

Schlank zur Innovation: Wissenschaftler der FH Jena mit neuem Projekt zur Wettbewerbsfähigkeit

Junge Wissenschaftler der Fachhochschule Jena wollen Unternehmen zu mehr Wettbewerbsfähigkeit verhelfen.



Das Projektteam "Lean Management für Mittelständische Unternehmen" an der Fachhochschule Jena. Prof. Heiko Haase (von links), Arndt Lautenschläger, Anika Thomas, Nick Leithold und Tino Woschke. Foto: Angelika Schimmel

Jena. Neues Material muss bestellt, die Ursache für einen Qualitätsmangel an der letzten Produkt-Charge gefunden, das Meeting mit den Entwicklungsingenieuren vorbereitet werden. Und dann warten auch noch drei Bewerbungsmappen auf dem Schreibtisch darauf, gesichtet zu werden. Der Arbeitstag eines Unternehmers ist lang und randvoll mit Terminen. Erst recht, wenn das Unternehmen kein großes mit Abteilungsleitern für all die vielen Aufgabenbereiche ist, sondern nur ein kleines, mittelständisches. Da ist der Chef oft Mädchen für alles und jede Kleinigkeit. Und verliert manchmal das Große aus dem Blick - die Innovationen, die jedes Unternehmen braucht, um auf Dauer am Markt und gegen die Konkurrenz bestehen zu können.

"Um dem wachsenden Wettbewerbsdruck bewältigen zu können, müssen kleine und mittlere Unternehmen verstärkt Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten entfalten", sagt Dr. Heiko Haase, Professor für Betriebswirtschaftslehre an der Ernst-Abbe-Fachhochschule Jena. Sein Spezialgebiet ist das Innovations- und Gründungsmanagement. Und deshalb kennt er auch die Nöte der Unternehmer von gerade gegründeten, von jungen und auch etablierten, kleineren Unternehmen. "Ihnen fehlen häufig finanzielle und personelle Ressourcen, um mit immer wieder neuen, innovativen Produkten auf den Markt zu kommen".

Innovationsmanagement ist vielen ein unbekannter Begriff, über ein Instrumentarium, mit dem Innovationsprozesse kostengünstig und schlank gestaltet werden können, verfügen die vielbeschäftigten Manager kaum. Doch genau ein solches Handwerkszeug wollen Haase und sein Projektteam "Lean Innovation für kleine und mittelständische Unternehmen" diesen in die Hand geben. Dass dieses Vorhaben auch andernorts als wichtig erachtet wird, beweisen die 380'000 Euro, die das Bundesforschungsministerium für das Projekt bereit stellt. Aktuell sind Haase und seine Mitarbeiter Arndt Lautenschläger, Tino Woschke, Nick Leithold und Anika Thomas dabei, den Ist-Zustand in den KMU in Thüringen zu erkunden. Im vergangenen Sommer haben sie dazu 51 Geschäftsführer und Innovationsmanager in Firmen der Branche Elektronische Mess- und Gerätetechnik zu ihren Innovationsstrategien befragt. "Die meisten sind so eingespannt mit operativen Aufgaben, dass sie keine Zeit für strategische Pläne haben", benennt Tino Woschke eine Erkenntnis daraus. Um permanent neue Produkte oder Weiterentwicklungen im Blick zu haben, fehle es vielen an Konstrukteuren und Entwicklungsingenieuren, ergänzt er. "Dass hier die Zusammenarbeit mit Fach- und Hochschulen eine Alternative wäre, wissen zwar die meisten, doch fehlen

ihnen Kontakte und manchmal auch der Mut", ergänzt Nick Leithold. Er ist der jüngste im Team und hat die Aufgabe, ein Netzwerk von Fachleuten und Einrichtungen aufzubauen, die Unternehmern Unterstützung in Sachen Innovationsmanagement geben könnten. "Es ist einfach so, dass man sich kennen muss, um erst einmal zu erfahren, was und wie einem Andere helfen könnten", schiebt Prof. Haase nach. Gerade kleine Unternehmen fürchteten auch Wissensabfluss, wenn sie externe Partner mit Forschungsaufgaben betrauten.

Anika Thomas, die Marketing studiert hat, berichtet von einem weiteren Manko in zahlreichen Unternehmen: Bei Neu- und Weiterentwicklungen wird zu spät mit den Kunden gesprochen. "Entwicklungsingenieure sind oft bestrebt, bis ins Letzte ausgefeilte technische Lösungen vorzulegen", hat sie beobachtet. "Nicht immer braucht der Kunde jedoch das Optimum". Auf diese Weise könnten Ressourcen gespart werden: Zeit, Kraft und letztlich auch Geld. Das ist das Spezialgebiet von Tino Woschke, der schon in seiner Masterarbeit ein Instrument entwickelte, um Verschwendungspotenziale in Unternehmen zu erfassen. Ein Beispiel - "Meetings, bei denen nach einer Stunde alle sagen: "Na gut, aber das haben wir eigentlich alles schon gewusst!"

Checklisten, Weiterbildungsofferten und ein Netzwerk, das das Projektteam der Fachhochschule erstellt, sollen Unternehmern helfen, künftig kein Innovationspotenzial mehr zu vergeuden.

Angelika Schimmel / 18.01.14 / OTZ