

February 2007

Keeping CEOs Awake At Night. Innovation auf dem globalen Markt

Martin Jetter

IBM Deutschland GmbH, Stuttgart, mjetter@de.ibm.com

Follow this and additional works at: <http://aisel.aisnet.org/wi2007>

Recommended Citation

Jetter, Martin, "Keeping CEOs Awake At Night. Innovation auf dem globalen Markt" (2007). *Wirtschaftsinformatik Proceedings 2007*. 1. <http://aisel.aisnet.org/wi2007/1>

This material is brought to you by the Wirtschaftsinformatik at AIS Electronic Library (AISEL). It has been accepted for inclusion in Wirtschaftsinformatik Proceedings 2007 by an authorized administrator of AIS Electronic Library (AISEL). For more information, please contact elibrary@aisnet.org.

In: Oberweis, Andreas, u.a. (Hg.) 2007. *eOrganisation: Service-, Prozess-, Market-Engineering*; 8. Internationale Tagung Wirtschaftsinformatik 2007. Karlsruhe: Universitätsverlag Karlsruhe

ISBN: 978-3-86644-094-4 (Band 1)

ISBN: 978-3-86644-095-1 (Band 2)

ISBN: 978-3-86644-093-7 (set)

© Universitätsverlag Karlsruhe 2007

Keeping CEOs Awake At Night

Innovation auf dem globalen Markt

Martin Jetter

Vorsitzender der Geschäftsführung
IBM Deutschland GmbH
Stuttgart
mjetter@de.ibm.com

Abstract

Die wirtschaftliche Makrodynamik der Globalisierung zwingt CEOs zur radikalen Änderung, wenn nicht gar Neuerfindung ihrer Unternehmen. Zunehmender Wettbewerbsdruck im Inland einerseits und enorme Chancen in den Wachstumsmärkten andererseits bestimmen dabei den Handlungsrahmen. Dank zunehmend vernetzter und leistungsfähiger IT-Infrastruktur migriert Arbeit an den Ort ihrer optimalen Erledigung. Wohin, das regeln die Marktfaktoren Wirtschaftlichkeit, verfügbarer Erfahrungsschatz und Offenheit.

Der Schlüssel für die Nutzung der aus der Globalisierung resultierenden Chancen ist die konsequente Ausrichtung auf Innovation. Echte Innovation geschieht am Schnittpunkt von Erfindung und der Erfahrung, wie und wo sie in Differenzierung im Markt und wirtschaftlichen Erfolg umgesetzt werden kann. Dabei kooperieren mehr und mehr CEOs mit Dritten, mit Partnern, Zulieferern und Kunden. Nur in dieser Besinnung auf gemeinsame Stärken liegt eine Chance für den Wirtschaftsstandort Deutschland.

1 The World Is Flat

1.1 Wirtschaftliche Makrodynamik

Verschaffen wir uns zu Beginn einen Überblick aus größerer Höhe über die wirtschaftliche Makrodynamik auf unserem Planeten. Kaum ein wirtschaftlicher Vortrag, kaum ein Wirtschaftsbuch, kaum ein Zeitungsbeitrag kommt ohne diese Betrachtung aus und am Stichwort Globalisierung vorbei. Und das aus gutem Grund: Kein Phänomen greift so tiefgehend in unser Leben und Wirtschaften ein, fordert uns so sehr heraus und verlangt so viel Anpassung wie die Globalisierung unserer Ökonomie.

Zwei Drittel der von IBM befragten 765 CEOs weltweit planen, ihr Unternehmen in den kommenden zwei Jahren radikal umzubauen, es neu auszurichten, seine Strategie zu justieren oder gänzlich neu zu erfinden. Solche massiven Transformationen verlangen Unternehmen und ihren Chefs einiges ab.

Vorbei sind die Zeiten reinen Kostensparens, das in den letzten Jahren die CIOs und CTOs in den Unternehmen sehr – zu sehr – in die Kostenspar-Ecke drängte. Das zeigte sich beispielhaft an der Bedeutung, die der Informationstechnologie im Unternehmen zugemessen wurde: Ihr strategischer Wertbeitrag zum Erfolg des Unternehmens rückte zusehends in den Hintergrund.

IT als Innovationsmotor und Werttreiber genoss oftmals nicht mehr den Stellenwert, der ihr gebührte. Die Stimmen der Zweifler waren laut und gipfelten im vieldiskutierten und zitierten Beitrag von Nick Carr in Harvard Business Review: ‚IT doesn’t matter’ – er behauptete darin, dass IT zur Massenware, zur Commodity geworden sei, aus der sich mithin kein Wettbewerbsvorteil mehr ableiten lasse. Sorry, Nick, you’re wrong. IT does matter!

Denn: Niemals war oder ist Informationstechnologie in ihrer Gesamtheit Massenware. Stets gibt es bessere und schlechtere Lösungen; attraktive, außergewöhnliche, innovative – und solche, die zum bloßen Mindeststandard gehören. Entscheidend ist, heraus zu finden, was Unternehmen tatsächlich weiterbringt und welche neuen, kreativen Ansätze sie verfolgen können.

Kreative Ansätze gibt es auf allen Ebenen, nicht nur im engeren Sinne bei der Technologie. Denken wir über Produkte und Technologien hinaus an Geschäftsprozesse, an neue Formen der Kooperation entlang der Wertschöpfungskette und an neue Nutzenerwartungen der Kunden.

IT ist *der* Innovationstreiber im Unternehmen und wächst gerade jetzt, im Zuge immer rasanter fortschreitender Globalisierung, zu beträchtlicher Bedeutung heran. Innovation ist nämlich – auch das belegt die IBM CEO Studie eindrucksvoll – *die* Antwort auf die Herausforderungen einer globalisierten Welt.

1.2 Herausforderungen in der Flat World

Diese Herausforderungen erläutern nur wenige so eindrucksvoll und augenöffnend wie Tom Friedman, New York Times Kolumnist und Autor des sehr lesenswerten Buches ‚The World Is Flat‘. Friedman beschreibt darin die evolutionären und revolutionären Änderungen unserer Welt und Wirtschaft in den vergangenen beiden Dekaden, die zumindest ökonomisch die Erde zur Scheibe werden ließen.

Manche dieser „Flattener“, wie Friedman sie nennt, sind vorwiegend politischer Natur, wie der Fall der Mauer, der die Machtbalance auf unserem Planeten zugunsten von Demokratie und Freiheit verschob und damit mehr Menschen Zugang zu Information, Waren und Dienstleistungen gab. Andere sind eher wirtschaftliche Ereignisse, wie der Netscape Börsengang, der massive Investitionen in die Breitbandverkabelung der Erde motivierte – oder das Offshoring von industrieller Fertigung, das China auf der wirtschaftlichen Weltbühne dramatisch wichtiger werden ließ.

Wie dramatisch, zeigen einige Zahlen: Zwischen 1970 und 2005 hat sich das Volumen der Weltwirtschaft etwa vervierfacht, von rund 12 auf 45 Billionen Dollar. Gleiches gilt für die Zahl der Arbeitskräfte in Indien (von 62 auf 220 Millionen) und China (von 86 auf 412 Millionen). In allen übrigen Industrieländern zusammen hat sich die Zahl der Arbeitskräfte im gleichen Zeitraum nur um 40 Prozent erhöht und liegt heute mit 416 Millionen etwa gleichauf mit den chinesischen Kollegen. Entscheidend ist: die Arbeitsmärkte waren 1970 noch weitgehend isoliert. Heute stehen sie in direkter Konkurrenz zueinander.

Denn: Die meisten Flattener sind im Kern und in ihren Ausprägungen informationstechnologisch getrieben: Workflow Software, Open Source, Wireless, nicht zuletzt das Internet – diese Technologien ermöglichen die vernetzte Wirtschaft, in der wir heute auf Augenhöhe mit Volkswirtschaften konkurrieren, die wir bisher entweder gar nicht oder bestenfalls als Güterexport-Adresse wahrgenommen haben.

Längst hat diese Vernetzung und Kooperation alle Bereiche des Wirtschaftens erreicht und ergriffen. Indische Service Companies haben nicht mehr nur „Brückenköpfe“ hier, wie wir uns in vergeblicher Selbstberuhigung in den letzten Jahren immer wieder suggeriert haben.

Sie treten massiv in unseren Markt ein und sie nutzen längst ihrerseits attraktive Economies, indem sie Teile ihrer Leistung zum Beispiel in Osteuropa sourcen. Das müssen sie übrigens tun. Mitte 2006 hat die Economist Intelligence Unit eine Studie zum Offshore Outsourcing veröffentlicht, die konstatiert: Zentral- und Osteuropa sowie Nordafrika sind insbesondere für Unternehmen in Europa die kommenden Lokationen für Outsourcing Center. Herausgehoben werden Länder wie Rumänien, Ägypten und Jordanien.

Indien dagegen wird nämlich allmählich teurer – selbst in Millionenstädten wie Bangalore und Chennai zeigt sich inzwischen ein Mangel an gut ausgebildetem Personal.

1.3 Partizipation an Wachstumschancen

IBM hat sich frühzeitig – schon vor mehr als fünfzig Jahren – hier engagiert und ist seit über fünfzehn Jahren in China präsent. Jüngst erfolgte ein rasanter Ausbau. So ist Indien mit rund 48.000 Mitarbeitern inzwischen die zweitgrößte IBM Landesgesellschaft außerhalb der USA. Wir investieren in den nächsten drei Jahren weitere 6 Milliarden Dollar in den Ausbau.

Das sind übrigens keine schlicht opportunistischen oder singulären Engagements, sondern Teil planvollen weltweiten Vorgehens: Die IBM integriert sich selbst global. Das wurde in der vergangenen Dekade zunächst mit der weltweiten Supply Chain umgesetzt – heute ist sie durchgängig – und setzt sich zur Zeit mit dem Servicegeschäft und auch den internen Supportfunktionen fort.

Langfristig betrachtet ist das nur konsequent: Waren wir in den 60er und 70er Jahren noch ein typisches „internationales“ Unternehmen mit Kernaufgaben wie Entwicklung und Produktion im Heimatland und Vertriebseinheiten im Ausland, so haben wir uns in den 80er und 90er Jahren zu einem „Multinational“ gewandelt. In den meisten unserer weltweit 170 Märkte haben wir Mini-IBMs aufgebaut – voll funktionsfähige Unternehmen, die sich hervorragend in die jeweilige lokale Wirtschaft einbrachten, in aller Regel von Managern aus dem jeweiligen Land geführt wurden und prächtig gediehen.

Was damals richtig war, entpuppte sich um die Jahrtausendwende zunehmend als redundant und inflexibel. Schnellen Reaktionen auf Marktveränderungen und Innovationen steht eine solche Struktur eher im Wege. Deshalb entwickeln wir uns heute zum „global integrierten Unternehmen“ weiter, das seine Ressourcen und Assets weltweit optimiert und managed.

So wie der Grad der Vernetzung wächst, alles mit allem verbunden ist, so wandert nun Arbeit an den Ort ihrer optimalen Erledigung – wie Wasser, das sich seinen Weg sucht. Was bestimmt diesen Weg des Wassers? Wohin fließt Arbeit und warum?

1.4 Wirtschaftlich, erfahren, offen

Wir beobachten drei Gesetze: Erstens ein ökonomisches. Den Regeln von Kosten und Profit kann sich niemand widersetzen. Wenn in Indien und China die Arbeitskosten um den Faktor zehn unter unseren liegen, haben wir einen Wettbewerbsnachteil. Den können wir nur mit den beiden anderen Gesetzen ausgleichen:

Zweitens gilt das Gesetz der Expertise: Die besten Köpfe veranlassen Arbeit zu migrieren – das heißt, die Arbeit folgt den besten Köpfen und nicht anders herum, wie oft angenommen wird. Die Qualität muss stimmen. Oder, um es wie unser Bundespräsident vor dem Europäischen Parlament zu sagen: „Wir müssen mindestens so viel besser sein, wie wir teurer sind.“

Drittens gilt das Gesetz der Offenheit: Je bereitwilliger Wissen und Information mit anderen geteilt werden, desto besser ist das Gesamtergebnis der Arbeit. Clustertheorie und Clusterpraxis liefern dafür zahlreiche Belege.

Verweilen wir noch einen Augenblick bei den Markttrends der Globalisierung und zeigen diese nochmals exemplarisch an der Informationstechnologie:

Global betrachtet wächst der Trend zum IT Offshore Outsourcing ungebrochen weiter. Der Weltmarkt in diesem Geschäft wird vom Economist auf 40 bis 50 Milliarden Dollar geschätzt. Jährliche Steigerungsraten von 30% werden ihn bis 2008 auf rund 100 Milliarden Dollar wachsen lassen.

Allein dieses Geschäft wächst damit zu einer Größe heran, die unseren gesamten deutschen IT-Markt deutlich übertrifft. Der lag 2005 laut Branchenverband BITKOM bei gut 68 Milliarden Euro Umsatz, verzeichnete in den vergangenen Jahren Wachstumsraten unter drei Prozent und bleibt auch 2006 und 2007 hinter den Erwartungen zurück.

1.5 Der Faktor Arbeit

Vorwiegend Seitwärtsbewegungen kennzeichnen die Beschäftigungssituation der rund eine Million Arbeitsplätze umfassenden IT-Branche. Deren Fortbestand und Ausbau ist keine simple Preisfrage. Ähnlich wie im globalen Wettbewerb bei den Arbeitskosten steigt auch in der Frage der Leistungsqualität der Wettbewerbsdruck stetig. Umso wichtiger sind die Aktualität und das Qualitätsniveau unserer verfügbaren Skills. Hier dürfen wir keine Kompromisse machen. Kontinuierliche Erneuerung und Erweiterung unserer Skills in einer offenen und kooperativen Umgebung ist die einzige Chance, die wir zur Verbesserung unserer ökonomischen Aussichten haben.

Tom Friedman hat die Folgen für den Faktor Arbeit in den reiferen Märkten in einem Interview so verdeutlicht: „When I was growing up, my parents told me, "Finish your dinner. People in China and India are starving." I tell my daughters, "Finish your homework. People in India and China are starving for your job."

Bis 2004 hatten die USA bereits rund 700.000 sogenannte White-Collar-Jobs an Indien verloren. Allein 2005 sind nochmals 250.000 Jobs dazugekommen. Ich rede hier gleichwohl nicht schlichtem Arbeitsplatz-Pessimismus das Wort.

Betrachtet man Zahlen des U.S. Bureau of Labor Statistics und des Weltwährungsfonds, dann stellt man fest: Viele reife Märkte importieren mehr Arbeit – gemessen an ihrem finanziellen Gegenwert – als sie exportieren. Sie sind Netto-Profiteure des Global Sourcing.

Großbritannien zum Beispiel hat 2004 Arbeit im Gegenwert von 19 Milliarden US-Dollar exportiert, im selben Jahr aber für ausländische Unternehmen Arbeit im Wert von 41 Milliarden US-Dollar - rund doppelt so viel - innerhalb des eigenen Territoriums erledigt. Den selben Trend zeigen die USA. Job-Exporten von gut 43 Milliarden Dollar stehen Importe von 61 Milliarden Dollar gegenüber. Weniger rosig sieht es allerdings bisher für Deutschland aus: 41 Milliarden Dollar-Job-Export, 26 Milliarden Dollar Job-Import. Andere Netto-Verlierer sind Österreich und Japan.

Welche Schlüsse lassen sich daraus ziehen? Über die Gründe für unterschiedlichen volkswirtschaftlichen Insourcing-Erfolg kann man trefflich spekulieren und gar streiten. Standortfaktoren aller Art spielen dabei eine Rolle: Der Fokus auf Bildung, Innovationsfähigkeit, Investitionsverhalten, Flexibilität des Arbeitsmarktes sowie politische und wirtschaftliche Stabilität ist sicher konsensfähig. Und nicht in allen Bereichen gehört Deutschland auf Anhieb zu den Top-Scorern.

2 Globale Integration und Innovation

2.1 Chancen der globalen Integration

Fest steht: Globale Integration veranlasst Unternehmen, sich neu zu erfinden. Sie integrieren spezialisierte Funktionen – Entwicklung, Produktion, Einkauf, Vertrieb, Personal – und treffen dabei flexible Make-or-Buy-Entscheidungen: Einkaufsprozesse globaler Unternehmen werden in Manila abgewickelt, Investment-Bank-Transaktionen in Dublin. Britische Radiologen senden Röntgenbilder zur Interpretation nach Australien und Customer Service Center in Neuschottland bearbeiten Garantieforderungen von Verbrauchern aus der ganzen Welt.

In der globalen Integration und der Zusammenarbeit mit Einheiten innerhalb und außerhalb des eigenen Unternehmens liegen mehr Chancen als Risiken. Es ist allerdings ein Geschäftsmodell,

dem man sich konsequent und rechtzeitig verschreiben muss. Dann muss man nicht mehr befürchten, links und rechts überholt zu werden.

Auch Tom Friedman sieht zahlreiche Chancen, die er ebenso wie die „Flattener“ ganz wesentlich der Informationstechnologie zuschreibt. In seiner New York Times Kolumne schrieb er unlängst: „We are seeing the emergence of collaborative business models that were simply unimaginable a decade ago. Today, there are so many more tools, so many more ideas, so many more people able to put these ideas and tools together to discover new things, and so much better communications to disseminate these new ideas across the globe.”

Wir stehen gemeinsam in der Verantwortung, die Entwicklung des global integrierten Wirtschaftens voran zu treiben: Wir brauchen den Brückenschlag zwischen Wissenschaft und Praxis. Die flexible Kombination, Kooperation und Integration von Funktionen und Skills verlangt ebenso flexible und neuartige IT-Systeme, die den Dialog der Unternehmenseinheiten im weltweiten Verbund stützen und steuern. Die Rolle der IT-Verantwortlichen ist deshalb wieder stärker investiv ausgerichtet, mehr darauf, Innovation voranzutreiben und das Unternehmen weiterzuentwickeln.

2.2 Innovation richtig verstanden

Der Begriff Innovation ist in aller Munde und das aus gutem Grund. Mancher mag ihn schon nicht mehr hören, so inflationär wird er benutzt und instrumentalisiert. Tatsächlich gilt: Innovation ist die Antwort auf globale Herausforderungen.

Die Frage ist: Wie versteht man Innovation? Innovation entsteht am Kreuzungspunkt von Erfindergeist und dem Wissen darum, wie und wo kluge Erfindungen angewendet werden. Erfindungen sind gut und notwendig, aber wertvoll werden sie erst dann, wenn sie sich kapitalisieren und in handfeste Wettbewerbsvorteile ummünzen lassen. Diese entstehen, wenn Technologien auf einzigartige Weise für den Kunden oder die Allgemeinheit einen Nutzen erbringen. Das muss sich ausdrücken in Umsatzwachstum, höheren Gewinnen, mehr Produktivität, Differenzierungsmerkmalen, Erschließung neuer Märkte, besseren Sicherheitsstandards, einer verbesserten Volksgesundheit und so weiter.

Im Zeitalter der Globalisierung kann Technologie nicht gehortet werden. Sie steht der ganzen Welt zur Verfügung oder - für eine begrenzte Zeit - zumindest demjenigen, der ein Patent darauf angemeldet hat. Wenn nur allein die Anzahl der Patentanmeldungen automatisch auf die Innovationsfähigkeit eines Landes schließen ließe, hätte der Standort Deutschland noch relativ gute Karten. Wurden doch im letzten Jahr insgesamt fast 50.000 deutsche Patente beim Deutschen und Europäischen Patentamt registriert. Und im EU-Innovationsindex des Statistischen Landesamts Baden-Württemberg führt das südwestdeutsche Bundesland vor Berlin, der Ile de France, Schweden und Bayern. Sechs der zehn ersten Positionen in diesem Ranking werden von deutschen Bundesländern belegt.

Mit Nordamerikanern und Japanern können hiesige Entwickler gleichwohl nicht mithalten. Vor allem im Bereich Mikroelektronik, Großcomputer und Biotechnologie ist die Differenz groß. Stark sind die deutschen Erfinder dagegen bei der Kraftfahrzeugtechnik und in manchen Sparten des Maschinenbaus.

Aber das Patentieren hervorragender Technologie allein reicht nicht aus. Es kommt darauf an, sie zu kapitalisieren. In Cent und Euro, in Produktivität und Arbeitsplätze. Und da haben wir in Deutschland deutlichen Nachholbedarf. Wenn wir im globalen Wettbewerb bestehen und eine führende Rolle einnehmen wollen, müssen wir mehr aus unseren Technologie-Ressourcen machen.

2.3 Worüber spricht die Welt?

Technologie revolutioniert Industrien oder degradiert sie zur Bedeutungslosigkeit. Was heute „in“ ist, muss es morgen schon lange nicht mehr sein. Der Walkman oder Bestellungen per Post? Niemand spricht mehr davon. Dafür um so mehr von Apples iPod oder Amazons Geschäftsmodell. Oder auch darüber schon nicht mehr? Statt dessen lieber von Web 2.0, Web 3.0, virtuellen Welten und realen Geschäften darin?

Warum besucht der IBM CEO, Sam Palmisano, in Gestalt seines Avatars die Onlinewelt SecondLife? Eine nette Spielerei? Wohl kaum – und es macht deshalb zu recht Schlagzeilen! Wie bereits Medienunternehmen, Konsumgüterhersteller, Eventveranstalter, Klein- und

Kleinstunternehmer experimentieren und investiert IBM in 3D-Welten und entwickelt innovative Zugänge zu neuen Märkten.

Die Zeit ist günstig für Innovatoren. Viele Technologien sind ausgereift. Datenverarbeitungskomponenten werden stetig kleiner, leistungsfähiger und kostengünstiger. Im letzten Jahr produzierte die Welt zum Beispiel mehr Transistoren - und zu geringeren Kosten - als Reiskörner. Alles ist mit allem – Menschen mit Menschen, Geräte mit Geräten - immer und überall miteinander vernetzt. Die Anzahl der weltweiten Breitbandleitungen lag 2005 bei 215 Millionen und wird im Jahr 2010 500 Millionen erreichen. Supercomputing gibt's für jedermann.

Es stellt sich die Frage: Was mache ich damit? Antwort: Etwas Sinnvolles. Das gibt genau den Kick, der Reserven für Wachstum freisetzt, Kosten senkt, Effizienz und Flexibilität steigert und auch dafür sorgt, dass Unternehmen schneller und beweglicher im Hinblick auf neue Wachstumschancen werden. Gerade CEOs sehen im Thema Innovation die größten Potenziale, sich im Markt zu differenzieren und neue Wachstumschancen zu erschließen. Das haben sie in der eingangs erwähnten Studie eindeutig formuliert. Damit liegen sie genau richtig, denn: Rauchende Köpfe schaffen mehr Wohlstand als rauchende Schloten.

2.4 Innovation dank Kooperation

Und die CEOs heben noch etwas hervor: Zusammenarbeit mit Dritten und gemeinsame schöpferische Kraft. Kunden, Partner, Wissenschaft – sie schließen in immer mehr Unternehmen zur Entwicklungsabteilung als Innovationsmotor auf oder laufen ihr sogar den Rang ab.

Auch die IBM probiert neue Wege aus: Zwar bleiben die Forschungsinvestitionen auf konstant hohem Niveau von fünf bis sechs Milliarden Dollar jährlich, aber wir bauen auch auf die kollektive Intelligenz unserer gesamten Belegschaft – und darüber hinaus auch auf Kunden und Partner. So haben wir in diesem Jahr mit unserem InnovationJam eine massives weltweites Online-Brainstorming veranstaltet, zu dem zehntausende IBMer und zahlreiche Dritte tausende von Ideen beigetragen haben. Diese wurden verdichtet und dann in einem zweiten Online-Jam die besten 34 Ideen in Richtung Business Plan weiterentwickelt. Auf eine weitere Verdichtung

folgte die Ankündigung, in die zehn erfolgversprechendsten Ideen 100 Millionen Dollar zu investieren. Eines dieser Projekte ist das schon erwähnte 3D-Internet und die Entwicklung entsprechender Geschäftsmodelle.

Auf solche kreativen und innovativen Prozesse muss sich auch Deutschland besinnen und aufbauen. Wir dürfen uns nicht durch die Globalisierung einschüchtern lassen! Wir können uns nicht abschotten gegen die neuen Rahmenbedingungen. Natürlich fordert und verändert uns die Globalisierung. Die Dynamik der Flat World macht uns in Deutschland zu schaffen.

Aber: Brain Power, Qualifikation, Kreativität, Vernetzung – das sind unsere Stärken. Wir brauchen die besten Universitäten und das beste Hochschulsystem. Wir brauchen Vernetzung zwischen Wissenschaft und Wirtschaft. Nicht nur punktuell, sondern systematisch und institutionalisiert. Wir brauchen Internationalität und Bedingungen, die es den Besten ermöglicht, zu forschen, zu kooperieren und zu bleiben!

Unser Unternehmen steht in einer langen Tradition enger Kooperation mit führenden technischen und ingenieurwissenschaftlichen Hochschulen – hier in Deutschland beispielsweise zwischen der Universität Bonn und dem IBM Entwicklungslabor in Böblingen im Bereich Chipentwicklung und -design. Mit der Veränderung des Marktes und unseres Geschäftsmodells, mit der zunehmenden Verschmelzung von Informationstechnologie und Business nämlich, erweitern wir diese Kooperationen und Engagements. Beispielhaft erwähnt sei die Zusammenarbeit mit dem Elitestudiengang „Finance and Information Management“ an der TU München und der Universität Augsburg. Hier entwickelt sich ein Kompetenzzentrum für Services Science, einem der wichtigsten akademischen Wachstumsthemen für unser Land.

Deutschlands Ressourcen sind seine Menschen. In sie muss investiert werden – in ihre Ausbildung, ihre Kreativität und ihren Willen sich Veränderungen zu stellen und sie als Chance zu nutzen. Die Exzellenzinitiative der Bundesregierung ist ein Schritt in die richtige Richtung. Den Kostenwettbewerb mit den prosperierenden Märkten im nahen und fernen Osten können wir nicht gewinnen. Wollen wir unseren erarbeiteten Lebensstandard halten, müssen wir uns auf unsere geistigen und kreativen Stärken konzentrieren und darüber hinaus den Willen haben, besonders und einmalig zu sein. Kurz innovativ zu sein!

