

Abschlussbericht

2012

Faktor I-Ideen, Initiativen, Innovationen im Thüringer Handwerk



Untersuchung des Innovationsverhaltens von
Thüringer Handwerksbetrieben

Dipl.-wirt.-Ing. (FH) Christian Schaller
Umweltzentrum des Handwerks Thüringen
In der Schremsche 3
07407 Rudolstadt

**anonymisierte Kurzfassung der Befragungsergebnisse aus dem
Projekt „Faktor I – Initiativen, Ideen, Innovation“ des
Umweltzentrum des Handwerks Thüringen**

1. Datengrundlage

- Datensatz umfasst **59** Unternehmen

Unternehmen sind aufgeteilt in:

- Handwerksbetriebe
 - Dienstleistungsunternehmen
 - Industrieunternehmen
 - Partner
- Dabei wurden **23** Unternehmen persönlich befragt und Informationen zu **36** Unternehmen recherchiert

Recherchearbeit in:

- Beraterdatenbank HWK
- Daten Thüringer Innovationspreis von 2008 bis 2012
- Internetrecherche/ Printmedien
- versch. andere Preise z.B. Thüringer Energieeffizienzpreis

Befragungen:

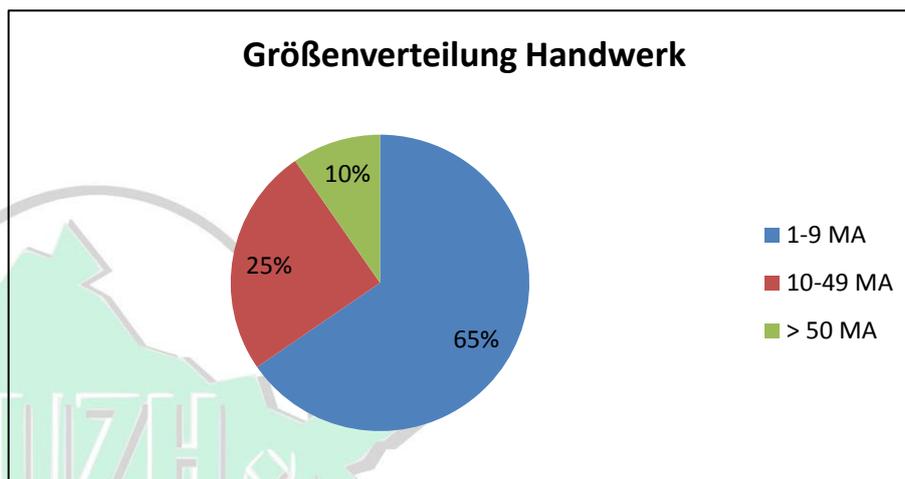
- Unternehmen wurden zufällig ausgewählt
- Termine telefonisch vereinbart
- **23** Unternehmen konnten persönlich besucht werden
- für die Befragung wurde ein gleichbleibendes Fragemuster verwendet
- bis auf wenige Ausnahmen konnten die geplanten Unternehmen befragt werden

Verteilung der befragten Unternehmen:

- 16 Handwerksbetriebe
- 3 Dienstleistungsunternehmen
- 2 Industrieunternehmen
- 2 Partner (Patentrecherche, Beratungsunternehmen)

Größenverteilung:

- Gesamt:
 - 1-9 Mitarbeiter, 34 Unternehmen
 - 10-49 Mitarbeiter, 15 Unternehmen
 - 50 und mehr Mitarbeiter, 8 Unternehmen
- Im Handwerk:
 - 1-9 MA, 34 Unternehmen
 - 10-49 MA, 13 Unternehmen
 - 50 und mehr MA, 5 Unternehmen

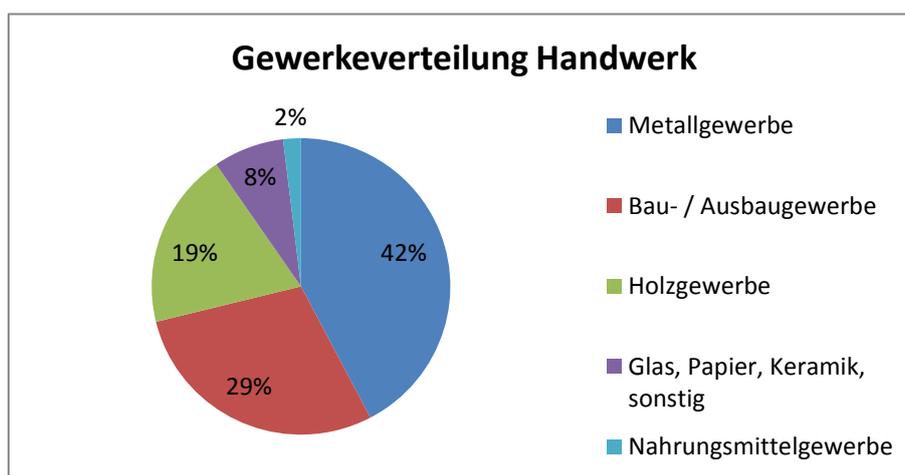


Unternehmensalter:

- jüngstes Unternehmen 2012 gegründet
- ältestes Unternehmen 1884 gegründet
- Durchschnittsalter aller Unternehmen im Datensatz 22 Jahre

Gewerkeverteilung Handwerk:

- 22 im Metallgewerbe
- 15 im Bau- / Ausbaugewerbe
- 10 im Holzgewerbe
- 4 im Glas-, Papier-, Keramik- und sonstigen Gewerbe
- 1 im Nahrungsmittelgewerbe



2. Auswertung

Innovativität:

Diese Information wird zum einen benötigt, um eine Verteilung von innovativen zu nicht innovativen Unternehmen aufzustellen, zum anderen um Gründe für die jeweilige Innovativität zu erfahren. Innovationen können hierbei die Struktur, Prozesse und Produkte betreffen.

- Insgesamt 49 Unternehmen mit Innovationen
- Insgesamt 9 Unternehmen ohne Innovationen

davon

- 43 Handwerksbetriebe mit Innovationen
- 9 Handwerksbetriebe ohne Innovationen

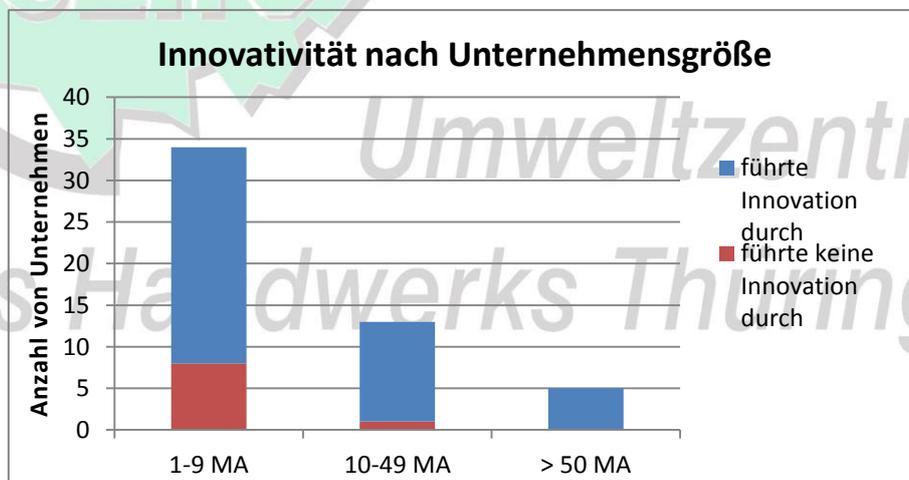
davon

- 7 Handwerksunternehmen mit Innovationen persönlich besucht
- 9 Handwerksunternehmen ohne Innovationen persönlich besucht

Innovativität und Unternehmensgröße:

- Allgemein:

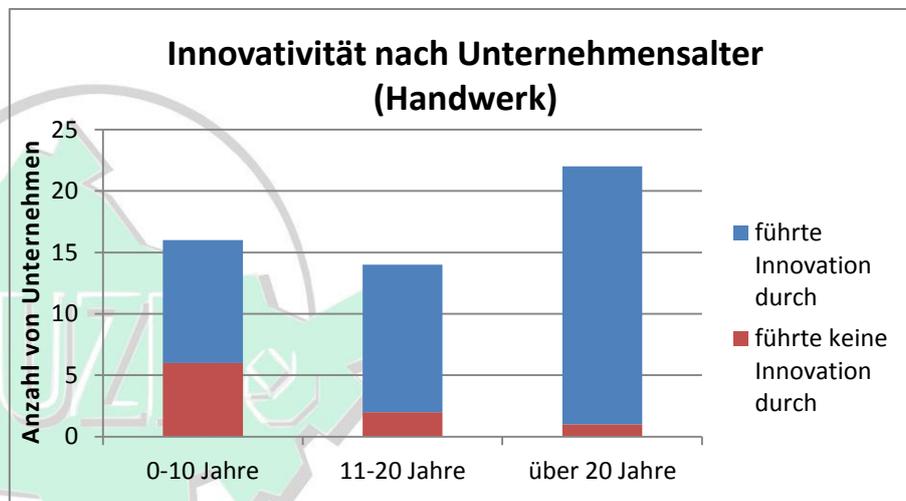
- 76% der Betriebe mit 1-9 MA im Datensatz führte Innovationen durch
- 92% der Betriebe mit 10-49 MA im Datensatz führte Innovationen durch
- 100% der Betriebe mit 50+ MA im Datensatz führte Innovationen durch



Ein sehr hoher Anteil der Unternehmen im Datensatz führte Innovationen durch. Dies ist darauf zurückzuführen, dass Unternehmensdaten von Innovationspreisen mit eingeflossen sind.

Innovativität nach Unternehmensalter:

- Im Datensatz ist folgende Unternehmensaltersverteilung festzustellen
 - 0-10 Jahre 18, davon 16 Handwerksunternehmen
 - 11-20 Jahre 22, davon 14 Handwerksunternehmen
 - Über 20 Jahre 19, davon 22 Handwerksunternehmen
- Innovationen in Handwerksunternehmen wurden durchgeführt von
 - 0-10 Jahre 10 Unternehmen
 - 11-20 Jahre 12 Unternehmen
 - Über 20 Jahre 21 Unternehmen



Innovativität nach Gewerbe:

- Eine besonders hohe Innovationsquote in diesen Bereichen festgestellt:
 - Metallgewerbe 47% im Datensatz
 - Bau- / Ausbaugewerbe 19% im Datensatz
 - Holzgewerbe 23% im Datensatz

Wobei die hier die folgenden Gewerke besonders hervorstechen:

- Feinwerktechnik
- Metallbau
- Tischler

3. Erkenntnisse und Probleme

- Die Auswertung der Befragungen erfolgt durch die Analyse von 12 Überbegriffen, welche den Inhalt des Fragenkataloges übersichtlich und zusammenfassend darstellen.
- Umgesetzt wurden die Fragen in die Überbegriffe: „Innovation erkennen“, „Ideenselektion“, „Wissensbewahrung“, „personelle Ressourcen“, „Unterstützung“, „Finanzierung“, „Analysen“, „Förderpolitik“, „Schutzrechte“, „Marketing“, „Bildung/Bindung“, „Netzwerk“.

Netzwerk:

Dieser Begriff umschreibt Aktivitäten in die andere Unternehmen eingebunden sind, um Abläufe zu vereinfachen und Ergebnisse zu verbessern.

- Beobachtung: Für den überwiegenden Anteil der Unternehmen, besitzen Netzwerke einen hohen Stellenwert. Hierbei existieren jedoch Unterschiede. Viele kleinere Handwerksbetriebe nutzen Netzwerke um sich bei Aufträgen auszuhelfen, gewerkefremde Aufträge an bekannte Unternehmen zu vermitteln und zum Informationsaustausch. Größere, innovative Handwerksunternehmen und handwerksfremde Unternehmen nutzen darüber hinaus Netzwerke mit Forschungseinrichtungen, Lieferanten u.v.m gezielter. Beispielsweise unterstützen sie sich gegenseitig bei verschiedenen Prozessen (z.B. Innovationsprozess).

Unterstützung:

Als Unterstützung sind die Maßnahmen zu verstehen, welche durch die HWK direkt oder vermittelte Berater durchgeführt werden und Innovationsprozess Themen zum Inhalt haben.

- Hier zeigten die Befragungen ein eindeutiges Ergebnis. Die Unternehmen welche Unterstützung nutzten waren weitestgehend zufrieden mit der Leistung. Andere Unternehmen würden bei Notwendigkeit diese angebotenen Unterstützungen nutzen.
- Es zeigte sich jedoch, dass der Informationsstand über die angebotenen Leistungen Lücken aufweist.

Förderpolitik:

Alle Möglichkeiten von öffentlichen Stellen, welche Innovationsprojekte durch zu Verfügung stellen von Ressourcen (finanziell, personell,) unterstützen können, sind hier zusammengefasst.

- Die Förderpolitik z.B. des Landes wird zu großen Teilen als problematisch eingeschätzt. Grund hierfür sind Erfahrungen der Unternehmen die nicht nur einen hohen bürokratischen Aufwand bescheinigen, sondern auch Schwierigkeiten wenn es um die eigentliche Bewilligung und die Auszahlungsgepflogenheiten geht. Die Erfahrungen decken sich mit den Erwartungen von noch in diesem Bereich förderfreien Unternehmen.
- Hier sind ebenfalls Verbesserungen des Informationsstandes der Unternehmen möglich. Auch wünschen sich die Unternehmen eine professionelle, teils ganzheitliche Begleitung im Rahmen der Förderverfahren.

Personelle Ressourcen:

Es stellt sich hier die Frage welchen Stellenwert das mitwirkende Personal einnimmt.

- Für die größeren innovierenden Unternehmen ist das eingesetzte Personal mit den speziellen Eigenschaften wichtig und verfügbar. Noch sind diese zum größten Teil auch ausreichend mit Personal ausgestattet. Sie stellen aber auch die sich nach hinten verlagernde Altersstruktur und den weiteren Mangel an Fachkräften fest. Zum Teil werden Aufgaben von Externen übernommen.
- Kleinere Unternehmen stehen auch diesen Umständen gegenüber, können dies aber nicht kompensieren, konzentrieren sich deshalb auf das Tagesgeschäft und unterlassen die Beschäftigung mit neuen Ideen oder verschieben diese.

Innovationen erkennen:

In diesem Punkt wird ausgewertet in wie weit sich die Unternehmen mit Ideen/ Innovationen beschäftigen und mit der Begriffsbedeutung vertraut sind.

- Innovative Unternehmen der Befragung entwickeln gezielt auf Kundenwunsch oder erweitern den Kundenkreis durch neue eigene Produkte und Marketinglösungen. Hier sind Neuerungen selbstverständlich und Teil der Unternehmensphilosophie.
- Im Gegensatz dazu konzentrieren sich mehrere kleinere Unternehmen wie schon erwähnt auf das noch mit genügend Aufträgen versorgte Tagesgeschäft. Hier werden spezifische Anpassungen an Kundenwünsche durchgeführt aber nicht bewusst als verwertbare Idee, mit welcher man sich vom Konkurrenten abheben könnte, wahrgenommen.

Ideenselektion:

Welche Bedeutung messen Unternehmen der gezielten Auswahl von Ideen zu.

- Für die meisten Unternehmen mit Innovationserfahrung ist es wichtig zu prüfen, welche Ideen ökonomisch am erfolgversprechendsten sind. Sie holen regelmäßig auch externe Meinungen über das Potential ein.
- Andere Unternehmer (noch ohne Innovationen) stellen es sich schwierig vor die „richtigen Ideen“ auszuwählen. Hiervon sind auch Unternehmen mit Innovationserfahrung nicht ausgenommen.

Wissensbewahrung:

Welchen Stellenwert nimmt die Wissensbewahrung ein und wie sind die nötigen Aktivitäten strukturiert.

- Unternehmen mit Kompetenzen in Innovationen, dokumentieren Wissen und verbreiten es auch gezielt an mitwirkende Stellen.
- Doch liegt vielfach die Wissensbewahrung in kleineren Unternehmen beim jeweiligen Mitarbeiter. Was bedeutet, neues Wissen wird nicht genug dokumentiert und ist nicht allen Mitarbeitern zugänglich. Somit wird oft nötiges Wissen einfach vergessen oder gelangt nicht an die notwendigen Stellen.

Finanzierung:

Die Finanzierung sei es mit Fremdmitteln oder durch Eigenkapital ist grundlegend für Investitionsentscheidungen. Wie gehen die Unternehmen mit diesem Fakt um?

- Größere Unternehmen sind sich wohl bewusst, dass sich nur durch Investitionen weitere wirtschaftliche Erfolge einstellen können. Hierfür werden frühzeitig Budgets festgelegt und Wirtschaftlichkeitsberechnungen durchgeführt.
- Andere Unternehmen beschäftigen sich nicht so intensiv mit den Kostenfaktoren. Hier besteht die Gefahr unüberschaubarer Kosten und somit von Fehlschlägen.
- Die zentrale Rolle dieses Faktors ist im Allgemeinen den Unternehmen bewusst, jedoch fehlt eher den kleineren Unternehmen die nötige Eigenkapitaldecke und/oder die Unterstützung von Fremdkapitalgebern.

Analysen:

Ähnlich der Finanzierung geht es hier um notwendige Kontrollstrukturen im Innovationsprozess. Gemeint sind Analysen für notwendige Voraussetzung einer erfolgreichen Umsetzung von Ideen wie z.B. Machbarkeitsstudien, Analysen eigenen Situation, der Kundengruppen und möglichen Märkte.

- Hier ist deutlich zu sehen, dass nur die erfolgreich innovierenden Unternehmen der Notwendigkeit bewusst sind und diese Maßnahmen durchführen, auch unter Zuhilfenahme von externen Beratern.
- Kleinere und nicht innovative Unternehmen machten zu diesem Punkt keine Angaben oder hielten es für nicht wichtig.

Schutzrechte:

Ein wichtiges Element im Innovationsprozess sind die Schutzrechte. Sie sind entscheidend um Rechte gegenüber Dritten durchzusetzen.

- Dessen ist sich der überwiegende Teil der Unternehmen bewusst und nutzt auch die Möglichkeit der Wissenssicherung und externen Beratungsmöglichkeiten.
- Jedoch ist ein ausbaubarer thematischer Informationsstand festzustellen. Es gibt Unternehmen welche die Notwendigkeit unterschätzen, sich aber auch über die wirklichen Kosten nicht bewusst sind.
- Zudem unterließ ein Unternehmen Schutzrechtsanmeldungen aus Kostengründen.

Marketing:

Wird eine neue Idee oder Potential vom Konsumenten nicht wahrgenommen geht der wirtschaftliche Sinn der Maßnahme verloren und Ressourcen gehen dem Unternehmen verloren. Unbestritten ist auch, dass dieser Bereich nicht zu den unkompliziertesten und den kostengünstigsten gehört.

- Deshalb nutzen erfahrene Unternehmen vielfach externe Berater und Dienstleister. Was auch mit entsprechenden Kosten verbunden ist.
- Dieser Aufwand schreckt kleinere Unternehmen zum Teil ab. Auch sind Innovatoren bekannt die hier aus Kostengründen abbrechen.

- Natürlich unterschätzen hier Unternehmen oft die Notwendigkeit sich so hervorzuheben und unterlassen entsprechende Maßnahmen.

Bildung/ Bindung:

Im diesem Bereich sind die Eigenschaften der internen Beteiligten, wie „know How“ und Bindung zum Unternehmen zusammengefasst.

- Die Unternehmen erkennen die Notwendigkeit der fachlichen Qualifizierung. Es gibt aber Unterschiede durch wen das Wissen geschaffen wird. Größere Unternehmen besitzen vermehrt qualifiziertes Personal und bilden betrieblich und überbetrieblich weiter. Sie können den Fachkräftemangel eher kompensieren.
- Kleinere Unternehmen sind eher auf jeden Mitarbeiter angewiesen, sind aber eingeschränkter in Weiterbildung und Maßnahmen zur Bindung, durch begrenzte zeitliche und finanzielle Ressourcen. Vielfach werden hier Möglichkeiten von Herstellerschulungen und Informationsaustausche mit anderen Unternehmern genutzt. Abgehende Mitarbeiter sind schwerer zu ersetzen.



*Umweltzentrum
des Handwerks Thüringen*