

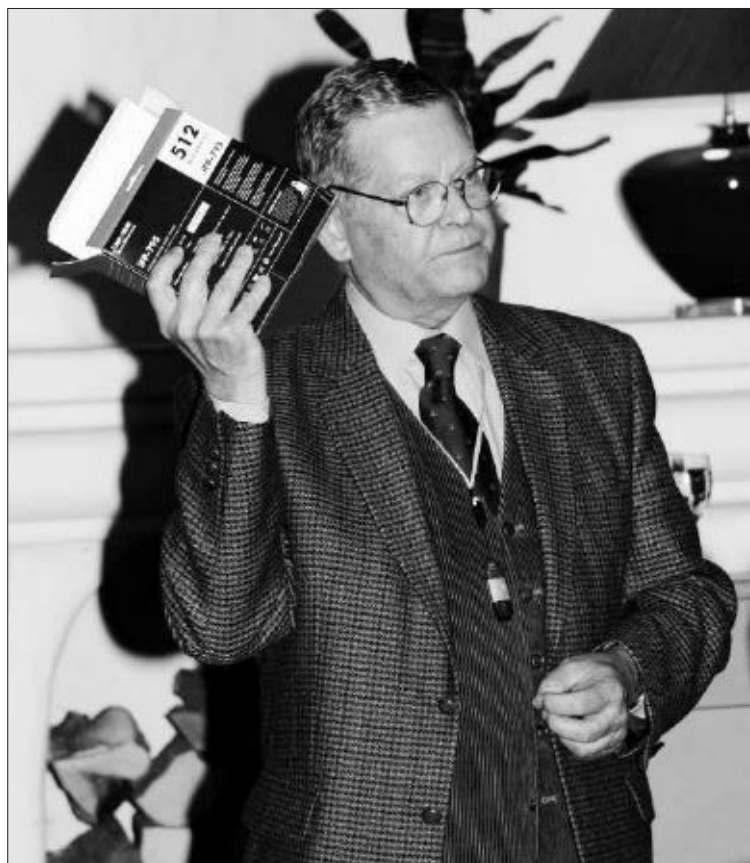
Wer Erfolg haben will, muss Trends erkennen

Der deutsche Innovationspapst Prof. Gerhard Mensch referiert – Premiere für das „Griesbacher Wirtschaftsforum“

Von
Doris Altmannsberger

Bad Griesbach. Den Auftakt des „Griesbacher Wirtschaftsforums“ machte Prof. Dr. Gerhard Mensch mit dem Thema „Europa vor dem Innovationsschub“. Die Veranstaltungsreihe, initiiert von Alexander Hartl, Chief Operating Officer beim Vermögensverwalter „Phoenix Trust“, soll in den nächsten Wochen Anregungen, Informationsaustausch und Diskussionsplattform für den Mittelstand sein.

Nicht nur Lobbyisten, Großkonzerne, Politiker und Gewerkschaften, so der Wunsch von Alexander Hartl, sollen in Deutschland bestimmen dürfen, wohin die wirtschaftliche Entwicklung geht. „Gerade mittelständische Unternehmen sind eine der Säulen, auf denen unser System basiert. Sie werden geleitet von Menschen, die sich in ihrem Metier auskennen. Und sie können oftmals wertvolle Tipps geben“, so Hartl. Aus diesem Grund hat er sich entschlossen, in Griesbach



„Fehlen die Innovationen, ist die Konjunktur rückläufig“, betonte Prof. Dr. Gerhard Mensch.
(Foto: Altmannsdorfer)

ein Wirtschaftsforum für den Mittelstand auf die Beine zu stellen, mit Themen, die von Innovationsforschung über Wirt-

schaftsastrologie bis hin zu Erbschaftsrecht reichen. „Wir wollen Themen liefern, die möglichst breit gestreut sind, um die

verschiedensten Personen anzusprechen. Und die Unterhaltung soll schließlich auch nicht zu kurz kommen“, argumentiert Hartl.

Prof. Dr. Gerhard Mensch war der Redner zum Auftakt der Veranstaltung am Samstag. 20 Zuhörer lauschten seinen Ausführungen. Mensch gehört zu den führenden Innovationsforschern in Deutschland. Jahrelang galt er wegen seiner progressiven Ideen als „enfant terrible“ der bundesdeutschen Wissenschaftsszene. Mittlerweile trägt er den Spitznamen „Bundesdeutscher Innovationspapst“, war BWL- und VWL-Professor in Berlin und den USA. Für Mensch sind nicht Technologien, sondern Innovationen wichtig, um die Konjunktur eines Staates zu beleben. „Basisinnovationen setzen Trends. Und fehlt es an jenen, sind die Konjunkturen rückläufig“, erläutert er. Ein gutes Beispiel dafür sei die deutsche Automobilindustrie. Jahrelang habe man die Japaner als Konkurrenten auf dem Kfz-Sektor nicht ernst genommen und nun, da sie mit fortschrittlicher Technologie und Neuerungen den deutschen Markt erobern hätten, sei es zu spät. So mangle es in Deutschland bzw.

Europa nicht nur an Vertriebsblindheit, sondern auch an Führungsblindheit, neue Trends zu erkennen. „Wenn die Konkurrenz ein neues Produkt auf den Markt wirft, können Sie es nur noch nachmachen. Dann hat man automatisch schon verloren“, weiß Mensch.

Entwicklungspotenzial sieht der Professor vor allem im Energiebereich. „Dort wird es in den nächsten Jahren 300 bis 400 neue Produkte rund um die Wasserstoffwirtschaft geben, aufgeteilt in die Bereiche Infrastruktur, Autos bzw. Geräte und Energieversorgung in den vier Wänden“, spekuliert er. Auch der geänderte Ernährungs-Stil der Gesellschaft werde zur Veränderung im Lebensmittelsektor beitragen, hier sollten Unternehmen Zeitgeist beweisen und auf die Bedürfnisse der neuen Single-Generation reagieren. Ein dritter Bereich, in dem Innovationen schnell fruchten könnten, sei das Gebiet „Neue Medien“.

„Wir hier in Deutschland machen den Fehler, gute Dinge zu entwickeln, lassen sie uns aber dann von den anderen wegnehmen“, kritisierte Mensch. Diese „Vertriebsblindheit“ könne man sich jedoch nicht mehr lange leisten.