

Presseinformation

Innovationsstudie

Kreativität anzapfen: Industriekonzerne kaufen sich in Start-ups ein

- **Jeder fünfte Industriekonzern ist an einem Start-up beteiligt**
- **Externes Wissen wird jedoch nur in einem von zehn Unternehmen konsequent genutzt**

Wesel, 26. März 2015 – Die deutsche Großindustrie beteiligt sich vermehrt an Start-ups, um von deren Kreativität zu profitieren. Jedes fünfte Unternehmen mit mehr als 1.000 Mitarbeitern kauft sich in Gründerfirmen ein, um Innovationen zu fördern. Bei kleineren Unternehmen sind derartige Beteiligungsmodelle deutlich seltener anzutreffen. Nur jede zehnte Firma mit weniger als 1.000 Mitarbeitern verfolgt diese Strategie. Zu diesen Ergebnissen kommt der „Industrie-Innovationsindex 2015“. Dabei handelt es sich um eine branchenübergreifende Studie, für die das Forsa-Institut im Auftrag des Spezialchemiekonzerns ALTANA 250 Topentscheider sowie 250 Berufseinsteiger in deutschen Industrieunternehmen befragt hat.

„Die deutsche Industrie hat nachweislich eine hohe Innovationskraft und gerade deswegen können wir auch von neuen Marktteilnehmern und anderen Ländern lernen“, sagt ALTANA Vorstandsvorsitzender Dr. Matthias L. Wolfgruber. „Denn Innovationsfähigkeit hat immer auch mit dem Austausch von Wissen zu tun. Ich persönlich schätze den Unternehmermut in den USA.“ Dass in Deutschland in dieser Hinsicht noch Potenzial steckt, bestätigt auch die Studie: Zwei von fünf Industriemanagern geben an, dass in ihrem Unternehmen nur eine geringe oder gar keine Risikobereitschaft vorhanden ist. Sehr stark ausgeprägt ist Unternehmermut nur in 14 Prozent der Firmen.

Neben finanziellen Beteiligungen werden auch Kooperationen gepflegt

Über finanzielle Beteiligungen hinaus nutzen deutsche Industrieunternehmen auch andere Formen der Vernetzung, um Innovationen zu fördern. 92 Prozent setzen dabei auf die Kooperation mit Kunden, etwa bei der gemeinsamen Produktentwicklung. 87 Prozent arbeiten mit Dienstleistern zusammen, 86 Prozent pflegen den Austausch in Verbänden. Dahinter folgen mit 77 Prozent wissenschaftliche Partnerschaften. 72 Prozent schließen sich Netzwerken beziehungsweise Think-Tanks an. Auf Partnerschaften mit anderen Industrieunternehmen setzen 63 Prozent. Auch diese Vernetzungsformen werden überdurchschnittlich häufig von Großunternehmen genutzt und weniger von mittelgroßen.

Externes Wissen wird häufig nicht gezielt genutzt

In über 40 Prozent der Industrieunternehmen wird das extern erworbene Wissen jedoch nicht konsequent genutzt. Nur in elf Prozent der Firmen wird dieses Know-

Datum
26.03.2015

Seite
1/2

Ansprechpartner
Unternehmenskommunikation

Andrea Neumann
Leiterin Unternehmenskommunikation
Tel +49 281 670-10300

Sven Kremser
Leiter Externe und
Interne Kommunikation
Tel +49 281 670-10303

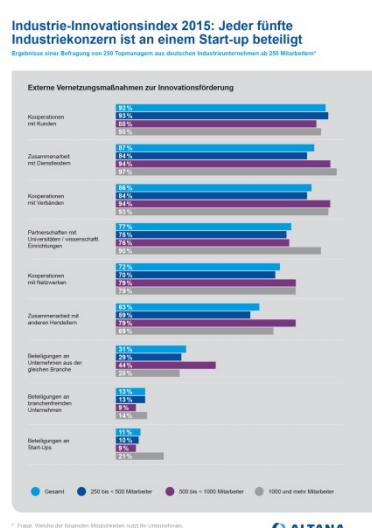
Heike Dimkos
Unternehmenskommunikation
Tel +49 281 670-10302
Fax +49 281 670-10999
press@altana.com
www.altana.com/presse

ALTANA AG
Abelstraße 43
46483 Wesel
Deutschland
Tel +49 281 670-8
Fax +49 281 670-10999
info@altana.com

Presseinformation

how gezielt eingesetzt, in weiteren 45 Prozent trifft das zumindest zum Teil zu. Dieses Bild zeigt sich sowohl bei großen als auch mittelgroßen Industrieunternehmen. „Informationen, die sich durch einen Austausch mit externen Partnern ergeben, sollten intern systematisch allen Bereichen zur Verfügung gestellt werden, die davon profitieren könnten“, so ALTANA Chef Wolfgruber. „Das setzt eine Unternehmenskultur voraus, die hierarchie- und abteilungsübergreifende Kommunikation nicht nur zulässt, sondern auch gezielt fördert.“

Hintergrund zur Studie „Industrie-Innovationsindex 2015“



Ende 2014 führte das Marktforschungsinstitut Forsa im Auftrag der ALTANA Gruppe 500 Telefoninterviews mit Vertretern aus Industrieunternehmen ab 250 Mitarbeitern durch. Es wurden 250 Vorstandsmitglieder, Geschäftsführer und Bereichsleiter interviewt. Parallel dazu befragte Forsa 250 Berufseinsteiger aus Industrieunternehmen zwischen 18 und 35 Jahren mit einer Berufserfahrung von zwei bis fünf Jahren.

Diese Pressemitteilung und eine [druckfähige Grafik](#) finden Sie auch auf www.altana.com/presse

Über ALTANA:

ALTANA entwickelt und produziert hochwertige, innovative Produkte im Bereich Spezialchemie. ALTANA ist eine weltweit tätige Unternehmensgruppe mit Sitz in Wesel am Niederrhein mit einem internationalen Umsatzanteil von rund 86 %. Die vier Geschäftsbereiche von ALTANA, BYK Additives & Instruments, ECKART Effect Pigments, ELANTAS Electrical Insulation und ACTEGA Coatings & Sealants, nehmen in ihren Zielmärkten eine führende Position hinsichtlich Qualität, Produktlösungs-kompetenz, Innovation und Service ein.

ALTANA bietet innovative, umweltverträgliche Problemlösungen mit den dazu passenden Spezialprodukten für Lackhersteller, Lack- und Kunststoffverarbeiter, Druck- und Kosmetikindustrie sowie die Elektroindustrie an. Das Produktprogramm umfasst Additive, Speziallacke und -klebstoffe, Effektpigmente, Dichtungs- und Vergussmassen, Imprägniermittel sowie Prüf- und Messinstrumente. Die ALTANA Gruppe verfügt über 49 Produktionsstätten und über 50 Service- und Forschungslaborstandorte weltweit. Konzernweit arbeiten über 6.000 Mitarbeiter für den weltweiten Erfolg von ALTANA. Im Jahr 2014 erzielte ALTANA einen Umsatz von rund 2 Milliarden Euro. Mit einer im Branchenvergleich hohen Ertragskraft gehört ALTANA zu den innovativsten sowie wachstums- und ertragsstärksten Chemieunternehmen weltweit.