

FÜR MENSCHEN DIE ETWAS UNTERNEHMEN

Wirtschafts
Magazin



N° 21

www.wirtschaftsmagazin.ch

Jahrbuch 2012

INNOVATION UND KREATIVITÄT PRÄGEN ERFOLGREICHE UNTERNEHMEN

HERAUSGEBER Manuela Stier | Prof. Dr. Oliver Gassmann | Prof. Dr. Jacqueline Otten | Dr. Andrea Degen **GASTAUTOREN** Stefan Arquint
Markus Assfalg | Claudio Becker | Dr. Jost Bernasch | Esther-Mirjam de Boer | Prof. Dr. Gian-Luca Bona | Regula Curti | Jürg Eggenberger | Thomas
Gampe | Bruno Geiger | Ton Goedmakers | Sandrine Gostanian-Nadler | Ernesto Graf | Rainer Grau | Sabine Grebien | Dr. Frank Grossmann
Franz Grüter | Ida Gut | Petra Jenner | Peter Kuratli | Anton Lauber | Pascale Lehmann | Christiane Leister | Samy Liechti | Simone Lüdi-Köhli
Ernst Lutz | Peter Malama | Oliver Meyer | Thomas D. Meyer | Nicolas Noth | Prof. Dr. Guido Quelle | Dieter Reichert | Robert Rekece
Patrick Richter | Peter Schildknecht | Walter Schmid | Bundesrat Johann N. Schneider-Amman | Dr. Martin Stark | Dr. Peter Stössel | Sybille Wild
Peter Wissmann | Dr. Hans-Dieter Zimmermann

zühlke
empowering ideas

VebeGo
Services

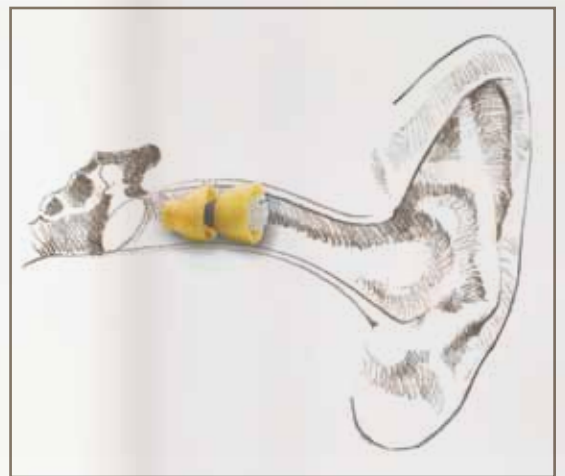
syntax
Übersetzungen

stier
communications

Lyric

WELTNEUHEIT:

«So unsichtbar war
gutes Hören noch nie!»



Testen Sie die Hörgeräte-Sensation!

Lyric, das erste komplett unsichtbare Hörgerät
der Welt – Tag und Nacht
sowie bei allen Alltagsaktivitäten tragbar.

Mehr Information sowie unverbindliche Beratungstermine
unter 058 928 99 22* oder auf www.phonak-lyric.ch

PHONAK

life is on

EDITORIAL



MANUELA STIER

Verlegerin Wirtschaftsmagazin
www.wirtschaftsmagazin.ch
 Inhaberin Stier Communications AG,
 Corporate-Identity-Agentur
www.stier.ch

KREATIVITÄT UND INNOVATION – MUSENKUSS ODER HARTE ARBEIT?

Das Wort «Kreativität» hat etwas Freies, Wildes an sich, denn Kreativität und Innovation entstehen oft zufällig, aus Gedankenspielen heraus. Unter der Dusche, im Auto vor dem Rotlicht, beim Abendessen mit Freunden oder beim Training auf dem Laufband nehmen wir uns Zeit, haben Abstand vom operativen Geschäft. Die zwei besten Voraussetzungen, um zu abstrahieren und Ideen zu entwickeln. Im Idealfall sind die Mitarbeitenden von unserer Idee begeistert, und unsere Kunden sind bereit, den Schritt zu etwas Neuem zu wagen. Was aber, wenn die Ideen nicht von selbst sprudeln? Wenn die Mitarbeitenden die Gedankengänge nicht nachvollziehen können oder wollen? Wenn der Kunde nicht mitmacht?

Mit unserem Sonderband «Innovation und Kreativität prägen erfolgreiche Unternehmen» gehen wir auf die Möglichkeit der spontanen Ideenfindung ein, aber auch auf Situationen, bei denen wir auf Kreativitätstools zurückgreifen müssen, weil uns die Muse heute vielleicht gerade mal nicht küssen mag. Wir setzen uns damit auseinander, dass das «leichte» Spiel mit den Gedanken viele Ideen hervorbringt, wie die Welt verändert werden kann. Die Umsetzung in gangbare Lösungen aber noch ein wenig Arbeit erfordert. Wie wir unsere Mitarbeitenden motivieren, nicht nur unseren Gedanken zu folgen, sondern auch eigene Ideen zu entwickeln, die wir unbedingt weiterverfolgen möchten/müssen. Und schliesslich, wie wir unsere Geschäftspartner in einen Entwicklungsprozess einbinden können, von dem beide Seiten profitieren.

Lassen Sie sich vom Innovationsgeist unserer Gastautorinnen und Gastautoren anstecken!

Herzlichst
 Ihre Manuela Stier
manuela.stier@stier.ch

printed in
 switzerland

**VERLEGERIN/
HERAUSGEBERIN**
 Manuela Stier
 Wirtschaftsmagazin
 Stier Communications AG
 Grosseacherstrasse 25
 CH-8104 Weiningen
 T +41 44 752 52 50
 F +41 44 750 42 28
manuela.stier@stier.ch
www.wirtschaftsmagazin.ch

CO-HERAUSGEBER
 Dr. Andrea Degen
 ERelations AG
www.eurelations.com

Prof. Dr. Oliver Gassmann
 Universität St. Gallen
www.unisg.ch

Prof. Dr. Jacqueline Otten
 Zürcher Hochschule der Künste
www.zhdk.ch

**KONZEPTION/GESTALTUNG/
PRODUKTIONSLEITUNG UND
MEDIENPLANUNG**
www.stier.ch

FOTO/TITELSEITE
www.deviantart.com
 dignitarium

KORREKTORAT
 Syntax Übersetzungen AG
www.syntax.ch

DRUCK
 Effingerhof AG
www.effingerhof.ch

AUFLAGE
 10 000 Exemplare

ERSCHEINUNGSDATUM
 30. August 2012

ISBN
 978-3-9523886-0-0

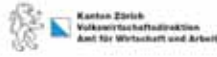
PREIS
 CHF 49.– plus MwSt
 und Versandkosten

BESTELLUNG
www.wirtschaftsmagazin.ch

COPYRIGHT
 Weiterverwendung des
 Inhalts nur mit Genehmigung
 der Redaktion gestattet.

HERAUSGEBERIN

Wirtschafts
Magazin 

WIRTSCHAFTSFÖRDERUNGEN

STADT BADEN

VERBANDSPARTNER

SWISS
ENGINEERING
STV UTS ATS

GOLD-SPONSOREN

syntax
Übersetzungen



stier
communications

SACH-SPONSOREN**MEDIENPARTNER**

ORGANISATOR *feeling job*

moneycab

presstext
schweiz

gastro
facts

**NETZWERKPARTNER**

JCI  Junior Chamber International Switzerland
Worldwide Federation of Young Leaders and Entrepreneurs

StiftungsZentrum.ch

ALUMNI ^{zh}_{aw}
School of Management and Law



students.ch

**SOZIALES ENGAGEMENT
DES WIRTSCHAFTSMAGAZINS**

orphanbiotec
Foundation

Stiftung für Menschen mit seltenen Krankheiten
Foundation for people with rare diseases

kindercity

Forschungsstiftung
Orphanbiotec
www.orphanbiotec-foundation.com

Stiftung für Menschen
mit seltenen Krankheiten
www.stiftung-seltene-krankheiten.ch

Wissenschaft und Spiel für
Kinder von 3 bis 12 Jahren
www.kindercity.ch

INHALT

- 03 **KREATIVITÄT UND INNOVATION – MUSENKUSS ODER HARTE ARBEIT?**
Manuela Stier, Verlegerin Wirtschaftsmagazin, Inhaberin Stier Communications AG
- 04 **PARTNER**
- 05 **INHALT**
- VORWORT**
- 10 **INNOVATION IST DER SCHLÜSSELFaktor ZUM WIRTSCHAFTLICHEN ERFOLG** Bundesrat Johann N. Schneider-Ammann
- VORDENKER – ZUKUNFT PRÄGEN**
- 12 **INNOVATIONSGEIST – DER GROSSE WURF ENTSTEHT HEUTE IM TEAM**
Manuela Stier, Verlegerin Wirtschaftsmagazin, Inhaberin Stier Communications AG
- 14 **DAS BEATLES-PRINZIP – DENN DIE KONKURRENZ SCHLÄFT NICHT**
Prof. Dr. Oliver Gassmann (Co-Herausgeber), Professor für Innovationsmanagement, Universität St. Gallen
- 17 **KREATIVE MENSCHEN – INNOVATIVE PROZESSE** Prof. Dr. Jacqueline Otten, (Co-Herausgeberin), Direktorin Zürcher Hochschule der Künste
- 20 **EUROPÄISCHER HÜRDENLAUF UM FORSCHUNGS- & ENTWICKLUNGSGELDER** Dr. Andrea Degen (Co-Herausgeberin), Inhaberin EUrelations AG
- 23 **INNOVATIONSPOLITIK – DER LANGE WEG ZUM ZIEL** Dr. Peter Stössel, Mitglied der Geschäftsleitung, Bildung und Innovation, Swissmem (bis März 2012)
- 26 **VOM MUT, NEUES ZU WAGEN** Claudio Becker, Design Manager Stier Communications AG
- 29 **AUF DEN SCHWEIZER DÄCHERN WÄCHST DIE ZUKUNFT**
Stefan Arquint, Geschäftsleiter Swiss Engineering STV, & Roman Gaus, Geschäftsleiter UrbanFarmers AG

WISSENSCHAFT – GRUNDLAGEN SCHAFFEN

32 **VON DER VISION ZUR REALITÄT, VON DER ENTDECKUNG ZUM INNOVATIVEN PRODUKT** Prof. Dr. Gian-Luca Bona, Direktor Empa

36 **DIE FAHRZEUGENTWICKLUNG VON MORGEN**
Dr. rer. nat. Jost Bernasch, Geschäftsführer Virtual Vehicle

UNTERNEHMER – NEUE WEGE SUCHEN

40 **INSPIRATION FÜR KREATIVITÄT: WO UND WARUM GENIALITÄT ENTSTEHEN KANN**
Sandrine Gostanian-Nadler, Gründerin und CEO Kindercity Volketswil

44 **WELLEN SCHLAGEN, SILOS ANZÜNDEN UND IN DER SCHOKOLADE BADEN** Ernesto Graf, Geschäftsführer freie Theatertruppe Karl's kühne Gassenschau

48 **IMMER EINE SOCKENLÄNGE VORAUSS**
Samy Liechti, CEO Blacksocks AG

50 **ANDERS DENKEN, ANDERS HANDELN – FÜR 200 000 FRISCHE STARTS PRO TAG** Ton Goedmakers, CEO VebeGo Services AG

52 **REGIONSFOKUSSIERTER BEITRAG ZU INNOVATION – KREATIVITÄT UND WISSENSTRANSFER** Markus Assfalg,
Leiter Standortmanagement Volkswirtschaftsdirektion Kanton Zürich

54 **CLOUD-COMPUTING IST KEIN WOLKENSCHLOSS**
Franz Grüter, CEO Green.ch AG

58 **INNOVATION ALS KERNKOMPETENZ – EIN PROZESS, DER ALLE MITARBEITENDEN EINBINDET** Ernst Lutz, CTO Sulzer

62 **URSPRUNG ALLER VISION IST DIE KREATIVITÄT**
Regula Curti, Inhaberin SEESCHAU

65 **BLUE SKY MEETS MOTHER EARTH**
Rainer Grau, Director und Partner Zühlke Engineering AG

68 **OB MARKE ODER UNTERNEHMEN: WACHSTUM KOMMT VON INNEN**
Prof. Dr. Guido Quelle, Unternehmer, Berater, Autor und Redner

70 **KREATIVITÄT, DAS WICHTIGSTE KAPITAL DES UNTERNEHMENS?**
Thomas D. Meyer, Country Managing Director Schweiz Accenture

- 72 **DIE KRANKHEIT HAT ALLES VERÄNDERT** Peter Malama,
Direktor des Gewerbeverbands Basel-Stadt
- 74 **INNOVATION ALS TEIL DES DAILY BUSINESS UND BASIS DES
ZUKÜNFTIGEN ERFOLGS** Oliver Meyer, CEO RUAG Services
- 78 **INNOVATIONSKRAFT UND TECHNOLOGIE – TREIBER FÜR NACHHALTIGES
WACHSTUM** Christiane Leister, CEO Leister Holding
- 81 **UND ES GIBT SIE DOCH! KLEIDER – HERGESTELLT IN DER SCHWEIZ**
Simone Lüdi-Köhli, Inhaberin dablooze sag, & Ida Gut, Inhaberin Ida Gut
- 84 **MIT GELEBTER VIELFALT ZU MEHR INNOVATION** Petra Jenner,
Country Manager Microsoft Schweiz
- 86 **LANGFRISTIGE BINDUNG – BEZIEHUNGSMANAGEMENT IN CHINA**
Peter Schildknecht, CEO Schildknecht Agro-Trade AG
- 90 **INNOVATIONSMANAGEMENT IN EINEM DIVERSIFIZIERTEN UND
DEZENTRAL ORGANISIERTEN UNTERNEHMEN** Dr. Martin Stark, Mitglied
der Unternehmensleitung Freudenberg Gruppe
- 93 **WIE INNOVATIONEN UNSER LEBEN VERÄNDERN**
Dieter Reichert, CCO censhare AG
- 96 **IDEEN, DIE KAUM DIE WELT VERÄNDERN, ABER DESGLEICHEN
WERTVOLL SIND** Peter Kuratli, CEO Syntax Übersetzungen AG
- 98 **KREATIV UND INNOVATIV IN DIE ZUKUNFT** Peter Wissmann,
Verwaltungsratspräsident Effingerhof AG
- JUNGUNTERNEHMER – KREATIVE QUERDENKER**
- 100 **NEUGIER: DIE KRAFT, NEUES ZU ENTDECKEN**
Anton Lauber, Direktor TECHNOPARK® Aargau
- 104 **SOCIAL TV MADE IN SWITZERLAND – DER JUGENDSENDER JOIZ MACHT
FERNSEHEN ZUM CROSSMEDIALEN ERLEBNIS** Nicolas Noth, GL joiz AG
- 106 **TECHNOLOGIESPRUNG DANK WINDKRAFTINNOVATION** Patrick Richter,
CEO AGILE WIND POWER AG, Gewinner Jungunternehmer-Award 2011
- 110 **WARUM SOZIALUNTERNEHMEN GERADE JETZT EINE ZUKUNFT
HABEN** Dr. Frank Grossmann, Geschäftsleiter Orphanbiotec Foundation



**Wir informieren,
begleiten,
beschleunigen
und vernetzen:
Standortförderung.**

Kanton Zürich
Volkswirtschaftsdirektion
Amt für Wirtschaft und Arbeit
www.standort.zh.ch

AUSBILDUNG – POTENZIALE ERKENNEN UND NUTZEN

112 **INNOVATION IST KEIN FALLOBST – EHER EIN MANAGEMENT DER CHANCEN** Sabine Grebien, Inhaberin grebien.performance+, & Bruno Geiger, Inhaber GEIGER EVOLUTION

116 **WAS STRATEGIE UND FÜHRUNG MIT INNOVATION ZU TUN HABEN** Esther-Mirjam de Boer, Inhaberin UR Management GmbH, & Thomas Gampe, Inhaber ThomasGampe Leadership Consultants

118 **WIRTSCHAFT UND NATUR IM EINKLANG** Sybille Wild, Mitglied der Geschäftsleitung Robert Wild AG

120 **BETRIEBSWIRTSCHAFTLICHE WEITERBILDUNG – MOTOR FÜR INNOVATION UND UNTERNEHMERTUM** lic. oec. Jürg Eggenberger, Rektor Kalaidos Fachhochschule Wirtschaft

WISSEN

122 **MODERN BEWUSST LEBEN – DIE UMWELT ARENA SPREITENBACH** Walter Schmid, Gründer Umwelt Arena, Mitinhaber W. Schmid AG

125 **STUDIE OPEN-INNOVATION-MONITOR 2012** Dr. Hans-Dieter Zimmermann, FHS St. Gallen, Hochschule für Angewandte Wissenschaften, & Robert Rekece, Leiter Kompetenzzentrum Innovations- und Stakeholdermanagement, Die Innovationsgesellschaft mbH

WWW.WIRTSCHAFTSMAGAZIN.CH

129 **VON DER NULLNUMMER ZUM CROSSMEDIALEN KONZEPT** Pascale Lehmann, Stv. Chefredaktorin Wirtschaftsmagazin, Inhaberin Lehmann Horat Partners Zürich

OB MARKE ODER UNTERNEHMEN: WACHSTUM KOMMT VON INNEN

Es ist nicht die Aussenwelt, die für Erfolg oder Misserfolg verantwortlich gemacht werden kann. Wachstum entstammt aus zielgerichteten Innovationen, die auf dem Prinzip des Zuhörens, Antizipierens und Verzichts beruhen. Was dies bedeutet, zeigt dieser Beitrag.

Unternehmen und Marken wachsen von innen, und das Sterben von Unternehmen und Marken beginnt ebenfalls innen. Geht es um die Erklärung von mangelndem Wachstum, werden aber überraschenderweise immer noch häufig exogene Faktoren zitiert. Insbesondere den Kopf hinhalten müssen dabei die Politik, Rohstoffpreise, der Wettbewerb, Lieferanten, ersatzweise auch das Wetter oder der böse Kunde, der einfach nicht kaufen will. Nicht zu vergessen die generelle konjunkturelle Entwicklung oder umweltpolitische Auflagen.

Die Praxis zeigt uns aber, dass wir die Hebel für (Nicht-)Wachstum intern zu suchen haben. Warum sonst sind Unternehmen und Marken, die in der gleichen Liga spielen und um die gleiche Kundschaft wetteifern, unterschiedlich erfolgreich? Sie haben mit der gleichen Konjunktur, der gleichen politischen Konstellation, den gleichen Kunden zu tun. Nein, der Grund für den (Miss-)Erfolg ist innen zu suchen.

Es bedarf dabei eines ganzheitlicheren Verständnisses von Wachstum. Wachstum ist nicht auf die letzte Zeile in der Gewinn- und Verlustrechnung begrenzt; das wirtschaftliche Resultat ist nur ein Ergebnis des vorangegangenen richtigen Handelns. Es gleicht einem Blick in den Rückspiegel. Wir müssen aber durch die Windschutzscheibe schauen und dürfen nicht zulassen, dass die Grösse des Rückspiegels unseren Blick nach vorn beeinträchtigt. Wer sich nur auf das Erreichen eines bestimmten wirtschaftlichen Resultats beschränkt, um Wachstumserfolg zu bestimmen, macht es sich nicht nur zu einfach, er springt auch zu kurz.

Als vorrangige Wachstumstreiber spielen Innovationen eine wesentliche Rolle, leider erfolgen sie zu häufig zufällig. Überdies ist das, was «Innovation» genannt wird, nicht selten nur Kosmetik, kostet viel Kraft und sorgt dafür, dass alle Beteiligten sich bei einem Flop fragen: «Wir haben doch so hart gearbeitet, warum nur funktioniert es nicht?»

Innovation hat vor allem etwas mit Zuhören zu tun. Es geht dabei nicht mehr nur darum, die aktuellen Wünsche der Zielgruppe zu kennen, sondern darum, zu erkennen, welche noch unbekanntes Zielgruppenbedürfnisse befrie-

digt werden können. Einen Bedarf zu antizipieren, setzt voraus, sich mit der Zielgruppe nicht nur abstrakt, sondern auch konkret auszutauschen und Trends zielgerichtet aufzuspüren.

Hätte Steve Jobs uns 2005 gefragt, wie unser neues Mobiltelefon aussehen sollte, hätten wir vermutlich geantwortet: «Ich möchte gerne etwas mehr Akkulaufzeit. Etwas leichter und kleiner dürfte es sein, bei grösserem Bildschirm. Ein paar Megabyte mehr Speicher wären auch gut.» Nur wenige von uns hätten Folgendes gesagt: «Ich möchte ein leichtes und vor allem sehr cool gestyltes Gerät haben, mit dem ich von überall in der Welt mit jedem in Kontakt treten kann, jede Information, die im World Wide Web verfügbar ist, abrufen kann. Ein Gerät, mit dessen Hilfe ich meine vielen sozialen Kontakte pflegen kann, das mir sagt, wo mein nächstes bevorzugtes Restaurant ist, wo ich schnell einkaufen kann, wie ich an einen bestimmten Ort komme. Ein

**PROF. DR.
GUIDO QUELLE**

der «Wachstumstreiber», ist als Unternehmer, Berater, Autor und Redner seit über 20 Jahren darauf konzentriert, Wachstum zu schaffen. Sein aktuelles Buch: «Profitabel wachsen – wie Sie interne Bremsen lösen und Ihrem Unternehmen neuen Schub geben» (Gabler, Wiesbaden).

Die Mandat Managementberatung GmbH, Dortmund, hat bisher mehr als 120 Klientenunternehmen in mehr als 350 Projekten dabei unterstützt, den Erfolg zu steigern und Wachstum voranzutreiben. Mandat-Klienten sind aktive Unternehmenslenker, die gezielt für profitables Wachstum eintreten.

www.mandat.de



Gerät, mit dem ich spielen und – oh, ja – auch telefonieren kann und das nebenbei die gesamte Musikindustrie revolutioniert.» Genau das ist aber mit dem iPhone entstanden. Apple hat seiner angestrebten Zielgruppe zugehört und ihr anschliessend nicht nur das zur Verfügung gestellt, was sie wünschte, sondern das, was sie benötigte. Auftrag erfüllt, der Rest ist Geschichte.

In den meisten Marken und Unternehmen gibt es nicht zu wenige, sondern zu viele Innovationsinitiativen. Zu viele Innovationsprojekte verstellen aber den Blick auf das Wesentliche. Es drängt sich überdies der Verdacht auf, dass operative Hektik fehlendes Fokussieren überdecken soll. Wachstum und Innovationen haben aber etwas mit Verzicht zu tun. Es geht nicht darum, möglichst viele Initiativen zu zünden und darauf zu hoffen, dass irgendeine der Initiativen greifen wird. Weniger ist mehr – dies bedingt natürlich eine Strategie, anhand derer beurteilt werden kann, welche Innovationsinitiative gefördert und auf welche verzichtet werden soll.

Für einen erfolgreichen Innovationsprozess ist überdies die Verbindung von Abteilungen zwingend erforderlich. Weder nutzt es, wenn die F&E-Abteilung isoliert im Elfenbeinturm arbeitet, noch wenn der Vertrieb unentwegt unstrukturierte Marktinformationen in das Unternehmen einbringt oder wenn das Marketing sich nur als Kreativzentrum versteht, dem die erforderliche Bodenhaftung abhanden gekommen ist. Eine enge Zusammenarbeit, die sich stets an der Unternehmens- und Markenstrategie ausrichten muss, ist durch ein geeignetes Verfahren zu unterstützen, das zu einem strukturierten Projekt führt, dessen Verlauf und dessen Resultate regelhaft nachvollzogen werden.

Ist dies eine mühsame Aufgabe? Jawohl. Müssen dabei Bereichsegoismen überwunden werden? Jawohl. Ist damit der Erfolg garantiert? Nein, aber er wird wahrscheinlicher.

Niemand behauptet, dass Wachstum einfach ist. Die Erkenntnis, dass dieses Wachstum durch Innovationen von innen stammt, und die Überzeugung, dass zunächst die internen Bremsen gelöst werden müssen, erweitern aber den Handlungsspielraum beträchtlich.



UNTERNEHMER TEILEN IHR WISSEN MIT UNTERNEHMERKOLLEGEN UND DEM NACHWUCHS

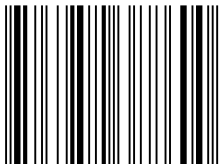
Seit dem Startschuss 2006 ist es meine persönliche Zielsetzung, Praxiswissen von Unternehmern anderen Unternehmern wie auch dem Nachwuchs zugänglich zu machen. Spannende Beiträge aus Wissenschaft und Praxis prägen heute das einzigartige Bild des Wirtschaftsmagazins und haben dieses seit 2006 zu einem wertvollen und nachhaltigen Nachschlagewerk mit mehr als 600 Gastautoren wachsen lassen. Als crossmedialer Vorreiter stellen wir dieses Wissen auf der Unternehmer App und dem Webportal www.wirtschaftsmagazin.ch gerne zur Verfügung.

Unsere Devise wird auch zukünftig heissen, die Erwartungen unserer Leserschaft zu übertreffen und nachhaltig Mehrwert zu schaffen.

Manuela Stier
Verlegerin Wirtschaftsmagazin

www.wirtschaftsmagazin.ch

ISBN 978-3-9523886-0-0



9 783952 388600 >

