



MÜNCHNER KREIS

Münchner Kreis zeigt Wege zur Innovationsführerschaft durch Open Innovation

- Kurzfassung der Pressemitteilung -

München, 24. April 2008 – Auf einer ganztägigen Konferenz des Münchner Kreises haben heute die führenden Unternehmen der Telekommunikations-, IT-, und Medienbranchen Einblicke in ihre Erfahrungen mit Open Innovation gewährt. Unter Open Innovation verstehen die Konferenzteilnehmer dabei die Einbeziehung von Kunden, Lieferanten und mitunter sogar Konkurrenten in die Entwicklung neuer Produkte, Dienstleistungen und Geschäftsprozesse. Gerade im Technologiesektor stellen sich Unternehmen immer häufiger dem wachsenden globalen Wettbewerb und kürzer werdenden Innovationszyklen, indem sie externe Experten und so genannte Lead User mit ganz unterschiedlichen Qualifikationen und Erfahrungshintergründen in ihren Innovationsprozess einbinden.

Der Münchner Kreis verfolgt und diskutiert die Entwicklung hin zu Open Innovation im Kreise seiner Mitglieder, zu denen führende IT-Experten aus Wirtschaft, Wissenschaft, Medien und Politik gehören. „Offenheit ist als Quelle für Innovationen eigentlich nichts Neues. Interessant ist aber, dass das Prinzip Open Innovation nun immer häufiger auch abseits der klassischen Ablauforganisation von Unternehmen auf die Forschungs- und Entwicklungsprozesse in Industrie und Dienstleistung angewandt wird“, so Prof. Arnold Picot, Vorstandsvorsitzender des Münchner Kreises.

Dr. Peter E. Wierenga, Forschungschef bei Philipps, beschrieb auf der Konferenz, wie Philipps in den vergangenen Jahren von einer streng abgeschotteten Produktentwicklung zu einem weltweit vernetzten Ansatz für das „Ausbrüten“ von

Innovationen gefunden hat. So lagert Philipps heute regelmäßig die eigenen Forschungsaktivitäten aus. Den Open-Innovation-Ansatz des Hauses Siemens erläuterte Reinhold Achatz, Leiter Forschung und Technologie der Siemens AG. Im kalifornischen Hightech-Zentrum von Berkeley errichtete der Konzern 1999 das Siemens Technology-To-Business Center. In Zusammenarbeit mit jungen Unternehmen, deren Gründung Siemens finanziell unterstützte, wurden hier die Grundlagen für mehrere neue Siemens-Produkte geschaffen. Achatz verhehlte aber auch nicht, dass die Kerntechnologien weiterhin nur im eigenen Haus entwickelt werden.

Medienunternehmen sehen sich seit einigen Jahren angesichts veränderter Konsumgewohnheiten ihrer Kunden gezwungen, über neue Geschäftsmodelle nachzudenken. „Gerade für Onlineangebote gilt, dass Medieninhalte vom Nutzer nicht mehr nur konsumiert, sondern immer häufiger selbst erstellt werden“, sagte Dr. Ralf Schremper, Leiter Business Development bei Bertelsmann. Der Mediennutzer leistet also heute selbst oft einen der wichtigsten Beiträge zur Wertschöpfung. Den Geschmack und die Wünsche der Konsumenten frühzeitig zu kennen, ist nach Schrempers Ansicht wichtiger denn je. Zu diesem Zweck hat Bertelsmann die so genannte Innovation Toolbox entwickelt, die dem Management helfen soll, neue kundenorientierte Ideen rascher in den Markt zu bringen.

Wie IBM das weltweite Innovationspotential von Mitarbeitern, Kunden und Geschäftspartnern aktiviert, schilderte Dr. Matthias Kaiserswerth, Leiter des Züricher Forschungslabors von IBM: Im Jahre 2006 veranstaltete der Konzern erstmalig einen globalen Ideenwettbewerb. In diesem „Innovation Jam“ wurden mehr als 140.000 Personen in 104 Ländern aufgefordert, ihre Ideen zu Problemstellungen des Umweltschutzes zu übermitteln. Aus den Vorschlägen ergaben sich im Ergebnis zehn konkrete Innovationsprojekte, in die IBM rund 100 Millionen Dollar investiert.

Auf der Konferenz des Münchner Kreises gab es auch kritische Stimmen. So werden offene Geschäftsmodelle nach Auffassung von Prof. Dr. Wim Vanhaverbeke von der

Universität Hasselt in Belgien zwar von vielen Unternehmen anerkannt, aber nur wenige könnten angeben, wie man sie erfolgreich umsetze. Gerade die Offenheit des Innovationsprozesses gilt bei den Befürwortern von Open Innovation als wichtige Voraussetzung für den Erfolg. Patentsysteme werden deshalb oftmals als Innovationsbremse angesehen. Mit diesem Spannungsfeld setzte sich Prof. Dr. Reto M. Hilty, Leiter des Max-Planck-Instituts für geistiges Eigentum, auseinander. Angesichts von Urheberrecht und Patentrecht kämen auch offene Systeme nicht ohne weiteres um formale Rechtstitel herum. Damit auf Wissen zurückgegriffen werden kann, sei deshalb die Einwilligung des jeweiligen Rechteinhabers erforderlich.

Das Fazit der Konferenz des Münchner Kreises brachte Dr. Heinrich Arnold, Leiter Innovation Development der Deutschen Telekom auf den Punkt: „Es gibt im offenen Austausch mehr zu gewinnen als zu verlieren.“

Über den Münchner Kreis

Der Münchner Kreis ist eine gemeinnützige übernationale Vereinigung für Kommunikationsforschung. An der Nahtstelle von Politik, Wissenschaft, Wirtschaft und Medien befasst er sich mit Fragen der Technologie, der Gesellschaft, der Ökonomie und der Regulierung im Bereich von Informations- und Kommunikationstechniken sowie der Medien. Er begleitet und fördert die Entwicklung der Informationsgesellschaft in verantwortungsvoller Weise, und wirkt an der Verbesserung der Rahmenbedingungen durch wissenschaftlich qualifizierte Beiträge und sachlichen Dialog konstruktiv mit.

Pressekontakt:

Till Breitung
Sarfeld Communications
Strategische Kommunikation & Public Affairs
Wilhelmsaue 132
10715 Berlin
Tel: +49 (0)30-861 36 05
Fax: +49 (0)30-843 15 676
E-Mail: till.breitung@sarfeld-communications.de