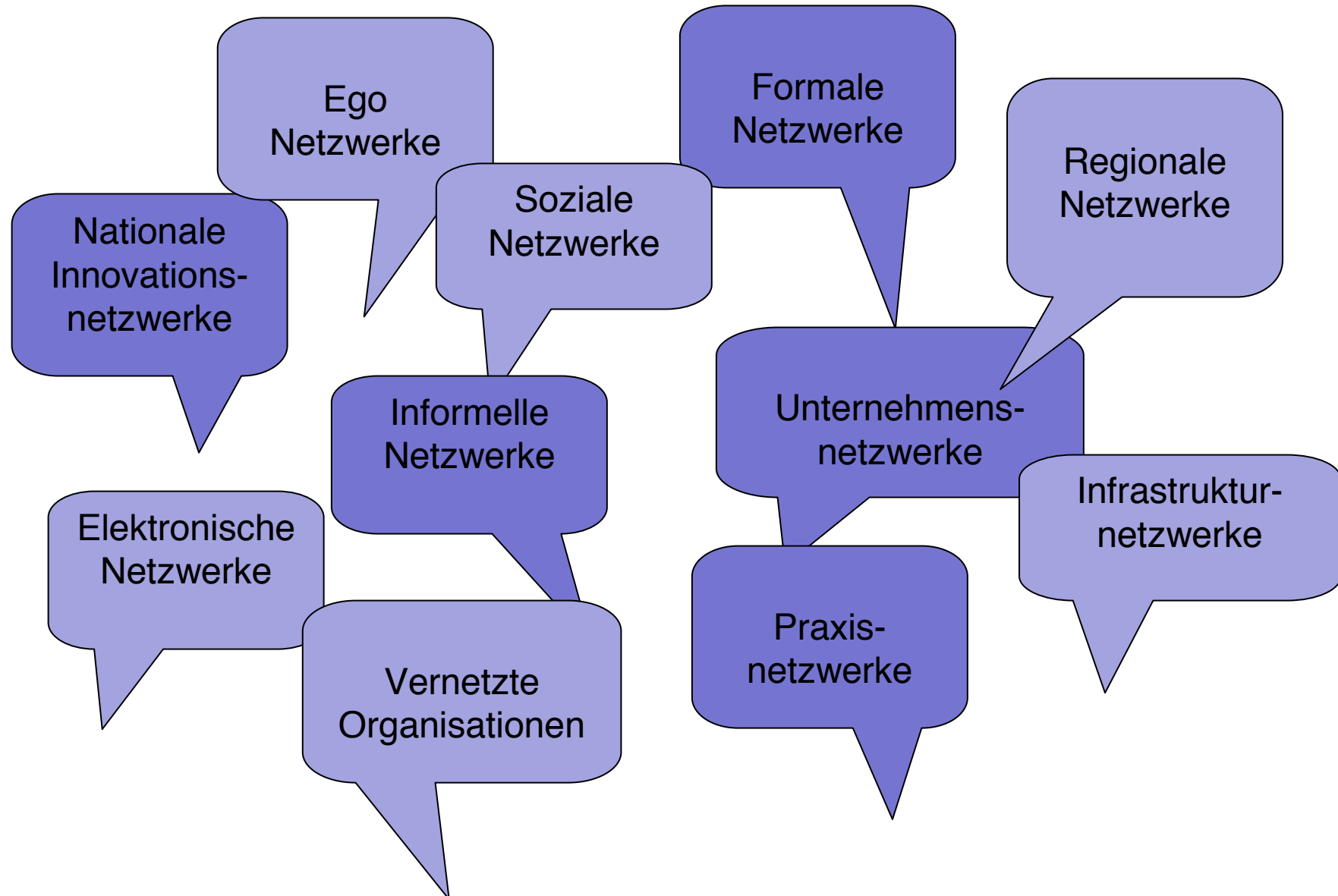




Unternehmensnetzwerke für Innovationen: Mythos und Realität

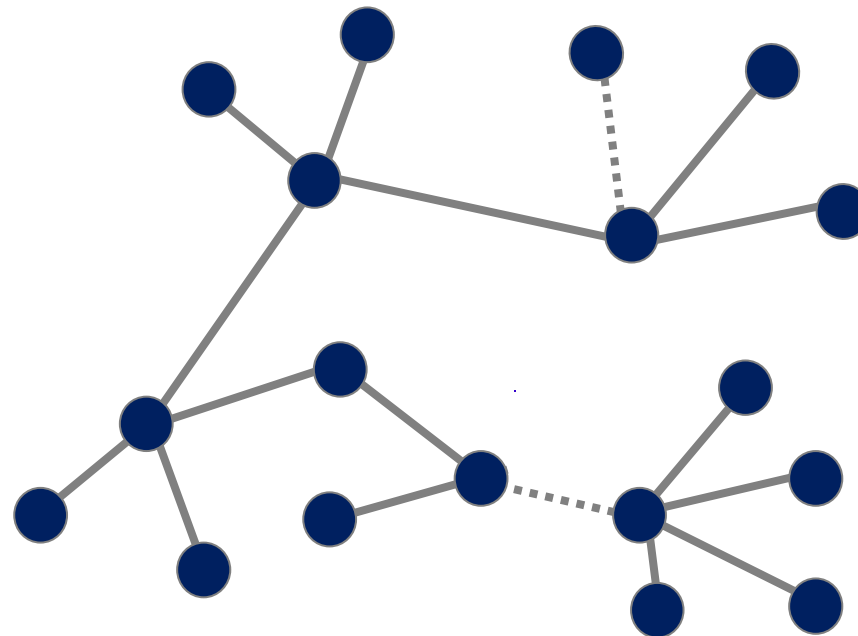
Prof. Dr. Heinz-Theo Wagner
heinz-theo.wagner@ggs.de

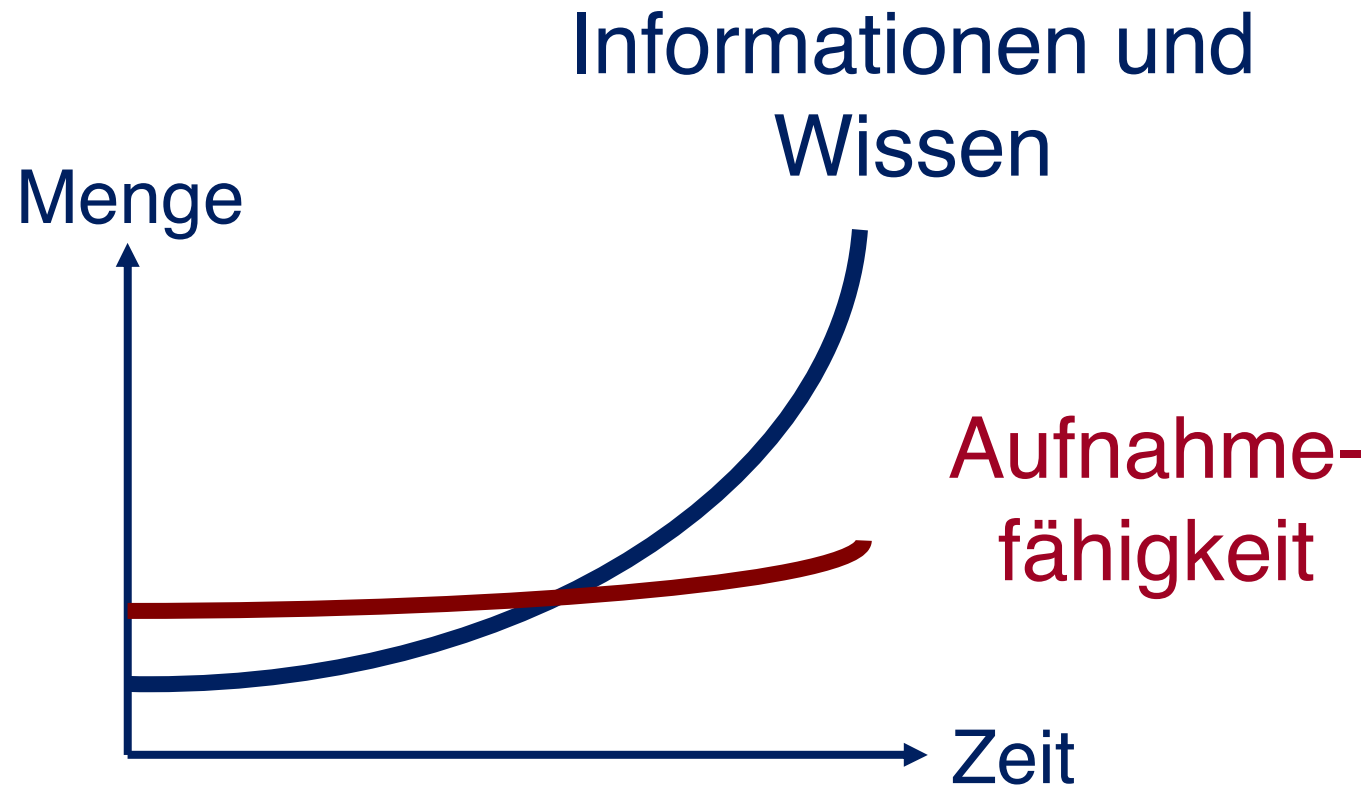
Alle sprechen über Netzwerke



„Keiner weiß alles, jeder weiß
irgendetwas, alles Wissen
existiert in Netzwerken.“

Lévy 1997





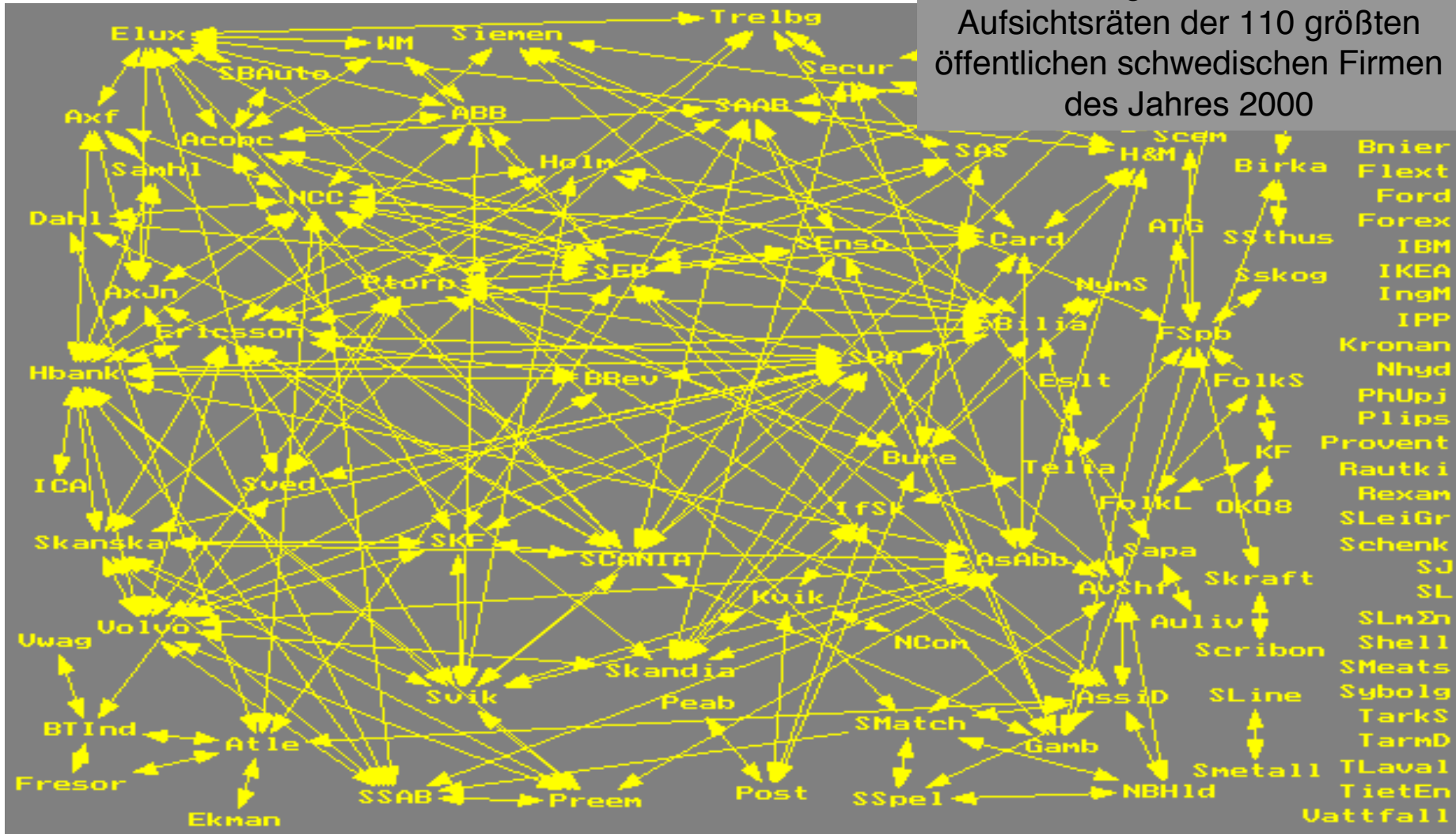
Quelle: Cohen & Levinthal 1989

... welche zunehmend vernetzter wird.

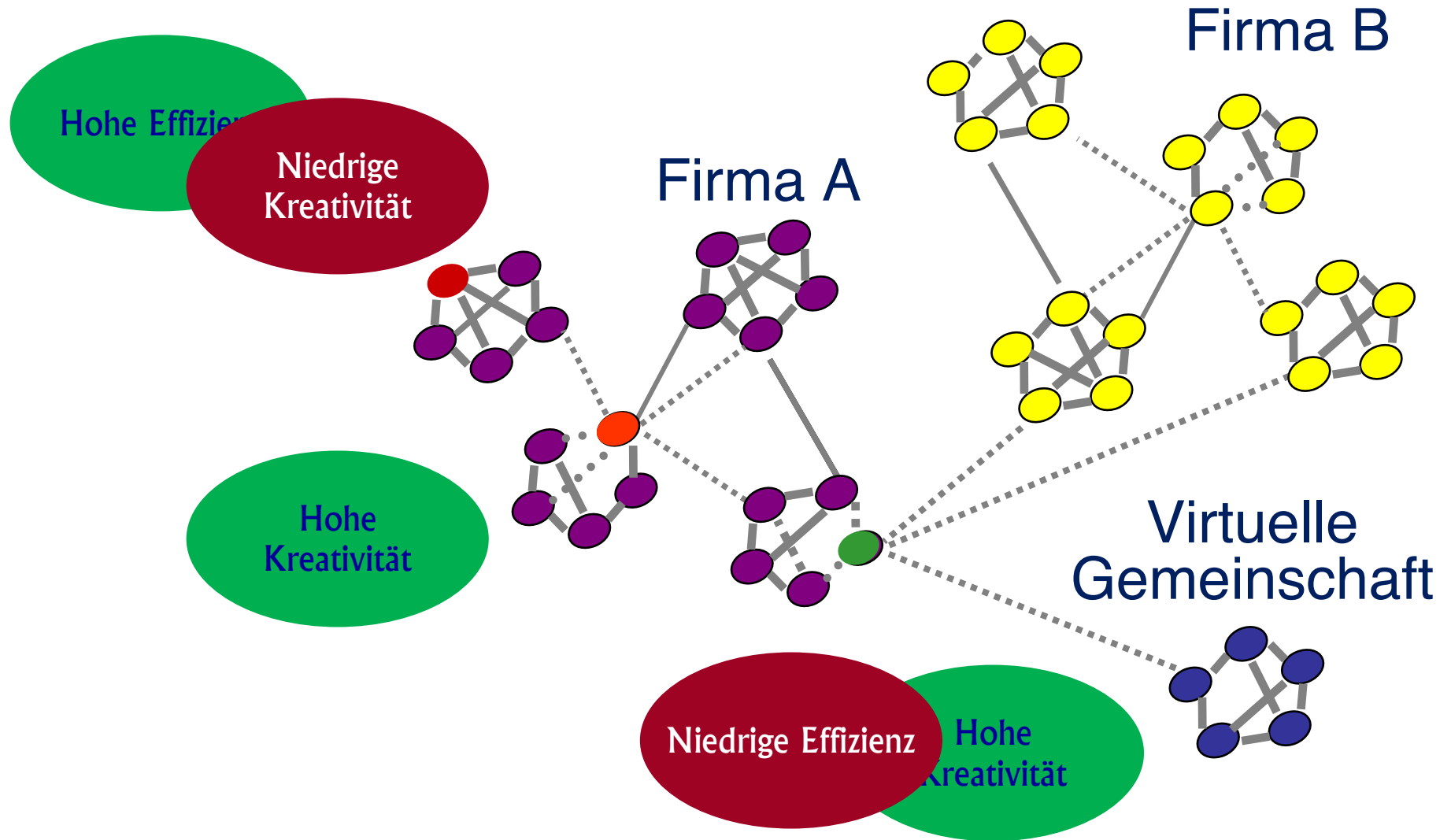


Beziehungen unter Firmen

Beziehungen zwischen den Aufsichtsräten der 110 größten öffentlichen schwedischen Firmen des Jahres 2000

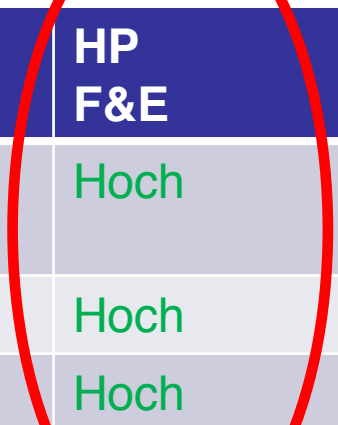


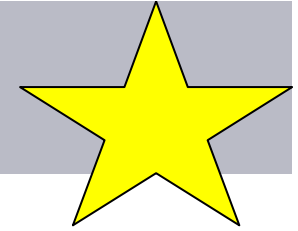
Ray-Adams & Sandberg 2000



Firmenvergleich

	Firma A F&E	Ericsson F&E	HP F&E
Anteil Ertrag von Produkten, entwickelt in den letzten drei Jahren	Niedrig	Hoch	Hoch
Produkteinführungszeit	Medium	Niedrig	Hoch
Endkundenzufriedenheit	Niedrig	Medium	Hoch





- ▶ Management fordert und fördert Netzwerkaktivitäten: intern (über Abteilungsgrenzen hinweg) wie extern (firmenübergreifend)

- ▶ Intensive Sozialisation:
 - Rotation von Personal,
 - abteilungsübergreifende Teams im gesamten Prozess,
 - Förderung firmenübergreifender „Communities of Practice“ unterschiedlichster Form (sowohl in engen Partnerschaften als auch in offenen Verbänden)

- ▶ Eine visionäre Organisation:
 - Unternehmensweites Ziel das weltbeste Laboratorium zu sein
 - Breite Unterstützung der Mitarbeiter für Schlüsselwerte der Organisation
 - Offene Kultur und Experimentierfreudigkeit

Aktuelle Studie der GGS: Bedeutung einzelner externer Partner

Partner	Steigerung des Marktwissens um	Steigerung des Technologiewissens um	Steigerung des Innovationserfolgs um
Entwicklungspartner	14,6%	18,2%	9,1%
Kunden	12,5%	15,8%	7,8%
Lieferanten	11,8%	14,7%	7,4%
Außerberufliches Netzwerk	8,6%	10,7%	5,3%
Verbände	7,8%	9,7%	4,9%
Gesamtnetzwerk (sub-additiv)	38,1%	47,2%	21,7%

- ➔ **Ein Unternehmensnetzwerk steigert:**
 - ➔ **das Marktwissen eines Unternehmens um mehr als ein Drittel**
 - ➔ **das Technologiewissen um fast zur Hälfte**
 - ➔ **den Innovationserfolg um ein Fünftel (c.p.)**

- ▶ **Netzwerk ist nicht alles** – Geschäftsbeziehungen müssen aufgebaut, gepflegt und genutzt werden.
- ▶ Wissen muss aufgenommen, mit Vorhandenem kombiniert, bewertet und letztlich umgesetzt werden (**Aufnahmevermögen**).
- ▶ Wird ein **Unternehmensnetzwerk kombiniert mit ausreichendem eigenen Aufnahmevermögen**, dann steigt der Nutzen aus Netzwerken für den **Innovationserfolg** drastisch, nämlich **um bis zu 70%**.
- ▶ Bezogen auf eine Einzelkomponente - **Marktwissen** – ist die Steigerung besonders drastisch: **mehr als verdoppelt**

Ein Unternehmensnetzwerk kombiniert mit eigener Aufnahmefähigkeit ist ein Schlüssel zu mehr Innovationserfolg!

Was können Sie tun?

- ▶ In welcher Position befinden Sie sich?
- ▶ Mit wem essen Sie zu Mittag?
- ▶ Mit wem befassen Sie sich?
- ▶ Zu welchen Gemeinschaften, Netzwerken gehören Sie?

Denken Sie strategisch...

- ▶ Wie werden Entscheidungen in Ihrem Unternehmen getroffen? Auf welcher Informationsbasis?
- ▶ Welche Informationsflüsse hätten Sie gerne?
- ▶ Wen müssen Sie anzapfen, um solche Informationen zukünftig zu erhalten?

