ein internationaler Austausch ist möglich. «Voraussetzung ist, dass das Unternehmen innovationswillig ist», ergänzt Wolf.

Bei einer solchen Plattform wird von den Unternehmen erwartet, dass sie sich aktiv einbringen. Da die Mitglied-

MARKUS MÜLLER
redaktion.ch@mediaplanel.com

Lesen Sie mehr im Internet:

www.generalmanagement.ch
www.innovation-lab.org



Prof. Dr. Sebastian Wörweg,
Rektor der Fachhochschule St.Gallen

Gleichzeitig haben wir noch die Fukushima-Bilder vor uns - innert Wochen wurde unsere Perspektive auf die Umwelt verändert. Zudem sehen wir, wie Wirtschaftsmächte vor dem Staatsbankrott stehen. Was gestern galt, gilt heute nicht mehr. Was morgen gelten soll, ist Gegenstand komplexer Wirkungszusammenhänge. Es ist spürbar Zeit für Veränderungen in einer schwer vorhersehbaren Welt. Einfach gesagt: Wir brauchen Innovationen, aber die Ausgangslage ist eben nicht einfach, sondern komplex.

■ Alle reden von Innovation ... In der Tat. Man hat den Eindruck, innovativ zu sein, wirke selbstimmuni-

Dr. Sebastian Wörweg, Rector der Fachhochschule St. Gallen, erklärt die Bedeutung von Innovationen und die Herausforderungen in der heutigen Welt.

Wörweg, an Ihrer Hochschule steht ein Forschungszentrum „Innovations- und Existenzmanagement“. Was diese Gebiete gemein haben momentan eindrücklich leben momentan eindrücklich als die Schuldenkrise Europas in Franken macht und so der Industrie erheblich schadet.

PASCAL TSCHAMPER
name.surname@mediaplanel.com

RAPHAEL CORNEO
redaktion.ch@mediaplanel.com