



Experte für neue Ideen

Von Georg Jauken - 12.07.2017 - 0 Kommentare

Was brauchen Unternehmen, damit sie vorankommen? Innovationsberater Michael Schuricht verrät es.



Innovationsberater Dr. Michael Schuricht. (Georg Jauken)

Herr Schuricht, was ist eine Innovation?

Michael Schuricht: Viele verstehen darunter die ganz großen Ideen, die die Welt verändern. Bei uns fängt das viel früher an, nämlich da, wo sich im Unternehmen etwas verändert.

Was könnten das für Veränderungen sein?

Zum Beispiel neue Produkte und Dienstleistungen, neue Techniken und Prozessabläufe, die das Unternehmen weiterbringen, oder, was auch interessant

ist, ein neues Geschäftsmodell. Also die Art, wie ein Unternehmen Geld verdient. Ich hatte in meiner Zeit an der Universität Oldenburg mal so einen Fall. Ein Unternehmen hatte sich mit einer neuen Software, einem Geoinformationssystem, selbstständig gemacht. Die Software wurde erst angenommen, als das Unternehmen sie verschenkt hat, passende Servicedienstleistungen anbot und damit sein Geld verdiente.

Weshalb verkaufte sie sich nicht?

Weil es vorher wahrscheinlich zu teuer war. Aber das ist nur Spekulation. Auf jeden Fall fiel beim Kauf eine große Summe an, die sich bei der Abrechnung über Servicedienstleistungen über einen längeren Zeitraum verteilt. Außerdem: Wenn ich die Software nicht kaufen muss, kann ich sie erst ausprobieren. Wenn sie nichts taugt, suche ich mir eine andere und habe nicht viel Geld versenkt.

Wie gehen Sie bei einer Beratung vor?

Zuerst muss ich das Unternehmen kennenlernen. Welche Fähigkeiten und Kompetenzen gibt es? Welche Angebote könnten daraus entwickelt werden? Dann muss ich den Markt kennenlernen, auf dem das Unternehmen tätig ist. Hilfreich ist es, das alles genau zu strukturieren. Dann sieht der Unternehmer meist schon selbst, was möglich ist. Das Kennenlernen hilft beim Herauskitzeln neuer Ansätze.

Machen wir die Probe aufs Exempel. Nehmen wir an, ein Journalist käme zu Ihnen in die Beratung mit dem Ziel, seine Umsätze zu steigern. Wo würden sie ansetzen?

Ein Ansatz wäre, das Angebot zu spezialisieren. Ein anderer Ansatz wäre, zu überlegen, wer braucht die Dienstleistung. Dann ist es meine Aufgabe, nach neuen Trends zu suchen. Ein nicht mehr ganz so neuer Trend ist zum Beispiel, dass die schriftliche Online-Kommunikation immer mehr an Bedeutung gewinnt, auch in Unternehmen. Dort stellt sich die Frage, wer schreibt die Texte. Damit hätten wir

schon zwei Themen: Das Produkt zu schärfen und zu verbessern sowie neue Märkte zu finden, auf dem er das gleiche Produkt noch einmal positionieren könnte.

Einem Unternehmer kann der Umsatz herzlich egal sein, solange der Gewinn stimmt. Wie gehen sie vor, wenn er nicht stimmt, obwohl das Unternehmen volle Auftragsbücher hat und auch genügend gut ausgebildetes Personal?

Dann gibt es zwei Stellschrauben. Bei der ersten geht es um Optimierung, was aber nicht nur heißt, Kosten zu sparen, sondern auch schlauer zu arbeiten, effizienter zu werden und mehr Zeit für das Wesentliche zu verwenden.

Was ist das Wesentliche?

Das ist in jedem Unternehmen anders. Das Unwesentliche ist auf jeden Fall, wenn ein Mitarbeiter warten muss oder stundenlang etwas sucht, bevor er weiterarbeiten kann. Es sind oft die einfachsten Sachen. Ich berate zum Beispiel ein Unternehmen, das Haushaltsgegenstände produziert. Da gehen wir Schritt für Schritt durch und schauen, wie effizient die Abläufe sind. Interessanterweise fällt es einem nicht selbst auf, wo etwas verbessert werden kann, sondern den Mitarbeitern. Wenn man strukturiert abfragt, kommt so etwas heraus. Und es ist schön, zu sehen, wenn ein Problem gelöst werden kann, mit dem sich ein Mitarbeiter seit Monaten beschäftigt hat.

Und die zweite Stellschraube?

Das sind die Materialien. Gibt es vielleicht Günstigere? Wie viele Reste fallen an und kann man sie vielleicht weiterverarbeiten?

Das schreit nach einem Beispiel.

Ein Bauunternehmen, das ein altes Haus abreißt, könnte sich zum Beispiel fragen, ob es den gesamten Schutt entsorgt oder die alten Türen und Dachziegel vielleicht wiederverwenden oder verkaufen könnte.

Wie lange dauert es, wenn Sie ein Unternehmen beraten?

Wenn wir in einem Betrieb einen Prozess umstellen, ist es das Ziel, auch zu schauen, ob die Umstellung etwas gebracht und was sie bewirkt hat. Es gibt allerdings eine Zeitbeschränkung. Unser Beratungsangebot ist ein öffentlich gefördertes Projekt. Einen Teil tragen unsere Gesellschafter, zu denen auch der Landkreis Wesermarsch gehört. Ein Teil kommt vom Land und der EU. Mit der Bewilligung ist geregelt, dass wir ein Unternehmen bis zu zehn Tagen im Jahr beraten dürfen. In einigen Fällen kommt man in dieser Zeit sehr weit, in anderen findet man höchstens einen Ansatz.

Kann sich jedes Unternehmen von Ihnen beraten lassen?

Wir beraten nur kleine und mittlere Betriebe mit bis zu 250 Mitarbeitern. Ich habe Unternehmen, die sind direkt an der Grenze, meist produzierende Unternehmen, aber auch ein Sozialwerk. Der Großteil der Betriebe, die ich berate, hat um die zehn Mitarbeiter. Da macht es auch am meisten Sinn, weil ihnen eine Person fehlt, die sich mit neuen Ideen beschäftigt. Bei guter Auftragslage sind alle mit dem Alltagsgeschäft ausgelastet.

Ich bin zum Beispiel mit zwei Handwerksbetrieben nach dem Kennenlernen in den Beratungsprozess eingestiegen. Beide hatten die Idee für ein Produkt in der Schublade, das sie nur einmal verkauft oder nur einmal hergestellt hatten, um sich

den eigenen Arbeitsalltag zu erleichtern. Für beide Produkte gibt es einen Markt. Für das eine gibt es bisher nur einen Hersteller mit langen Wartezeiten. Jetzt geht es darum, wie der Betrieb selbst oder zusammen mit einem Partner dieses Produkt auf den Markt bringen kann. Das ist das Thema der Beratung, denn ein Handwerksbetrieb mit 20 oder 30 Mitarbeitern kann ja nicht ohne Weiteres umschwenken auf die Produktion. Die Zielgruppe wären andere Handwerksbetriebe, die ebenfalls einen Vorteil davon hätten.

Wie kommen Sie an die Unternehmen heran, die Sie beraten?

Wir arbeiten eng mit der Wirtschaftsförderung zusammen. Sie macht die Bestandspflege. Meist vermittelt sie auch den Kontakt. Wenn sich ein Unternehmen direkt an mich wendet, würde ich mich auch freuen.

Wie wird das Beratungsangebot angenommen und wie viele Betriebe in der Wesermarsch haben Sie schon beraten?

Es läuft mindestens so gut, wie wir erwartet haben, eigentlich sogar ein bisschen besser. Bisher habe ich 34 sogenannte Aufschluss-Gespräche geführt. Daraus sind 15 vertiefende Beratungsprojekte entstanden, die noch laufen oder zum kleinen Teil schon abgeschlossen sind. Wo die meiste Nachfrage ist, beraten wir auch am häufigsten. Das ist im Moment die Wesermarsch.

Woran liegt das? An den Unternehmen, der Wirtschaftsförderung?

Das wäre Spekulation, das kann man nicht genau sagen. Was ich sagen kann, ist, dass es in der Wesermarsch eine Innovationskultur gibt und gute Beispiele, dass Innovationen funktioniert haben. Ich denke an die Firma Barghorn*. Sie hat ihre Prozesse umgestellt, Ineffizienzen und Wartezeiten beseitigt, und kommuniziert das offen. Wenn andere Unternehmen solche erfolgreiche Beispiele sehen, fangen sie an, über sich selbst nachzudenken.

Welche Rolle spielt die Wirtschaftsstruktur mit Zugpferden wie Lürssen, A & R und Fassmer auf der einen und etlichen deutlich kleineren Zulieferern auf der anderen Seite für die Innovationskultur?

Die Anforderungen der Auftraggeber spielen auch eine große Rolle. Da muss man nicht nur an die Zulieferer der Werften denken, sondern auch an Premium Aerotec in Nordenham. Viele große Auftraggeber erwarten heutzutage digitale Rechnungen, digitale Dokumentationen und Ähnliches. Wer das nicht liefern kann, kommt als Zulieferer nicht mehr infrage. Das wäre ein Beispiel für Innovation durch Druck.

Was ist das Problem bei der Digitalisierung?

Das Thema ist sehr komplex. Es beginnt bei der Einführung einfacher Softwareanwendungen und endet bei voll automatisierten Prozessen, in denen ein Roboter den Menschen fast überflüssig macht. Das Problem ist, wo ich als Unternehmer anfangen soll. Ich hatte hier in der Wesermarsch einen Handwerker, der sehr dankbar war, als wir gesagt haben, wir packen erst ein kleines Thema an und wenn es funktioniert, sehen wir weiter. Beim Thema Digitalisierung gibt es viel Angst oder zumindest Respekt-Abstand.

Wir sprachen über das Handwerk und die Industrie. Wie steht es um die Innovationen im Handel?

Wir haben einen Einzelhändler in der Beratung, ein anderer kommt gerade hinzu. Dabei geht es um das veränderte Einkaufsverhalten und die Billigkonkurrenz. Einer der beiden ist Optiker. Wer an Ketten wie Fielmann und Apollo denkt oder an Onlinehändler wie Brille24 aus Oldenburg und Mr. Spex, kann sich die Konkurrenz vorstellen und weiß, bei den Preisen braucht er als stationärer Händler mit einer ganz anderen Kostenstruktur nicht ansetzen. Deshalb positioniert er sich jetzt als Premium-Anbieter und bietet zusätzlich als Vor- und Fürsorge für das Auge in Zusammenarbeit mit einem Facharzt telemedizinische Untersuchungen an. Dadurch hebt er sich von der Onlinekonkurrenz ab, wo der Kunde nur die Brille bekommt. So nutzt er den großen Vorteil, den er hat: seine Nähe zum Kunden. Das ist auch ein Ansatz unserer Beratungen, dass man Ideen entwickelt, wie man zum Beispiel mit der Konkurrenz aus dem Internet umgehen kann. Es geht bei uns nicht immer um Software, nicht immer um Technik.

Was sollten die Unternehmen sonst noch über Ihre Arbeit zu wissen?

Die Beratung kostet das Unternehmen nichts.

Die öffentliche Förderung Ihrer Tätigkeit läuft bis 2020. Was muss passieren, damit Sie am Ende der Laufzeit ein positives Fazit ziehen?

Ich hätte gerne ein Leuchtturm-Projekt, das zeigt, wie innovativ die Region ist. Und ich würde am Ende der Laufzeit gerne feststellen, dass viele, auch kleine Projekte erfolgreich waren und über die Beratungszeit hinaus fortgeführt werden.

Das Interview führte Georg Jauken.

Michael Schuricht ist Experte für die Realisierung neuer Ideen. In Zusammenarbeit mit der Wirtschaftsförderung Wesermarsch berät der Innovationsberater der Jade-Bay Entwicklungsgesellschaft Firmen zwischen Esens und Lemwerder. Firma Barghorn Der Braker Stahlbau-, Schlosser- und Maschinenbaubetrieb Barghorn mit zuletzt 120 Mitarbeitern wird seit 2001 systematisch umstrukturiert. Im Mai wurde die Schließung der seit mehreren Jahren verlustreichen Leichtmetallsparte (Fenster, Türen, Fassaden aus Aluminium) angekündigt. Die freien Produktionskapazitäten würden für die wachsenden Sparten Stahlbau, Schlosserei und Maschinenbau benötigt – nachzulesen ist dies auf der Facebook-Seite des Unternehmens.

Weitere Artikel aus diesem Ressort

- **Entwicklungskonzept des Senats:** Was Nordbremer ändern wollen
- **Alte Dorfschule Burgdamm:** Steuerzahlerbund will Aufklärung
- **Aufgabe im Overbeck-Museum:** Sie vermittelt Kindern Kunst
- **Einbruchversuch in Vegesack:** Täter trägt Wäsche in Pink
- **Gemeinde Schwanewede:** Bauarbeiten während der Ferien

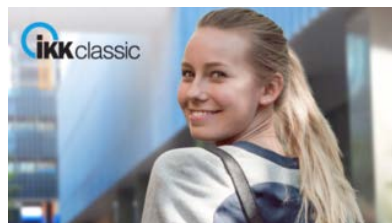
Das könnte Sie auch interessieren



Anzeige



Profis



Anzeige