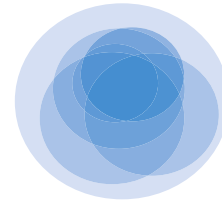




SEEONER KREIS



SEEONER KREIS

*Studie*  
*„Innovationen in Unternehmen*  
*der Region Südostbayern“*

*Brigitte Kölzer - Bettina Oestreich*

*Rosenheim, 2017 / 2018*



# Agenda

## I. Zielsetzung und Grundlagen der Innovationsstudie

## II. Methodik, Struktur und Charakterisierung der Stichprobe

## III. Ergebnisse der Studie

1. Bedeutung von Innovationen für die Unternehmen der Region Südostbayern
2. Erfolgsfaktoren für Innovationen
3. Treiber, Schwierigkeiten und Barrieren für Innovationen
4. Förderung und Kooperation bei Innovationstätigkeiten
5. Die Hochschule Rosenheim als potentieller Partner für Innovationen

## IV. Fazit



## Ziele der Befragung

**Diagnose der Innovationsfähigkeit der Unternehmen in der Region Südostbayern (im Vergleich zu anderen Regionen)**

**Identifikation der Problembereiche und Hindernisse bei der Innovationstätigkeit in den Unternehmen**

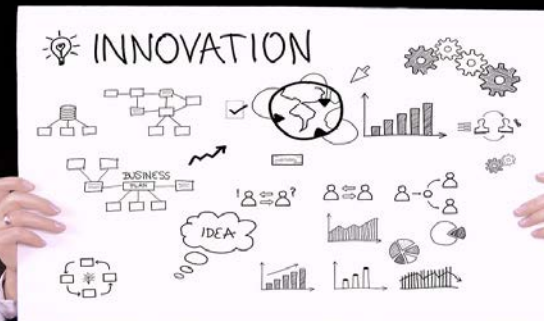
**Entwicklung von Ansatzpunkten zur Unterstützung der regionalen Unternehmen bei Innovationstätigkeit**

**Positionierung der Hochschule als Inkubator der Region**



## Was ist eigentlich Innovation?

- Wortstamm: „erneuern“ vs. „erfinden“
- Innovation = Idee + Entwicklung + Einführung
- „Innovation ist der Prozess der Suche nach ökonomischen Anwendungen für Erfindungen.“ (Schumpeter 1911)
- „Allgemein kann unter Innovation die Entwicklung, Einführung und Anwendung neuer Ideen, Prozesse, Produkte oder Vorgehensweisen, von denen Einzelne, Gruppen oder ganze Organisationen profitieren, verstanden werden.“ (Maier/ Frey/ Schulz-Hardt/ Brodbeck 2001)





## Arten von Innovationen

### Produkt-/ Dienstleistungs- Innovationen

**Ziel:**

Wachstum und  
Wettbewerbsfähigkeit

### Prozess- Innovationen

**Ziel:**

Produktivität erhöhen  
oder Kosten senken

### Organisations- Innovationen

**Ziel:**

Verbesserung der

- Arbeitszufriedenheit,
- Motivation/  
Leistungsfähigkeit

Anpassung an den  
Markt



## Innovationsprozess in vier Phasen



Quelle: Vgl. in Anlehnung an z.B. Meffert, H./Burmann, C./Kirchgeorg, M.: Marketing, 12. Auflage, Wiesbaden 2015., S. 379 ff.



# Agenda

I. Zielsetzung und Grundlagen der Innovationsstudie

**II. Methodik, Struktur und Charakterisierung der Stichprobe**

III. Ergebnisse der Studie

1. Bedeutung von Innovationen für die Unternehmen der Region Südostbayern
2. Erfolgsfaktoren für Innovationen
3. Treiber, Schwierigkeiten und Barrieren für Innovationen
4. Förderung und Kooperation bei Innovationstätigkeiten
5. Die Hochschule Rosenheim als potentieller Partner für Innovationen

IV. Fazit



## Forschungsdesign in drei Phasen

1

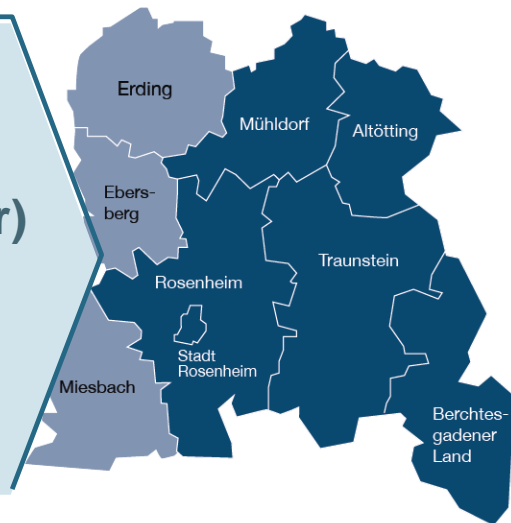
Recherchen,  
Analyse  
bestehender  
Studien und  
Interviews  
zur Hypothesen-  
bildung

2

Erstellung des  
Fragebogens im  
Kernteam  
und  
Pretest in einem  
Workshop

3

Durchführung  
der Befragung  
(Online + Papier)  
bei 1.400  
Unternehmen  
> 20 Mitarbeiter







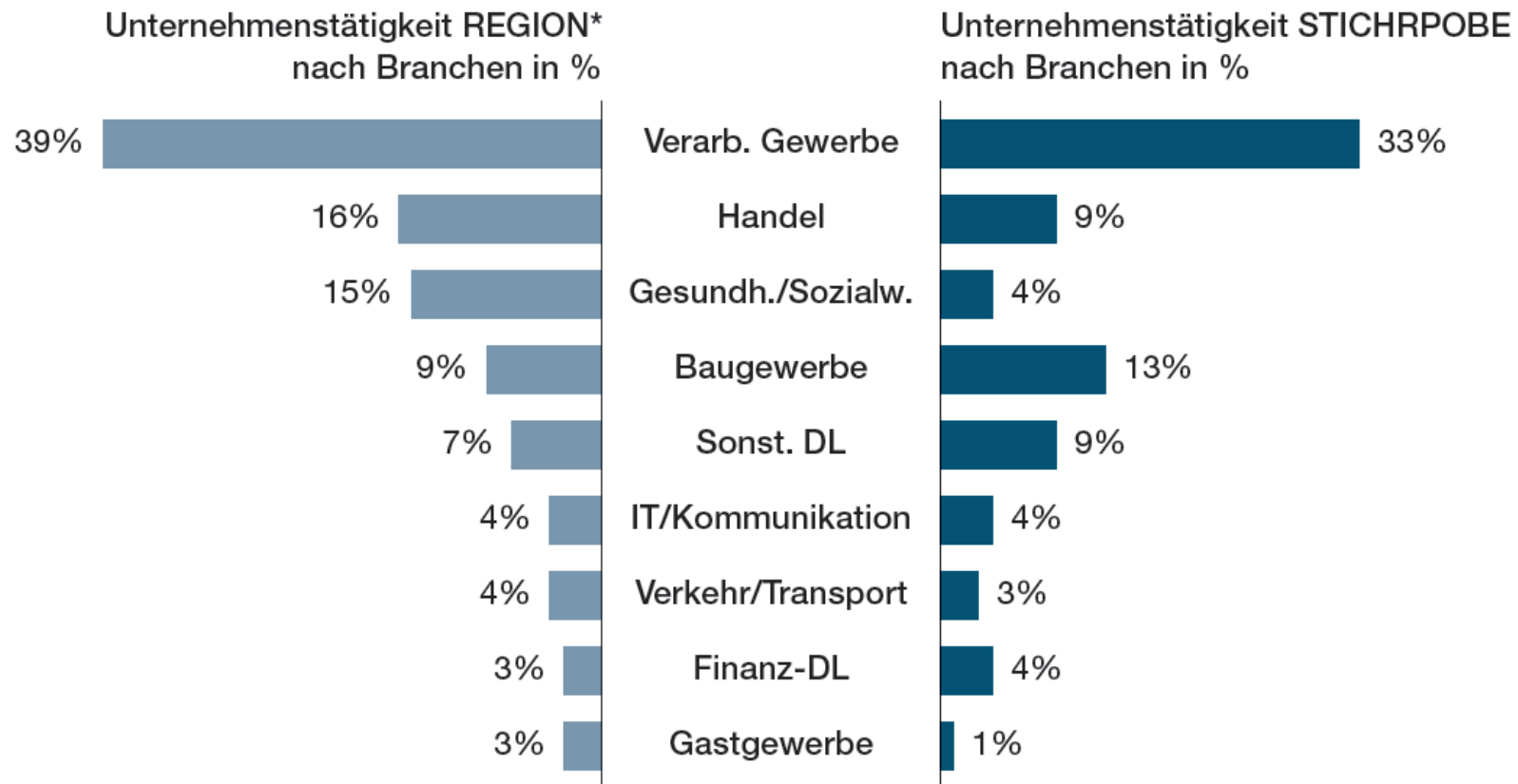
## Rücklauf der Befragung und Struktur der Stichprobe

- **1.400 Unternehmen** mit mehr als 20 Mitarbeitern in der Region Südostbayern wurden kontaktiert (per Mail und Brief)
- **195 Unternehmen** haben an der Befragung teilgenommen, davon haben 162 bis zum Ende geantwortet – das entspricht einem **Rücklauf von 14%**
- Insgesamt decken die betrachteten Unternehmen ca. **83.000 Mitarbeiter** ab, das entspricht ca. **25%** des Mitarbeiterpotential der betrachteten Region Südost-Oberbayern
- **2/3** der Stichprobe sind mittelständische Unternehmen
- Die verschiedenen Branchen sind repräsentativ abgedeckt
- Zusammensetzung der befragten Personen in der Stichprobe
  - 85% männlich
  - 90% Mitglieder der Geschäftsführung, Vorstand oder Inhaber
  - 50 Jahre Durchschnittsalter
  - Seit 18 Jahren durchschnittlich im Unternehmen



## Die meisten Unternehmen kommen aus dem verarbeitenden Gewerbe – alle Branchen sind in der Stichprobe repräsentiert

### Vergleich der Branchenzugehörigkeit der Unternehmen in Gesamtheit und Stichprobe

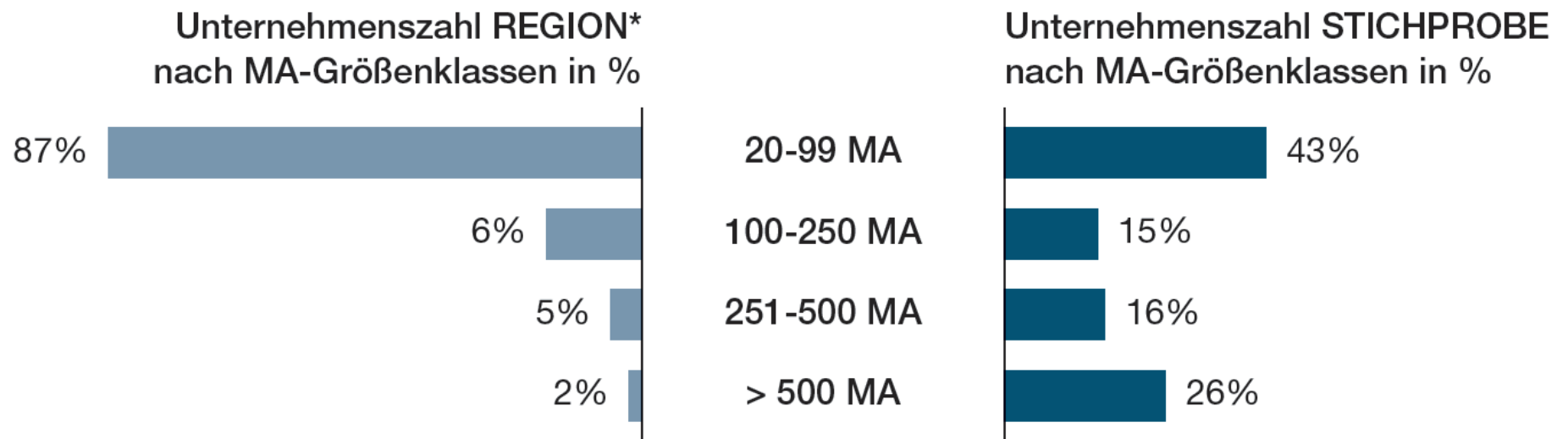


\*Quelle: Daten des Statistischen Landessamtes



## Großunternehmen sind in der Stichprobe stärker repräsentiert als in der Region

Vergleich der Mitarbeiter-Größenklassen der Unternehmen in Gesamtheit und Stichprobe



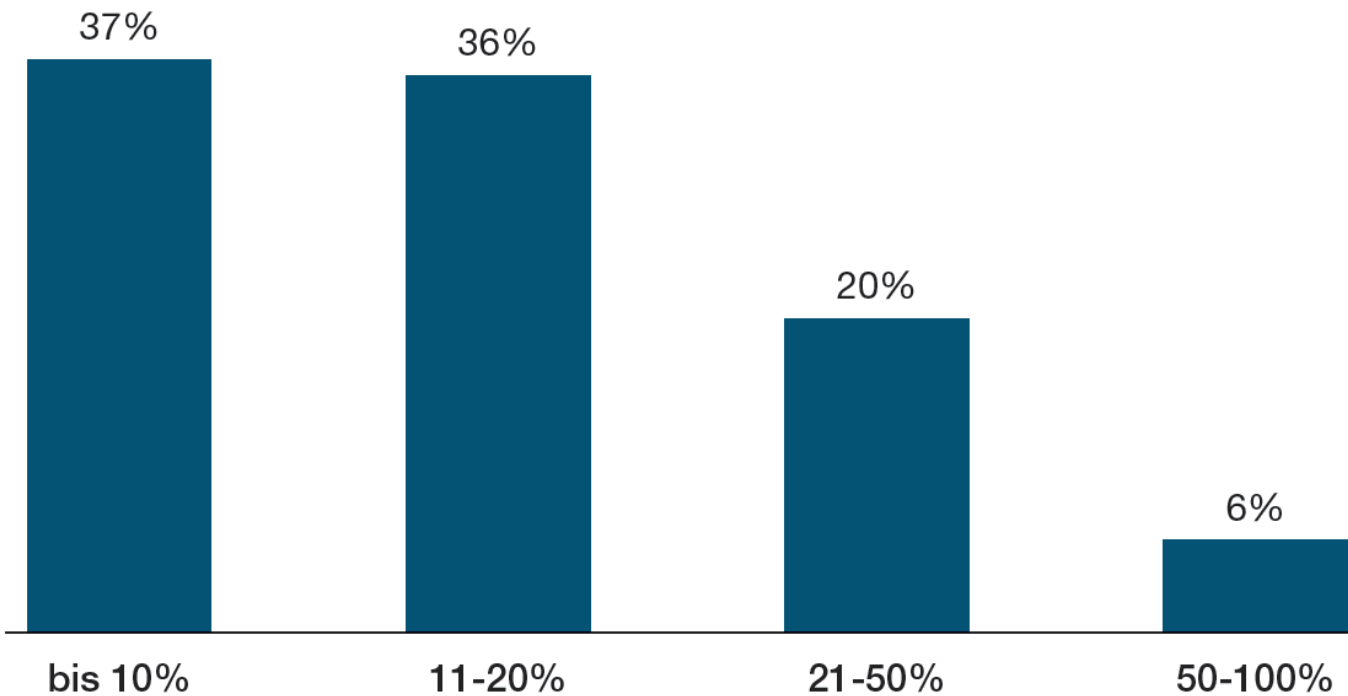
\*Quelle: Daten des Statistischen Landesamtes



## Die meisten Unternehmen planen, in den nächsten 5 JAHREN bis zu 20% zu wachsen

**Welches Wachstumsziel haben Sie in den nächsten 5 JAHREN?**

(Nennungen in % vom Umsatz bis 2023)





## Agenda

- I. Zielsetzung und Einführung in die Innovationsstudie
- II. Methodik, Struktur und Charakterisierung der Stichprobe

### III. Ergebnisse der Studie

1. Bedeutung von Innovationen für die Unternehmen der Region Südostbayern
2. Erfolgsfaktoren für Innovationen
3. Treiber, Schwierigkeiten und Barrieren für Innovationen
4. Förderung und Kooperation bei Innovationstätigkeiten
5. Die Hochschule Rosenheim als potentieller Partner für Innovationen

### IV. Fazit





## Fünf Themenfelder im Fragebogen

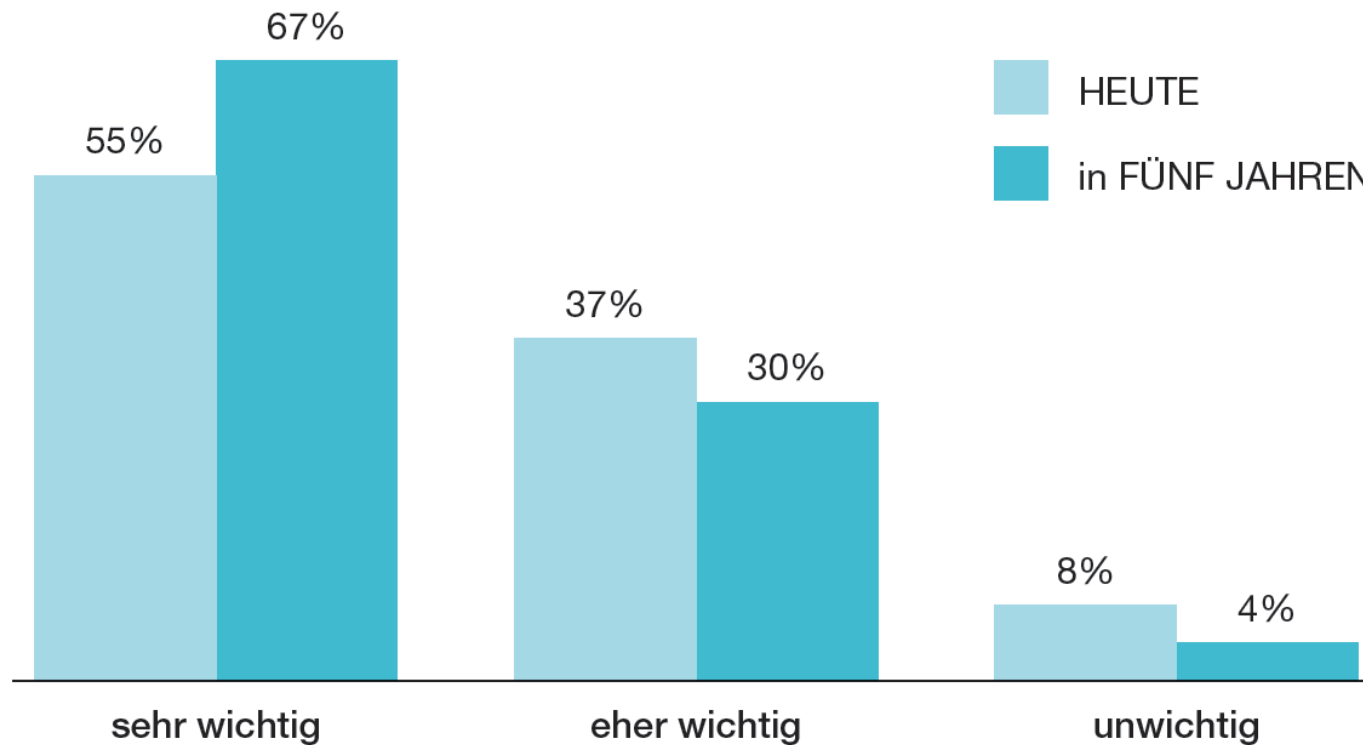
1. **Bedeutung von Innovation für die Unternehmen der Region**
2. Erfolgsfaktoren für Innovationen
3. Treiber, Schwierigkeiten und Barrieren bei Innovationen
4. Förderung und Kooperation bei Innovationstätigkeiten
5. Hochschule Rosenheim als potentieller Partner im Innovationsprozess





## Innovationen werden für Unternehmen immer wichtiger

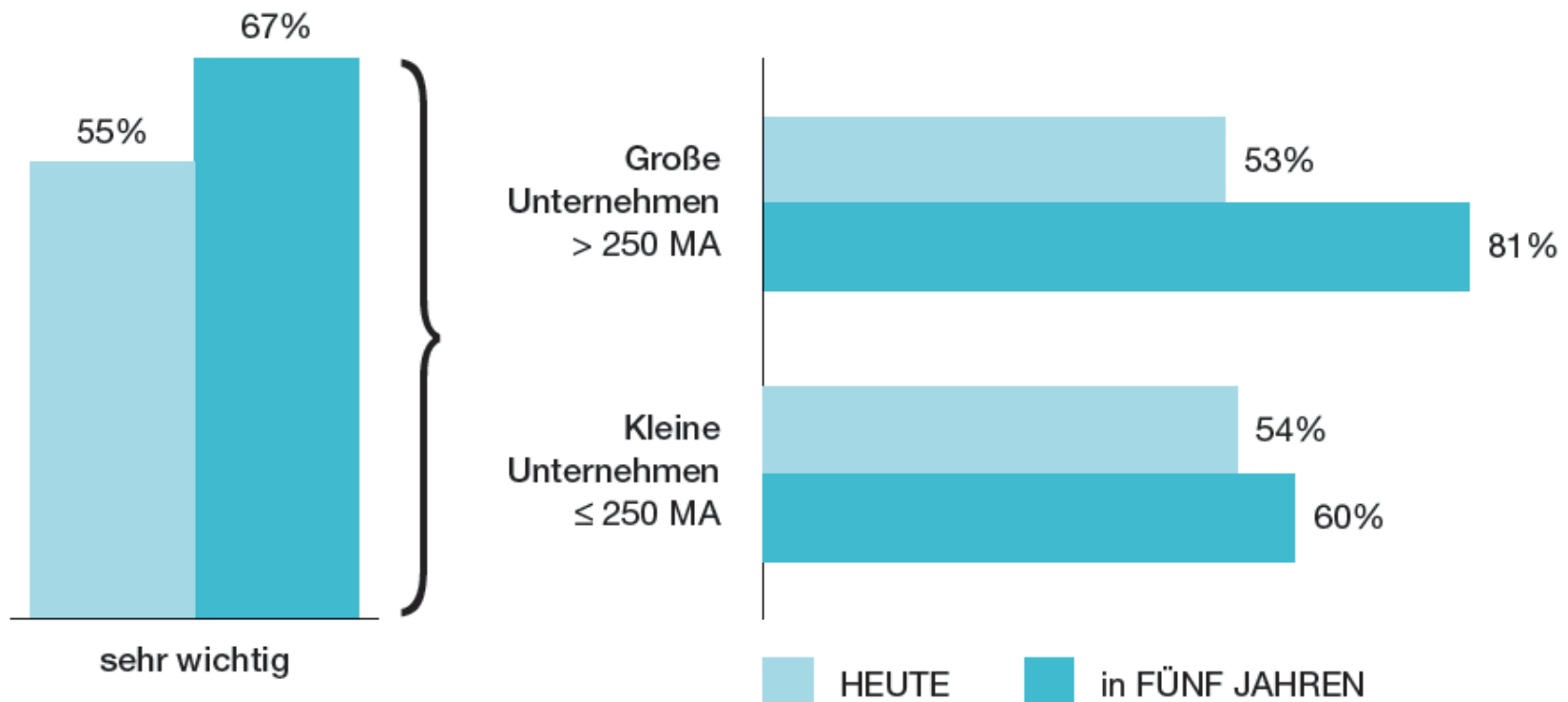
Wie wichtig sind Innovationen für den Erfolg Ihres Unternehmens HEUTE und in 5 JAHREN?  
(Nennungen in %)





## Innovationen werden besonders für große Unternehmen immer wichtiger

Wie wichtig sind Innovationen für den Erfolg Ihres Unternehmens HEUTE und in 5 JAHREN?  
(Nennungen „sehr wichtig“ in % - differenziert nach Unternehmens-Größenklasse)

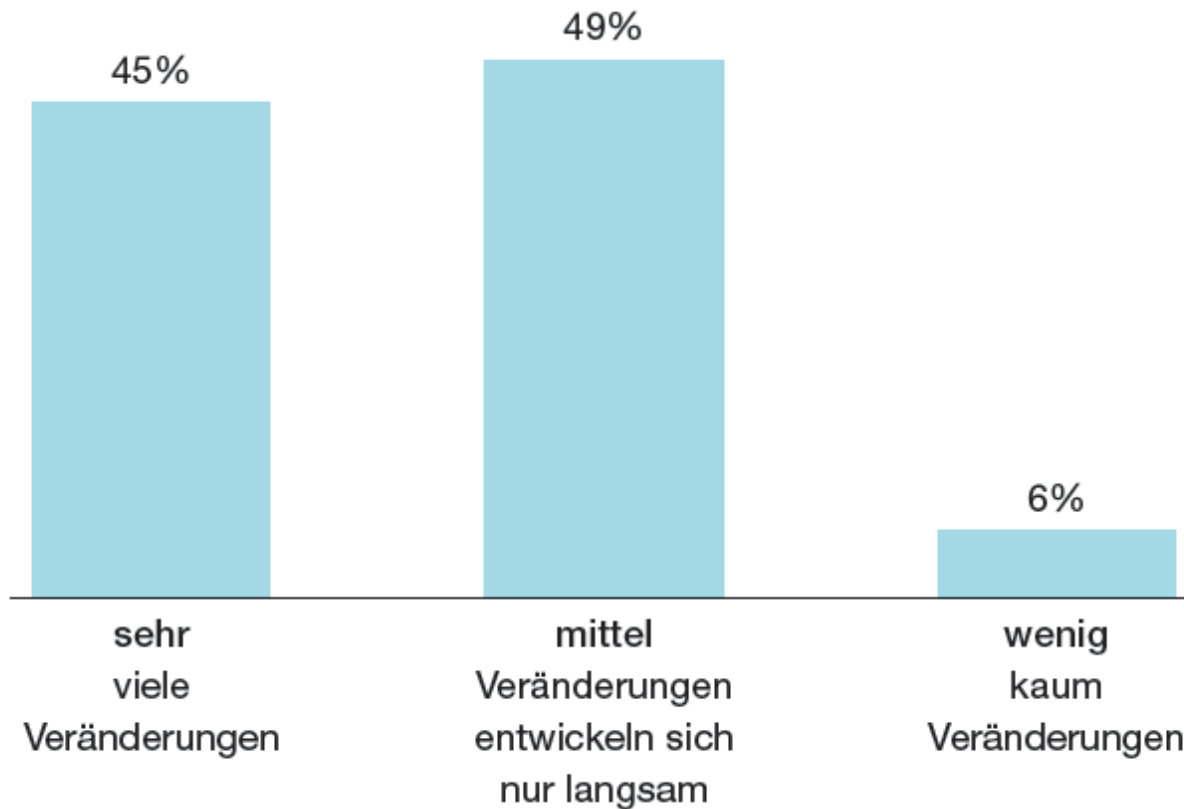






## Die meisten Unternehmen beurteilen ihr Umfeld als sehr oder mittel dynamisch

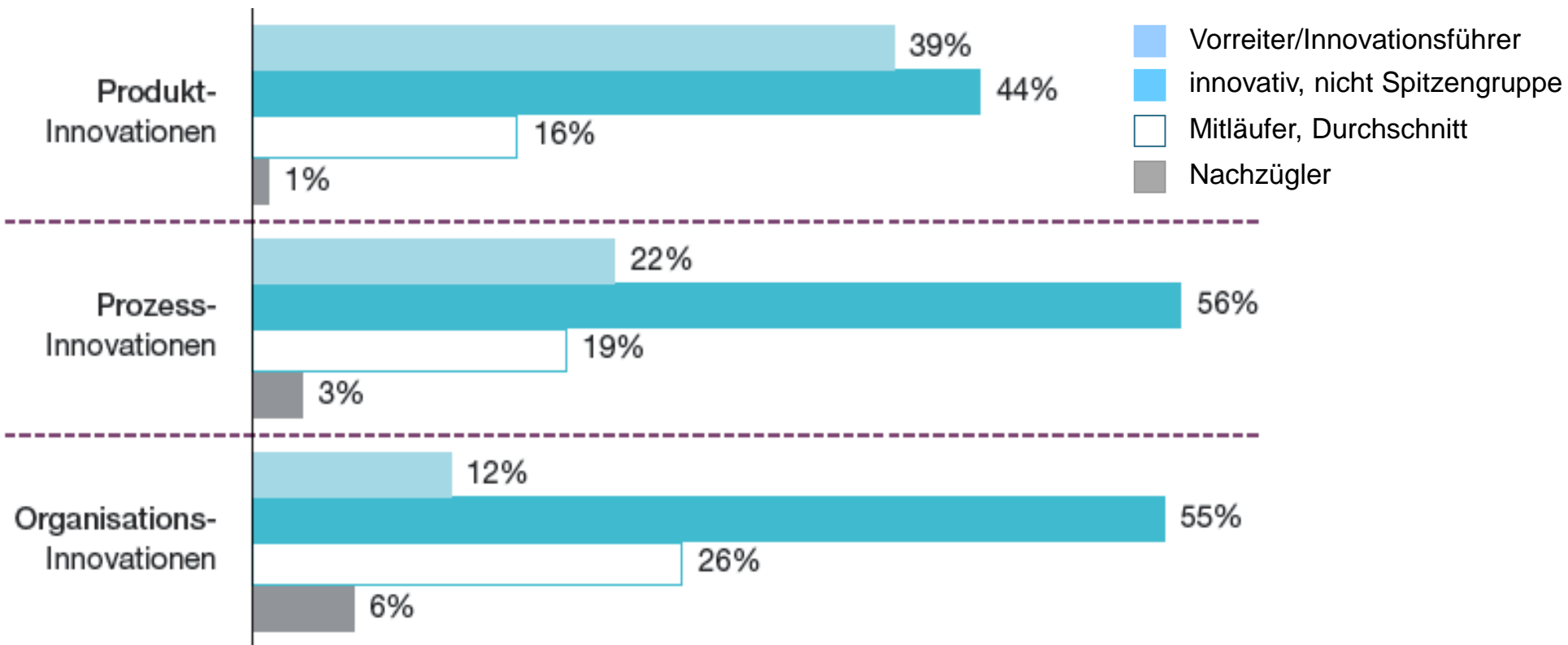
Wie dynamisch schätzen Sie Ihr Unternehmensumfeld ein?  
(Nennungen in %)





## Die Unternehmen schätzen sich selbst als innovativ aber nicht als Vorreiter ein – insb. bei Produktinnovationen

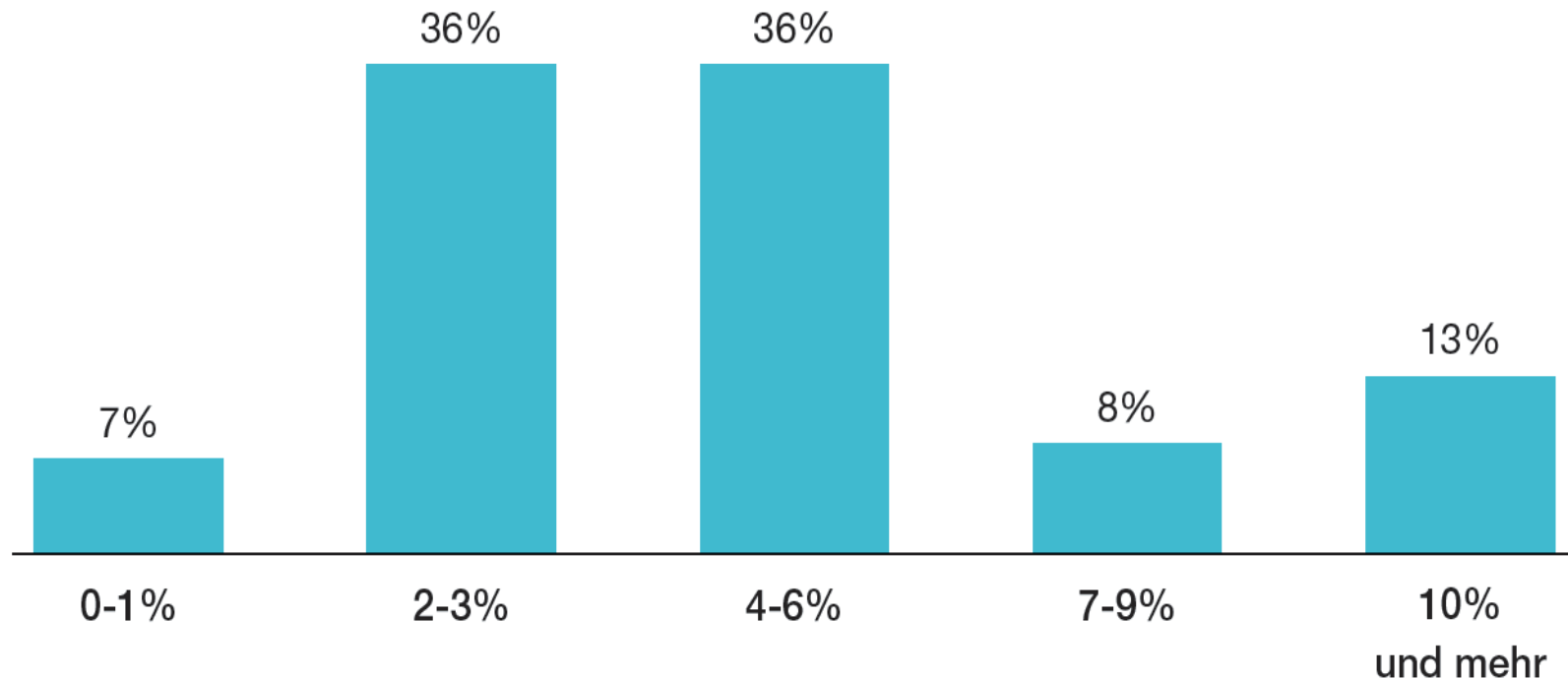
Wie innovativ schätzen Sie Ihr Unternehmen im Vergleich zum Wettbewerb ein?  
(Nennungen in %)





## Fast drei Viertel der Unternehmen geben 2-6% vom Umsatz für Innovationstätigkeiten aus - im Durchschnitt ca. 5%

Wie hoch ist in Ihrem Unternehmen der Anteil der Aufwendungen für Innovationstätigkeiten?  
(Nennungen in % vom Gesamtumsatz/Jahr)

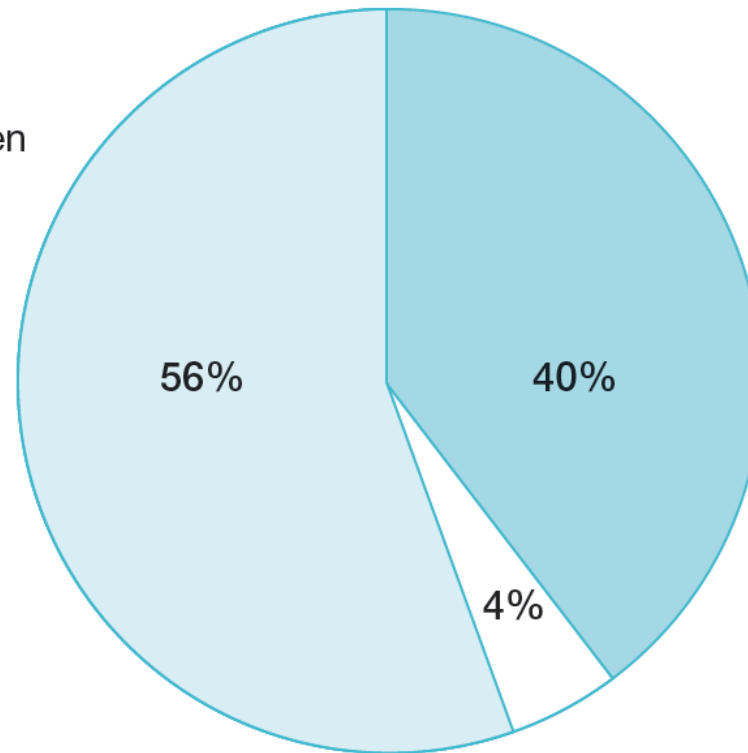




## Bei 40% der Unternehmen sind alle Mitarbeiter aktiv in den Innovationsprozess eingebunden

**Sind alle Mitarbeiter in die Innovationstätigkeiten Ihres Unternehmens involviert?**  
(Nennungen in %)

Nein, die Innovationstätigkeiten sind nur auf einige Personen oder Abteilungen (z. B. FuE) eingeschränkt



Ja, alle Mitarbeiter sind in die Innovationstätigkeiten aktiv eingebunden

Kann ich nicht sagen



## Fünf Themenfelder im Fragebogen

1. Bedeutung von Innovation für die Unternehmen der Region
- 2. Erfolgsfaktoren für Innovationen**
3. Treiber, Schwierigkeiten und Barrieren bei Innovationen
4. Förderung und Kooperation bei Innovationstätigkeiten
5. Hochschule Rosenheim als potentieller Partner im Innovationsprozess





## Ca. 30% der Unternehmen managen einen kontinuierlichen und fest implementierten Innovationsprozess – je größer, desto strukturierter

Betreibt Ihr Unternehmen einen strukturierten Innovationsprozess?

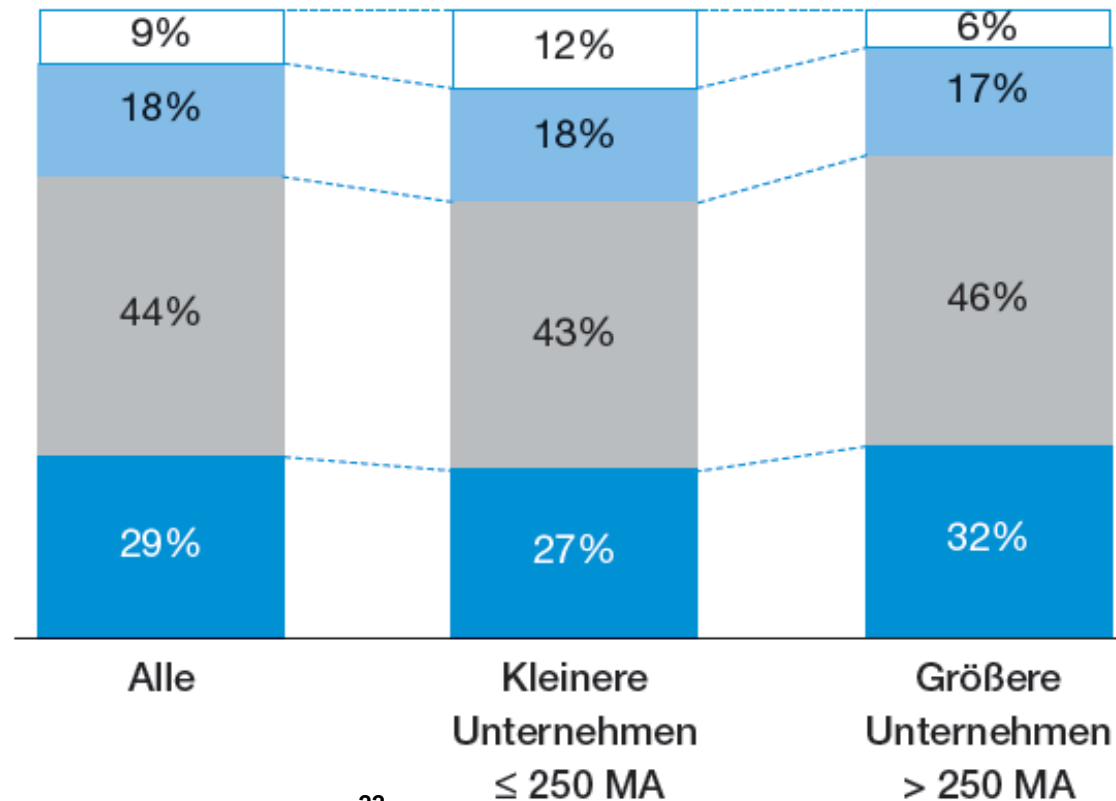
(Nennungen in %)

Nein, aber in Entwicklung

Grundsätzlich Nein

Bei Bedarf

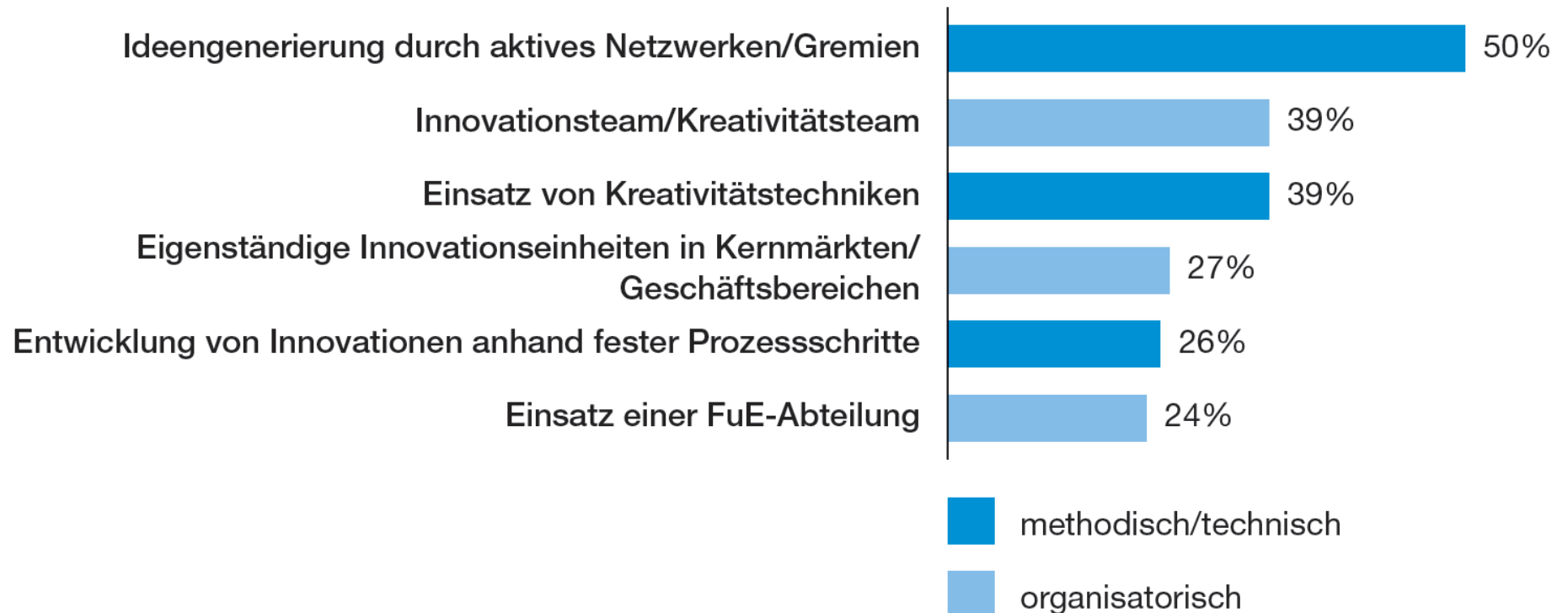
Ja





## Netzwerken und Arbeiten im Team als wichtigster Innovationsansatz – nur wenige setzen FuE-Abteilung ein

Welchen Ansatz verfolgt Ihr Unternehmen beim Innovationsmanagement?  
(Mehrfachnennungen, Angaben in %)





## 22 Erfolgsfaktoren wurden in drei Kategorien abgefragt – sowohl die Wichtigkeit als auch der Einsatz HEUTE und in 5 JAHREN

### Erfolgsfaktoren für Innovationstätigkeit in der Erhebung

Kultur	Mitarbeiter	Struktur / Organisation
<ul style="list-style-type: none"><li>• Innovative Unternehmenskultur</li><li>• Verankerung von innovationsförderndem Denken in die Führungskultur</li><li>• Freiräume schaffen, damit sich Mitarbeiter mit Innovation beschäftigen können</li><li>• Transparente Kommunikationsstrukturen</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Aus- und Weiterbildung, hohe Fachkompetenz</li><li>• Personalkapazität im FuE-Bereich</li><li>• Wissensmanagement und -austausch</li><li>• Belohnungs-/ Anreizsysteme für Mitarbeiterideen</li><li>• Innerbetriebliche Kreativitätsförderung</li><li>• Flache Hierarchien</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Klar definierte Innovationsstrategie und -ziele</li><li>• Fest etabliertes Innovationsmanagement</li><li>• Eigene Forschung + Entwicklung</li><li>• Strukturiertes Ideenmanagement</li><li>• Projekte mit Kunden/Lieferanten</li><li>• Kooperationsprojekte mit Hochschulen/Forschungsinstituten</li><li>• Externe Vergabe FuE-Aufträge</li><li>• Unterstützung durch externe Partner/Berater</li><li>• Hohe finanzielle Ressourcen</li><li>• Fördermittelbezug</li><li>• Markt- / Wettbewerberkenntnis</li><li>• Unternehmensexterne Bewertungen</li></ul>

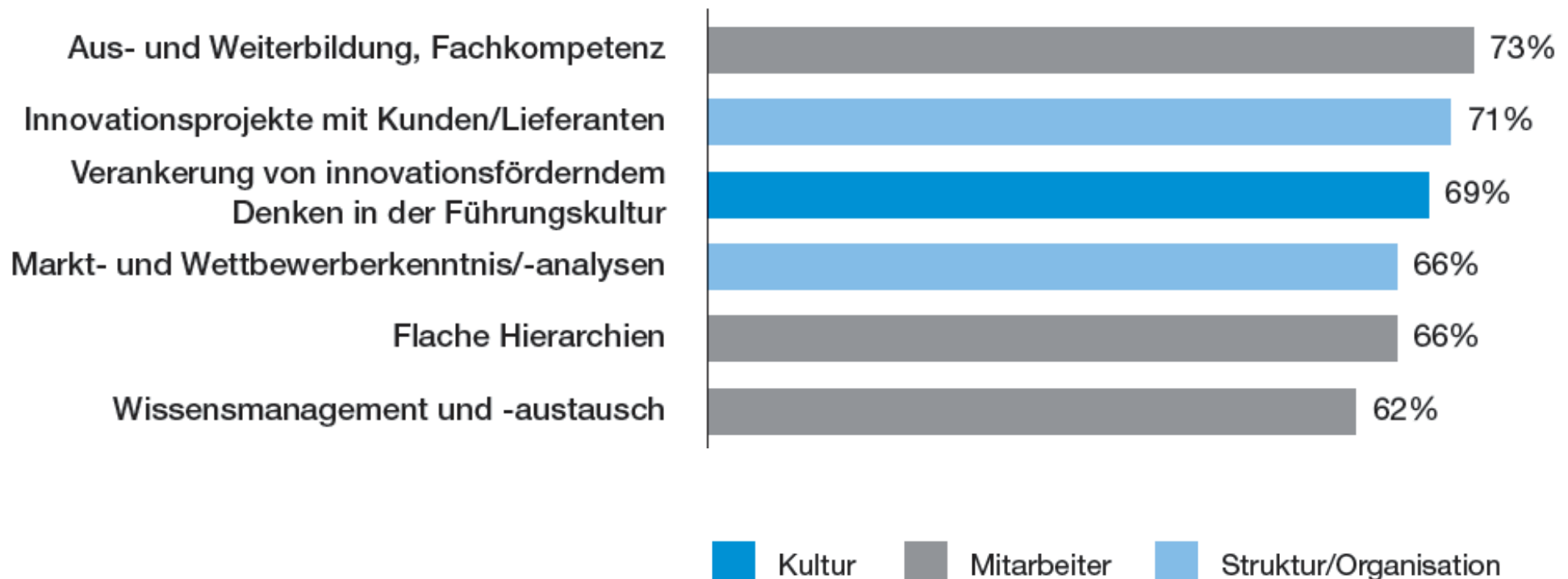




## Die wichtigsten Erfolgsfaktoren sind Ausbildung / Fachkompetenz und Projekte mit Kunden / Lieferanten

Was sind aus Ihrer Sicht die wichtigsten Erfolgsfaktoren innovativer Unternehmen?

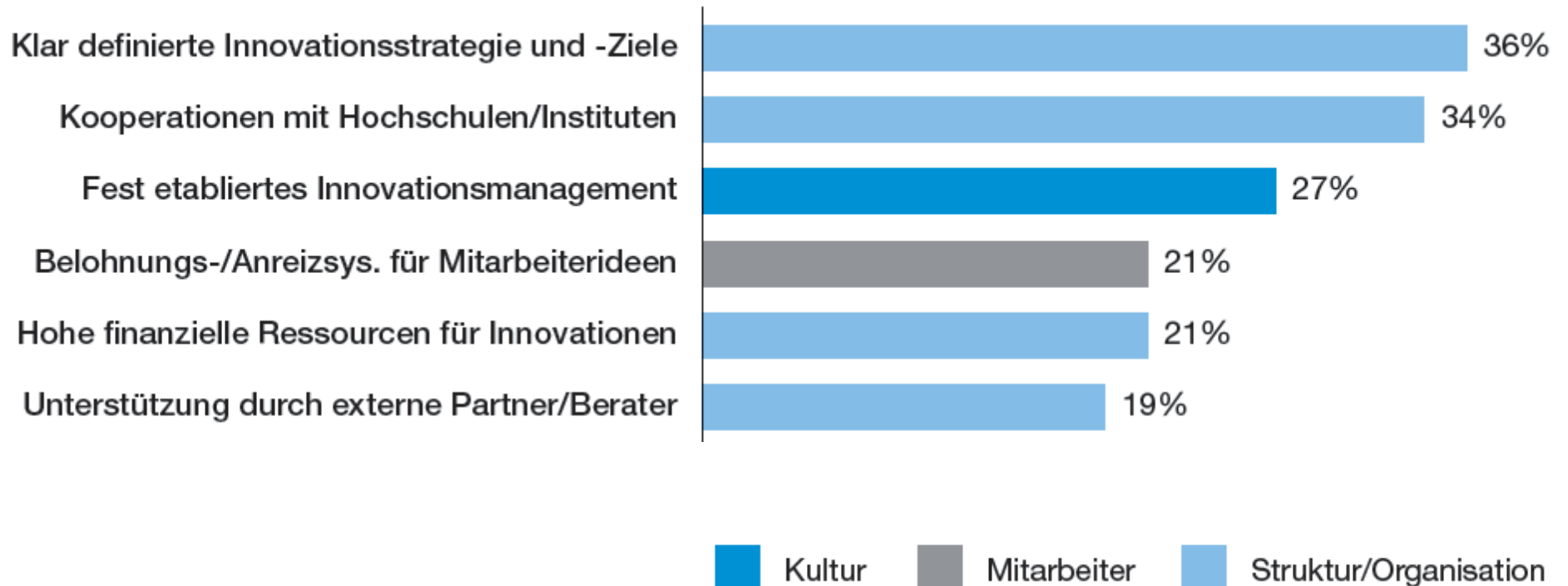
(Wichtigste Erfolgsfaktoren - Mehrfachnennungen, Angaben in %)





## Weniger wichtig ist externe Unterstützung, Anzahl Mitarbeiter FuE und Fördermittel bzw. finanzielle Ressourcen

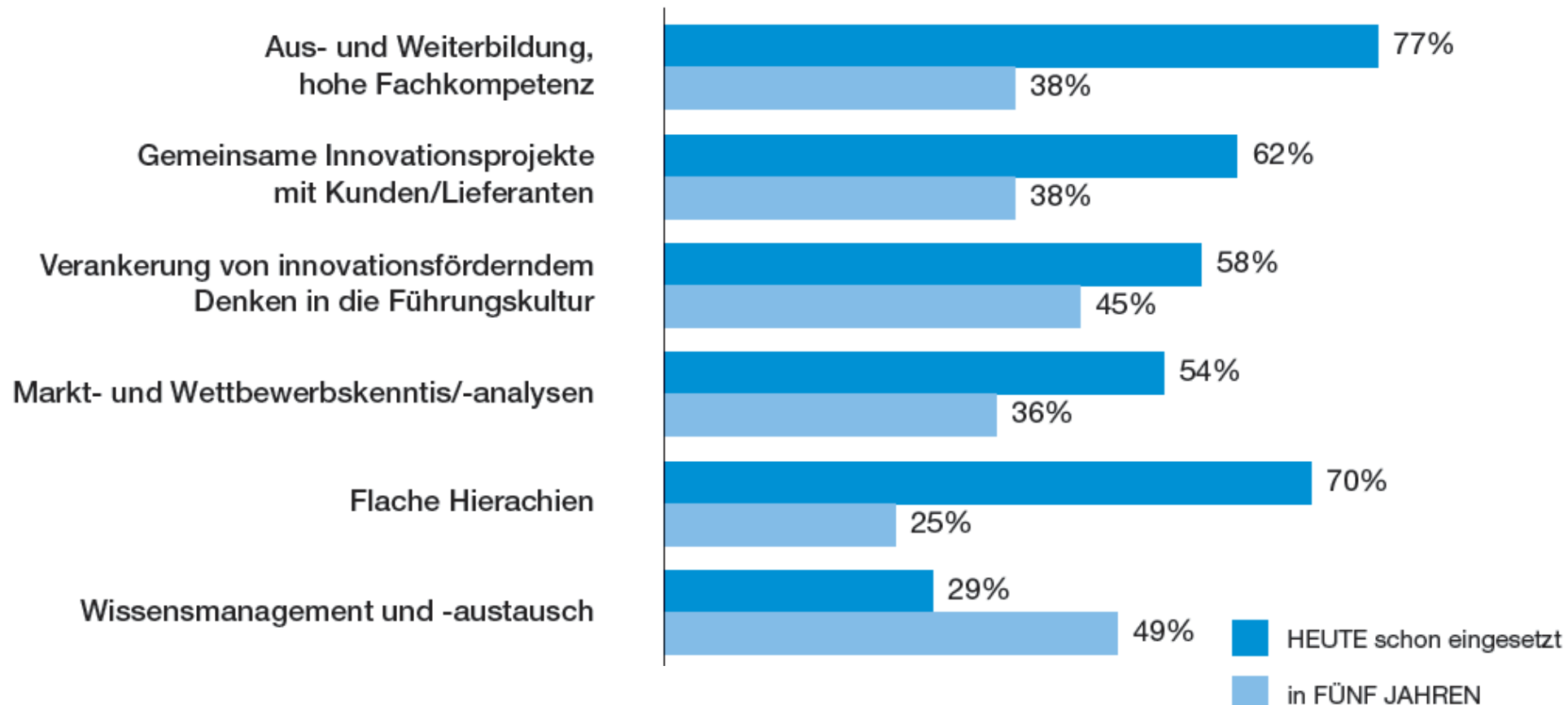
Was sind aus Ihrer Sicht die wichtigsten Erfolgsfaktoren innovativer Unternehmen?  
(Weniger wichtige Erfolgsfaktoren - Mehrfachnennungen, Angaben in %)





## Bei den wichtigsten Erfolgsfaktoren wird HEUTE schon viel investiert – bis auf Wissensmanagement

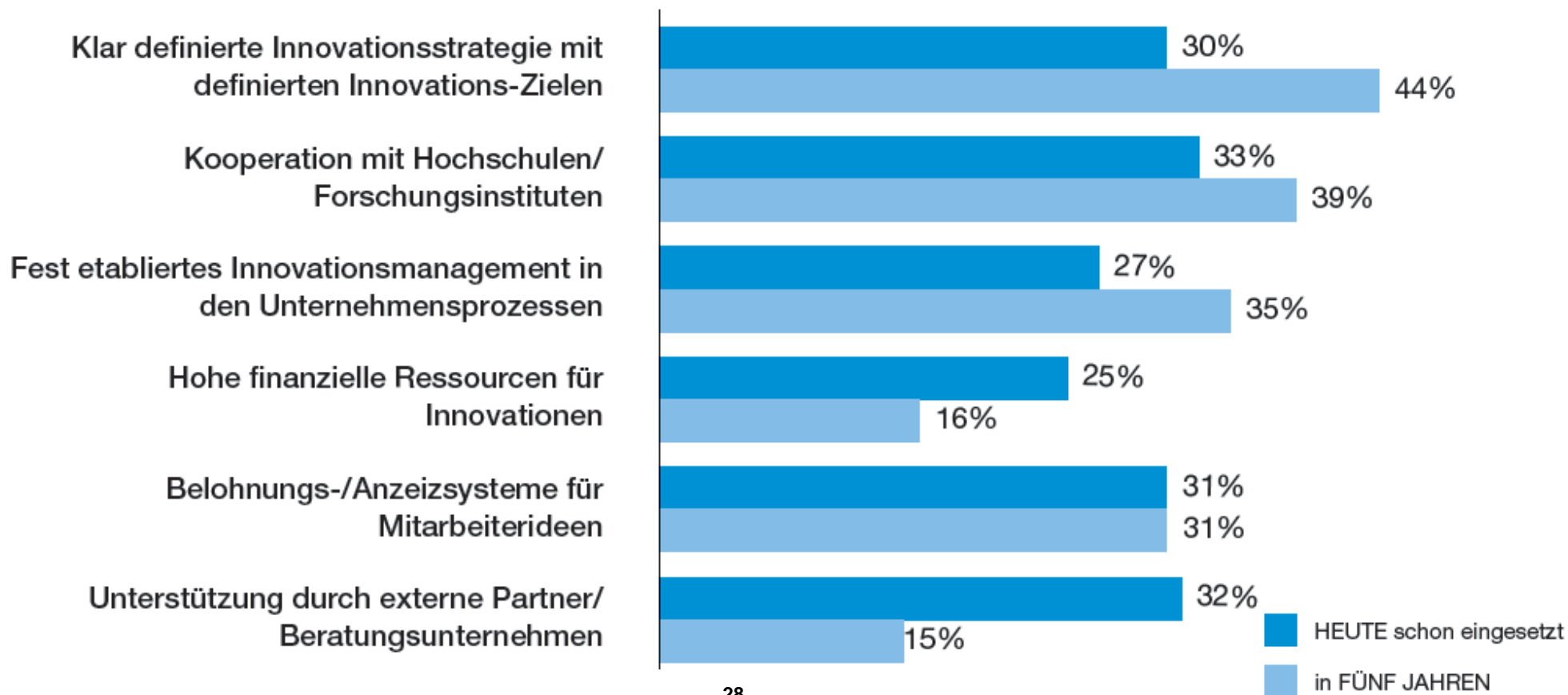
Welche Erfolgsfaktoren setzen Sie HEUTE schon um, wo setzen Sie Aktivitäten in 5 JAHREN?  
(Wichtigste Erfolgsfaktoren – Mehrfachnennungen, Angaben in %)





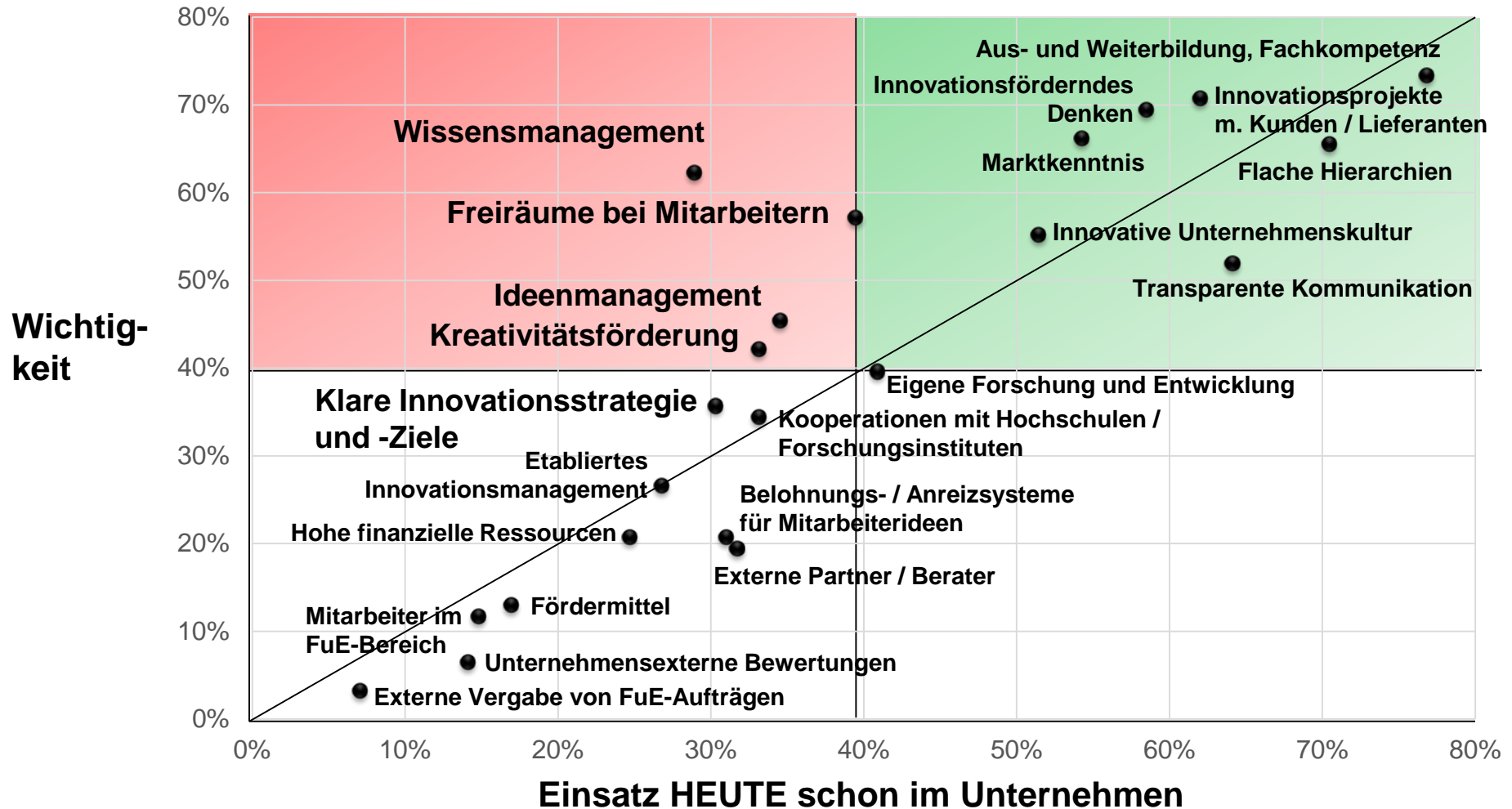
## Bei den weniger wichtigen Erfolgsfaktoren investieren bis zu 30% HEUTE schon und in Zukunft noch mehr

**Welche Erfolgsfaktoren setzen Sie HEUTE schon um, wo setzen Sie Aktivitäten in 5 JAHREN?**  
(Weniger wichtige Erfolgsfaktoren – Mehrfachnennungen, Angaben in %)





# Wichtige Erfolgsfaktoren werden HEUTE schon eingesetzt – Bedarf bei Wissensmanagement, Ideenmanagement und Kreativität





## Fünf Themenfelder im Fragebogen

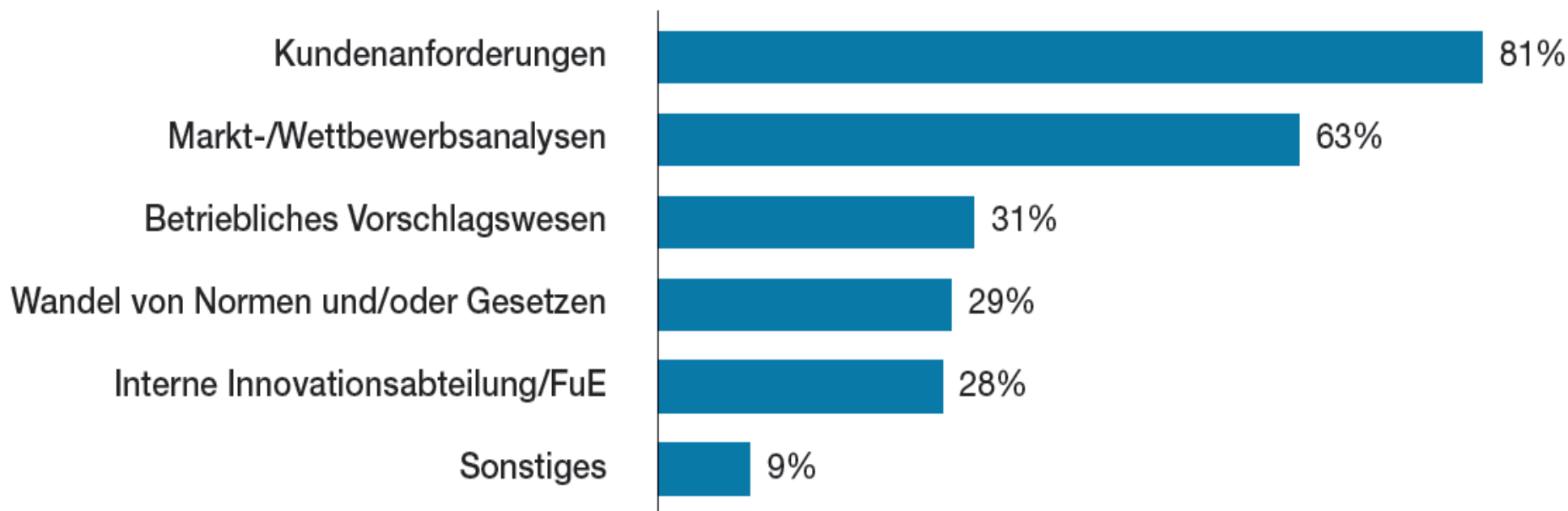
1. Bedeutung von Innovation für die Unternehmen der Region
2. Erfolgsfaktoren für Innovationen
- 3. Treiber, Schwierigkeiten und Barrieren bei Innovationen**
4. Förderung und Kooperation bei Innovationstätigkeiten
5. Hochschule Rosenheim als potentieller Partner im Innovationsprozess





## Wichtigste Treiber für Innovationen kommen von außen - Kundenanforderungen und Markt-/Wettbewerbsanalysen

Was sind die **WICHTIGSTEN** Treiber für Innovationen in Ihrem Unternehmen?  
(Mehrfachnennungen, Angaben in %)

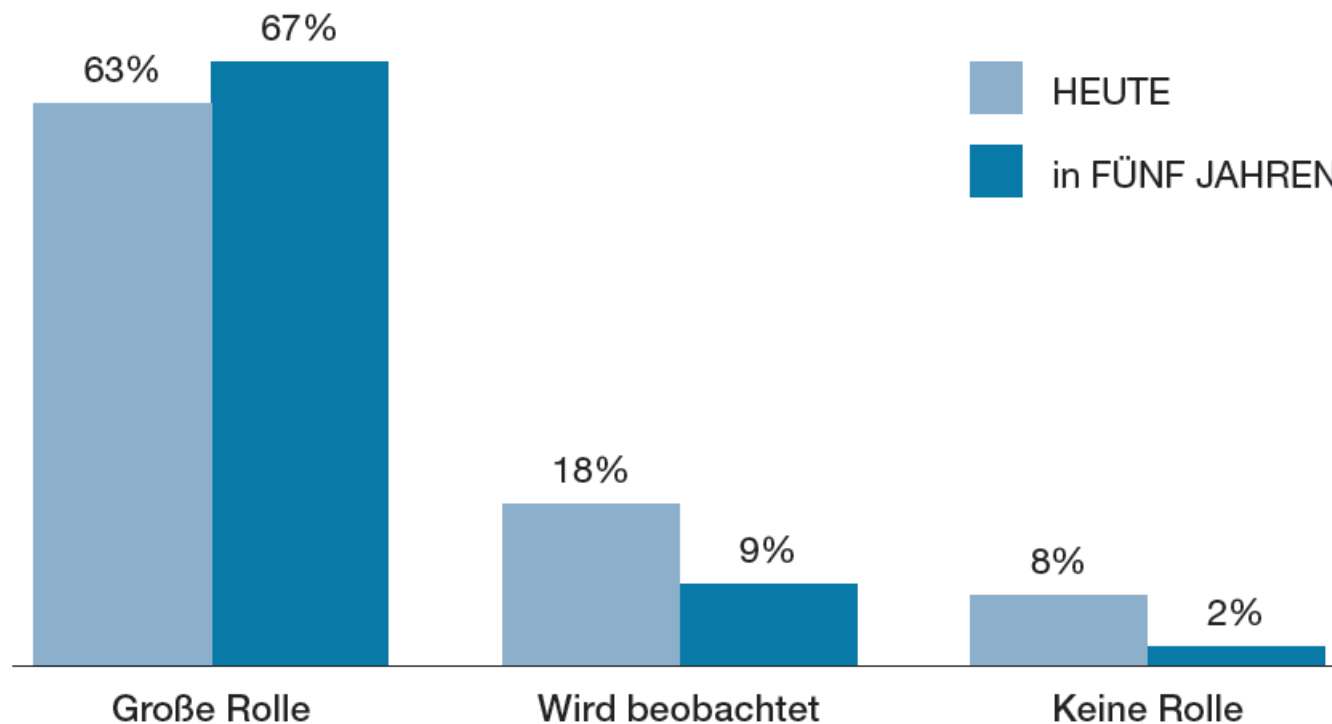






## Bedeutung der Digitalisierung für Innovationen wird weiter steigen: für 2/3 der Unternehmen ist sie HEUTE und noch in 5 JAHREN wichtig

Welche Rolle spielen Digitalisierung bzw. Industrie 4.0 für Innovationen in Ihrem Unternehmen?  
(Nennungen in %)



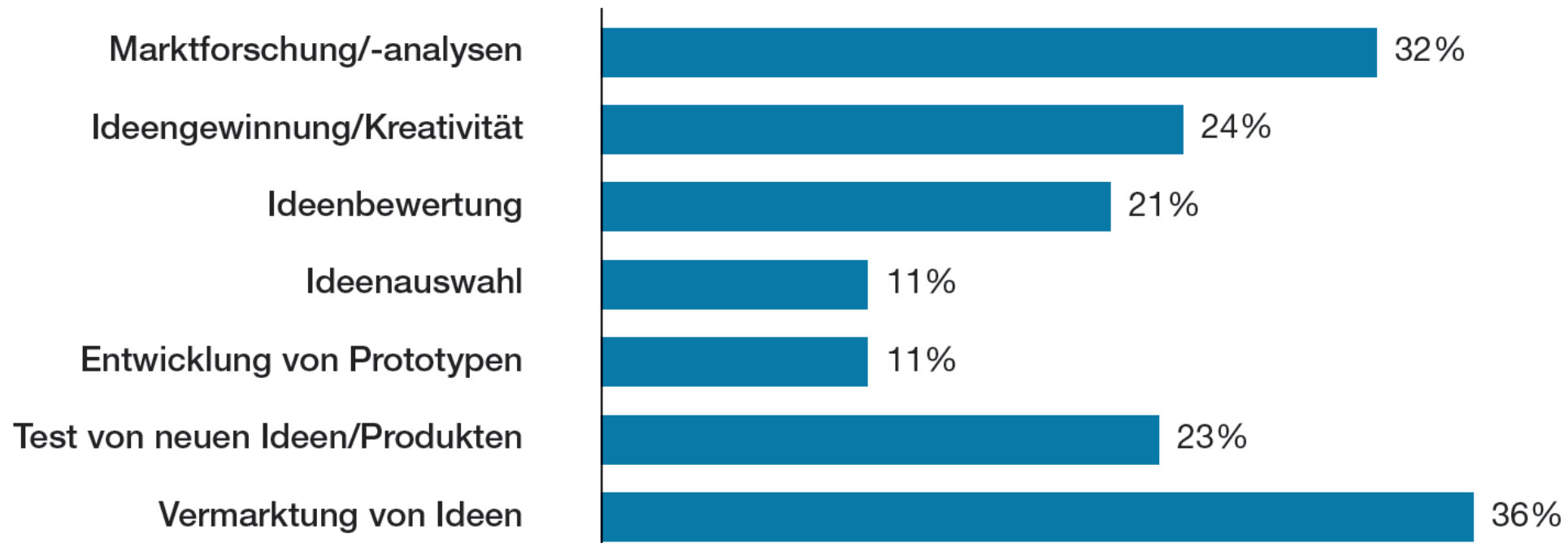




## Die größten Problem haben die Unternehmen am Anfang und Ende des Innovationsprozesses – Marktanalyse und Vermarktung

In welchen Schritten des Innovationsprozesses hat Ihr Unternehmen die größten Schwierigkeiten?

(Mehrfachnennungen, Angaben in %)

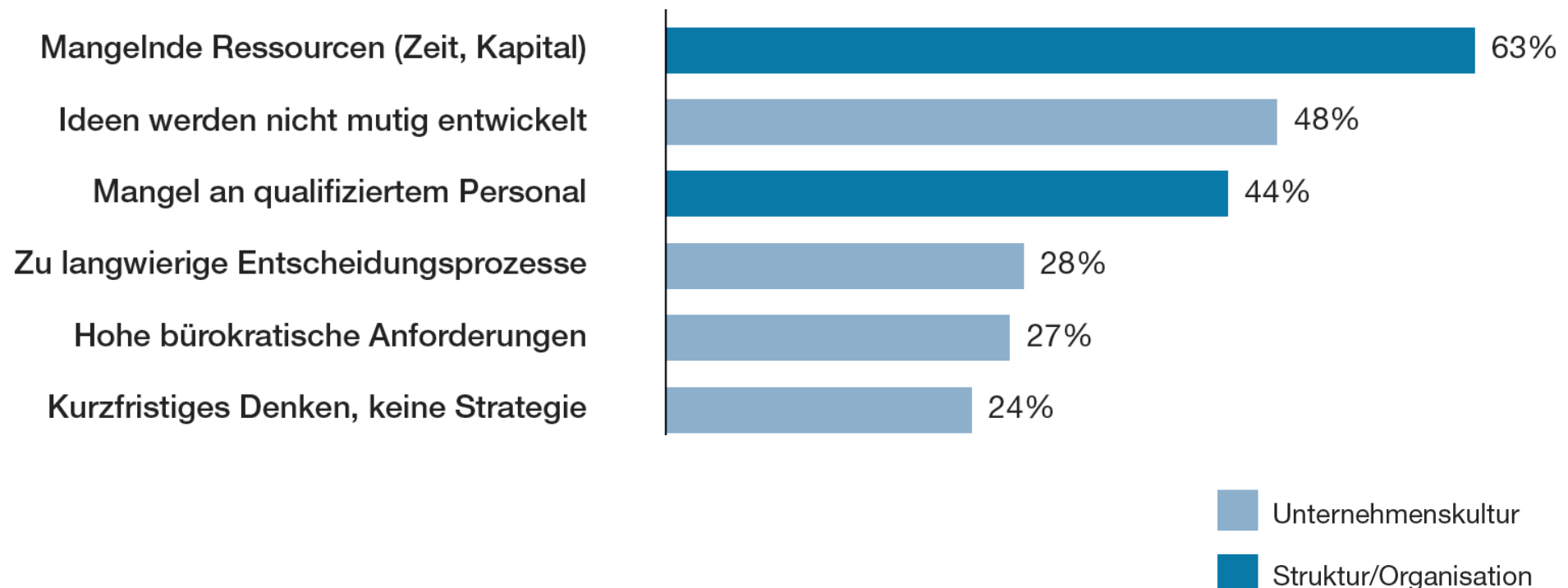




## Wichtigste Barrieren für Innovationen sind fehlende Ressourcen aber auch Mangel an Mut und qualifiziertem Personal

Die wichtigsten Einschränkungen / Barrieren der Innovationstätigkeiten entstehen vor allem durch ...

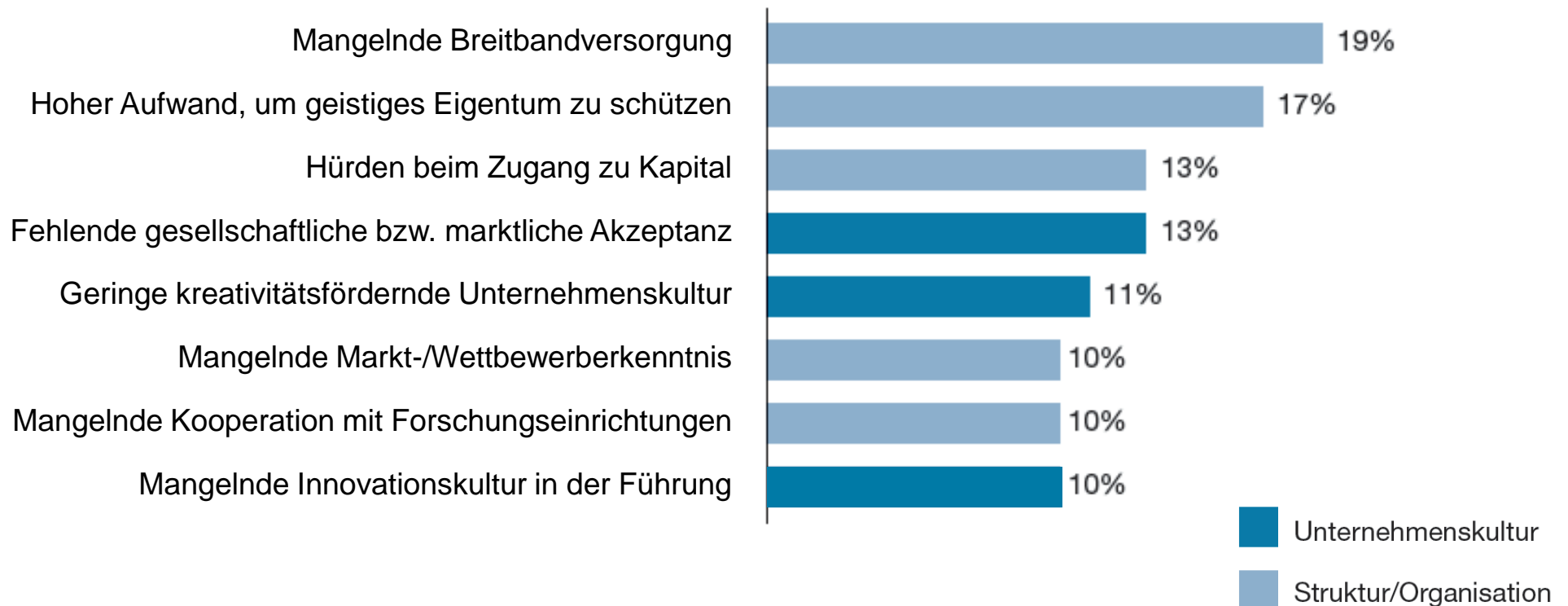
(Häufigste Nennungen - Mehrfachnennungen, Angaben in %)





## Geringere Auswirkungen haben mangelnde Marktkenntnis, Forschungsk Kooperationen und Innovationskultur

Die wichtigsten Barrieren der Innovationstätigkeiten entstehen vor allem durch ...  
(Geringere Anzahl Nennungen – Angaben in %)





## Fünf Themenfelder im Fragebogen

1. Bedeutung von Innovation für die Unternehmen der Region
2. Erfolgsfaktoren für Innovationen
3. Treiber, Schwierigkeiten und Barrieren bei Innovationen
- 4. Förderung und Kooperation bei Innovationstätigkeiten**
5. Hochschule Rosenheim als potentieller Partner im Innovationsprozess

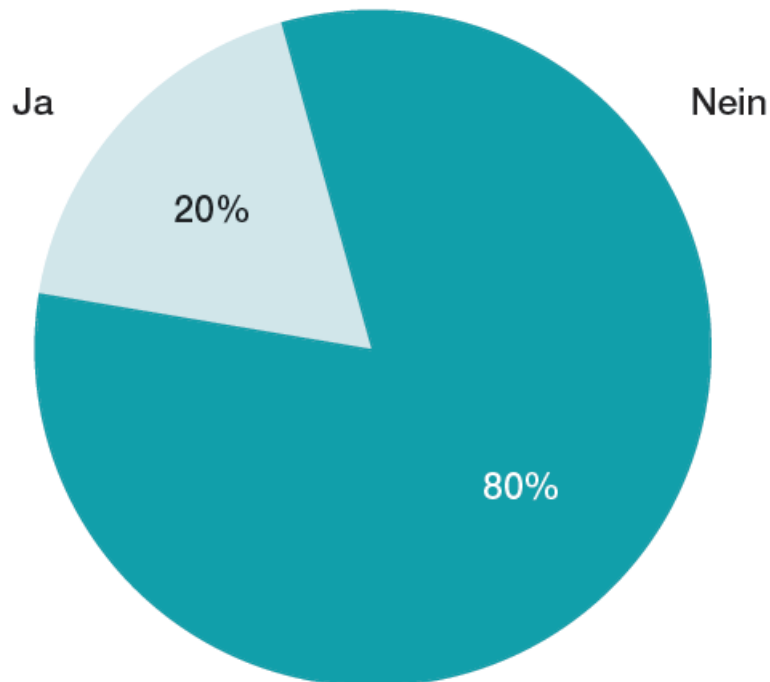




## Fördermittel werden nur von 20% der Unternehmen akquiriert – Grund ist der hohe bürokratische Aufwand

Beziehen Sie Fördermittel zur Finanzierung der FuE?

(Nennungen in %)

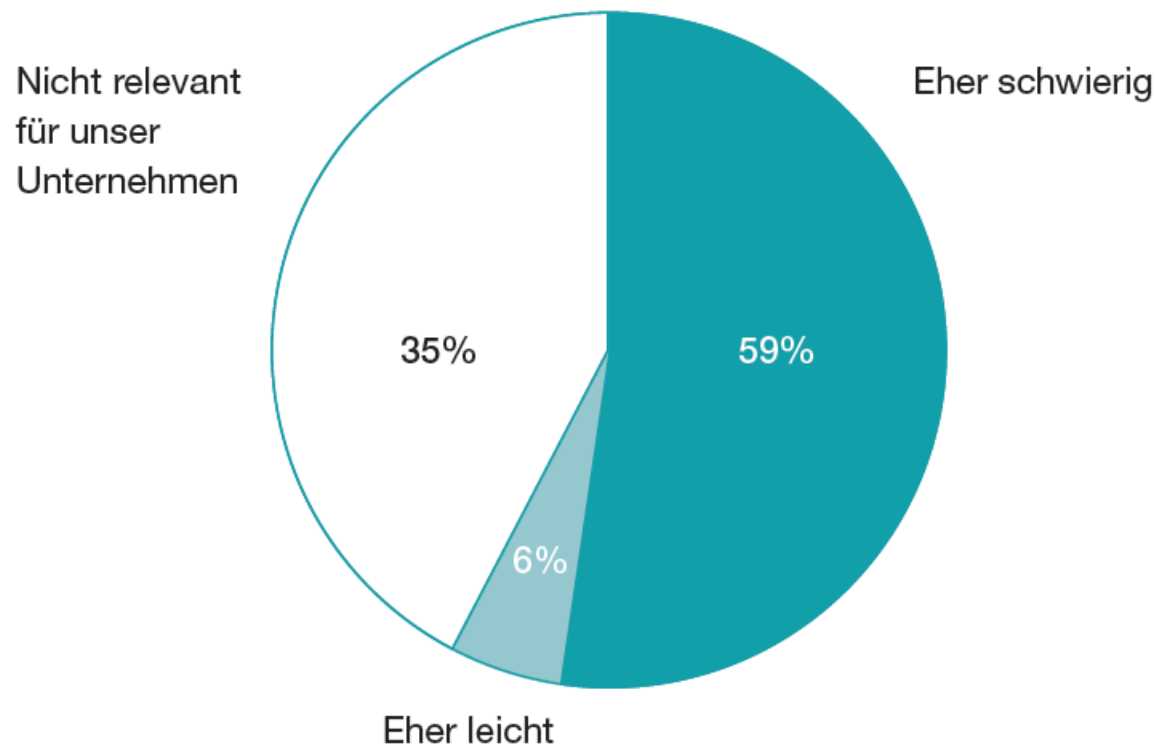


Für **45%** der befragten Unternehmen ist **der hohe bürokratische Aufwand** ein Hinderungsgrund!



## Fast 60% der Unternehmen beurteilen das Akquirieren von Fördermitteln als schwierig

Finden Sie das Akquirieren von Fördermitteln ...  
(Nennungen in %)



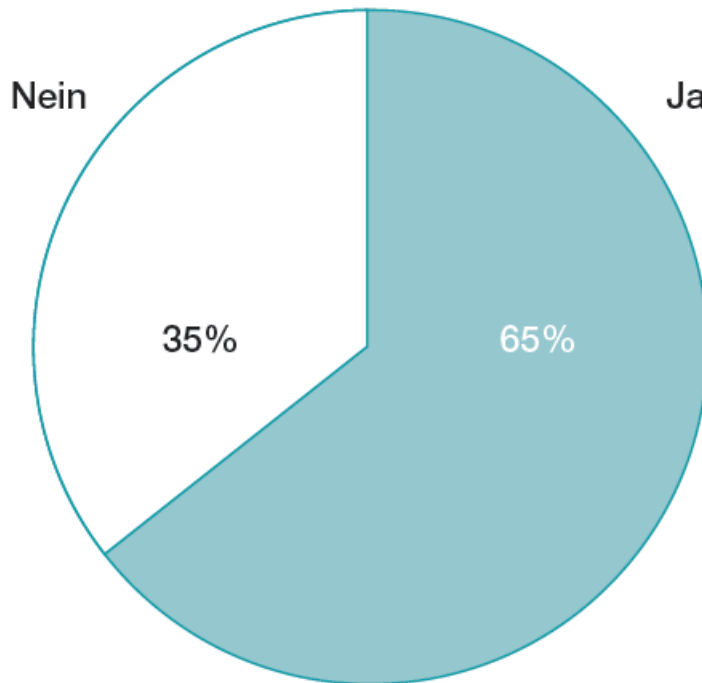
### Gründe für schwierig (Zitate):

- Kompliziert und bürokratisch
- Wir haben keinen Überblick, was es wo gibt
- Aufwändiger Prozess, zeitraubend
- Nicht nachvollziehbare und komplexe Unterlagen
- Oft sind die Mittel nicht bekannt
- Langer aufwändiger Antragsweg
- Zeitraubend

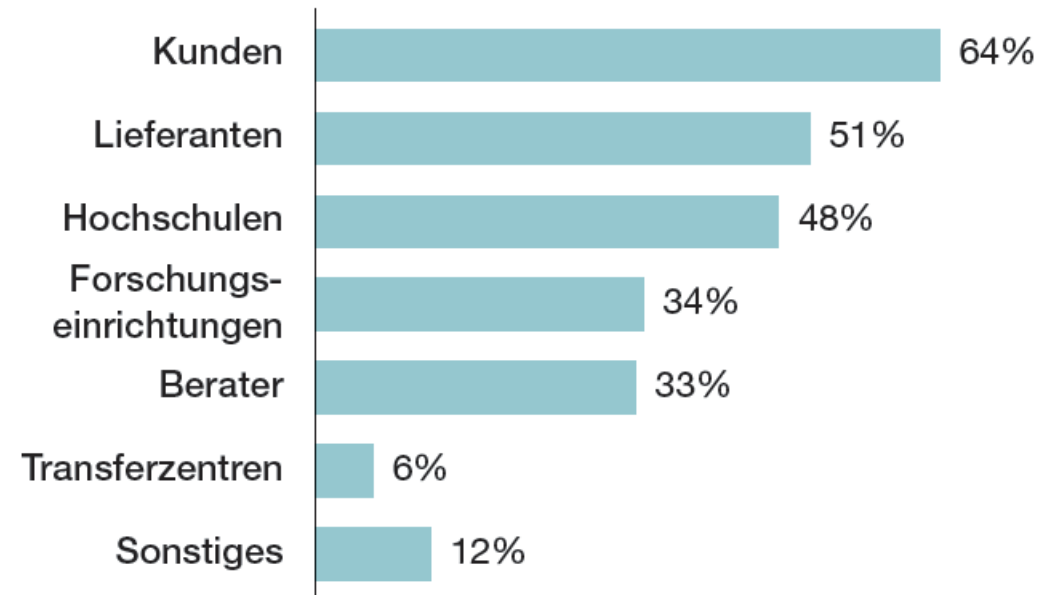


## 65% der befragten Unternehmen arbeiten bei Innovationen mit Partnern zusammen – hier vor allem mit Kunden

Arbeiten Sie schon mit Partnern zusammen? (Nennungen in %)



Mit welchen Partnern arbeiten Sie schon zusammen? (Nennungen in %)





## Fünf Themenfelder im Fragebogen

1. Bedeutung von Innovation für die Unternehmen der Region
2. Erfolgsfaktoren für Innovationen
3. Treiber, Schwierigkeiten und Barrieren bei Innovationen
4. Förderung und Kooperation bei Innovationstätigkeiten
- 5. Hochschule Rosenheim als potentieller Partner im Innovationsprozess**



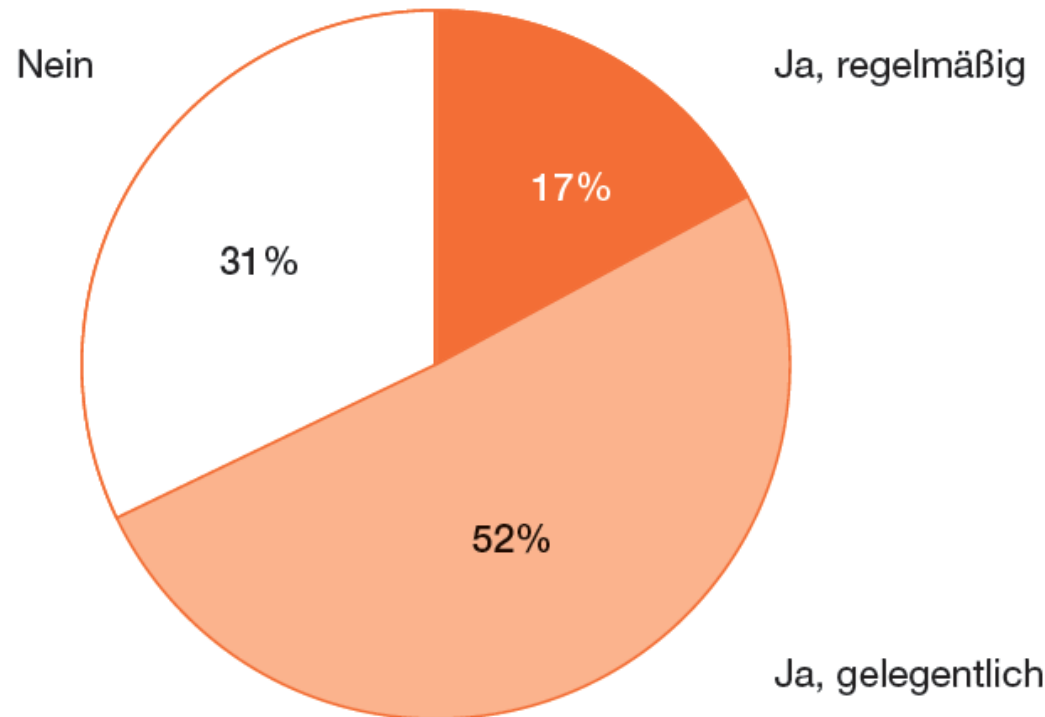




## 70% der Unternehmen arbeiten schon mit Hochschulen oder Forschungseinrichtungen zusammen, die meisten gelegentlich

Hat Ihr Unternehmen im Innovationsbereich schon mit Hochschulen bzw. anderen Forschungseinrichtungen zusammengearbeitet?

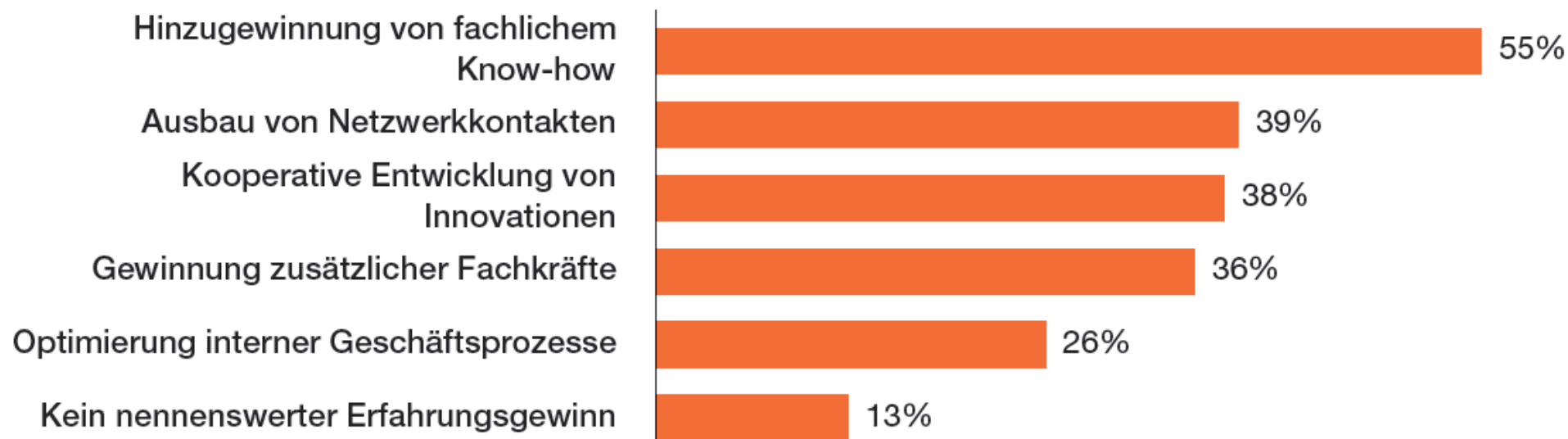
(Nennungen in %)





## Eine Zusammenarbeit mit der Hochschule führte bisher vor allem zur Gewinnung von Fachkräften und fachlichem Know-how

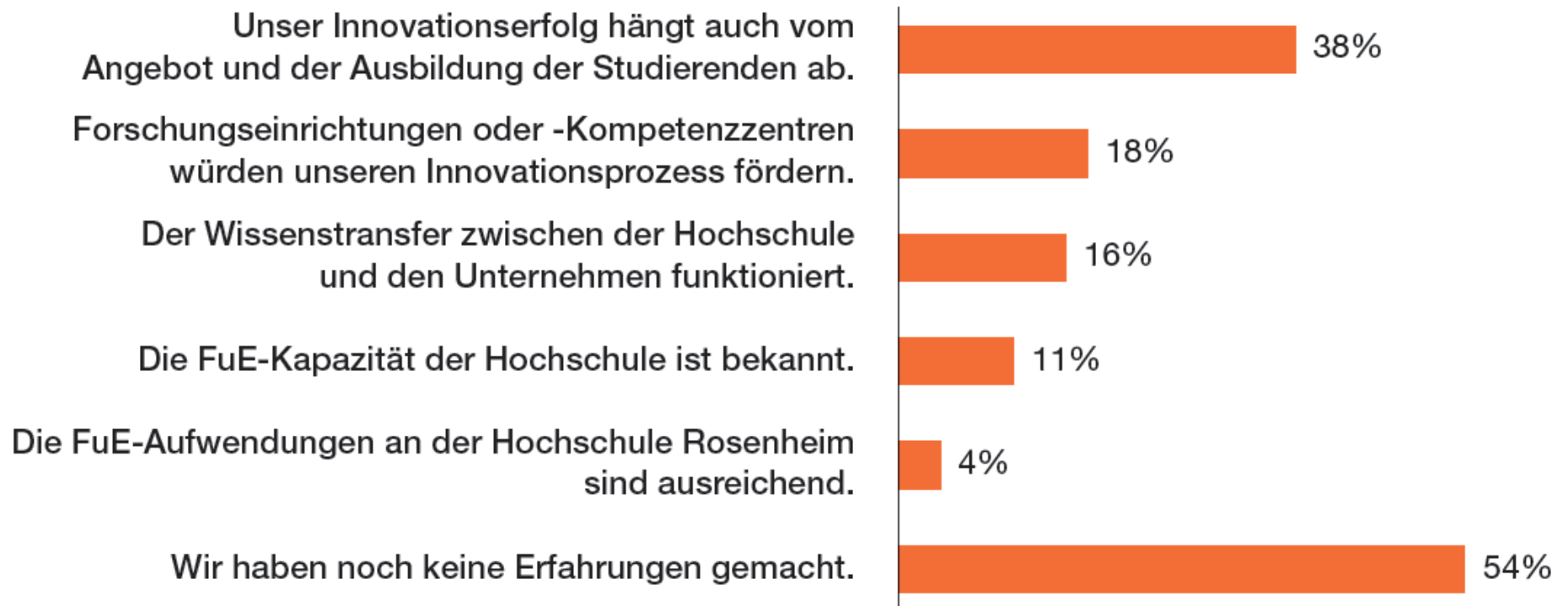
**Welche Kooperationserfahrungen hat Ihr Unternehmen mit Hochschulen bzw. anderen Forschungseinrichtungen gemacht?**  
(Mehrfachnennungen, Angaben in %)





## Ausbildung ist für die Unternehmen wichtig – Erfahrungen mit Leistungen der Hochschule sind eher gering

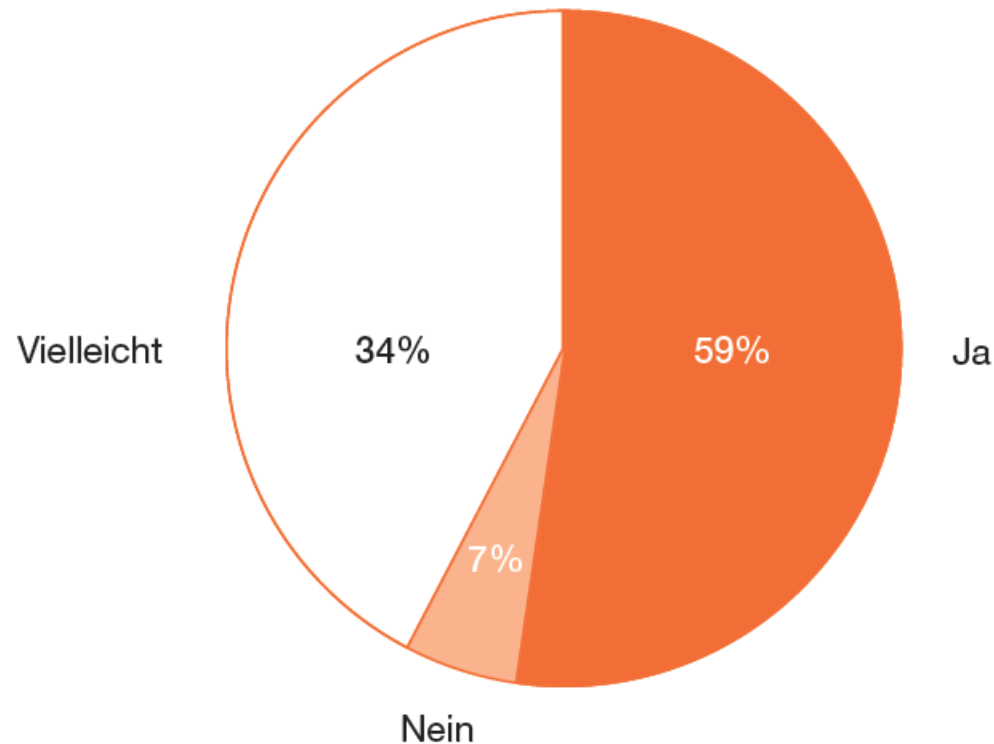
Welcher Aussage stimmen Sie im Hinblick auf die Hochschule Rosenheim zu?  
(Mehrfachnennungen, Angaben in %)





## 60% würden für den Bereich Innovationen zukünftig gerne mit Hochschulen oder Forschungseinrichtungen zusammenarbeiten

Würden Sie in Zukunft gerne mit Hochschulen bzw. Forschungseinrichtungen zusammenarbeiten, um Ihre Innovationstätigkeiten zu verbessern / steigern?  
(Nennungen in %)

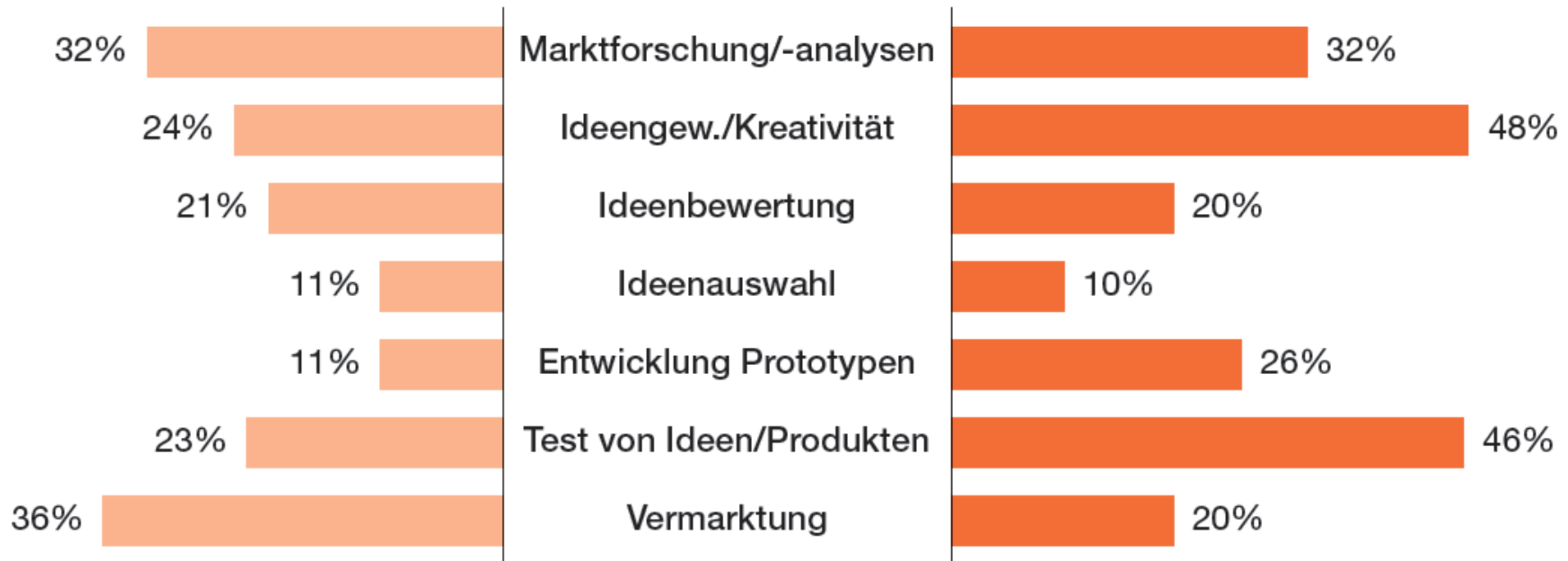




## Bei Problemen im Innovationsprozess kann die Hochschule die Unternehmen weitgehend unterstützen

**Probleme Im Innovationsprozess**  
(Mehrfachnennungen, Angaben in %)

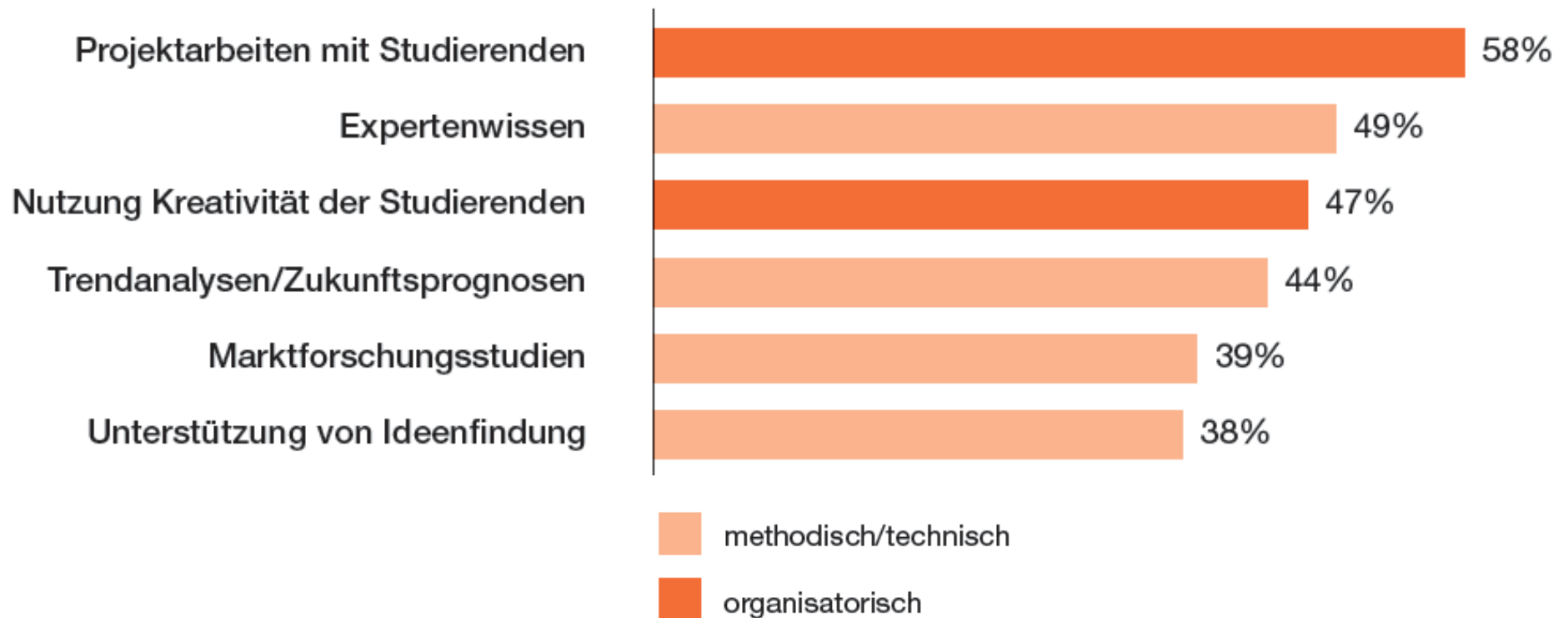
**Zusammenarbeit mit Hochschule**  
(Mehrfachnennungen, Angaben in %)





## Unternehmen sind vor allem an Projektarbeiten mit Studierenden und Expertenwissen interessiert

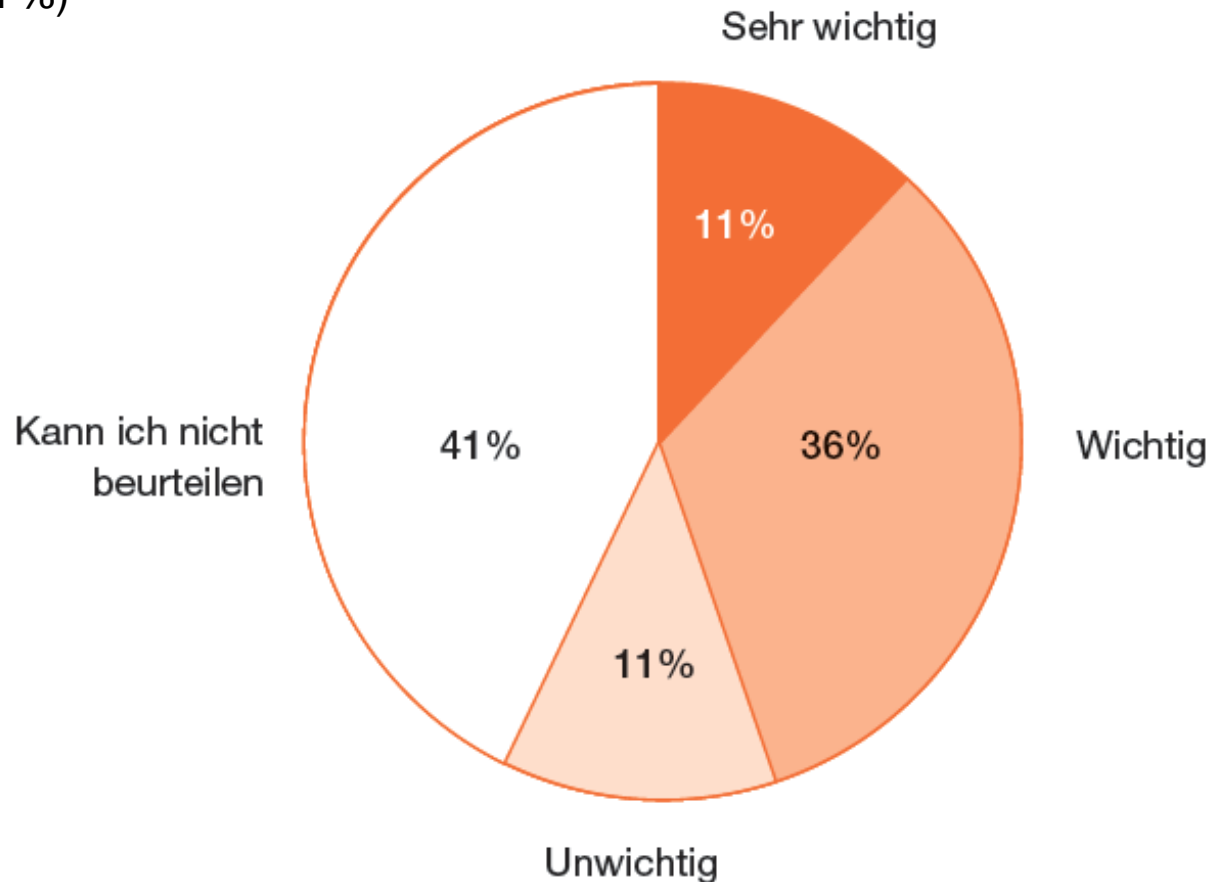
Welche der folgenden Angebote der Hochschule würden Sie nutzen?  
(Mehrfachnennungen, Angaben in %)





## Für 50% der Unternehmen sind Industriepromotionen wichtig

**Wie wichtig sind Industriepromotionen für Sie?**  
(Nennungen in %)





## Agenda

- I. Zielsetzung und Grundlagen der Innovationsstudie
- II. Methodik, Struktur und Charakterisierung der Stichprobe
- III. Ergebnisse der Studie
  1. Bedeutung von Innovationen für die Unternehmen der Region Südostbayern
  2. Erfolgsfaktoren für Innovationen
  3. Treiber, Schwierigkeiten und Barrieren für Innovationen
  4. Förderung und Kooperation bei Innovationstätigkeiten
  5. Die Hochschule Rosenheim als potentieller Partner für Innovationen

## IV. Fazit





## Fazit

- Die befragten Unternehmen schätzen sich insgesamt als innovativ ein und zählen insbesondere bei Produktinnovationen zu den Spitzenreitern
- Nur 30% der befragten Unternehmen betreiben einen strukturierten Innovationsprozess. Die meisten setzen nur bei Bedarf Innovationsmanagement ein.
- Erfolgsfaktoren für Innovation sind Aus und Weiterbildung der Mitarbeiter und gemeinsame Projekte mit Kunden und Lieferanten, Verankerung von innovationsförderndem Denken
- Entwicklungsbedarf entsteht bei Wissensmanagement und strukturiertem Innovationsmanagement



## Fazit

- Treiber von Innovationen kommen in erster Linie vom Markt: Mehr als 80% betrachten die Kundenanforderungen als wesentlichen Treiber für Innovationen.
- Probleme im Innovationsprozess sind deshalb am Anfang und Ende: Erforschung des Marktes und Vermarktung von Ideen.
- Nur 17% der Unternehmen arbeiten regelmäßig mit Forschungseinrichtungen zusammen, nur 11% kennen die F&E-Kompetenz der Hochschule Rosenheim und 54% haben mit der Hochschule noch keine Erfahrungen gemacht.
- Über 90% können sich eine Zusammenarbeit vorstellen. Der Bedarf in der Zusammenarbeit liegt insbesondere bei Ideengewinnung und Test von Ideen und vor allem bei Projektarbeiten mit Studenten.



# DANKE

## Workshopteilnehmer

- Alversammer, Wolfgang, Hochschule Rosenheim, Abteilungsleiter F & E
- Exler, Ralf, Kathrein Werke KG, Head of Innovation Management
- Fischer, Franz, Prof. Dr., Hochschule Rosenheim, Fakultät WI
- Gabriel, Roland, Prof. Dr., Kathrein Werke KG, Head of Technology Management
- Knott, Maximilian, KNOTT Holding GmbH, Geschäftsführer
- Köster, Heinrich, Prof., Hochschule Rosenheim, Präsident Hochschule Rosenheim,
- Wewek, Alexander, Wilhelm Gronbach GmbH, Geschäftsführer

## Interviewpartner

- Oskar Berger, W. L. Gore & Associates GmbH, Geschäftsführer
- Thomas Halletz, KIEFEL GmbH, Geschäftsführer
- Roland Heeger, schattdecor AG, Vorstand Technik
- Helmut Schwarz, Dr., Krones AG, Werksleitung Rosenheim



# VIELE GUTE IDEEN

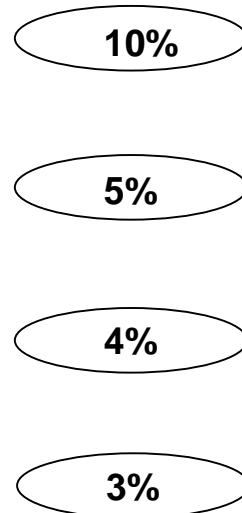




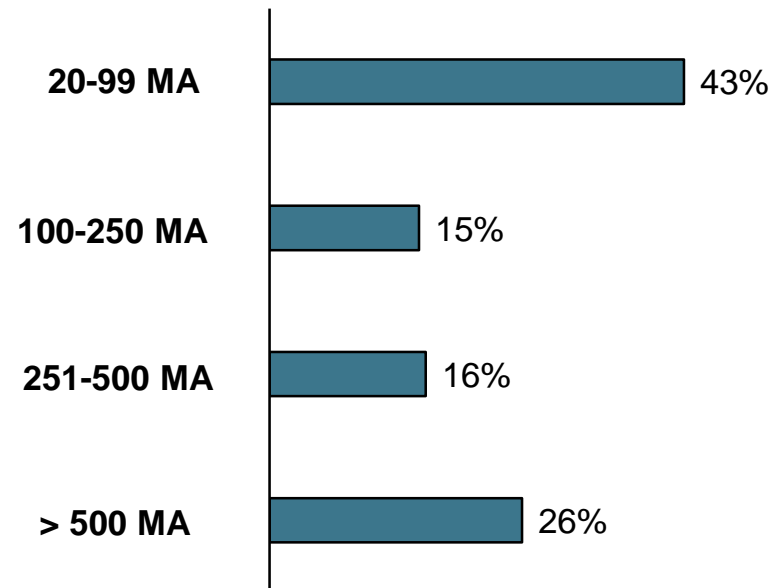
## Hauptberuflich sind allerdings nur wenige Mitarbeiter für Innovationen tätig – je kleiner das Unternehmen, um so mehr

Wie viele Mitarbeiter sind in Ihrem Unternehmen mit Innovationstätigkeiten hauptberuflich beschäftigt? (Nennungen in % der Mitarbeiterzahl)

Anteil hauptberufliche Mitarbeiter im Bereich Innovation in %



Unternehmenszahl STICHPROBE nach MA-Größenklassen in %





## Weniger eingesetzt werden externe Unterstützung, Anzahl Mitarbeiter FuE und Fördermittel

Welche der Erfolgsfaktoren setzen Sie schon HEUTE in Ihrem Unternehmen um?  
(Weniger eingesetzte Faktoren - Mehrfachnennungen, Angaben in %)

