



News Release

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

Claus-Peter Schrack
Director Marketing Central Europe
A.T. Kearney GmbH
Kaistr. 16a
D-40221 Düsseldorf
Tel.: +49 211 1377 2270
Fax.: +49 211 1377 2990
Mobil +49 175 2659 270
claus-peter.schrack@atkearney.com

**A.T. Kearney und WirtschaftsWoche prämiieren zum dritten Mal
bestes Innovationsmanagement**

Gelebte Innovationskultur: Ethicon ist Best Innovator 2005

Düsseldorf, 3. November 2005

Der Geschäftsbereich Surgical Implants der Ethicon GmbH ist Gesamtsieger des diesjährigen Wettbewerbs „Best Innovator“, bei dem die internationale Top-Managementberatung A.T. Kearney und die WirtschaftsWoche alljährlich das beste deutsche Innovationsmanagement prämiieren. Ethicon konnte in allen Kategorien des Wettbewerbs einen der vorderen Plätze belegen. In den weiteren Bereichen siegten Henkel Laundry und Home Care (*Innovationstrategie*), die VW Konzernforschung und Entwicklung (Prozesse und Unterstützende Faktoren), die Sartorius AG, Sparte Mechatronik (*Time to Profit*), Valeo Geschäftsbereich Schalter und Sensoren (*Leverage the Innovation Network*) sowie Hirschmann Automation und Control (*Mittelstand* sowie *Organisation und Kultur*). Die Preisverleihung findet am Montag, 7. November 2005 in Berlin statt.

Mit dem Wettbewerb „Best Innovator“ zeichnen A.T. Kearney und die WirtschaftsWoche bereits zum dritten Mal Unternehmen und Führungsteams aus, die das Management von Innovationen besonders wirksam und nachhaltig betreiben. „Im Zeitalter globaler Märkte werden Innovationen gerade für deutsche Unternehmen immer wichtiger, um sich langfristig gegen die weltweite Konkurrenz behaupten zu können. Wir hoffen, mit unserem ‚Best Innovator‘-Wettbewerb einen Bei-

trag dazu leisten zu können, dass deutsche Unternehmen auf der Basis von ‚Best Practices‘ ihre Innovationsfähigkeit weiter verbessern werden“, sagt Dr. Kai Engel, Leiter des Europäischen Kompetenzteams Innovation von A.T. Kearney.

Der Wettbewerb „Best Innovator“ ermittelt im Bereich Innovationsmanagement führende Unternehmen, wobei sowohl quantitative als auch qualitative Kriterien bewertet werden. Neben den zentralen Kategorien „Beste Innovationsstrategie“, „Organisation und Kultur“ sowie „Prozesse“ wurden auch „Unterstützende Faktoren“ wie effektiver IT-Einsatz, Mitarbeiterförderung und -motivation von der Jury in Augenschein genommen. Zudem wurde in diesem Jahr erstmals der Sonderpreis „Time to Profit“ vergeben. Zentrale Frage in allen Kategorien dabei: Wie können Innovationen zum Gesamterfolg eines Unternehmens beigetragen?

Zukunft der Innovation in Deutschland

Im Rahmen der Preisverleihung wird Georg Wilhelm Adamowitsch, Staatssekretär des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit, zusammen mit Vertretern der Gewinnerunternehmen das Thema „Was muss in Deutschland getan werden, um Weltmeister der Innovationsfähigkeit zu werden?“ unter der Moderation von Stefan Baron, Chefredakteur der WirtschaftsWoche, diskutieren.

Zudem werden die Siegerunternehmen und eine Auswahl herausragender Finalisten Best Practices vorgestellt.

Die Jury

Zur Jury des Wettbewerbs „Best Innovator“ gehören:

- Georg Wilhelm Adamowitsch, Staatssekretär im Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit
- Prof. Dr. Hans-Jörg Bullinger, Präsident der Fraunhofer-Gesellschaft
- Hans Werner Reich, Sprecher des Vorstandes der Kreditanstalt für Wiederaufbau
- Stefan Baron, Chefredakteur der WirtschaftsWoche
- Dietrich Neumann, Zentraleuropa-Chef von A.T. Kearney

Best Innovators 2005

Henkel, Geschäftsbereich Laundry und Home Care: Sieger *Innovationstrategie*

„Henkel zeichnet sich vor allem durch einen hervorragenden Planungsprozess aus, der ausgehend von der Unternehmensvision und Strategie innovationsfördernde und auch -fordernde Ziele sowie Anforderungen für Ressourcen, Prozesse, Technologien und Verhaltensweisen im Unternehmen setzt“, so Engel über den Sieger im Bereich Innovationstrategie. Im Hinblick auf die branchenspezifischen Heraus-

forderungen spiele das Thema „Think global and act local“ (GLOCAL) auch für die Innovationsstrategie eine ganz besondere Rolle: „Die systematische Vernetzung mit externen, heterogenen Partnern führt bei Henkel Laundry und Home Care regelmäßig zu herausragenden, innovativen Ergebnissen im Rahmen eines Marken orientierten Managements der Innovationspipeline. Gerade die Transformation vom traditionell deutschen ‚Make and Sell‘ zum ‚Sense and Respond‘ hat einen signifikanten Anteil am wirtschaftlichen Erfolg“, stellt Engel fest.

VW Konzernforschung und Entwicklung: Sieger *Prozesse und Unterstützende Faktoren*

„Die VW Konzernforschung und Entwicklung ist den Herausforderungen der immer kürzer werdenden Produktentwicklungszyklen durch den sinnvollen Einsatz von ‚Virtual Reality‘ - (VR) und ‚Augmented Reality‘ -Technologien sehr erfolgreich begegnet“, heißt es in der Begründung der Jury über den Sieger in den Bereichen Prozesse und Unterstützende Faktoren. Damit hat VW die Fähigkeit bewiesen, Prozessmöglichkeiten, die ausreichenden wirtschaftlichen Wert erzeugen, zu identifizieren und schnell umzusetzen und dabei stets die Balance von schneller Einführung und angemessenem Risikomanagement zu wahren. Herausragend unterstützt wird dies durch modernste IT-Technologien, die im weltweiten Verbund der Produktentwicklungsprozesse zum Einsatz kommen: „Wichtige Randbedingungen sind hierbei die Nutzung strategischer Partnerschaften mit innovativen Lieferanten, die Zusammenarbeit mit Wettbewerbern in wesentlichen VR-Themen und die Sicherstellung eines Konzern übergreifenden Einsatzes von ‚Standard‘ VR-Techniken durch die konsequente Übergabe an ein zentrales IT-System. Ebenso wichtig waren auch der konsequente Einsatz von „cutting edge“ virtuellen Techniken zur Zeit- und Kostenreduzierung sowie Qualitätssteigerung, beispielsweise durch Realtime Raytracing, Cave- oder Powerwall-Technologie“, so Engel.

Sartorius AG, Sparte Mechatronik: Sieger *„Time to Profit“*

Die Zeitverkürzung bei der Entwicklung von kundenorientierten Lösungen spielt als herausragendes differenzierendes Kriterium und als wesentlicher Werttreiber eine immer größere Rolle. Vor diesem Hintergrund wurde das Thema ‚Time to Profit‘ beim diesjährigen „Best Innovator“-Wettbewerb besonders hervorgehoben: „In der Kategorie ‚Time to Profit‘ hat sich der Labor- und Prozesstechnologieanbieter Sartorius besonders hervorgetan. Die Bereitschaft zu grundsätzlichen Design-Änderungen haben über die Verkürzung von Entwicklungszyklen auch zu einer Flexibilisierung der Fertigung und zu einer Reduzierung der Fertigungskosten geführt“, erklärt Dr. Engel. Kernelemente seien dabei die Verwendung eines standardisierten Produktentwicklungsprozesses, die systematische Optimierung der gesamten Prozesskette von der Produktkonzeption bis zur Serienfertigung sowie die konsequente Umsetzung der Forderung nach erhöhter Gleichteilverwendung gewesen. „Im Ergebnis kann Sartorius auf eine Reduzierung des ‚Time to Profit‘ auf etwa 15 Monate verweisen“, so Dr. Engel.

Valeo, Geschäftsbereich Schalter und Sensoren: Sieger *Leverage the Innovation Network*

„Mit der zunehmenden Technologiekonvergenz insbesondere in Branchen mit kurzen Technologiezyklen kommt der Integration von Wertschöpfungspartnern in den Innovationsprozessen eine ständig wachsende Bedeutung zu. Geschwindigkeit im Hervorbringen außergewöhnlicher Innovationen kann nur erreicht werden, wenn führende Kompetenzträger in den produktrelevanten Technologien früh und eng zusammenarbeiten. Der Identifikation dieser Partner und auch der Implementierung einer passenden Zusammenarbeitskultur muss dabei eine besondere Bedeutung beigemessen werden“, erklärt Dr. Engel die Bedeutung dieser Kategorie. Vor diesem Hintergrund habe der Geschäftsbereich Schalter und Sensoren des Automobilzulieferunternehmens Valeo Beispielhaftes gezeigt, so die „Best Innovator“-Jury: „Die Integration von herausragenden Lieferanten ist eindeutiger Bestandteil der Valeo-Strategie. Alle Schlüsseltechnologien werden gemeinsam mit Lieferanten entwickelt und Lieferanten systematisch als VIP-Lieferanten (Valeo Integrated Partner) qualifiziert. Valeo arbeitet vorbildlich mit Lieferanten in gemeinsamen Entwicklungsteams, die gemäß der Unternehmensstrategie Innovations- und Technologie-Roadmaps eindeutig mit den Entwicklungs- und Technologieplänen der Kunden verzahnt sind.“

Hirschmann Automation and Control: Sieger *Mittelstand* sowie *Organisation und Kultur*

Die Hirschmann Automation und Control ist ein Beispiel für herausragendes mittelständisches Innovationsmanagement, von dem selbst Großunternehmen profitieren können. „Gerade die organisatorischen Ansätze innerhalb des Unternehmens und die Prägung der Unternehmenskultur sind im Rahmen des Wettbewerbs ganz besonders aufgefallen“, zitiert Dr. Engel die Begründung der Jury: „Die lebenszyklusübergreifende Organisation von Verantwortung in Teams hat herausragende Innovationserfolge bei der Umsetzung von Innovationszielen und -strategien ermöglicht. Kernelemente des Erfolges sind darüber hinaus der Prozess der Bottom-up erstellten Innovationsstrategie, der Wandel vom technik- zum marktorientierten Unternehmen sowie die Kernteams je Produktfamilie mit ihrer kompletten Verantwortung über den Produktlebenszyklus, die letztlich die Umsetzung des Konzeptes ‚Build to Order‘ in Zusammenhang mit einem innovativem ‚One-Piece-Flow‘-Fertigungskonzept ermöglicht hat.“

Ethicon, Geschäftsbereich Surgical Implants: *Gesamtsieger*

„Die Ethicon GmbH hat in allen Dimensionen des Wettbewerbs einen der vorderen Plätze belegt und die Basis für den Gesamtsieg schon im ersten Teil des Wettbewerbs durch die Bearbeitung des Fragebogens gelegt“, sagt Dr. Engel über den Gesamtsieger des diesjährigen „Best Innovator“-Wettbewerbs: „Bei unseren Vor-Ort-Besuchen wurde der erste Eindruck durch das Erleben der erfolgsorientierten Innovationskultur noch einmal besonders untermauert. Nahezu alle Funktionalbereiche waren vertreten und konnten etwas zu ihrem Beitrag am Innovationsprozess berichten.“ Diese bei Ethicon gelebte Innovationskultur hat ihren Ursprung in den langfristigen Zielen des Unternehmens. Hierzu gehören unter anderem, die Nummer eins oder Nummer zwei im Markt zu sein und ein allgegenwärtiges und spürbar

gelebtes Unternehmenscredo, das Innovationen fordert und fördert. Hinzu kommen transparente Regelkreise für eine kontinuierliche Innovationstätigkeit und eine ausgeprägte Kundenintegration, zum Beispiel durch Lead-User-Beteiligung in Innovations-Councils. Innovationstätigkeit und -erfolg sind klare Elemente der Personalentwicklung. Die strategischen Innovationsziele sind weiter detailliert, zum Beispiel durch die Erwirtschaftung von 70 Prozent des Umsatzes mit Produkten, die nicht älter als drei Jahren sind oder der Reduzierung des „Time to Profit“ auf etwa 18 Monate.

Für weitere Informationen zum Wettbewerb „Best Innovator“ wenden Sie sich bitte an Best-Innovator@ATKearney.com.

Über A.T. Kearney

A.T. Kearney (www.atkearney.de) ist eines der größten internationalen Top-Management-Beratungsunternehmen. A.T. Kearney bietet seinen Klienten das gesamte Spektrum strategischer und operativer Beratung in den zentralen Bereichen Unternehmenssteuerung, Innovationsmanagement, Wachstum, Effizienzsteigerung und Globalisierung. Gemeinsam mit Vorständen und dem Top-Management verfolgt A.T. Kearney ein klares Ziel: auf der Basis eines führenden Knowledge Managements den maximalen Erfolgsbeitrag aller Unternehmensbereiche und den Gesamtwert eines Unternehmens nachweisbar zu steigern. Zum weltweiten Kundenkreis A.T. Kearneys gehören globale Großkonzerne und nationale Unternehmen aller Wirtschaftszweige sowie Industrien und Dienstleister des öffentlichen und privaten Sektors.

A.T. Kearney wurde 1926 in Chicago gegründet und beschäftigt heute rund 4.000 Mitarbeiter in mehr als 30 Ländern der Welt.

Über die Wirtschaftswoche

Die WirtschaftsWoche ist Deutschlands einflussreichstes Wirtschaftsmagazin. Mit einem weltweiten Korrespondentennetz und rund 800.000 Leserinnen und Lesern ist die WirtschaftsWoche der Wirtschaftsspezialist unter den großen aktuellen Wochenmagazinen. Jeden Donnerstag zeichnet sich das Magazin durch Fakten, Hintergründe, Zusammenhänge und einen umfassenden Unternehmens- und Finanzteil, sowie durch fundierte Berichte über die Luxusgüterindustrie und mittelständische Unternehmen aus. Der Börsenteil bietet höchste Informationsqualität und Lesekomfort, außerdem jede Woche Artikel aus der renommierten Management Review der Sloan School of Management am MIT. Das WirtschaftsWoche eMagazin ist ab Mittwoch, 19.00 unter www.wiwo.de abrufbar.