

Pressmitteilung

Celerant Consulting untersucht Innovationsprozesse in europäischen Konzernen

Manager sind unzufrieden mit den Innovationsprozessen im eigenen Unternehmen

Düsseldorf, 18. September 2007 – Die Innovationsprozesse im eigenen Unternehmen sind für Manager europäischer Konzerne Problem Nummer eins beim Thema Innovation. Dies ist das zentrale Ergebnis einer Untersuchung unter 300 Managern europäischer Konzerne, die die Unternehmensberatung Celerant Consulting im Juli 2007 durchgeführt hat. Teilnehmer der Studie waren Manager aus den Bereichen Forschung & Entwicklung sowie Sales und Marketing führender europäischer Konzerne, die insgesamt 75 Prozent des europäischen und 21 Prozent des globalen Forschungs- & Entwicklungsbudgets managen.

Zentrale Fragestellung war die Zufriedenheit europäischer Manager mit verschiedenen wichtigen Aspekten von Innovation im eigenen Unternehmen. Weiterhin wurde der finanzielle Erfolg von Innovationen, das Management verschiedener F&E-Standorte sowie die Effektivität von Innovationsprozessen untersucht.

Zentrale Ergebnisse:

- Weniger als ein Drittel aller Innovationsbemühungen münden in einem neuen Produkt.
- Anreizsysteme für Innovationsideen funktionieren nicht zufriedenstellend.
- Lediglich die Befragungsteilnehmer aus dem Automobilsektor zeigten sich zufrieden mit den Innovationsprozessen im eigenen Haus.
- Produktionsunternehmen beurteilen die Leistungen der eigenen F&E-Abteilungen als enttäuschend.

Eine Erkenntnis zieht sich quer durch alle Funktionen und Abteilungen der Befragung: Verbesserungsbedarf besteht in punkto Ideengenerierung, Anreizsysteme und Messung der Leistungsindikatoren. Die Studie offenbart auch gewisse Zweifel der Manager darüber, ob das eigene Unternehmen überhaupt über das notwendige Wissen verfügt, Projekte für Prozessinnovationen anzustoßen.

Darüber hinaus zeigt die Untersuchung große Unterschiede zwischen verschiedenen Branchen. Während beispielsweise Manager aus dem Energiesektor äußerst unzufrieden mit der Entwicklung neuer Ideen im eigenen Haus sind, stören sich Manager aus dem Bereich Produktion an den Anreizsystemen für Innovationen im eigenen Unternehmen.

Die Studie offenbarte ebenfalls, dass zwei Drittel aller Projekte, an denen die Teilnehmer der Studie arbeiten, Produktverbesserungen bzw.-modifikationen zum Ziel. Lediglich ein Drittel zielt auf wirkliche Innovationen ab.

Oliver J. Staudacher, Deutschlandchef von Celerant über die Ergebnisse: "Der Begriff "Innovation" wird in einem breiten Kontext gebraucht. Und das ist gut so, denn die Suche nach Innovationen umfasst die gesamte Wertschöpfungskette. So sehen wir auch die Implementierung neuer Geschäftsmodelle als eine Form der Innovation. Schließlich kann sie signifikante Werte generieren."

Für weitere Informationen oder Interviews wenden Sie sich bitte an:

*Marion Sommerwerck, Head of Marketing Germany,
Celerant Consulting GmbH*

Neuer Zollhof 2, 40221 Düsseldorf

Tel.: +49 211 58330 340, Fax.: +49 211 58330 001

E-Mail: marion.sommerwerck@celerantconsulting.com

oder besuchen Sie unsere Website unter <http://www.celerantconsulting.com>

Über Celerant Consulting

Celerant Consulting (Celerant) ist ein global tätiges Managementberatungs-Unternehmen, das darauf spezialisiert ist, für seine Kunden messbare Verbesserungen im operativen Ergebnis zu erzielen. Celerant hilft führenden Unternehmen weltweit, ihr Geschäft mit einem hohen Maß an Sicherheit und Nachhaltigkeit gewinnbringend neu auszurichten.

Die Art und Weise, wie wir dies erreichen, heißt Closework®. Unsere Berater arbeiten dabei eng mit den Mitarbeitern des Kunden zusammen, um die Unternehmensziele im Tagesgeschäft umzusetzen. Durch Closework® geben wir unsere Erfahrung und Expertise an unsere Kunden weiter, fördern deren Eigenverantwortung und erreichen so eine umfassende Verhaltensänderung und nachhaltige Ergebnisverbesserungen.

Im Jahr 2006 haben wir für unsere Kunden weltweit nachhaltige Ergebnissteigerungen von mehr als 1 Mrd. US-Dollar erzielt. Über die letzten 20 Jahre hat sich Celerant zum größten unabhängigen operativ tätigen Beratungsunternehmen mit einem Umsatz von 145 Millionen US-Dollar im Jahr 2006 entwickelt.