

Prof. Dr. Birgit Blättel-Mink – Enquete-Kommission „Wachstum, Wohlstand, Lebensqualität“ – Sitzung, 21. Mai 2012 – Voraussetzungen und Perspektiven für die Innovation und Fortschritt in Deutschland unter besonderer Berücksichtigung der Rolle der Unternehmen

“The Business of Business is Business” oder “The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits” (Milton Friedman)

These 1: Unternehmen sind sozial eingebettet - d.h. jedoch nicht, dass sie moralische Akteure sind - und das Innovationsgeschehen basiert auf der Wechselwirkung der wirtschaftlichen Struktur eines Landes (einer Region, einer Branche) und dem institutionellen Setting – „Das Innovationssystem“: „Learning by Interacting“ (Lundvall) - Kohärenz im Innovationssystem (Blättel-Mink) - Vgl. Abbildung 1 im Anhang

Deutschland: zeichnet sich **historisch** durch hohe Innovativität auf der Input-Seite aus (Investitionen in Forschung - vor allem unternehmensseitig – und Patente) und durch Verbesserungsinnovationen statt radikalen Innovationen aus.

Aktuell hat Deutschland im Innovationswettbewerb aufgeholt (vor allem gegenüber den USA und Japan) – Platz 4 von 26 Industrie- und Schwellenländern. Schwächen: Bildungssystem und öffentlicher Anteil an FuE-Ausgaben. Stärken: sehr innovative Wirtschaft; Vernetzungen der Akteure

„Die Analysen haben dabei gezeigt, dass es in der Vergangenheit im Durchschnitt bei allen untersuchten Ländern neun bis zwölf Jahre gedauert hat, bevor Investitionen – gemessen durch den Index der Inputindikatoren – zu einer signifikanten Verbesserung des Outputs geführt haben.“ (Deutsche Telekom Stiftung & BDI (Hrsg.) 2011: Innovationsindikator) - Vgl. Abbildungen 2 und 3 im Anhang

Häufig genannte Innovationshemmnisse aus Unternehmensperspektive: mangelnde Finanzierungsquellen; Fachkräftemangel; mangelnde Kundenakzeptanz; fehlende Marktinformationen. Vgl. Abbildung 4 im Anhang

Zu diskutieren: Steigert ein hoher Anteil an AbiturientInnen bzw. Studierenden (Input-Faktoren Bildung und Wissenschaft) per se die Innovativität eines Landes – und gibt es einen Zusammenhang zu nachhaltigen Innovationen (vgl. Digital Natives; Facebook-Generation etc.)?

These 2: Nachhaltige Innovationen (Sozial- und ökologisch) sind Innovationen, die zur Entkopplung von Ressourcenverbrauch und Wachstum beitragen: effiziente Technologien, Kreislaufwirtschaft, ganzheitliche Produktpolitik und Produktverantwortung (vgl. Meyer-Krahmer), Rebound-Effekte vermeiden und die Bedürfnisbefriedigung (Lebensqualität) jetziger und zukünftiger Generationen nicht einschränken.

Ein breites Innovationsverständnis (vgl. Schumpeter) ist impliziert: Produkt-, Prozess-, organisationale Innovationen, neue Märkte, neue Ressourcen, neu: Systeminnovationen).

In Folge von Wirtschafts- und Energiekrise verstärkt sich die Marktgängigkeit (Wettbewerbsfähigkeit) nachhaltiger Innovationen. Vgl. Abbildungen 5 und 6 im Anhang

In den **neunziger** Jahren, in denen der Fokus auf ökologischen Innovationen lag, wurden solche eingeführt als Reaktion auf gesetzliche Verordnungen („regulatory pull“) oder gesellschaftlichen Druck („ecology pull“). Wo derartige Innovationen pro-aktiv waren, handelte es sich vor allem um mittelständische eigentümergeführte Unternehmen, deren Eigentümer eine Marktführerschaft anstrebten, oder aus genuin nachhaltigen Ideen heraus handelten. Großunternehmen beherrschten den Diskurs der Nachhaltigkeit – Umweltberichte stellten häufig lediglich „Fassaden“ der Nachhaltigkeit dar. Zudem entziehen sich Großunternehmen nationalen Rahmungen eher als kleinere oder mittelständische Unternehmen.

Vgl. auch Ökoradar (Ifo-Institut 2002) – ca. 25% nachhaltigkeitsorientiert (Leitbild; ökologische und soziale Innovationen); ca. 25% umweltmanagementorientiert und ca. 50% passiv) – Branchen: Ökologische Betroffenheit (Chemie, Automobilindustrie)

Aktuell scheint es eine Tendenz zur Vereinbarkeit von Ökonomie und Ökologie zu geben – vor allem CSR-Aktivitäten stehen für die Vereinbarkeit von ökonomischen, ökologischen und sozialen Erfordernissen (vgl. Beyer; Fichter) – Branchen: Automobilindustrie, Energiesektor, Nahrungsmittelindustrie, Dienstleistungssektor

Das zentrale Problem (früher wie heute) stellt die **Verdauerung nachhaltiger Prozesse** dar – vs „partielle“ Nachhaltigkeit (Vorzeigebbranche im Inland; Standortverlagerungen ökologisch problematischer Unternehmensteile); es geht um die „Tiefe“ (Scope) der Entkopplung von Wachstum und Ressourcenverbrauch. Siehe auch das Projekt: „Neue Nutzungsmuster“ (gefördert durch BMBF; Orientierung an Stahel und Meyer-Krahmer). „Nutzen statt Besitzen“ ist eine aktuelle Forderung im Rahmen der Energiewende – vgl. Konjunkturpaket „Modellregionen Elektromobilität

Offene Frage:

Gibt es einen direkten Zusammenhang zwischen Lebensqualität und Wachstum?

These 3: Der Innovationsprozess wird immer offener: heterogene Netzwerke; keine klare Abfolge einzelner Phasen (Variation – Selektion – Gärung- Retention) – weitere Heterogenisierung der Akteure (Pioniere: IBM, Siemens). Zunehmend beteiligen sich auch Kund/-innen und Nutzer/-innen am Innovationsprozess. Vgl. Abbildung 7 im Anhang

Das nationale Innovationssystem bricht sich in branchenbezogenen Clustern, die regional, aber auch transnational begrenzt sein können. Z.B. Maschinenbau; IuK-Technologien. Das institutionelle Setting ist nicht länger national begrenzt, sondern Unternehmen sind in unterschiedliche mehr oder weniger entgrenzte Kontexte eingebunden.

Kund/-innen von Unternehmen und Nutzer/-innen von Gütern und Dienstleistungen werden mehr und mehr in den Innovationsprozess einbezogen – gefördert durch das Web 2.0. Unternehmen erhalten neben klassischen **Bedürfnisinformationen** zusätzlich **Lösungsinformationen**, die das Risiko des Scheiterns von Innovationen verringern, da nachfragegerechter – Diffusionschancen hoch! Problem: Internetaffine Akteure sind, statistisch gesehen, weniger umweltaffin, männlich, gut gebildet. D.h. Open Innovation geht nicht notwendig mit einem Mehr an nachhaltiger Innovation einher.

These 4: Es gibt einen positiven Zusammenhang zwischen Mitbestimmung / innerbetrieblicher Partizipation und Innovation: **Soziale Innovationen!**

Beteiligungsorientierte Organisations- und Managementkonzepte sind: KVP – kontinuierlicher Verbesserungsprozess (2006: 57%), Aufgabenintegration (2006: 56%), Personalentwicklungsgespräche (2006: 53%) und Gruppenarbeit in der Produktion (2006: 75%). Ein positiver Zusammenhang zwischen betrieblicher Beteiligungsorientierung und Innovativität besteht vor allem hinsichtlich neuer Dienstleistungen und Termintreue (vgl. WSI-Mitteilungen 2/2010).

Def. Soziale Innovation - Vgl. Abbildung 8 im Anhang

Offene Fragen:

Gibt es auch einen positiven Zusammenhang zwischen sozialen Innovationen und Nachhaltigkeit? Bzw. fördert gesellschaftliche Beteiligungsorientierung die Diffusion nachhaltiger Innovationen (z.B. Car Sharing; Smart Home; Sustainable Cities)?

Kann durch soziale Innovationen der zunehmend diskutierte Widerspruch zwischen Wachstum und Wohlstand aufgelöst werden?

Wird sich mittelfristig der Innovationsprozess vom Unternehmen abkoppeln? (vgl. von Hippel für technische Innovationen) – Bsp. für nicht-kommerzielle Nachhaltigkeitsinnovationen: *Tamyca* – privates car sharing; *Frents* – Online-Leih- und Tauschbörse; *Fab Labs* – nicht kommerzielle Peer Production.

These 5: Das politische System übernimmt im Kontext des Innovationsgeschehens mehr und mehr und mehr die Rolle der Moderation. Steuerung geschieht weniger über Gesetze als über Markt und heterogene Netzwerke.

In Zusammenhang mit nachhaltigen Innovationen sind Gesetze notwendig aber nicht hinreichend. Ergänzt werden Gesetze durch kooperative Mechanismen (Open Innovation; New Public Management); kommunikative Mechanismen (Bildung; Medien etc. – z.B. breite Debatte zum Verhältnis von Wachstum und Wohlstand) und ökonomische Mechanismen (Ressourceneffizienz; Kreislaufwirtschaft). Vgl. FONA – Vom Wissen zum Handeln

Post-Friedman?

The Business of Business is Sustainable Business.

The Social Responsibility of Business is to Foster Sustainable Living und Decrease Exploitation of Resources