

## 5. OÖ. Industrie-Marketing-Gespräch

### Industrie-Marketing:

Wie globale Rahmenbedingungen und Innovationsgeschwindigkeit die Welt verändern

Expertenrunde: v.li.

DI Dr. Joachim Haindl-Grutsch (Geschäftsführer der IV OÖ), Mag. Gerald Kiska (Kiska GmbH Salzburg), MMag. Dr. Georg Emprechtinger (Team 7), Dr. Andreas Ludwig (Umdasch Gruppe), Gerhard Wölfel (BMW Österreich) und Univ.-Prof. Dr. Kurt Matzler (Universität Innsbruck), Moderator Mag. Lorenz Wied und Mag. Christian Bayreder (MCL-Präsident)



**Linz (17.4.) Wie globale Rahmenbedingungen und Innovationsgeschwindigkeit die Welt verändern, darüber diskutierten auf Einladung des Marketing Club Linz und der Industriellenvereinigung OÖ Experten aus Wirtschaft und Wissenschaft in der voestalpine Stahlwelt.**

Was sind die neuesten Entwicklungen im globalen Business? Welche Rolle spielen Innovationen und Marketing im weltweiten Wachstum sowie in der Erschließung neuer Märkte? Und vor allem: Wie kann man den Fortschritt gewinnbringend nutzen, um die Zukunft zu gestalten? Einen Blick auf die Trends in der Industrie warfen vor zahlreichen Teilnehmern Univ.-Prof. Dr. Kurt Matzler (Universität Innsbruck), Mag. Gerald Kiska (Kiska GmbH Salzburg), Dr. Andreas Ludwig (Umdasch Gruppe), MMag. Dr. Georg Emprechtinger (Team 7) und DI (FH) Gerhard Wölfel (BMW Österreich).

In seinem Impulsreferat zeichnete Kurt Matzler das Dilemma von Innovationen für etablierte Unternehmen. Zu stark konzentrieren sie sich auf die Weiterentwicklung bestehender Produkte, zu sehr neigen sie zum „Overengineering“, zu wenig risikobereit nehmen sie den Fortschritt an. Neue Technologien entwickeln sich aber schneller als Marktbedürfnisse. Eine große Chance für Neueinsteiger, die zunächst mit weniger Qualitätsanspruch, meist aber einfacher, billiger und komfortabler für die Käufer produzieren. Zahlreiche Beispiele aus der Vergangenheit beweisen, dass solche „disruptive“ Innovationen Marktführer vom Markt verdrängt haben.

Gerald Kiska fasste die Voraussetzungen für den globalen Erfolg in zwei unternehmerischen Eigenschaften zusammen: MUT und TUN. Es braucht Mut zur Differenzierung, um sich von anderen Anbietern abzugrenzen. Es braucht beim Tun ein klares Wissen, wofür man steht, und Durchhaltevermögen. Beides zusammen, gebündelt mit Emotion macht starke Marken aus, die im internationalen Wettbewerb bestehen.

Auf Kundenorientierung und Emotionen setzten auch die Industriellen am Podium: Georg Emprechtinger fasste die neue Wertschätzung für traditionelle Werte kombiniert mit Design und Individualität als Erfolgsfaktoren für Team 7 zusammen. BMW fertigt heute keine Großserien mehr an, sondern bringt viele kleine Nischenprodukte auf den Markt, verriet Gerhard Wölfel. Andreas Ludwig sah neben der Produktinnovation auch die Anwendungsinnovation als Erfolgsfaktor sein Unternehmen. So schafft Doka nicht nur mit der Schallungstechnik alleine sondern mit der gesamten Rationalisierung in der Bauabwicklung Vorteile für seine Partner.

Das 5. OÖ. Industrie-Marketing-Gespräch stand unter der Patronanz von Landeshauptmann Dr. Josef Pühringer.

Fotos honorarfrei IV OÖ/MCL:

Rückfragen bitte an: Mag. Michaela Rimser, Presse MCL, E-mail: [pr.mcl@rimser.at](mailto:pr.mcl@rimser.at); Mobil: 0650-310-6234.