

Vom Labor ins Warenregal

Marketing und Vertrieb von Innovationen sind der Themenschwerpunkt der 37. DPG-Arbeitstagung „Forschung – Entwicklung – Innovation“.

Susanne Friebel

Marketing und Vertrieb spielen auch für Forscher und Entwickler eine wichtige Rolle: „Innovation ist, wenn der Markt ‚Hurra‘ schreit“: So hat Thomas Müller-Kirschbaum, Physiker und CTO von Henkel, kürzlich Innovation definiert. Doch wie wird eine Innovation angestoßen? Wer ist eigentlich der Kunde des Entwicklers? Woher kommt das Geld für F&E? Muss ich als Entwickler die Bedürfnisse des Kunden verstehen? Wenn ja, wie mache ich das? Diese und weitere Fragen stehen im Mittelpunkt der kommenden Arbeitstagung „Forschung – Entwicklung – Innovation“ (FEI) des Arbeitskreises Industrie und Wirtschaft (AIW), die mit dem Themenschwerpunkt „Marketing und Vertrieb für Innovationen“ vom 4. bis 6. November im Physikzentrum in Bad Honnef stattfinden wird.⁺⁾

Über 50 Prozent der rund 120 000 Physikerinnen und Physiker in Deutschland arbeiten in den Bereichen F&E und Innovation, die meisten davon unter den Randbedingungen der realen Industrieland. Mit Marketing und Vertrieb haben sie oft wenig zu tun, doch sie sollten wissen, was mit ihren Produktideen passiert, wie sie zu Produkten im Warenkorb der Kunden und damit zu Umsatz und Gewinn des Unternehmens werden.

ARBEITSKREIS INDUSTRIE UND WIRTSCHAFT (AIW)

Der AIW vertritt die Interessen der Physiker in Industrie und Wirtschaft und bietet diesen ein Forum für den Austausch. Zu den Aktivitäten zählen das Laborbesichtigungsprogramm, der Industrietag, regionale Industriegespräche in Berlin, München, Jena/Chemnitz, Wetzlar/Gießen und Bad Honnef, themenspezifische Workshops sowie die Tagung „Forschung – Entwicklung – Innovation“. Infos unter www.dpg-aiw.de.

Viele Innovationen scheitern, und zwar selten an den technischen Umsetzungen, sondern eher an anderen Problemen. Eine naheliegende Herausforderung besteht darin, ideelle und finanzielle Unterstützung durch interne wie externe Stakeholder sicherzustellen. Hier steht man oft den gängigen Problemen gegenüber wie Kannibalisierung, „not-invented-here“-Syndrom, allgemeiner Angst vor einem Wandel oder anderen aktiven wie passiven Widerständen. Um das „Silo-Denken“ zu durchbrechen und Entwicklern zu ermöglichen, die anderen Parteien zu verstehen, ist eine passende Kommunikation für das Marketing der eigenen Ideen notwendig.

Die Tagung FEI setzt daher in diesem Jahr einen Fokus auf Marketing und Vertrieb. Dabei wird der Bogen vom Marketing der eigenen Ideen und der Analyse des Markts über Marketing- und Vertriebsstrategien bis hin zum konkreten Verkauf der Produkte gespannt. Verantwortliche aus Industrie und Wirtschaft geben Einblick in Innovationsprozesse und -methoden in ihren Unternehmen und vermitteln aktuelle Erkenntnisse und Methoden. Sie zeigen auf, welche Herausforderungen und welche Potenziale in der gemeinsamen Arbeit von Forschung, Entwicklung, Marketing und Vertrieb von Innovationen stecken. Praktische Fallstudien zum Thema runden die Veranstaltung ab. Als Keynote Speaker hat Michael Kaschke, Vorstandsvorsitzender von Zeiss, zugesagt.

Die Tagung FEI, 1975 unter dem Titel „Forschungsmanagement“ ins Leben gerufen, wurde 2007 organisatorisch in den AIW eingegliedert. Mit einem maßgeschneiderten Programm von Physikern für Physiker bietet sie interessante und praxisnahe Einblicke in Innovationsmanagement in Industrie



und Wirtschaft sowie ein Forum für den „interdisziplinären“ Erfahrungsaustausch. Eine wachsende Zahl von bislang über 300 begeisterten Teilnehmern schätzt insbesondere die offenen Diskussionen mit hochkarätigen Referenten, den Austausch mit Fachkollegen und nicht zuletzt das Erlebnis der Community der Physiker in der familiären Atmosphäre des Physikzentrums. Dieses spezifische Umfeld ermöglicht authentische Berichte über Erkenntnisse und Erfahrungen abseits von glatt geschliffenen Firmenpräsentationen, Diskussionen in einer Offenheit, wie sie auf Tagungen kommerzieller Anbieter nicht zu finden ist, sowie einen Austausch über wirtschaftliche Themen auf einer Ebene – geprägt durch die Denkweise des gemeinsamen Physikstudiums –, der in dieser Form einmalig ist. Dies bestätigt z. B. Valentin Kahl, Geschäftsführer der ibidi GmbH, der bereits mehrfach teilgenommen hat: „Die Tagung bietet mir ein einmaliges Forum für den Austausch unter Kollegen. Hier konnte ich in familiärer Atmosphäre bereits wertvolle Kontakte knüpfen.“ Ähnlich äußert sich Josef Römer von Varian: „Die Referenten waren durchweg erstklassig und einem offenen Austausch sehr zugänglich. Ich habe viel mitgenommen“.

Bei einer der vergangenen FEI-Tagungen konnten die Teilnehmer ihre Kreativität auch beim Transport eines „Gefahrensstoffs“ (ein Ei) unter Beweis stellen.

⁺⁾ Die Anmeldung ist bereits möglich unter www.dpg-physik.de/dpg/pbh/aktuelles/FM.html

Dr. Susanne Friebel ist Vorsitzende des AIW