

Presseinformation

Industrie-Innovationsindex

Innovationsfähigkeit: Deutsche Industrie bleibt unter ihren Möglichkeiten

- **Nur vier Prozent der Manager halten ihr Unternehmen für sehr innovativ**
- **Wichtige innovationsfördernde Maßnahmen werden oft nicht umgesetzt**

Wesel, 4. März 2014 – Industrieunternehmen gelten als überdurchschnittlich innovativ – insbesondere deutsche Firmen. Doch befragt nach ihrem eigenen Unternehmen, sieht die Führungsriege der hiesigen Industrie noch Handlungsbedarf, wie eine aktuelle Studie des Spezialchemiekonzerns ALTANA zeigt. Ein Grund: Den Unternehmen mangelt es an Innovationskultur. Das macht auch jungen Industrie-Talenten zu schaffen – sie arbeiten häufig nicht in einem Umfeld, in dem sie ihr Innovationspotenzial voll entfalten können. Dies sind Ergebnisse des neuen „Industrie-Innovationsindex“, für den die ALTANA Gruppe durch das Forsa Institut branchenübergreifend 250 Topentscheider sowie 250 Berufseinsteiger in deutschen Industrieunternehmen befragen ließ.

Die Innovationsfähigkeit eines Industrieunternehmens hat einen starken Einfluss auf den wirtschaftlichen Erfolg – davon sind 90 Prozent der deutschen Industriemanager überzeugt. Befragt nach dem eigenen Unternehmen, ergreifen die Manager jedoch Zweifel. Insgesamt schätzt der Industriesektor seine Innovationsfähigkeit zwar als gut ein. In der ALTANA Studie ergibt sich ein Innovationsindex-Wert von 142 – ein Wert über 100 ist positiv. Aber nur zwei von fünf Managern sehen ihr Unternehmen im oberen Drittel einer Bewertungsskala von 1 bis 10. Und nur vier Prozent geben ihrer Firma die Bestnote.

„Die Ergebnisse überraschen – beim Thema Innovationsfähigkeit hat die deutsche Industrie ganz klar noch Luft nach oben. Gerade in Deutschland müssen wir uns die Frage stellen, wie die Möglichkeiten hier besser ausgeschöpft werden können“, sagt Dr. Matthias L. Wolfgruber, Vorstandsvorsitzender der ALTANA Gruppe.

Unternehmenskultur nicht immer innovationsfördernd

Für Unternehmen ist es sehr wichtig, dass eine Kultur herrscht, in der Innovationen reifen können. „Die Innovationsfähigkeit eines Unternehmens hängt nicht allein vom Budget für Forschung und Entwicklung ab“, so Dr. Georg F. L. Wießmeier, Chief Technology Officer bei ALTANA. „Vielmehr ist sie die Summe vieler wichtiger innovationsfördernder Strukturen, Werte und Verhaltensweisen, die es im Unternehmen fest zu verankern gilt.“

Wichtig für ein innovationsförderndes Arbeitsumfeld ist zum Beispiel, dass Vorgesetzte wertschätzend auf ungewöhnliche Vorschläge reagieren. Denn gerade neue Pfade und Blicke über den Tellerrand tragen zur Entwicklung von Innovationen bei. Doch zeigt die Studie, dass in zwei Dritteln der Unternehmen Ideen abseits der Norm nicht immer positiv aufgenommen werden. Eine aktive

Datum
04.03.2014

Seite
1/3

Ansprechpartner
Unternehmenskommunikation

Andrea Neumann
Leiterin Unternehmenskommunikation
Tel +49 281 670-10300

Sven Kremser
Leiter Externe und
Interne Kommunikation
Tel +49 281 670-10303

Heike Dimkos
Unternehmenskommunikation
Tel +49 281 670-10302

Fax +49 281 670-10999
press@altana.com
www.altana.com/presse

ALTANA AG
Abelstraße 43
46483 Wesel
Deutschland
Tel +49 281 670-8
Fax +49 281 670-10999
info@altana.com

Presseinformation

Förderung von unkonventionellen Denk- und Vorgehensweisen findet nach Angaben der Berufseinsteiger sogar nur in 15 Prozent der Unternehmen statt. Das bestätigen auch die Manager: Hier sehen nur zwölf Prozent im eigenen Unternehmen eine breite Akzeptanz für Mitarbeiter, die Neuland wagen wollen. Selbst vermeintliche Standards zur Innovationsförderung wie ein betriebliches Vorschlagswesen sind in weniger als einem Viertel der Unternehmen voll etabliert.

Einsicht ist da – doch der Mut zu Veränderung fehlt

Wie die ALTANA Studie zeigt, sind die Manager sich durchaus im Klaren darüber, dass sie nicht mit bestem Beispiel vorangehen: Nur 17 Prozent leisten nach eigenen Angaben persönlich einen optimalen Beitrag, um Innovationen zu fördern. Dabei wissen die Entscheider um die positiven Auswirkungen einer starken Innovationsfähigkeit. So halten 41 Prozent einen sehr hohen Innovationsgrad für notwendig, um sich vom Wettbewerb abzuheben.

Hintergrund zur Studie „Industrie-Innovationsindex“

Die Studie „Industrie-Innovationsindex“ zeigt, wie es um die Innovationsfähigkeit und -kultur in deutschen Industrieunternehmen steht. Im November und Dezember 2013 führte das Marktforschungsinstitut Forsa im Auftrag der ALTANA Gruppe 500 Telefoninterviews mit Vertretern aus Industrieunternehmen ab 250 Mitarbeitern durch. Es wurden 250 Vorstandsmitglieder, Geschäftsführer und Bereichsleiter interviewt. Parallel dazu befragte Forsa 250 Berufseinsteiger aus Industrieunternehmen zwischen 18 und 35 Jahren mit einer Berufserfahrung zwischen zwei und fünf Jahren.

Der im Rahmen dieser Studie entwickelte Industrie-Innovationsindex stellt das Verhältnis zwischen innovativ-wahrgenommenen Unternehmen und nicht innovativ-wahrgenommenen Unternehmen dar: Ein Indexwert größer 100 bedeutet eine positiv wahrgenommene Innovationsfähigkeit der Industriebranche.

Industrie-Innovationsindex 2014

30 Prozent der Industriemanager halten Innovationsfähigkeit für „sehr wichtig“ – doch nur 4 Prozent bewerten ihr Unternehmen als „sehr innovativ“.



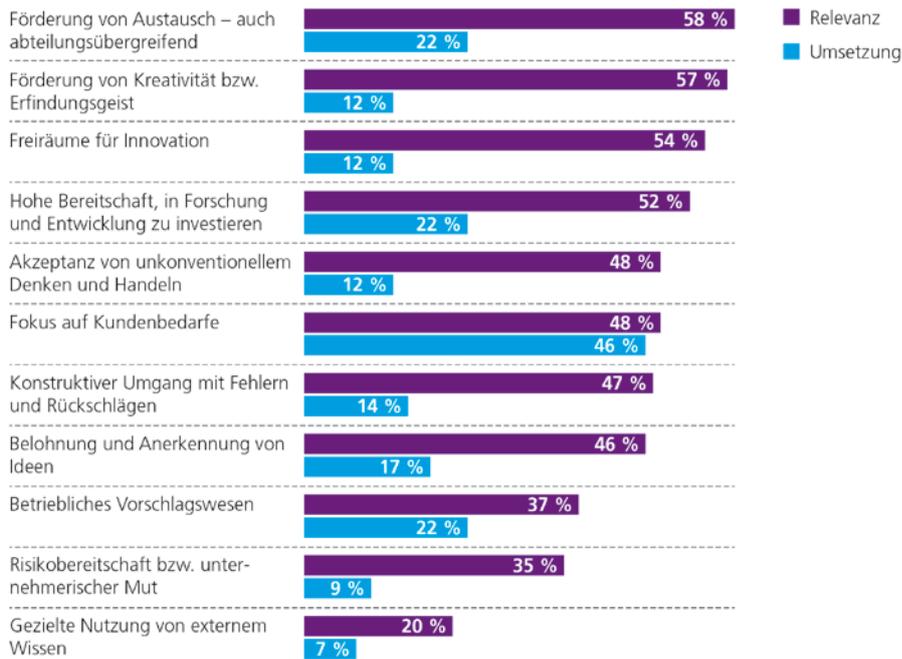
Und was schätzen Sie, wie innovativ ist Ihr Unternehmen auf einer Skala von 1 bis 10?
Basis: Industriemanager, n = 250

Quelle: ALTANA AG

Presseinformation

Industrie-Innovationsindex 2014

Manager assoziieren mit „Innovationskultur“ viele wichtige Aspekte – doch mit Ausnahme des Fokus auf Kundenbedarfe sind diese Aspekte im Unternehmen unzureichend umgesetzt.



Frage: Inwieweit entsprechen die folgenden Aspekte Ihrem Verständnis von „Innovationskultur“? Darstellung „Sehr gut“

Frage: Wie stark werden die folgenden Maßnahmen zur Innovationskultur in Ihrem Unternehmen umgesetzt? Darstellung „Sehr stark“

Basis: Industriemanager, n = 250

Quelle: ALTANA AG

Die Grafiken oben erhalten Sie [hier](#) in Farbe und schwarz/weiß in druckfähiger Qualität.

Diese Pressemeldung sowie druckfähige Grafiken finden Sie auch digital auf www.altana.com/presse

Über ALTANA:

ALTANA entwickelt und produziert hochwertige, innovative Produkte im Bereich Spezialchemie. ALTANA ist eine weltweit tätige Unternehmensgruppe mit Sitz in Wesel am Niederrhein mit einem internationalen Umsatzanteil von rund 85 %. Die vier Geschäftsbereiche von ALTANA, **BYK** Additives & Instruments, **ECKART** Effect Pigments, **ELANTAS** Electrical Insulation und **ACTEGA** Coatings & Sealants, nehmen in ihren Zielmärkten eine führende Position hinsichtlich Qualität, Produktlösungskompetenz, Innovation und Service ein.

ALTANA bietet innovative, umweltverträgliche Problemlösungen mit den dazu passenden Spezialprodukten für Lackhersteller, Lack- und Kunststoffverarbeiter, Druck- und Kosmetikindustrie sowie die Elektroindustrie an. Das Produktprogramm umfasst Additive, Speziallacke und -klebstoffe, Effektpigmente, Dichtungs- und Vergussmassen, Imprägniermittel sowie Prüf- und Messinstrumente. Die ALTANA Gruppe verfügt über 46 Produktionsstätten und über 50 Service- und Forschungslaborstandorte weltweit. Konzernweit arbeiten rund 5.700 Mitarbeiter für den weltweiten Erfolg von ALTANA. Im Jahr 2012 erzielte ALTANA einen Umsatz von über 1,7 Mrd. Euro. Mit einer im Branchenvergleich hohen Ertragskraft gehört ALTANA zu den innovativsten sowie wachstums- und ertragsstärksten Chemieunternehmen weltweit.

www.altana.de