

"Trendsetting in innovativen Märkten"



Prof. Dr.-Ing. Klaus Wucherer
Mitglied des Zentralvorstands
Siemens AG

1. „Technischer Fortschritt als Wachstumstreiber“

Das unternehmerische Wachstum in der Elektro- und Elektronikindustrie wird maßgeblich durch die Fähigkeit unterstützt, sich nicht nur am technologischen Wandel zu orientieren sondern diesen mitzugestalten. Digitalisierung, Miniaturisierung, Technologiesprünge und Vernetzung treiben den technologischen Fortschritt und bieten dem Trendsetter die Möglichkeit, sich zu differenzieren und neue, zukunftsgerichtete Wachstumsfelder zu besetzen.

2. „Innovationen entstehen nah am Kunden“

Ein Unternehmen mit dem Anspruch, ein globaler Innovationsführer zu sein, muss erkennen, dass unterschiedliche Märkte auch differierende Ansprüche an innovative Produkte hat. So erfordert die Bedienung der wachsenden Käufergruppe junger Handy-Nutzer in den Tiger-Staaten mit einer weit fortgeschrittenen Technologieakzeptanz, dass die Entwicklung innovativer Produkte auch nah am Kundenmarkt, also in Fernost vorangetrieben wird.

3. „Innovationen öffnen neue Märkte“

Innovationen können die Einsatzflexibilität von Produkten erweitern und damit neue Märkte zugänglich machen. Die Nutzung von LED-Technik in der Schienenfahrzeug-Beleuchtung lässt beispielsweise zu, dass ein Fahrzeug den rechtlichen Vorschriften verschiedener nationaler Netzwerke gerecht wird und grenzüberschreitend eingesetzt werden kann.

Weiterführende Literatur:

- [Tagungsband des Münchner Management Kolloquiums 2004](#)
- [TCW-Report "Zukunft des Wachstums" 2004](#)