

Vorfahrt für Querdenker

»Menschen mit einer neuen Idee gelten so lange als Spinner, bis sich die Sache durchgesetzt hat«, sagte der amerikanische Schriftsteller Mark Twain. Neues Wissen entsteht immer dort, wo Forscher die ausgetretenen Pfade verlassen und Grenzen überschreiten. Doch nur wer seine außergewöhnliche Idee auch unbeirrbar verfolgt, kann sie durchsetzen. Querdenker lösen Widerstand aus, weil sie bisherige Wahrheiten in Frage stellen, sie befreien aber gleichzeitig, weil sie neue Gestaltungsräume öffnen.

Innovationen treiben den Erneuerungsprozeß der Wirtschaft voran und schaffen neue Märkte. Doch das Scheitern gehört dazu. Wie ein Forscher mit einer neuen Idee seine wissenschaftliche Reputation aufs Spiel setzt, so setzt ein Unternehmer mit einer Innovation oft seine wirtschaftliche Existenz aufs Spiel. Die Umsetzung von Ideen in neue Produkte, Dienstleistungen oder Prozesse ist riskant. Vorsprung durch Innovation ist aber der einzige Weg, um in Deutschland Wohlstand und Beschäftigung zu sichern. Deshalb brauchen wir eine Unternehmenskultur, die den Erfolg auf neuen Wegen sucht. Wir Deutsche sind hervorragende Erfinder und Ingenieure: Hier wurden Fax, Computer und MP3 entwickelt – zu erfolgreichen Produkten wurden sie jedoch in Asien und den USA gemacht.

Woran liegt das? Wie können neue Ideen schneller und effizienter in erfolgreiche Produkte, Verfahren oder Services umgesetzt werden? Diese Fragen haben wir im Projekt »Schneller zur Innovation« untersucht. Dabei wurden nicht nur Zeittreiber identifiziert, sondern auch Werkzeuge entwickelt, die helfen, Innovationsprozesse zu systematisieren und zu beschleunigen. Die Ergebnisse sind in dem kürzlich erschienen Buch »Fokus Innovation« zusammengefasst.

Über den Erfolg von neuen Produkten entscheiden die Menschen, die diese Produkte kaufen. Neue Untersuchungen zeigen, dass Unternehmen dann mehr neue Produkte einführen, wenn die Bevölkerung aufgeschlossener gegenüber neuer Technik ist. Deshalb kommt der Innovationskultur in einem Lande eine so hohe Bedeutung zu. Ziel der Initiative »Partner für Innovation« ist es, in Deutschland die Bereitschaft zur Erneuerung zu stärken. Mehr als 200 Unternehmen, Verbände, Institutionen und Forschungsorganisationen engagieren sich gemeinsam, um die Innovationsfähigkeit zu steigern. Die initiierte Medienkampagne »Du bist Deutschland« soll zu einer Aufbruchsstimmung beitragen und Mut machen. Der Appell an den Einzelnen



Prof. Dr.-Ing. Hans-Jörg Bullinger,
Präsident der Fraunhofer-Gesellschaft

heißt: Hab' Vertrauen in deine Leistungsfähigkeit, werde zum Gestalter und nicht zum Spielball des Wandels. Doch kann eine Kampagne überhaupt etwas bewegen? Ich denke schon, wenn wir sie im Zusammenhang mit weiteren Aktionen und Initiativen betrachten.

Der Verein Deutscher Ingenieure VDI startet im Februar mit über 30 Partnern – die Fraunhofer-Gesellschaft ist mit dabei – die Initiative »Sachen machen«. Sie hat zum Ziel, die Leistungsfähigkeit des Technikstandorts Deutschland zu demonstrieren und den Nachwuchs für Technikthemen zu begeistern. Intensiv werben für den Standort Deutschland wird im Jahr der Fußballweltmeisterschaft auch die gemeinsame Initiative der Bundesregierung und der deutschen Wirtschaft »Deutschland – Land der Ideen«. An jedem Tag des Jahres 2006 wird ein anderer Ort zum »Ort der Ideen«. Sieben der 365 ausgewählten Ideen wurden von Fraunhofer-Instituten eingereicht. Die Initiative soll demonstrieren, dass wir in einem innovativen Land leben.

Und nicht zuletzt beginnt im Januar das »Jahr der Informatik«. Wie kaum eine andere Wissenschaft durchdringt die Informatik alle Bereiche unseres Lebens. Sie ist für die Entwicklung immer besserer Produkte, immer schnellerer Abläufe und damit für die zukünftige Wettbewerbsfähigkeit Deutschlands von zentraler Bedeutung. Das Informatikjahr wird gemeinsam mit der Initiative Wissenschaft im Dialog (WiD) und der Gesellschaft für Informatik (GI) sowie zahlreichen Partnern aus Wissenschaft, Wirtschaft und Kultur getragen. Hierbei spielen die Institute der Fraunhofer-Gruppe Informations- und Kommunikationstechnik eine führende Rolle.

All diese Initiativen münden in dem Tenor: Gebt der Kreativität eine Chance. Dazu brauchen wir Querdenker, denn: »Der Widerspruch ist es, der uns produktiv macht«. Das erkannte schon Johann Wolfgang von Goethe. Vorfahrt für neue Ideen. Das wäre der richtige Vorsatz fürs neue Jahr.