

BVDW-Studie: Faktor Mensch wird beim Innovationsmanagement viel zu wenig berücksichtigt

Innovationen haben entscheidenden Anteil am Unternehmenserfolg / Fehlende Zeit ist größtes Hemmnis / Innovationsmanagement läuft in der Chefetage mit / Mitarbeiter sind wichtigste Quelle für Innovationen

Düsseldorf, 12. November 2014 – Innovationen sind ein zentraler Erfolgsfaktor von Unternehmen – auch und gerade in der Digitalen Wirtschaft, dem Wachstumsmotor der deutschen Wirtschaft. Neun von zehn (87%) im Rahmen einer aktuellen Studie des Bundesverbandes Digitale Wirtschaft (BVDW) zum Thema Innovationsmanagement befragten Unternehmen geben denn auch an, dass Innovationen wichtig sind. Dennoch beschäftigen lediglich 15 Prozent einen eigenen Innovationsmanager – bei rund dreiviertel der Unternehmen (73%) läuft das Innovationsmanagement im Vorstand bzw. der Geschäftsführung mit. Die gesamten Ergebnisse der [BVDW-Studie zum Thema Innovationsmanagement](#) sowie eine Aufzeichnung des BVDW dmexco Seminars [„Rulebreaker – Wie Menschen denken, deren Ideen die Welt verändern“](#) mit BVDW-Vizepräsident Harald R. Fortmann (Cribb Personalberatung) und Trendforscher Sven Gábor Jánuszky stehen ab sofort zum Download bereit.

Größtes Innovationshemmnis: fehlende Zeit

Fragt man nach den größten Hindernissen beim Thema Innovation besteht weitgehend Einhelligkeit: Sieben von zehn Befragten (69,4%) geben an, dass es ihnen und ihren Unternehmen schlicht an Zeit fehlt. Aber auch zu geringe finanzielle Mittel (41,8%) und mangelnde Förderung durch die Führungsebene (31,6%) behindern das konsequente Entwickeln und Verfolgen von neuen Ideen. Weitere Innovationsblocker sind fehlendes Fachpersonal (30,6%), mangelnde Offenheit für Neues bzw. das Nichtvorhandensein einer entsprechenden Innovationskultur im Unternehmen (26,5%) sowie dafür fehlende Unternehmensstrukturen (25,5%).

„Es überrascht, dass fehlende Zeit oder ein zu geringes Budget in diesem Maße als Innovationshemmnisse angegeben werden. Dabei sind Innovationen in der Regel das Kapital deutscher Unternehmen. Ein funktionierendes Innovationsmanagement ist die Investition in die Zukunft eines Unternehmens. Wer das heute vernachlässigt, wird sich davon vielleicht nicht wieder erholen“, bemängelt BVDW-Vizepräsident **Harald R. Fortmann**.

Innovationsmanagement läuft in der Chefetage mit

Auch wenn Innovationen als zentral für den Unternehmenserfolg erkannt und bewertet werden, wird einer entsprechenden Abbildung dieses wichtigen Wettbewerbsfaktors in der Unternehmensorganisation derzeit nur eine geringe Bedeutung beigemessen. So leisten sich gerade einmal 15 Prozent der befragten Unternehmen einen eigenen, dedizierten Innovationsmanager. Bei rund dreiviertel (73%) ist das Innovationsmanagement Angelegenheit des Vorstandes bzw. der Geschäftsführung.

Mitarbeiter als wichtigste Quelle für Innovationen

Als wichtigste Quelle und Ressource für Innovationen gelten für 70 Prozent der befragten Unternehmen die eigenen Mitarbeiter und der Dialog bzw. Austausch mit ihnen, dicht gefolgt von Wettbewerbsbeobachtung und Marktanalysen (64%). Mehr als die Hälfte (55%) misst dem Kundendialog bzw. Crowdsourcing eine elementare Rolle bei. Eine im Vergleich dazu geringe Rolle spielt die Zusammenarbeit mit Beratungsunternehmen bzw. -instituten (15,2%). Die Bedeutung des Faktors Mensch für die Innovationsfähigkeit von Unternehmen spiegelt sich in den präferierten Mitarbeiterqualifikationen wider: Für 81,7 Prozent der befragten Unternehmen ist innovatives Denken und Handeln ein wichtiges oder sehr wichtiges Einstellungskriterium. Dennoch verlassen sich drei von vier Personalverantwortlichen (73,8%, Mehrfachnennung möglich) auf ihre Intuition, wenn es um die Identifizierung und Auswahl vermeintlich innovationsorientierter Mitarbeiter im Recruiting-Prozess geht. Bei gerade einmal vier von zehn (38,8%) Befragten kommen systematisch spezielle Gesprächstechniken zum Einsatz, um die potenziellen Mitarbeiter auf ihre Innovationsfähigkeit hin zu prüfen. Fast genauso viele (37,5%) setzen Fallstudien ein.

„Beim Thema Innovationsmanagement wird die Kompetenz der Mitarbeiter stark unterschätzt. Aufgabe des Managements ist es, optimale Rahmenbedingungen für ein leistungsstarkes Innovationsmanagement zu schaffen, insbesondere Ressourcen in Form von Zeit, Geld und Personal bereit zu stellen. Die Innovationen selbst entstehen aber in allen Ebenen und Bereichen eines Unternehmens – und sollten idealerweise an einer Stelle, die sich ausschließlich dieser Aufgabe widmet, systematisch zusammengeführt und mit Blick auf ein optimales Einzahlen auf die Unternehmensstrategie umgesetzt werden. Um ein erfolgreiches Innovationsmanagement aufbauen zu können, muss eine Unternehmenskultur geschaffen werden, die ein Wertesystem widerspiegelt, welches für Kreativität steht und sich auch durch eine Fehlertoleranz kennzeichnet“, so Fortmann abschließend.

Über die BVDW-Studie zum Innovationsmanagement

Die vorliegenden Ergebnisse wurden im Rahmen einer Online-Befragung im Zeitraum Juni bis August 2014 erhoben. An der Befragung haben sich 99 Experten aus der Digitalen Wirtschaft beteiligt.

Hochauflösendes Bildmaterial auf dem BVDW-Presseserver unter:

http://www.bvdw.org/presseserver/BVDW_HR_Studie_Innovationsmanagement

Kontakt:

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.

Berliner Allee 57, 40212 Düsseldorf

www.bvdw.org

Ansprechpartner für die Presse:

Nadja Elias, Leiterin Public Relations – Pressesprecherin

Tel: +49 (0)211 600456-25, Fax: -33

elias@bvdw.org

Über den BVDW

Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. ist die zentrale Interessenvertretung für Unternehmen, die digitale Geschäftsmodelle betreiben und im Bereich der digitalen Wertschöpfung tätig sind. Mit über 670 Mitgliedsunternehmen aus unterschiedlichsten Segmenten der Internetindustrie ist der BVDW interdisziplinär verankert und hat damit einen ganzheitlichen Blick auf die Themen der digitalen Wirtschaft. Der BVDW hat es sich zur Aufgabe gemacht, Effizienz und Nutzen digitaler Angebote – Inhalte, Dienste und Technologien – transparent zu machen und so deren Einsatz in der Gesamtwirtschaft, Gesellschaft und Administration zu fördern. Außerdem ist der Verband kompetenter Ansprechpartner zu aktuellen Themen und Entwicklungen der Digitalbranche in Deutschland und liefert mit Zahlen, Daten und Fakten wichtige Orientierung zu einem der zentralen Zukunftsfelder der deutschen Wirtschaft. Im ständigen Dialog mit Politik, Öffentlichkeit und anderen, nationalen und internationalen Interessengruppen, unterstützt der BVDW ergebnisorientiert, praxisnah und effektiv die dynamische Entwicklung der Branche. Fußend auf den Säulen Marktentwicklung, Marktaufklärung und Marktregulierung bündelt der BVDW führendes Digital-Know-How, um eine positive Entwicklung der führenden Wachstumsbranche der deutschen Wirtschaft nachhaltig mitzugestalten. Gleichzeitig sorgt der BVDW als Zentralorgan der digitalen Wirtschaft mit Standards und verbindlichen Richtlinien für Branchenakteure, für Markttransparenz, und Angebotsgüte für die Nutzerseite und die Öffentlichkeit. **Wir sind das Netz.**