



"Innovationsführerschaft: Der Weg der BMW Group"

Dr. Burkhard Göschel
Mitglied des Vorstands
BMW AG

1. „Fokussierung und Methodeneinsatz statt Diffusion“

Bei der Innovation ist es oft besser, 100 Ideen aktiv mit dem erforderlichen Ressourceneinsatz zu fördern, als die Generierung von 1000 Ideen zu fördern und dann keine der Ideen umzusetzen.

2. „Integration von Einkauf und Entwicklung“

Einkauf und Entwicklung werden immer noch von vielen Unternehmen als getrennte Bereiche verstanden. Mit der Reduzierung der Leistungstiefe gewinnt die Diskussion um die Beurteilungskompetenz wieder an Bedeutung. Eine bereichsübergreifende Optimierung ist durch die Integration von Einkauf und Entwicklung möglich.

3. „Kreativitätsfreiräume“

Während manche Produkte zentral geplant werden können, müssen in Unternehmen auch Kreativitätsfreiräume vorhanden sein, in denen „U-Boot-Projekte“ ohne Wissen des Vorstands kreativ entwickelt werden können.