

20.06.2017 – 09:00 Uhr

## Innovationen sichern Wettbewerbsfähigkeit

Lausanne (ots) -

Die Ertragslage der Unternehmen der Maschinen-, Elektro- und Metall-Industrie (MEM-Industrie) ist noch immer unbefriedigend. Der Weg zu hinreichenden Margen führt vor allem über Innovationen. Swissmem hat zusammen mit der Fachhochschule Nordwestschweiz (FNHW) eine Studie zu den Erfolgsfaktoren der Innovation in der MEM-Branche durchgeführt. Die Ergebnisse zeigen, dass innovationsstarke Unternehmen über eine klare, langfristig angelegte Innovationsstrategie verfügen. Zudem sind neben einer innovationsfördernden Firmenkultur vor allem betriebseigene Innovationsaktivitäten sowie gezielte Kooperationen entscheidend für den Erfolg.

Die wirtschaftliche Situation in der MEM-Industrie ist vielerorts nach wie vor angespannt. Insbesondere die Ertragslage ist in vielen Firmen unbefriedigend. Nicht weniger als 23 Prozent der MEM-Firmen haben das vergangene Jahr auf Stufe EBIT mit einem Verlust abgeschlossen. Hinreichende Gewinnmargen sind jedoch überlebenswichtig, denn nur so haben die Betriebe die Mittel, um in die Zukunft investieren zu können. Für in der Schweiz produzierende Firmen führt der Weg zurück in die Gewinnzone vor allem über Innovationen.

Der Bericht «Forschung und Innovation in der Schweiz 2016» des Staatssekretariats für Bildung, Innovation und Forschung bestätigt, dass Schweizer MEM-Unternehmen erfolgreich innovieren. Um ein klares Bild über die Erfolgsfaktoren der Innovation sowie Hinweise für Verbesserungsmöglichkeiten zu gewinnen, hat Swissmem in Zusammenarbeit mit der Fachhochschule Nordwestschweiz die Mitgliedfirmen zu ihrer Innovationstätigkeit befragt.

### Innovationsstarke MEM-Branche

Innerhalb der MEM-Branche bringen insbesondere Betriebe aus dem Maschinenbau sowie Elektro- und Elektronikunternehmen überdurchschnittlich häufig Produktinnovationen auf den Markt. Firmen der Metall-Industrie sind hingegen bei Prozessinnovationen überdurchschnittlich erfolgreich. Die Anzahl Innovationen ist abhängig von der Grösse des Unternehmens. Je grösser ein Unternehmen ist, desto höher ist die Anzahl Innovationen. In den Jahren von 2014 bis 2016 haben sechs von zehn KMU mit einem Umsatz bis zu 5 Millionen Franken neue Produkte eingeführt. Bei Unternehmen mit über 50 Millionen Franken Umsatz haben mehr als 90 Prozent Innovationen im Markt eingeführt.

Die wichtigste Quelle für neue Produktideen ist die eigene Forschungs- und Entwicklung (F&E). Firmen, die Produktinnovationen schaffen, haben zudem signifikant mehr F&E-Beschäftigte als Unternehmen ohne Produktinnovationen. Weitere wichtige Ideengeber sind das Top-Management, Personen aus Marketing, Verkauf und Produktmanagement sowie die Kunden.

### Unternehmensstrategie und -kultur als entscheidende Faktoren

Die Studie der FNHW zeigt deutlich, dass Innovationen nicht zufällig entstehen. Eine klare Innovationsstrategie und eine langfristige Planung der Innovationsaktivitäten korrelieren sowohl mit Produkt- als auch mit Prozessinnovationen. Je stärker es dem Management zudem gelingt, ein innovationsförderndes Umfeld zu schaffen und je höher das Commitment der Mitarbeitenden zur Innovationsstrategie der Firma ist, desto häufiger haben die Unternehmen erfolgreich Innovationen in ihre Betriebe und Märkte eingeführt.

Damit dieses Commitment zur Innovation zum Tragen kommen kann, braucht es ausgeprägt kooperative Arbeitsprozesse. Diese müssen durch ein effektives Kontrollsystem begleitet werden. Ein solches System schafft Transparenz und stellt sicher, dass Ziele und Nutzen der Innovationsaktivitäten erreicht werden. Für den Innovationserfolg ist somit eine gute Balance zwischen Freiräumen für die Mitarbeitenden und straffer Führung wichtig. Firmen, denen dieser Spagat gelingt, zeichnen sich durch eine signifikant höhere Innovationsleistung aus.

### Grosse Bedeutung der Innovationskooperationen

Firmen, die Innovationskooperationen eingehen, haben eine doppelt so hohe Chance Produkte zu innovieren als solche, die es nicht tun. In der Periode von 2014 bis 2016 haben fast 50 Prozent der antwortenden Swissmem-Mitgliedfirmen bei Innovationsaktivitäten mit Dritten kooperiert. Das ist eine mit anderen Branchen vergleichbare Quote. Die wertvollsten Kooperationspartner sind laut Befragung die Kunden, gefolgt von Hochschulen und F&E-Instituten sowie Lieferanten.

Die grössten Kooperationshindernisse sind mangelnde finanzielle oder personelle Ressourcen. Bei 23 Prozent der MEM-Betriebe stellt dies ein Problem dar, weitere 45 Prozent leiden darunter. Auch die Unternehmensgrösse spielt eine Rolle. Je kleiner ein Unternehmen, desto häufiger ist das Ressourcenproblem ein Hinderungsgrund für Kooperationen.

### Empfehlungen an Unternehmen

Zusammenfassend lassen sich aus den Studienergebnissen folgende Empfehlungen ableiten:

- Es lohnt sich, in eigene F&E-Aktivitäten zu investieren. Das

heutige Umfeld zeigt deutlich, dass permanente Innovationen unerlässlich sind. Innovative Unternehmen sind erfolgreicher. Dafür muss ein Betrieb dediziert personelle und finanzielle Ressourcen einsetzen.

- Es lohnt sich, ein innovationsförderndes Umfeld schaffen. Wer innovieren will, muss dies explizit in seine Unternehmensstrategie integrieren und ein innovationsfreundliches Betriebsklima fördern. Innovationsstarke Firmen schaffen eine gute Balance zwischen den Freiräumen für die einzelnen Mitarbeiter und einer straffen Führung.
- Es lohnt sich, geeignete Kooperationspartner zu finden. Rund 50 Prozent der MEM-Betriebe gehen für Innovationsaktivitäten keine Kooperationen ein. Die Erfahrung zeigt jedoch, dass Kooperationen zu besseren Lösungen, schnelleren Markteinführungen und tieferen Gesamtkosten führen sowie frisches Know-how in den Betrieb bringen. Die MEM-Branche hat in diesem Bereich noch Verbesserungspotenzial.

#### Unterstützung für Swissem-Mitgliedfirmen

Swissem hat für ihre Mitgliedfirmen Innovations-Coaches im Einsatz, die über langjährige Management- und F&E-Erfahrung in der Industrie verfügen. Sie kennen sowohl die Bedürfnisse der Unternehmen wie auch die Aktivitäten an den Hochschulen. Darüber hinaus sind sie mit den Finanzierungsmöglichkeiten bei nationalen und internationalen Förderagenturen vertraut. Die Coaches evaluieren zusammen mit den Firmen den Innovationsbedarf und zeigen Lösungs- sowie Kooperationsmöglichkeiten auf.

#### Kontakt:

Ivo Zimmermann, Leiter Kommunikation  
Tel. +41 44 384 48 50 / Mobile +41 79 580 04 84  
E-Mail [i.zimmermann@swissem.ch](mailto:i.zimmermann@swissem.ch)

Philippe Cordonier, Responsable Suisse romande  
Tel. +41 21 613 35 85 / Mobile +41 79 644 46 77  
E-Mail [p.cordonier@swissem.ch](mailto:p.cordonier@swissem.ch)

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100053245/100803875> abgerufen werden.