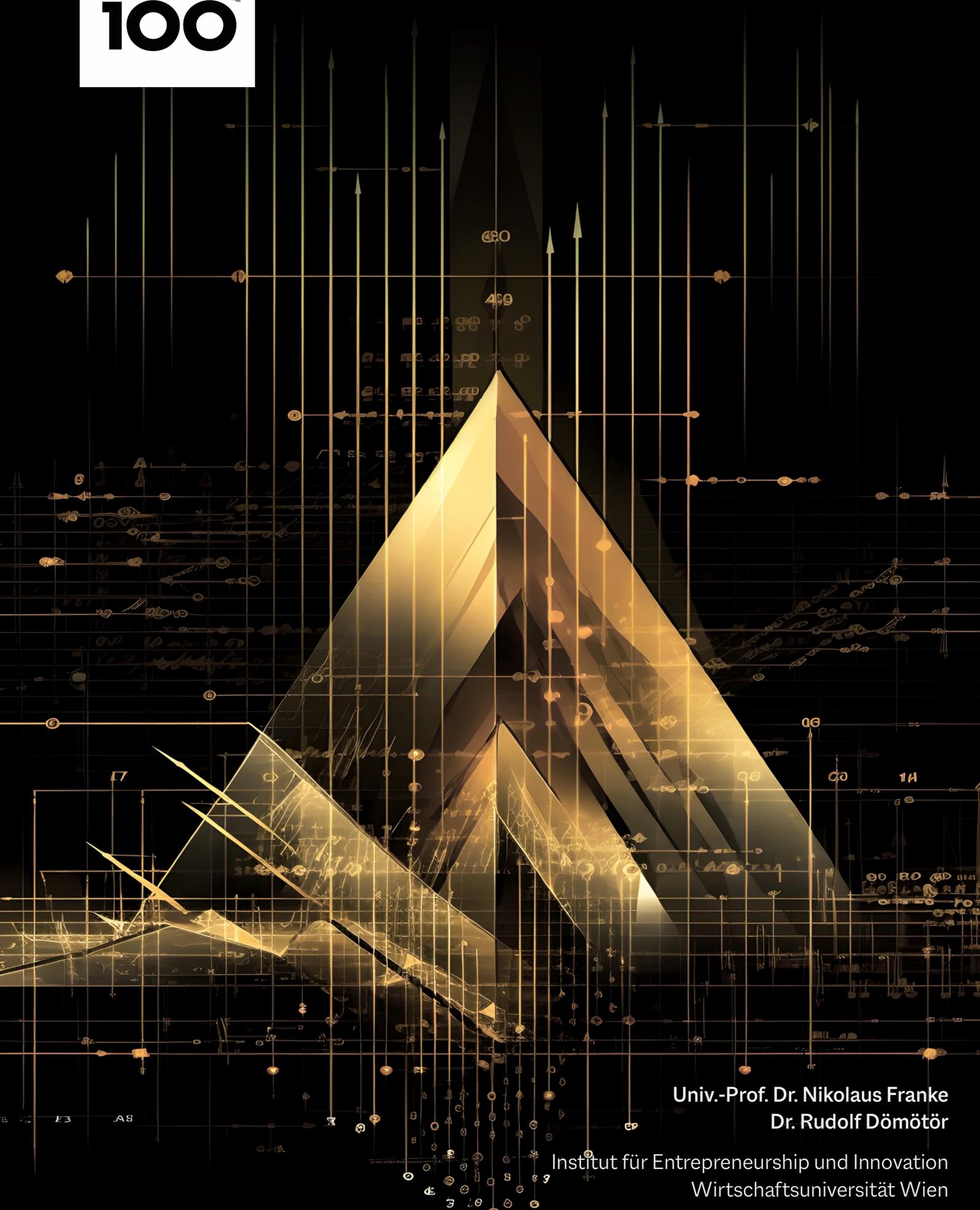




INNOVATIONSBILANZ® 2024

EKC.AG



Univ.-Prof. Dr. Nikolaus Franke
Dr. Rudolf Dömötör

Institut für Entrepreneurship und Innovation
Wirtschaftsuniversität Wien

Überblick

- Die EKC.AG zählt zu den TOP 100 im Jahr 2024, also zu den innovativsten mittelständischen Unternehmen Deutschlands.
- Das Innovationsmanagement der EKC.AG wird insgesamt mit „A+“ geratet (Durchschnitt TOP 100: „A“). Unternehmen mit dem Rating „A“ zeichnen sich durch ein herausragend professionelles Innovationsmanagement aus, das selbst international Maßstäbe setzt und eine hohe Wahrscheinlichkeit für zukünftige Innovationserfolge bietet.
- Für die vier Potenzialkategorien des Innovationsmanagements werden folgende Ratings vergeben:
 - Innovationsförderndes Top-Management: A (Durchschnitt TOP 100: A)
 - Innovationsklima: A+ (Durchschnitt TOP 100: A)
 - Innovative Prozesse und Organisation: A+ (Durchschnitt TOP 100: A)
 - Außenorientierung/Open Innovation: A- (Durchschnitt TOP 100: A)
- Die Innovationsbilanz beinhaltet die individuelle Stärken-/Schwächenanalyse Ihres Innovationsmanagements und soll Ihnen Anregungen für weitere Verbesserungen Ihrer Innovationstätigkeit geben. Die Informationen über Kennzahlen und Aktivitäten der anderen herausragend innovativen Unternehmen Ihrer Größenklasse soll es Ihnen erleichtern, auch in Zukunft systematisch innovative Ideen zu entwickeln und umzusetzen – um damit nachhaltige wirtschaftliche Erfolge zu realisieren.

Inhalt

Überblick.....	2
Inhalt	3
Vorwort des wissenschaftlichen Leiters	4
Die innovativsten Unternehmen des Mittelstandes im Überblick.....	5
Angaben zu den TOP 100 des Jahres 2024	8
Die TOP 100 Innovationsanalyse.....	9
Hilfe zur Interpretation der Ergebnisse	12
Individuelle Stärken-/Schwächenanalyse.....	13
Innovationsförderndes Top-Management.....	15
Innovationsklima	20
Innovative Prozesse und Organisation	24
Außenorientierung/Open Innovation.....	29
Innovationserfolg	33
Ratingkategorien	36
Ein Wort zum Schluss.....	37
Wissenschaftliche Leitung	38

Vorwort des wissenschaftlichen Leiters

Univ.-Prof. Dr. Nikolaus Franke
Institut für Entrepreneurship und Innovation
Wirtschaftsuniversität Wien



Wien, im Mai 2024

Sehr geehrter Herr Porokhnya,

die EKC.AG zählt zu den TOP 100 im Jahr 2024, also zu den innovativsten mittelständischen Unternehmen Deutschlands. Dies ist eine großartige Leistung und ein besonderer Erfolg in den turbulenten Zeiten, in denen wir leben. Nicht jeder kann mit dem hohen Änderungstempo und den vielen Herausforderungen von Märkten, Politik, Konjunktur und Technologie so agil und chancenorientiert umgehen.

Die Konkurrenz war stark wie wohl noch nie. Es ist beeindruckend zu sehen, wie der innovative Mittelstand mit den Änderungen und Herausforderungen unserer Zeit umgeht. Unter den TOP 100 Unternehmen befinden sich zahlreiche Weltmarktführer und „Hidden Champions“. Einige sind führende High-tech-Unternehmen und wieder andere stammen aus ganz neu entstandenen Industrien. Andere kommen aus traditionelleren Branchen und haben sich dort mit ihrer Innovativität ein einzigartiges Alleinstellungsmerkmal geschaffen. Unter ihnen befinden sich produzierende Unternehmen genauso wie Dienstleister, frisch gegründete Unternehmen und auch Familienunternehmen, die sich teilweise seit vielen Generationen immer wieder neu erfinden. Bei aller Vielfalt haben sie eine Gemeinsamkeit: sie haben verstanden, dass Investition in Innovation der wirtschaftliche Erfolg von morgen ist. Sie sind daher systematisch auf die Gestaltung des Neuen ausgerichtet.

Aus der großen Menge von Bewerbern haben wir die besten ermittelt. Hierfür haben wir wochenlang Informationen geprüft, Muster analysiert und Unternehmen verglichen. Diese Aufgabe war dieses Jahr besonders schwierig, denn auch diejenigen Bewerber, die wir nicht in den Kreis der TOP 100 aufnehmen konnten, sind vielfach Unternehmen von beeindruckender Innovativität.

Ihre Leistungen in den Bereichen Top-Management, Innovationsklima, Prozesse/Organisation, Außenorientierung/Open Innovation und ihre Innovationserfolge haben uns voll überzeugt. Ich gratuliere Ihnen zur Aufnahme in die TOP 100. Sie sind Teil der Leistungselite des deutschen Mittelstands.

Die Innovationsbilanz soll Ihnen Anregungen für weitere Verbesserungen Ihrer Innovationstätigkeit geben. Innovation bedeutet schließlich, immer nach vorne zu schauen und nie stehen zu bleiben. Unternehmerisches Denken, Kreativität, Schnelligkeit und Flexibilität sind heute wichtigere Fähigkeiten als je zuvor – auch in Zukunft wird es zu drastischen und jetzt noch vollkommen unvorstellbaren Veränderungen kommen.

Wer sich weiterentwickeln will, braucht Orientierung. Die Informationen über Kennzahlen und Aktivitäten der anderen herausragend innovativen Unternehmen Ihrer Größenklasse soll es Ihnen erleichtern, auch in Zukunft systematisch innovative Ideen zu entwickeln und umzusetzen – um damit nachhaltige wirtschaftliche Erfolge zu realisieren.

Ihr

Die innovativsten Unternehmen des Mittelstandes im Überblick

Größenklasse A

- ACP Deutschland GmbH & Co. KG
- AFS Airfilter Systeme GmbH
- agilimo Consulting GmbH
- Akademie der Ruhr-Universität gemeinnützige GmbH
- ALVI GmbH
- an.kox GmbH
- Andre Douverne | chez Douverne
- aquadetox international GmbH
- Bensussen Deutsch & Associates GmbH
- Beratung Wink® e. K.
- BIKON-Technik GmbH
- Blue Energy Group AG
- Brenner Energie GmbH
- Comparus GmbH
- croit GmbH
- crossbase mediasolution GmbH
- Dr. Fooke-Achterrath Laboratorien GmbH
- DZG Metering GmbH
- ehotel AG
- EintrachtTech GmbH
- EITEC Führungsbahnschutz-Systeme GmbH
- EKC.AG
- Eltroplan Engineering GmbH
- EYPro Mugrauer & Schnele GmbH
- firesys GmbH
- FKM Sintertechnik GmbH
- GAL Digital GmbH
- Greenfield Industrial GmbH
- Greenflash GmbH
- Grünwalder Akademie GmbH
- Habmann Group GbR
- Hans Schmidt Werbeverpackungen GmbH
- Hartmann Präzisionstechnik
- hausexperten.de GmbH
- HB microtec GmbH & Co. KG
- HDI Generalvertretung Jahreis & Kollegen
- Heraplast GmbH
- HET Filter GmbH
- HIBO Haustechnik GmbH & Co. KG
- ibe Ermisch GmbH
- IBS GmbH
- implec GmbH
- ins-pi GmbH
- Institut für Vorsorge und Finanzplanung GmbH
- Intelligent Media Systems AG
- Jafari Consulting GmbH
- Jungmann Systemtechnik GmbH & Co. KG
- JUST VACUUM GmbH
- KALTENBACH.SOLUTIONS GmbH
- KNETÄ GmbH
- KST Institut GmbH
- LAMBERT GmbH
- LEBEN-Dämpfungstechnik GmbH
- Lemp GmbH & Co. KG
- M&L AG
- MehrTec GmbH
- Metallbau Götzl
- Metzger Kunststoff-Technik GmbH
- MGN Mediengruppe Nürnberg GmbH
- MR Chemie GmbH
- Naturwaerme.org Inh. Tony Seifert
- Nexaro GmbH
- noax Technologies AG
- Othmerding Maschinenbau GmbH & Co. KG
- Otte Projektmanagement GmbH
- Pader Solartechnik GmbH
- PS Consulting GmbH
- Qeridoo GmbH
- R.A.B.S. Balkonbau GmbH
- R.iT GmbH
- Rabb IT Solutions GmbH
- Reinhart Kober Großinsky Braun Rechtsanwälte
- Rieger Metallveredlung GmbH & Co. KG
- RIFTEC GmbH
- rising systems AG
- Rybak + Hofmann rhv-Technik GmbH + Co. KG
- SaarGummi Neo GmbH
- SAMCON Prozessleittechnik GmbH
- Service Layers GmbH
- SK UV Gele GmbH
- Sprenger GmbH
- Stolz Aufrolltechnik GmbH
- Trailer Dynamics GmbH
- VULKAN INOX GmbH
- Winkler Technik GmbH
- Wintergärten Gruber GmbH & Co. KG
- Wolftechnik Filtersysteme GmbH & Co. KG
- ZAM eG
- Zengerle & Riederer Hörsysteme GmbH

Größenklasse B

- A & D Verpackungsmaschinenbau GmbH
- A. Eberle GmbH & Co. KG
- A-M-T Schmid GmbH & Co. KG
- ADITO Software GmbH
- Advancis Software & Services GmbH
- ADVISORI FTC GmbH
- Alfred PRACHT Lichttechnik GmbH
- alfred rexroth GmbH & Co. KG
- Arning Bauunternehmung GmbH
- attempto GmbH & Co. KG
- Aumüller Aumatic GmbH
- Baljer & Zembrod GmbH & Co. KG
- BARTH Präzisionstechnik GmbH
- Bergmann & Steffen GmbH
- Bernd Meffle Kunststoffverarbeitung GmbH
- Bisping & Bisping GmbH & Co. KG
- Bittrich & Bittrich Steuerberatungsgesellschaft mbH
- blackned GmbH
- buhl-paperform GmbH
- Christian Maier GmbH & Co. KG
- Comma Soft AG
- consenso Consulting GmbH
- CSP GmbH & Co. KG
- Deutsche Zentrale für Tourismus e. V.
- Eberhardt GmbH
- Ehret+Klein GmbH
- Eisele GmbH
- ENGMATEC GmbH
- enomyc GmbH
- ESK-SIC GmbH
- eta plus electronic gmbh
- Evosys Laser GmbH
- EXPRESSO Deutschland GmbH & Co. KG
- Fichtner & Schicht GmbH
- Gebr. Schütt KG (GmbH & Co.)
- Gebro-Herwig Haustechnik GmbH
- Gramm Technik GmbH
- Gutekunst Formfedern GmbH
- hawo GmbH
- Helmerding hiw Maschinen GmbH
- Henke AG
- Heyne & Penke Verpackungen GmbH
- Huber Gebäudetechnik GmbH & Co. KG
- IBG Automation GmbH
- ICUnet Group
- INRO Elektrotechnik GmbH
- ITMediaConsult AG
- Jacob Leitungsbau GmbH
- Kalypso Media Group GmbH
- Karl Schüßler GmbH & Co. KG
- Keller Blechtechnik GmbH
- Kingspan STG GmbH
- KÖGL GmbH
- Konrad Pumpe GmbH
- Lässig GmbH
- M & M Software GmbH
- MCD Elektronik GmbH
- MDT technologies GmbH
- Mehrwerk GmbH
- MELLERUD Chemie GmbH
- Michael Glatt Maschinenbau GmbH
- montratec GmbH
- Nanotec Electronic GmbH & Co. KG
- Neodigital Versicherung AG
- Neue Materialien Bayreuth GmbH
- NSB Group
- Office Mix GmbH
- Orthopädie-Technik-Service aktiv GmbH
- Ospa Apparatebau Pauser GmbH & Co. KG
- PALLMANN GmbH
- Pascoe pharmazeutische Präparate GmbH
- PINK GmbH Thermosysteme
- plating electronic GmbH
- PRAENATAL (MVZ) GbR
- ProDEKon Blechtechnik GmbH & Co. KG
- Proteros biostructures GmbH
- R&S Vertriebs GmbH
- Raiffeisendruckerei GmbH
- Renz Solutions GmbH
- Smart InsurTech AG
- SOMA GmbH
- Sozialbau Kempten Wohnungs- und Städtebau GmbH
- sta Schalltechnische Anlagen GmbH
- Stadtwerke Radolfzell GmbH
- STYLINK Social Media GmbH
- Technoblech GmbH
- TES Electronic Solutions GmbH
- Thermik Gerätebau GmbH
- TNL Umweltplanung Frank Bernshausen e. K.
- Transline Deutschland GmbH
- TWS Thüringer Wärme Service GmbH
- Ulmer Wohnungs- und Siedlungs-Gesellschaft mbH
- UNIBERG GmbH
- Variotech GmbH
- VENSYS Elektrotechnik GmbH
- Visteon Electronics Germany GmbH
- VÖB-Service GmbH
- WATERKOTTE GmbH
- WDT - Werner Dosiertechnik GmbH & Co. KG
- Wiethe Content GmbH

Größenklasse C

- Acanadis GmbH
- aconium GmbH
- Actemium Contracting GmbH
- AKE Knebel GmbH & Co. KG
- ANDREAS STIHL AG & Co. KG
- ANSMANN AG
- ASAP Gruppe
- Augenzentrum Eckert
- Avanco GmbH
- B&B Hotels Germany GmbH
- Bank11 für Privatkunden und Handel GmbH
- Baumann Group - the kitchen family
- BeneVit Holding GmbH
- BETEK GmbH & Co. KG
- blau direkt GmbH
- Bluhm Systeme GmbH
- BSH GmbH & Co. KG
- BURGER GROUP
- C. D. Wälzholz GmbH & Co. KG
- cab Produkttechnik GmbH & Co KG
- Calvatis GmbH
- colordruck Baiersbronn W. Mack GmbH & Co. KG
- DATASEC information factory GmbH
- Dextra FM GmbH & Co. KG
- Dr. Fritz Faulhaber GmbH & Co. KG
- EAM GmbH & Co. KG
- Ebert Hera Esser Holding GmbH
- ECO Schulte GmbH & Co. KG
- EJOT SE & Co. KG
- Endress+Hauser Conducta GmbH+Co. KG
- ESG Elektroniksystem- und Logistik-GmbH
- EUROPART Holding GmbH
- EXTE GmbH
- FENECON GmbH
- Finke Gruppe
- GEALAN Fenster-Systeme GmbH
- Georg Reisch GmbH & Co. KG
- Hansgrohe SE
- Hekatron Technik GmbH
- Hilscher Gesellschaft für Systemautomation mbH
- Hirschmann Automation and Control GmbH
- HSR GmbH
- Insta GmbH
- IPG Automotive GmbH
- itdesign GmbH
- ITM Isotope Technologies Munich SE
- Joachim Goldbeck Holding GmbH
- Josef Stanglmeier Bauunternehmung GmbH & Co. KG
- Kern Microtechnik GmbH
- LABOKLIN LABOR FÜR KLINISCHE DIAGNOSTIK
- Leistritz Aktiengesellschaft
- LMT Tools GmbH & Co. KG
- Luitpold Apotheke, Inh. Karlheinz Ilius e. K.
- MAINGAU Energie GmbH
- Masterflex Group
- MaxSolar GmbH
- mbw Group
- MLL Münchner Leukämielabor GmbH
- Mosca GmbH
- Murata Electronics Europe B. V. Germany Branch
- noris network AG
- Nortal AG
- OASE GmbH
- Plasmatreat GmbH
- PM-International AG
- Progroup AG
- ProMinent GmbH
- R+M/Suttner Unternehmensgruppe
- ray facility management group
- REISS Büromöbel GmbH
- Richard Neumayer GmbH
- Rittal GmbH & Co. KG
- Safetec GmbH
- SALT AND PEPPER Holding GmbH & Co. KG
- Schmitz Cargobull AG
- SCHNEIDER GmbH & Co. KG
- Sennheiser electronic GmbH & Co. KG
- sera GmbH
- Sihl GmbH
- Stöbich Brandschutz GmbH
- Swoboda Wiggensbach KG
- Theben AG
- tmax Germany GmbH
- TOI TOI & DIXI Group GmbH
- TST Gruppe
- uma Schreibgeräte Ullmann GmbH
- Universitätsmedizin Essen
- Uponor GmbH
- VerbundVolksbank OWL eG
- Volksbank Mittweida eG
- WEICON GmbH & Co. KG
- WERMA Signaltechnik GmbH + Co. KG
- Wilhelm Layher GmbH & Co. KG
- Wipotec GmbH
- Wöhrle GmbH & Co. KG
- Wurm GmbH & Co. KG
- Würth IT GmbH

Die Liste der Top-Innovatoren finden Sie auch online unter www.top100.de/die-top-innovatoren/

Angaben zu den TOP 100 des Jahres 2024

Der Teilnehmerkreis der TOP 100 umfasst ein breites Spektrum verschiedener Branchen. Der größte Teil der Unternehmen ist mit einem Anteil von 14 % im Bereich Anlagen-/Maschinenbau angesiedelt, gefolgt von Unternehmen aus den Bereichen IT-Entwicklung/-Beratung (11,9 %), Metallverarbeitung (9,8 %), Elektronik/Elektrotechnik (8,4 %) sowie Baugewerbe/Handwerk (7 %). Etwa zwei Drittel der TOP 100-Unternehmen sind eigentümergeführte Familienunternehmen (64 %).

TOP 100: Branchenzugehörigkeit

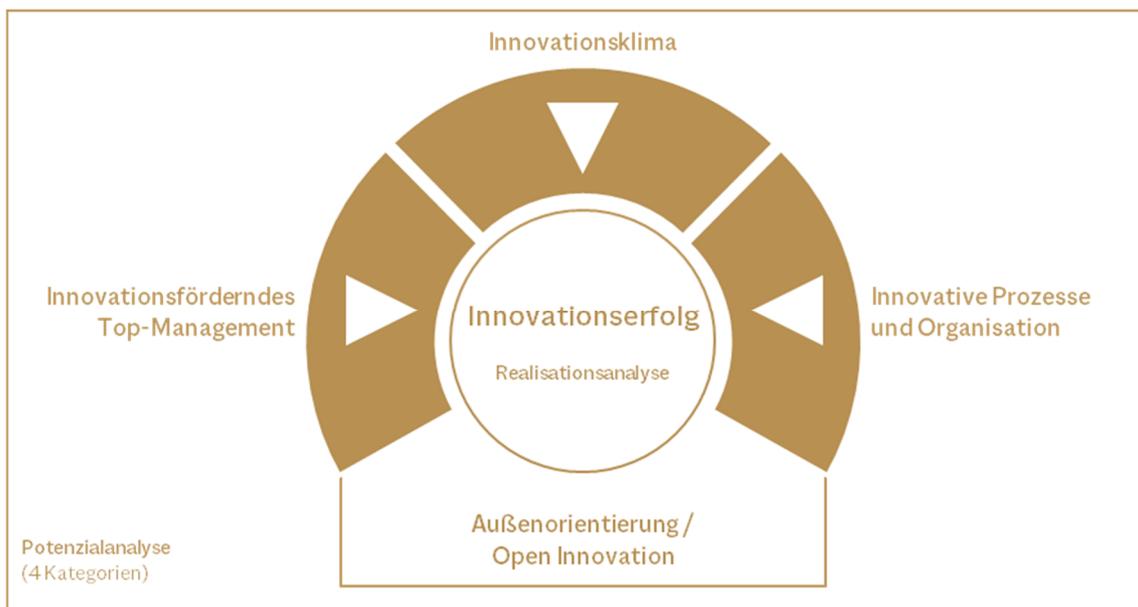
Branche	Anteil in %
Anlagen-/Maschinenbau	14,0 %
IT-Entwicklung und -Beratung	11,9 %
IT-Entwicklung und -Beratung	11,9 %
Metallverarbeitung	9,8 %
Elektronik/Elektrotechnik	8,4 %
Baugewerbe/Handwerk	7,0 %
Finanzdienstleistung/Versicherung	3,5 %
Automatisierungs-/Verfahrenstechnik	2,8 %
Chemie/Kunststoff	2,8 %
Energie	2,4 %
Gesundheitswesen	2,4 %
Weitere Branchen	35,0 %

Die TOP 100 Innovationsanalyse

Im Rahmen des TOP 100-Wettbewerbs wird die Innovativität der teilnehmenden Unternehmen gründlich untersucht. Wer TOP 100-Innovator werden möchte, durchläuft ein gründliches, wissenschaftlich fundiertes Auswahlverfahren, in dem die Konsequenz in der Ausrichtung auf Innovation differenziert überprüft wird. Das Bewertungsverfahren der TOP 100 Innovationsanalyse© wurde von Prof. Franke und seinem Team erarbeitet. Auf der Basis eigener Untersuchungen, dem aktuellen Stand der internationalen Innovationsforschung und der Erfahrung aus vielen tausend Analysen wird es laufend weiterentwickelt.

Im Analysefokus stehen dabei sowohl die Gegenwart als auch die Zukunft. Einerseits werden also die bereits jetzt erreichten Innovationserfolge untersucht. Fast noch wichtiger ist jedoch die Analyse der innovationsfördernden Strukturen. Sie erlaubt eine Einschätzung, wie konsequent das Unternehmen auf das Innovationsziel ausgerichtet ist und wie hoch entsprechend sein künftiges Innovationspotenzial ist. In die Analyse gehen insgesamt über 100 verschiedene Kennzahlen und Leistungsindikatoren in fünf Kategorien ein, die im Folgenden näher erläutert werden.

Die fünf TOP 100-Bewertungskategorien



Erläuterung der Kategorien

Innovationsförderndes Top-Management

Die Kategorie „Innovationsförderndes Top-Management“ erfasst die Maßnahmen, mit denen die Unternehmensleitung die Entwicklung von Ideen und deren Umsetzung unterstützt und fördert. Dazu gehört unter anderem eine weit-sichtige und zukunftsgerichtete Unternehmensstrategie, die Innovationen als strategischen Schwerpunkt berücksichtigt. Ebenso wichtig ist die Bereitstellung ausreichender Ressourcen, sei es in Form von Finanzmitteln, Personal oder Zeit, um Innovationsaktivitäten angemessen durchzuführen. Indem das Top-Management diese Aspekte gezielt angeht, schafft es ein förderliches Umfeld für Innovationen im Unternehmen.

Für die Analyse unterscheiden wir die drei Bereiche Commitment, Innovationsstrategie und Ressourceneinsatz. Im Bereich *Commitment* wird untersucht, wie intensiv sich die Geschäftsführung in Innovationsprojekte einbringt. Das Engagement auf oberster Management-Ebene ist wichtig, damit den zwangsläufig im Prozess auftretenden Widerständen und Beharrungskräften begegnet werden kann. Der Bereich *Innovationsstrategie* erfasst, ob und wie intensiv systematische Innovationsstrategien im Unternehmen erstellt und kommuniziert sowie welche Inhalte darin berücksichtigt werden. Denn die Innovativität eines Unternehmens ist mehr als die Summe der einzelnen Projekte. Ohne eine klar definierte und kommunizierte strategische Ausrichtung besteht das Risiko, sich im Tagesgeschäft zu verzetteln. Nachhaltigkeit und die proaktive Beschäftigung mit unternehmensrelevanten Aspekten der Digitalisierung finden hier ebenfalls Berücksichtigung. Im Bereich *Ressourceneinsatz* wird ermittelt, inwieweit das Top-Management auch tatsächlich die notwendigen finanziellen Ressourcen bereitstellt. Innovationen sind Investitionen in die Zukunft – nur wer heute mit Weitblick, Mut und dem richtigen Augenmaß Mittel einsetzt, kann künftige Innovationserfolge erzielen.

Innovationsklima

In der Kategorie „Innovationsklima“ betrachten wir die Unternehmenskultur. Dabei betrachten wir, inwieweit sie unternehmerisch geprägt ist und „Intrapreneurship“ fördert. Ein positives Innovationsklima zeichnet sich durch eine Kultur aus, die Kreativität, Lernbereitschaft und Dynamik unterstützt. Mitarbeiter werden ermutigt, neue Ideen einzubringen und zu entwickeln. Es werden Freiräume geschaffen, in denen Innovation gedeihen kann. Ein solches Klima schafft die Voraussetzungen dafür, dass Ideen entstehen, wachsen und umgesetzt werden können.

Wir unterteilen die Kategorie in drei Bereiche: Innovative Ausrichtung, Potenzialförderung und Verbesserungsvorschläge. Der Bereich *Innovative Ausrichtung* bezieht sich darauf, inwieweit die Unternehmenskultur unternehmerische Aktivitäten von Mitarbeitern ermöglicht und unterstützt, ob Fehler toleriert werden bzw. wie es um die interne Kommunikation bestellt ist. Im Bereich *Potenzialförderung* wird eine Reihe von Maßnahmen bewertet, die geeignet sind, die Innovativität der Mitarbeiter zu fördern, etwa Weiterbildungsaktivitäten, Anreizsysteme, das Gewähren von Freiräumen für unternehmerische Aktivitäten der Mitarbeiter, Mitarbeiterbeteiligungsmodelle oder das Bereitstellen von internem Venture-Capital. Im Bereich *Verbesserungsvorschläge* wird untersucht, wie intensiv sich die Mitarbeiter mit eigenen Ideen in das Unternehmen einbringen und inwieweit sich das Jahresergebnis durch die realisierten Verbesserungsvorschläge verbessert.

Innovative Prozesse und Organisation

In der Kategorie „Innovationsprozess und -organisation“ liegt unser Fokus auf der Organisation des gesamten Innovationsprozesses von der Idee bis zur Markteinführung. Es reicht nicht aus, nur gute Ideen und den Willen zur Innovation zu haben. Erfolgreiche Innovationen erfordern schlanke und flexible Prozesse, die gezielt auf die Innovationsziele ausgerichtet sind. Zudem sind agile Organisationsmethoden gefragt, um den Innovationsprozess effizient und effektiv zu gestalten. Durch eine gezielte Prozessgestaltung und eine flexible Organisation können Innovationen erfolgreich entwickelt und auf den Markt gebracht werden.

Der Kategorie „Innovative Prozesse und Organisation“ werden daher drei Bereiche zugrunde gelegt: Monitoring, Innovationsmanagement sowie Instrumente und Methoden. Im Bereich *Monitoring* wird analysiert, inwieweit die Entwicklungen von Markt, Technologie und Wettbewerb laufend beobachtet werden sowie in strategische Entscheidungen einfließen. Der Bereich *Innovationsmanagement* gibt einen Überblick darüber, wie der eigentliche Innovationsprozess von der Ideenfindung bis zur Markteinführung gestaltet wird. Im Bereich *Instrumente und Methoden* wird erhoben, welche Werkzeuge dabei genutzt werden und wie hoch der Digitalisierungsgrad dabei ist.

Außenorientierung/Open Innovation

Jedes Unternehmen ist klein im Verhältnis zum Rest der Welt. Für mittelständische Unternehmen gilt dies in besonderer Weise. Durch eine offene Zusammenarbeit mit externen Partnern, wie Kunden, Lieferanten, Forschungseinrichtungen und Start-ups, können Unternehmen von deren Wissen, Ressourcen und Ideen profitieren und ihre Innovationsfähigkeit steigern. Die bewusste Einbindung der Außenwelt und die Förderung von Open Innovation ermöglichen es, neue Chancen zu identifizieren, innovative Lösungen zu entwickeln und wettbewerbsfähig zu bleiben.

Die Kategorie „Außenorientierung/Open Innovation“ ist ebenfalls in drei Bereiche unterteilt: Einbindung, Projekte und Aktivitäten sowie Kooperationen. Der Bereich *Einbindung* bezieht sich darauf, wie intensiv die Marketingmitarbeiter bei Innovationsprojekten eingebunden werden und somit dafür sorgen können, dass die „Stimme des Kunden“ Gehör findet. Im Rahmen des Bereichs *Projekte und Aktivitäten* wird untersucht, welche Instrumente eingesetzt werden, um Innovationsgelegenheiten zu identifizieren bzw. dem Unternehmen Kompetenzen für das eigene Innovationsmanagement zu erschließen. Wie intensiv mit externen Partnern (v.a. Kunden, aber auch Lieferanten, Universitäten, etc.) kooperiert wird, wird im Bereich *Kooperationen* erhoben.

Innovationserfolg

Die Kategorie „Innovationserfolg“ bezieht sich auf die konkreten Ergebnisse und Erfolge, die durch die Innovationsaktivitäten bereits erzielt wurden. Hier geht es um die Frage, inwiefern das Unternehmen in der Vergangenheit erfolgreich Innovationen umgesetzt hat und welche Auswirkungen diese auf den Unternehmenserfolg hatten. Dabei können verschiedene Erfolgsindikatoren betrachtet werden, wie Umsatzsteigerungen, Marktanteilsgewinne, Kosteneinsparungen oder auch die Erschließung neuer Geschäftsfelder. Die Bewertung des Innovationserfolgs gibt Aufschluss darüber, wie effektiv und profitabel die Innovationsstrategie des Unternehmens ist.

Die Kategorie umfasst zwei Bereiche: den wirtschaftlichen und den technischen Innovationserfolg. Im Bereich *Wirtschaftlicher Innovationserfolg* wird sowohl die Bedeutung von marktseitigen (Produkt- und Dienstleistungs-)Innovationen in Form von Umsatz- und Gewinnanteilen, Geschäftsmodellinnovationen als auch von Prozessinnovationen in Form von erzielten Einsparungen untersucht. Der Bereich *Technischer Innovationserfolg* bezieht sich auf die Wettbewerbsvorteile und die Marktstellung.

Ablauf der Studie

Jedes TOP 100-Unternehmen hat die TOP 100 Innovationsanalyse[®] mit Auszeichnung bestanden. Aus vielen Gesprächen wissen wir, dass allein die Beschäftigung mit dem Fragebogen wertvolle Denkanstöße geben kann – und viele der Unternehmen, die sich noch nicht hinreichend qualifiziert fühlten, planen eine Teilnahme am Wettbewerb in ein oder zwei Jahren.

Die Ermittlung der TOP 100 des deutschen Mittelstands erfolgt aufgeteilt nach Größenklassen A (bis inkl. 50 Mitarbeiter), B (51 bis 200 Mitarbeiter) und C (ab 201 Mitarbeiter). Der auf die jeweilige Größenklasse angepasste Fragebogen umfasst über 100 Kriterien zu den oben angeführten Kategorien. Sie erlauben eine detaillierte Analyse des Innovationsmanagements und der Innovationserfolge.

Zur Ermittlung der TOP 100 wird aus allen Variablen des Qualifikations- und Finalfragebogens ein gemischter, gewichteter Innovationsindex errechnet. Jene maximal hundert Unternehmen pro Größenklasse, die unter allen Bewerbern den höchsten Innovationsindex aufweisen, werden schließlich in den Kreis der herausragend innovativen TOP 100-Unternehmen aufgenommen und dürfen die Auszeichnung „Top-Innovator“ tragen.

Hilfe zur Interpretation der Ergebnisse

Auf den folgenden Seiten finden Sie die individuelle Innovationsbilanz für die EKC.AG. Die Darstellung ist nach den oben beschriebenen fünf Kategorien gegliedert. Damit Sie die Werte besser beurteilen und bestehende Stärken und künftige Verbesserungspotenziale identifizieren können, liefern wir Ihnen zur besseren Veranschaulichung empirische Vergleichswerte – die Leistung von konkreten, realen und teilweise hochinnovativen Unternehmen. Das Benchmarking umfasst:

- die Durchschnittswerte der TOP 100 Ihrer Größenklasse,
- die Durchschnittswerte der zehn besten Unternehmen der jeweiligen Kategorie Ihrer Größenklasse sowie
- (soweit vorhanden) die Durchschnittswerte für mittelständische Unternehmen in Deutschland [Ø KMU], wie wir sie in einer großzahligen repräsentativen Studie im Jahr 2019 ermittelt haben.

Das umfassende Vergleichsmaterial soll Ihnen Anregungen für weitere Verbesserungen Ihrer Innovationstätigkeit bieten. Bitte beachten Sie beim Durcharbeiten dieses Feedbacks, dass die TOP 100 und erst recht die Top 10 wirklich Spitzenunternehmen sind. Es handelt sich um einen Vergleich mit den Besten, und auch ein im Vergleich weniger gutes Abschneiden kann in Relation zum „normalen“ deutschen Mittelstand noch immer eine weit überdurchschnittliche Leistung darstellen.

Ab der zweiten Teilnahme an TOP 100 erhält jeder Teilnehmer neben der vorliegenden Innovationsbilanz, die eine individuelle Stärken-/Schwächen-Analyse Ihres Innovationsmanagements darstellt, die TOP 100 Fortschrittsbilanz. Sie beinhaltet (1) eine Verlaufskurve der Innovationsfähigkeiten im Zeitverlauf und (2) einen Plan für die zukünftige Weiterentwicklung. In der Fortschrittsbilanz wird für jeden Teilnahmezeitpunkt der verdichtete individuelle Innovationsquotient (IQ) des Unternehmens ermittelt. Dieser ist auf die spezifische Unternehmenssituation maßgeschneidert, berücksichtigt also Faktoren wie Unternehmensgröße, Branchenbedingungen, die jeweilige konjunkturelle Lage etc. Aus dem Verlauf lässt sich ablesen, ob und wie sehr sich das Unternehmen in die richtige Richtung entwickelt. Der Weiterentwicklungsplan dagegen zeigt, welche Leistungslevels bei Beachtung der Handlungsempfehlungen aus der Innovationsbilanz in Zukunft erreichbar sind. Wir empfehlen eine TOP 100 Teilnahme mindestens alle zwei Jahre, um den individuellen Fortschritt in dieser wichtigsten Wettbewerbsdimension zeitnah verfolgen zu können.

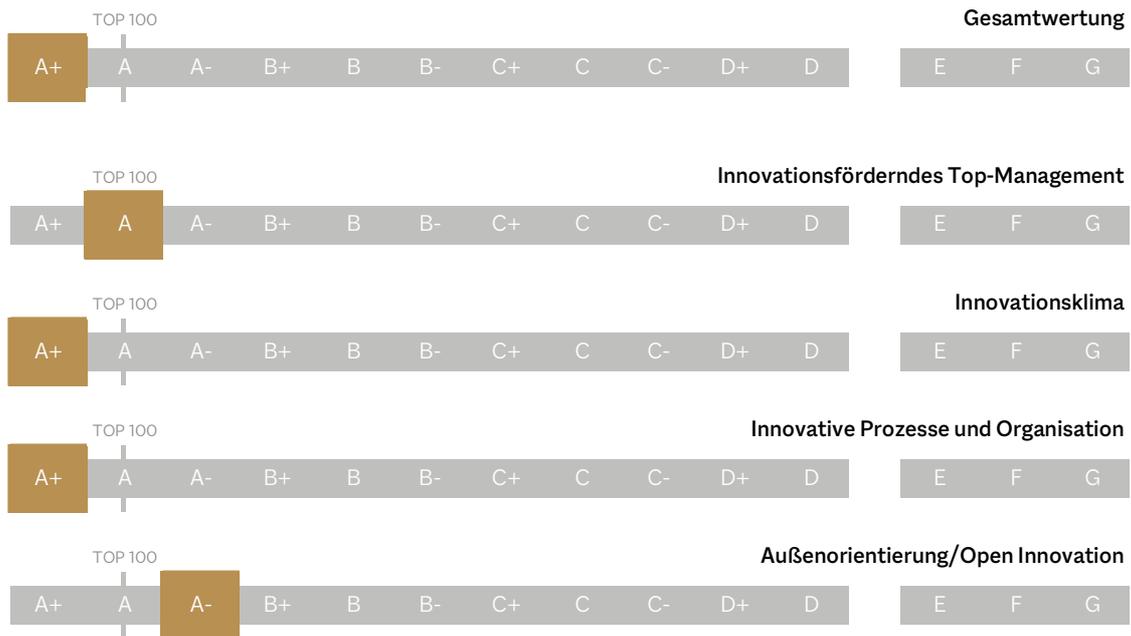
Legende zu den Diagrammen

- EKC.AG
- Ø Top 100
- Ø Top 10
- Ø KMU

Individuelle Stärken-/Schwächenanalyse

EKC.AG

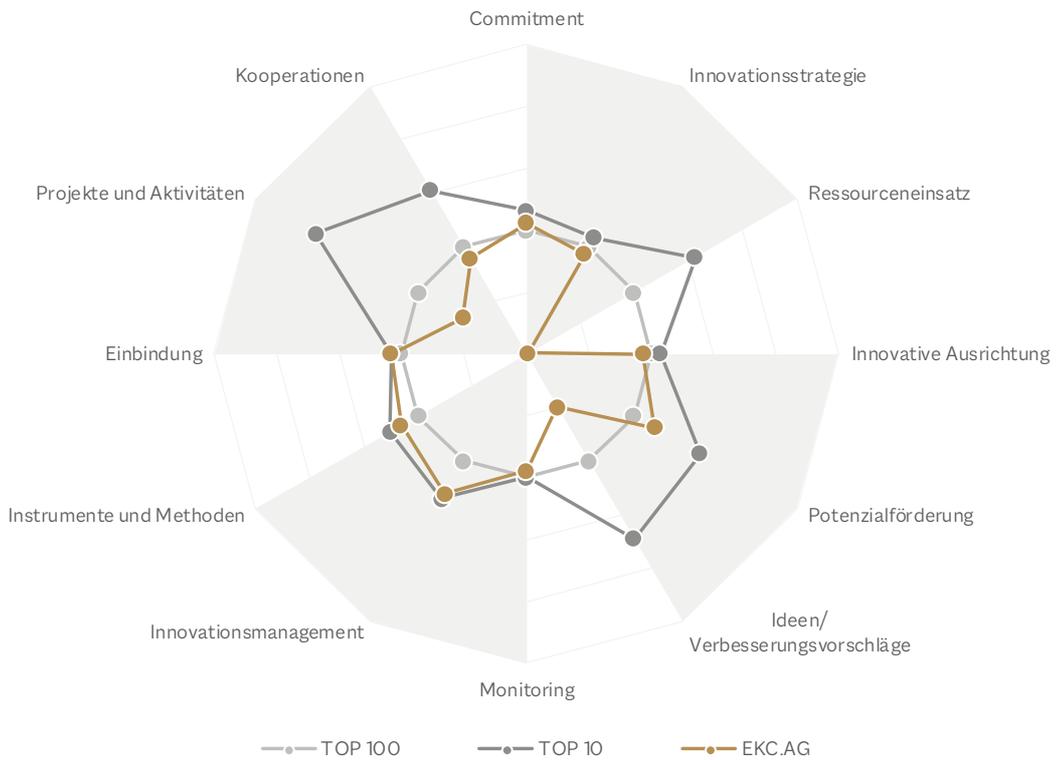
Rating **A+**



Das Innovationsmanagement der EKC.AG wird insgesamt mit „A+“ geratet (Durchschnitt TOP 100: „A“). Unternehmen mit dem Rating „A“ zeichnen sich durch ein herausragend professionelles Innovationsmanagement aus, das selbst international Maßstäbe setzt und eine hohe Wahrscheinlichkeit für zukünftige Innovationserfolge bietet. EKC.AG liegt in der Kategorie "Innovative Prozesse und Organisation" unter den Top 10 des diesjährigen TOP 100-Innovationswettbewerbs.

Das folgende Netzdiagramm liefert einen ersten detaillierten Überblick über die Bewertungen der EKC.AG in den vier Potenzialkategorien des Innovationsmanagements im Vergleich zu den Mittelwerten der TOP 100 und der jeweils zehn besten Unternehmen. Wie bereits weiter oben beschrieben, werden in der Kategorie „Innovationsförderndes Top-Managements“ die Unterbereiche Commitment, Innovationsstrategie und Ressourceneinsatz bewertet. Das Innovationsklima umfasst die Bereiche innovative Ausrichtung, Potenzialförderung und Ideen/Verbesserungsvorschläge. Die Kategorie „Innovative Prozesse und Organisation“ beinhaltet die Bereiche Monitoring, Innovationsmanagement und Instrumente/Methoden. Die Kategorie „Außenorientierung/Open Innovation“ umfasst die Subkategorien Einbindung, Projekte/Aktivitäten und Kooperationen.

Die Durchschnittswerte der TOP 100 wurden auf den Wert von 100% standardisiert, um die Vergleichbarkeit über alle Analysebereiche zu ermöglichen. Die Grafik ermöglicht eine Einschätzung der individuellen Stärken und Schwächen der EKC.AG im Innovationsmanagement auf und soll dabei helfen, Verbesserungspotenziale zu identifizieren.



Auf den folgenden Seiten gehen wir auf die Bewertungen der EKC.AG in den einzelnen Kategorien genauer ein. Durch den Vergleich mit den TOP 100 wollen wir Ihnen Hinweise für Ansatzpunkte liefern, um das Innovationsmanagement noch weiter zu professionalisieren.

Innovationsförderndes Top-Management

Strategische Innovationsentscheidungen haben durch ihre oft langfristigen Auswirkungen eine hohe Bedeutung. Sie erfordern bereichsübergreifende Koordination und liegen daher im Verantwortungsbereich des Top-Managements. Wissenschaftliche Untersuchungen zeigen, dass ein starker positiver Zusammenhang zwischen dem Engagement der Unternehmerpersönlichkeit(en) und dem Innovationserfolg besteht. Die Führungskräfte eines Unternehmens spielen eine entscheidende Rolle dabei, Innovationen trotz möglicher Widerstände voranzutreiben. Für die Bewertung der Kategorie „Innovationsförderndes Top-Management“ wurden die Kategorien **Commitment**, **Innovationsstrategie** und **Ressourceneinsatz** zugrunde gelegt.



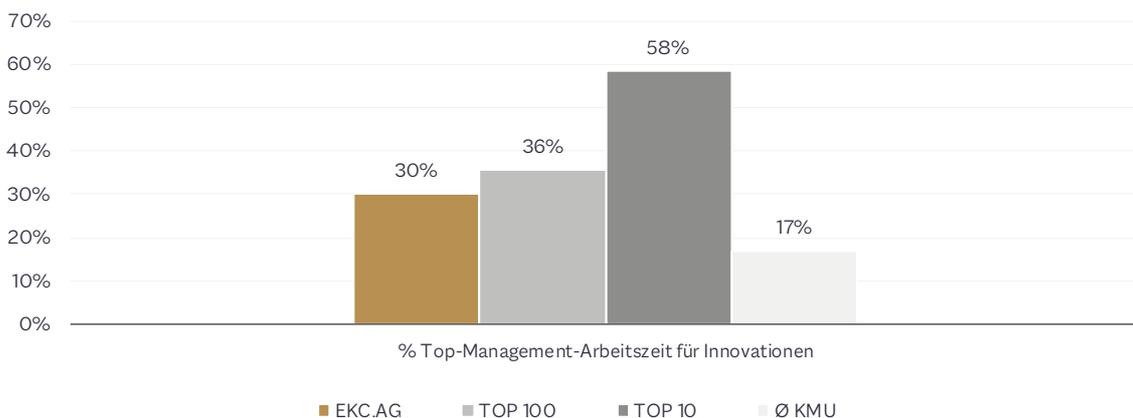
Die EKC.AG erhält in der Kategorie „Innovationsförderndes Top-Management“ ein Rating von „A“ (Durchschnitt TOP 100: „A“). Das Unternehmen erreicht in dieser Kategorie insgesamt eine Bewertung, die in etwa dem Durchschnitt der TOP 100 entspricht.

Commitment

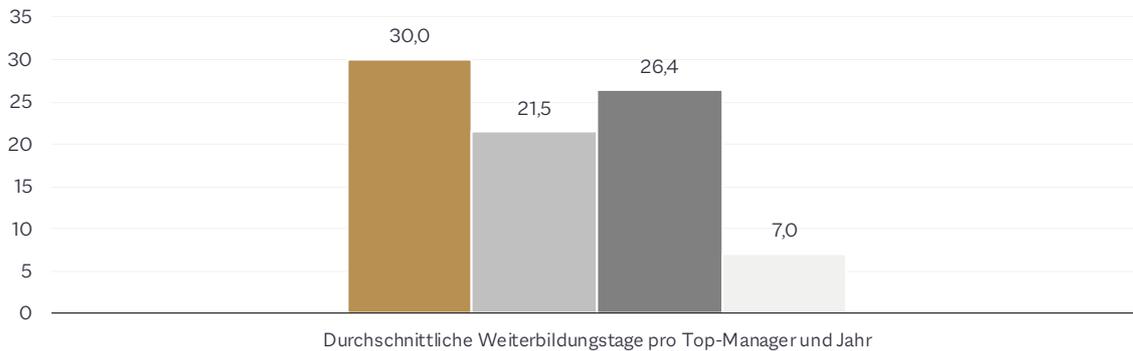
Das Commitment der Führungsebene zeigt, inwieweit das Top-Management die Innovationstätigkeit im Unternehmen unterstützt. Sinnvoll ist etwa das Gewähren von kreativen Freiräumen für Mitarbeiter, Offenheit für Neues, die Moderation des Innovationsprozesses, die Mitwirkung in Innovationsnetzwerken sowie die Förderung von und die Teilnahme an Weiterbildungsaktivitäten. Das Top-Management sollte ein Selbstverständnis als Initiator und Promotor von Innovationen entwickeln und zeigen.

Die Führungsebene kann eine große Vorbildfunktion für die Mitarbeiter einnehmen. Die nachfolgenden Diagramme illustrieren den Anteil der Arbeitszeit, den die Führungsebene für Innovationen aufwendet, sowie die durchschnittliche Anzahl der Weiterbildungstage des Top-Managements pro Jahr.

Top-Management-Arbeitszeit für Innovationen



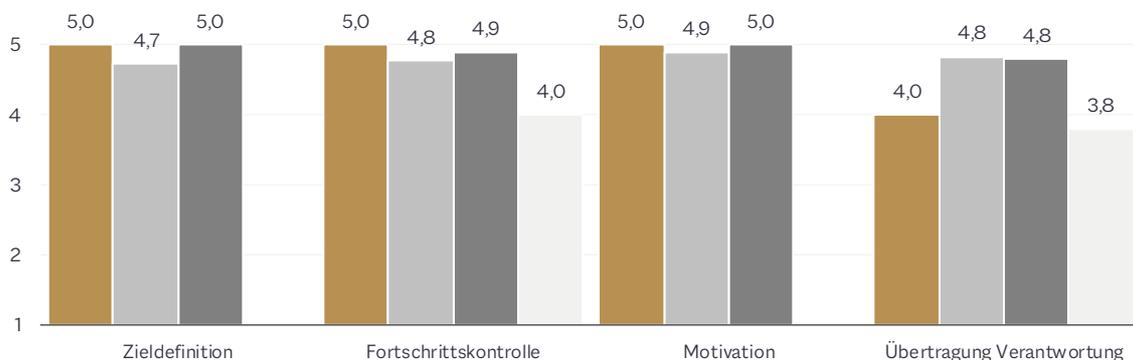
Durchschnittliche Weiterbildungstage Top-Management



Darüber hinaus wurde analysiert, in welcher Form und wie intensiv das Top-Management in Innovationsprojekte eingebunden ist. Ein Wert von 5 bedeutet, dass die Geschäftsführung Ziele für jedes Projekt (mit)entwickelt und diese in regelmäßigen Abständen überprüft, um über den Fortschritt informiert zu sein sowie im Falle von Abweichungen rechtzeitig Maßnahmen setzen zu können. Ein Wert von 1 bedeutet, dass das Top-Management sehr intensiv in Innovationsprojekte eingebunden ist.

Zudem wurde die Art und Intensität der Einbindung des Top-Managements in Innovationsprojekte analysiert. Ein Wert von 5 zeigt an, dass die Geschäftsführung Ziele für jedes Projekt mitentwickelt und in regelmäßigen Abständen überprüft, um über den Fortschritt informiert zu sein. Bei Abweichungen können rechtzeitig Maßnahmen ergriffen werden. Ein Wert von 1 deutet darauf hin, dass das Top-Management sehr stark in Innovationsprojekte involviert ist.

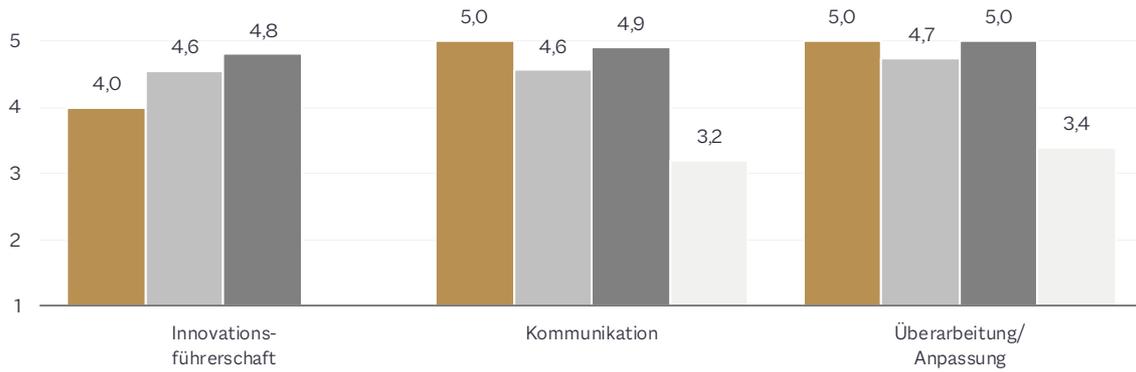
Mitwirkung des Top-Managements bei Innovationsprojekten



Innovationsstrategie

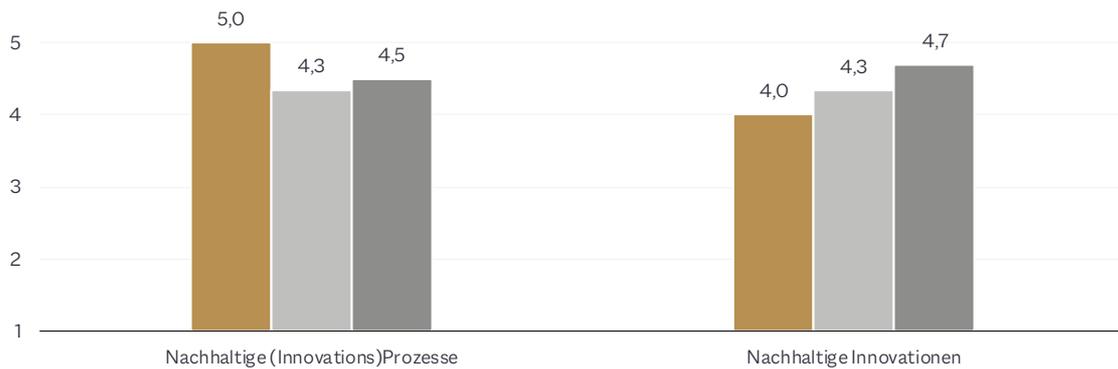
Die Innovationsstrategie gibt den einzelnen Innovationsaktivitäten des Unternehmens Richtung und Struktur. Wir haben untersucht, inwieweit Innovationsstrategien erstellt und kommuniziert werden. Ein Wert von 5 bedeutet, dass das Unternehmen im betreffenden Aspekt vorbildlich aufgestellt ist, ein Wert von 1 besagt, dass in dieser Hinsicht noch keine Bemühungen unternommen wurden. Im Vergleich mit den TOP 100 und mit den Top 10 ergibt sich folgendes Bild:

Innovationsstrategie

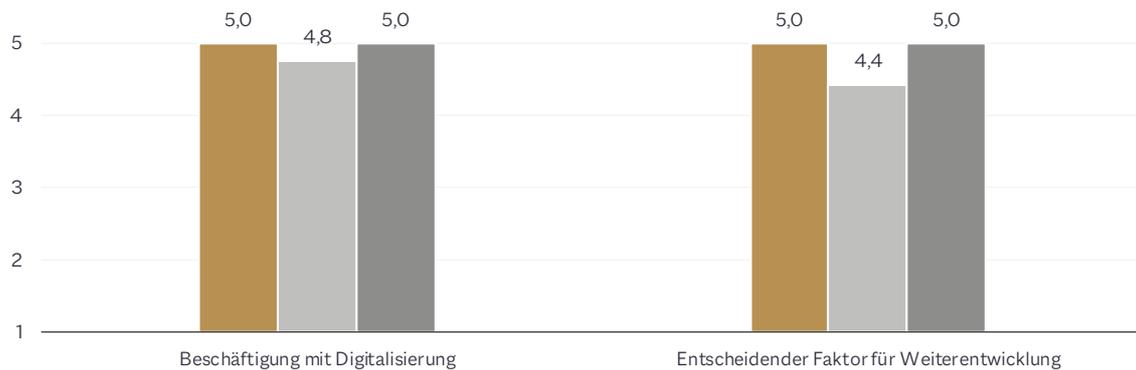


Die nächsten beiden Grafiken behandeln zwei bedeutende strategische Innovationstreiber: Nachhaltigkeit und Digitalisierung. Sie verdeutlichen, wie wichtig diese Treiber für Ihr Unternehmen im Vergleich zum Durchschnitt der TOP 100 sind. Die Integration von Nachhaltigkeit ermöglicht es, umweltfreundliche und ressourcenschonende Lösungen zu entwickeln, die den Anforderungen einer nachhaltigen Zukunft gerecht werden. Gleichzeitig ermöglicht die Digitalisierung effizientere Prozesse zu schaffen, neue Geschäftsmodelle zu entwickeln und innovative Produkte und Dienstleistungen anzubieten, die den sich wandelnden Kundenbedürfnissen gerecht werden.

Nachhaltigkeit



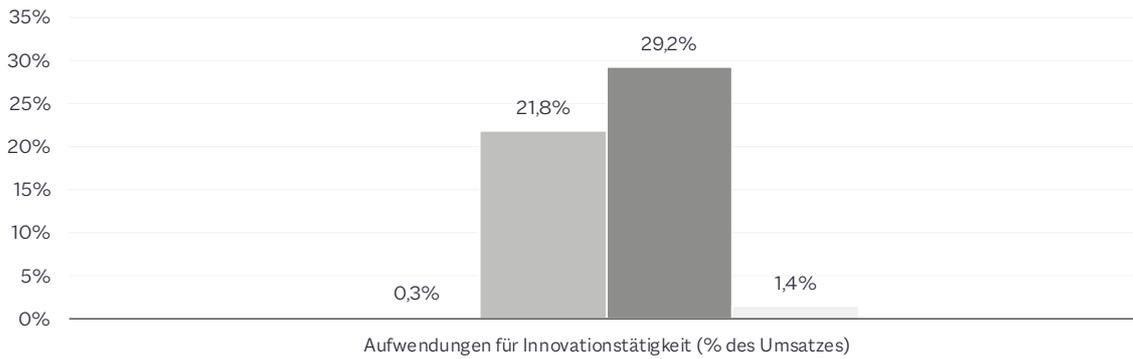
Digitaler Wandel



Ressourceneinsatz

Ressourcen bilden die Grundlage für jegliche wirtschaftliche Aktivität - und wie so oft im Leben gilt auch im Innovationsmanagement: „Von nichts kommt nichts“. Die Investitionen, die für innovative Projekte getätigt werden, sind daher ein wichtiger Indikator für die Bedeutung von Innovativität in einem Unternehmen. Sie haben einen maßgeblichen Einfluss auf die Innovationsleistung. Nachfolgende Grafik zeigt die Höhe der relativen Aufwendungen bei der EKC.AG im Vergleich mit dem Durchschnitt der TOP 100 und der Top 10 dieser Kategorie. Der Vergleichswert eines durchschnittlichen KMU stammt aus der aktuellen Innovationserhebung des ZEW.

Aufwendungen für Innovationstätigkeit



Im Detail:

Übersicht über Ihre Antworten in der Kategorie „Innovationsförderndes Top-Management“

	EKC.AG	Ø TOP 100	Ø Top 10
Arbeitszeit für Innovation			
Wie viel Zeit widmet die Geschäftsführung durchschnittlich dem Thema Innovationen (% der Arbeitszeit)	30%	36 %	58 %
Mitwirkung bei Innovationsprojekten (max. 5)			
Unser Top-Management legt Ziele für Innovationsprojekte fest.	5	4,7	5,0
Unser Top-Management kontrolliert den Fortschritt von Innovationsprojekten.	5	4,8	4,9
Unser Top-Management unterstützt und motiviert die Innovationsprojektteams.	5	4,9	5,0
Unser Top-Management überträgt den Innovationsprojektteams viel Verantwortung.	4	4,8	4,8
Strategie und Innovation (max. 5)			
Unsere Unternehmensstrategie zielt auf Innovationsführerschaft ab.	4	4,6	4,8
Unsere Geschäftsleitung kommuniziert die Innovationsstrategie an alle Mitarbeiter.	5	4,6	4,9
Die Innovationsstrategie wird regelmäßig überprüft und wenn nötig angepasst.	5	4,7	5,0
Inhalte der Innovationsstrategie (max. 4)			
Neuartige Geschäftsmodelle und neue Märkte (neue Kundengruppen, neue Länder o.ä.)	2	3,5	3,8
Zukünftige (noch nicht bestehende) Kundenbedürfnisse	2	3,3	4,0
Identifikation und Pflege der eigenen Kernkompetenzen	4	3,6	3,9
Chancen und Herausforderungen der Digitalisierung	4	3,6	3,8
Ökologische und soziale Nachhaltigkeit	4	3,5	3,9
Einbindung von externen Partnern in die Innovationsprozesse	2	3,3	3,4
Kooperationen und strategische Allianzen	1	3,4	3,9
Prognose und Berücksichtigung disruptiver Innovationen („Game-changing Innovationen“)	2	2,9	3,4
Nachhaltigkeit (max. 5)			
Im Vergleich zum Branchendurchschnitt sind wir bei den Innovationsprozessen / Leistungserstellung besonders nachhaltig.	5	4,3	4,5
Im Vergleich zum Branchendurchschnitt sind wir bei den Innovationen selbst besonders nachhaltig.	4	4,3	4,7
Weiterbildung			
Durchschnittliche Anzahl Weiterbildungstage pro Geschäftsführer:in im Jahr 2022	30 Tage	21,5 Tage	26,4 Tage
Digitaler Wandel (max. 5)			
Die Geschäftsführung beschäftigt sich mit unternehmensrelevanten Aspekten der Digitalisierung und drängt auf deren Umsetzung bzw. Berücksichtigung bei unternehmerischen Entscheidungen.	5	4,8	5,0
Die Digitalisierung stellt für unser Unternehmen den entscheidenden Faktor bei der Weiterentwicklung von Produkten und Leistungen sowie deren Innovation dar.	5	4,4	5,0
Innovationsaufwendungen			
Geschätzter Gesamtaufwand für Innovationstätigkeit in 2022 in % des Umsatzes	0,3%	21,8 %	29,2 %

Innovationsklima

Ohne eine Unternehmenskultur, die Kreativität fördert und diese entsprechend würdigt, sind Innovationserfolge kaum vorstellbar. Neue Ideen können nicht einfach von oben "verordnet" werden. Sie entstehen aus Initiativen und offenem Austausch, aus Freiräumen und der Anerkennung unternehmerischer Risikobereitschaft (**innovative Ausrichtung**). Zu Beginn ist der Erfolg von innovativen Projekten naturgemäß unsicher. Die Bereitstellung eines Budgets für ungeplante Innovationsvorhaben ist beispielsweise ein wichtiges Element für ein positives Innovationsklima (**Potenzialförderung**). Letztendlich lässt sich die Qualität des Innovationsklimas gut anhand der kreativen Leistungen des Personals beurteilen: Wie viele neue Ideen werden eingebracht? Wie viele von ihnen werden umgesetzt und wie wirken sie sich auf das Betriebsergebnis aus (**Verbesserungsvorschläge**)?

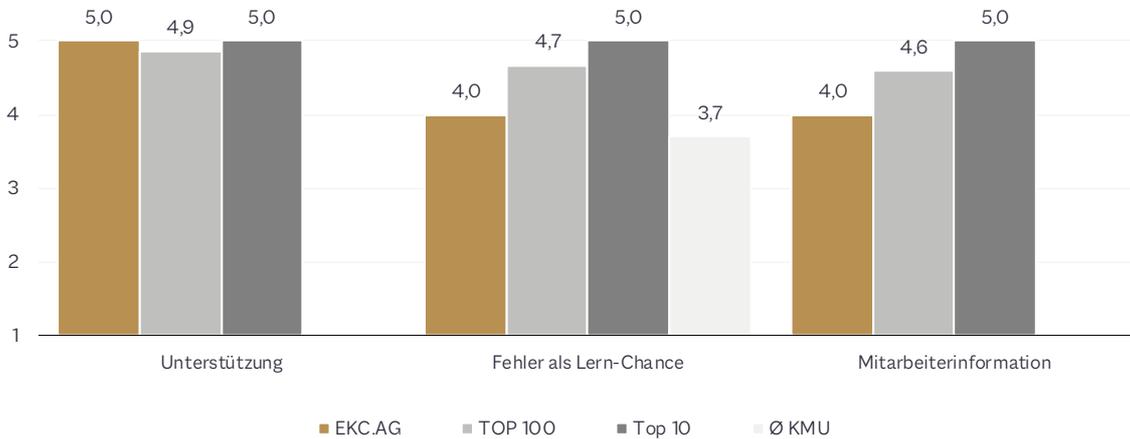


Das Innovationsklima der EKC.AG wird mit „A+“ geratet (Durchschnitt TOP 100: „A“). Das Unternehmen weist in dieser Kategorie insgesamt eine Bewertung auf, die über dem Durchschnitt der TOP 100 liegt.

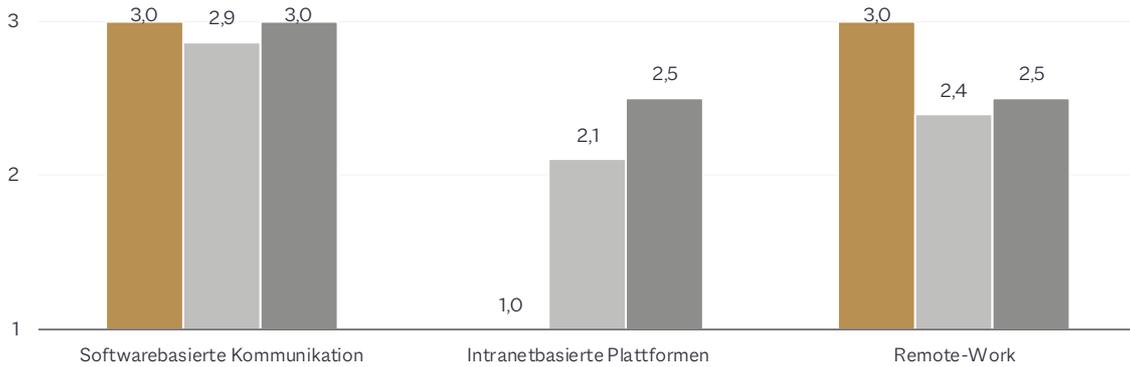
Innovative Ausrichtung

Träger der Innovation ist stets der Mensch. Aufmerksame, unternehmerisch denkende Mitarbeiter haben innovative Ansätze, wie man die Prozesse vereinfachen, die Leistung verbessern oder Fehler einfach vermeiden kann. Es ist wichtig, dieses Potenzial aktiv zu nutzen und für das Unternehmen einzusetzen. Eine Kultur, in der transparent kommuniziert wird, die Fehler toleriert und innovative sowie unternehmerische Aktivitäten der Mitarbeiter fördert und belohnt, schafft den Nährboden für das Entstehen neuer Ideen von Mitarbeitern.

Innovative Ausrichtung



Digitalisierung der internen Kommunikation

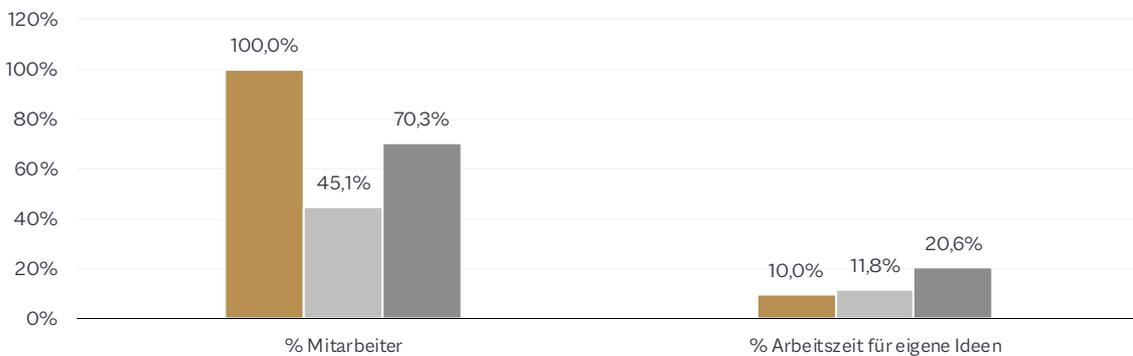


Potenzialförderung

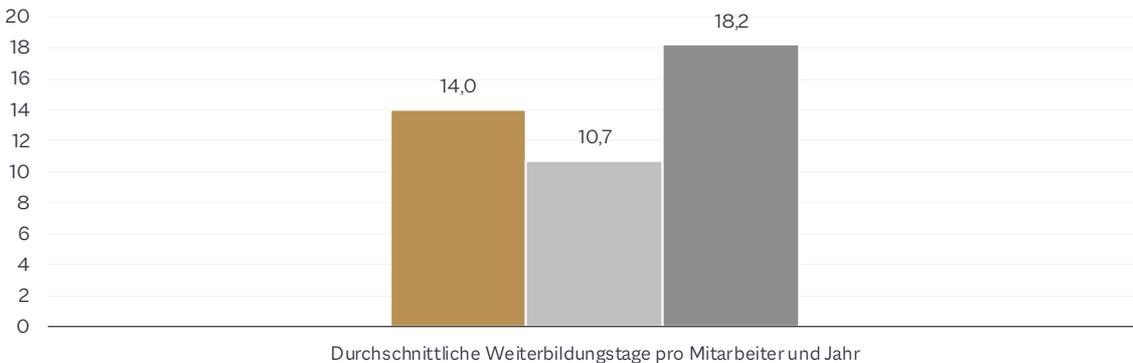
Die Förderung und Unterstützung von Kreativität innerhalb des Unternehmens kann durch verschiedene Maßnahmen und Instrumente erfolgen. Dazu gehört etwa die Gewährung von Freiräumen sowie die Anerkennung von Innovationsaktivitäten, beispielsweise durch ein Ideenmanagementsystem. Es ist auch wichtig und sinnvoll, die Fähigkeiten und Kompetenzen der Mitarbeiter kontinuierlich durch Weiterbildungsmaßnahmen auszubauen und zu verbessern.

Die folgenden drei Grafiken beleuchten die Potenzialförderung. Die erste zeigt, wie viele Mitarbeiter der EKC.AG ihre Arbeitszeit unabhängig vom offiziellen Entwicklungsprogramm für eigene Ideen nutzen können und welchen Anteil dies an ihrer Gesamtarbeitszeit ausmacht. Die nächste Grafik gibt Auskunft darüber, wie viele Tage im Jahr sich jeder Mitarbeiter durchschnittlich weiterbildet. Darüber hinaus sehen Sie hier, wie lange es durchschnittlich dauert, bis über einen Verbesserungsvorschlag/ eine Idee entschieden wird.

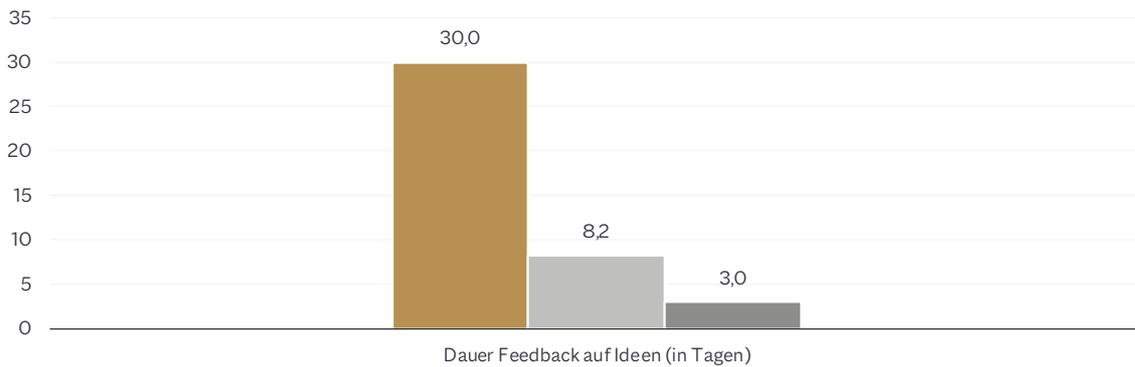
Freiräume für innovative Aktivitäten



Weiterbildungsaktivitäten der Mitarbeiter



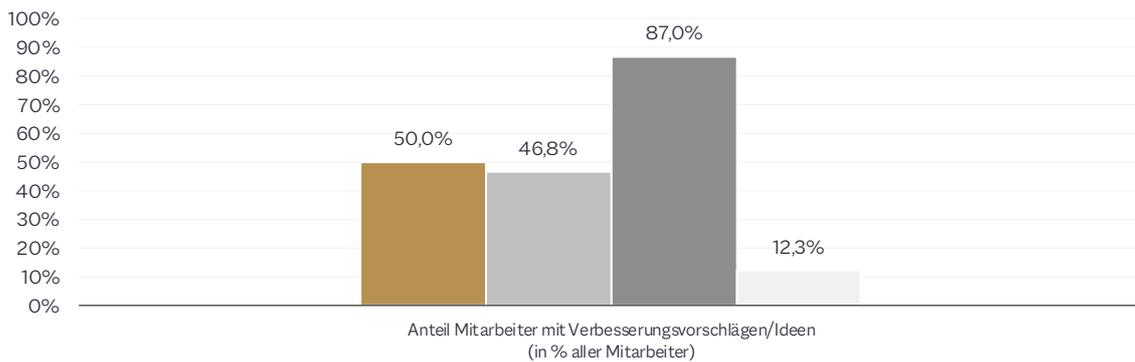
Feedbackdauer Ideen/Verbesserungsvorschläge



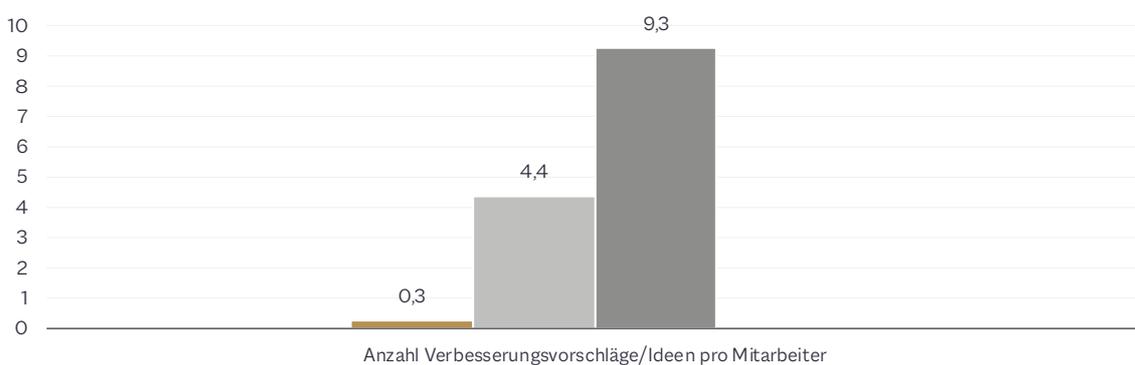
Verbesserungsvorschläge

Ein Indikator für die kreativen Leistungen der Mitarbeiter ist die Anzahl der von ihnen eingebrachten Ideen und Verbesserungsvorschläge. Die folgenden Diagramme zeigen, wie viele Mitarbeiter in Ihrem Unternehmen aktiv am Ideenmanagement teilnehmen und wie viele Ideen bzw. Verbesserungsvorschläge im Durchschnitt von jedem Mitarbeiter eingebracht werden.

Anteil Mitarbeiter mit Verbesserungsvorschlägen/Ideen



Anzahl Verbesserungsvorschläge/Ideen pro Mitarbeiter



Im Detail:

Übersicht über Ihre Antworten in der Kategorie „Innovationsklima“

	EKC.AG	Ø TOP 100	Ø Top 10
Innovative Ausrichtung des Unternehmens (max. 5)			
Unsere Unternehmenskultur ermöglicht, fördert und unterstützt innovative und unternehmerische Aktivitäten der Mitarbeiter.	5	4,9	5,0
Wir stellen sicher, dass wir aus Fehlern in Innovationsprozessen lernen (z.B. durch systematische Projekt-Reviews oder Lessons-Learned).	4	4,7	5,0
Unsere Mitarbeiter werden zu laufenden und geplanten Innovationsprojekten informiert.	4	4,6	5,0
Weiterbildung			
Durchschnittlicher Umfang pro Mitarbeiter im Jahr 2022	14 Tage	10,7 Tage	18,2 Tage
Wir schulen unsere Mitarbeiter in Innovationsmethoden. (max. 5)	5	4,0	4,6
Wir schulen unsere Mitarbeiter im Bereich Digitalisierung. (max. 5)	4	4,5	4,9
Freiräume			
Gibt es in Ihrem Unternehmen Regelungen, wonach Mitarbeiter einen Teil ihrer Arbeitszeit für die Entwicklung von eigenen Ideen nutzen können („Google-Regel“)?	ja	73 %	100 %
Wenn ja: für wie viele Mitarbeiter gelten diese Regelungen?	100,0%	69,3 %	95,2 %
Welcher Anteil der Arbeitszeit kann dafür maximal genutzt werden?	10,0%	15,5 %	22,8 %
Wie viele Mitarbeiter nehmen diese Möglichkeit tatsächlich in Anspruch?	100,0%	45,1 %	70,3 %
Wie hoch ist der tatsächliche, durchschnittlich genutzte Anteil der Arbeitszeit pro Mitarbeiter dafür?	10,0%	11,8 %	20,6 %
Internes Venture Capital			
Gibt es ein fest eingeplantes Budget für unkonventionelle Ideen, die außerhalb der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit liegen?	nein	44 %	80 %
Mitarbeiterbeteiligung			
Gibt es in Ihrem Unternehmen ein Mitarbeiterbeteiligungsmodell (z.B. am Gewinn und/oder Kapital)?	ja	52 %	80 %
Digitalisierung der internen Organisation und Kommunikation (max. 3)			
Softwarebasierte Kommunikation (z. B. Zoom, Messenger-Dienste etc.)	3	2,9	3,0
Intranet-basierte Plattformen (z. B. Wikis etc.)	1	2,1	2,5
Remote-Work	3	2,4	2,5
Ideenmanagement			
Wie lange dauert es durchschnittlich, bis über einen eingebrachten Verbesserungsvorschlag/ eine Idee entschieden wird?	30,0 Tage	8,2 Tage	3,0 Tage
Kreative Leistungen der Mitarbeiter			
Wie viele Mitarbeiter haben im Jahr 2022 Verbesserungsvorschläge/Innovationsideen eingebracht? (% aller Mitarbeiter)	50%	46,8 %	87,0 %
Durchschnittliche Anzahl Verbesserungsvorschläge/Ideen pro Mitarbeiter im Jahr 2022	0,29	4,39	22,64
Wie viele davon wurden bzw. werden realisiert? (in % aller eingebrachten Verbesserungsvorschläge/Ideen)	2%	53 %	73 %
Durch die realisierten Verbesserungsvorschläge/Ideen wurde im Jahr 2022 das Ergebnis nachweislich um ca. ... € verbessert (durch Kostensenkung und/oder Umsatzerhöhung) (in % des Umsatzes)	0,8%	6,5 %	8,9 %

Innovative Prozesse und Organisation

Innovation ist ein mehrstufiger Prozess, der von der Ideengenerierung über die Konzeption/Entwicklung bis hin zur Markteinführung und der Analyse des Innovationserfolgs reicht. Dieser Prozess variiert in jedem Fall etwas – schließlich sind Innovationen definitionsgemäß neu. Im Rahmen unserer Analyse haben wir untersucht, wie umfassend die EKC.AG Markt und Technologie nach Möglichkeiten für neue Geschäftsideen beobachtet (**Monitoring**), wie der Innovationsprozess in seinen einzelnen Stufen geregelt ist (**Innovationsmanagement**) und welche Instrumente und Methoden dabei eingesetzt werden (**Instrumente und Methoden**).

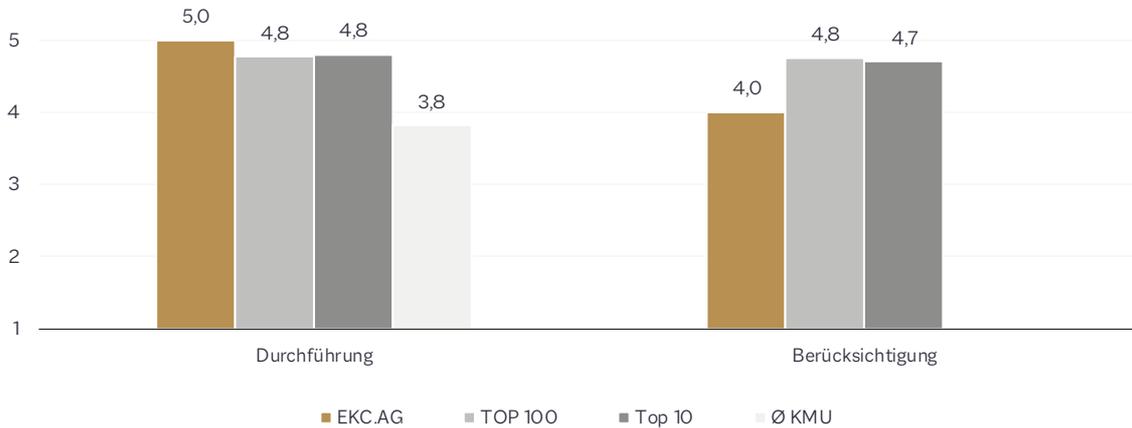


Die EKC.AG erhält in der Kategorie „Innovative Prozesse und Organisation“ das Rating „A+“ (Durchschnitt TOP 100: „A“). Das Unternehmen erreicht in dieser Kategorie eine Top 10-Platzierung!

Monitoring

Um Innovationsideen zu identifizieren, ist es wichtig, die Entwicklungen im Unternehmensumfeld genau zu beobachten. Nur wer bewusst die Veränderungen auf dem Markt, in der Technologie und im Wettbewerb verfolgt und in seine Entscheidungen einbezieht, kann neue Kundenbedürfnisse erkennen und die sich bietenden technologischen Möglichkeiten nutzen. Die folgende Grafik zeigt den Grad des Monitorings bei der EKC.AG im Vergleich zu den TOP 100 und zu den 10 besten Unternehmen der Kategorie „Innovative Prozesse und Innovation“ betrieben wird. Ein Wert von 5 bedeutet, dass das Unternehmen in diesem Bereich vorbildlich agiert, ein Wert von 1 besagt, dass bislang keine Anstrengungen unternommen wurden.

Monitoring von Markt, Technologie und Wettbewerb



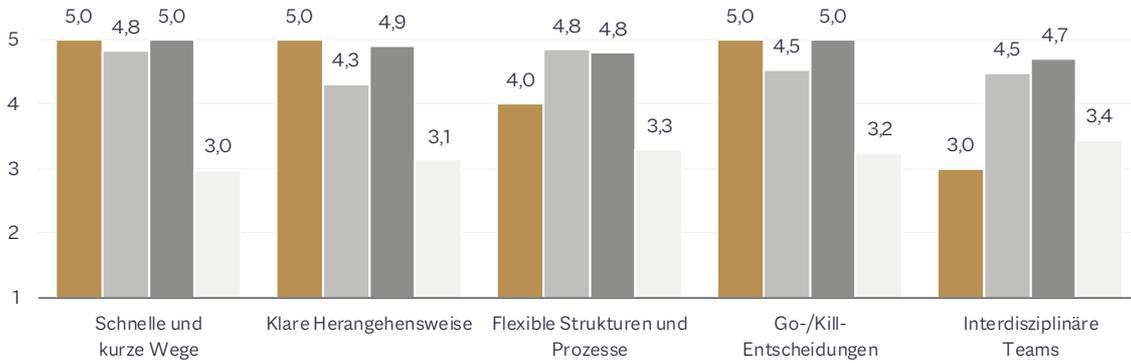
Innovationsmanagement

Im Rahmen dieses Bereichs haben wir zunächst untersucht, inwieweit die Unternehmen Innovationsprozesse bewusst regeln. Wir haben analysiert, ob Ziele für Innovationsprojekte festgelegt und laufend überprüft werden und ob mit Fortdauer eines Projekts auf der Basis aktueller Informationen zu Markt und Machbarkeit bewusste Go-/Kill-Entscheidungen über dessen Fortführung oder Abbruch getroffen werden. Der optimale Prozessorganisationsgrad

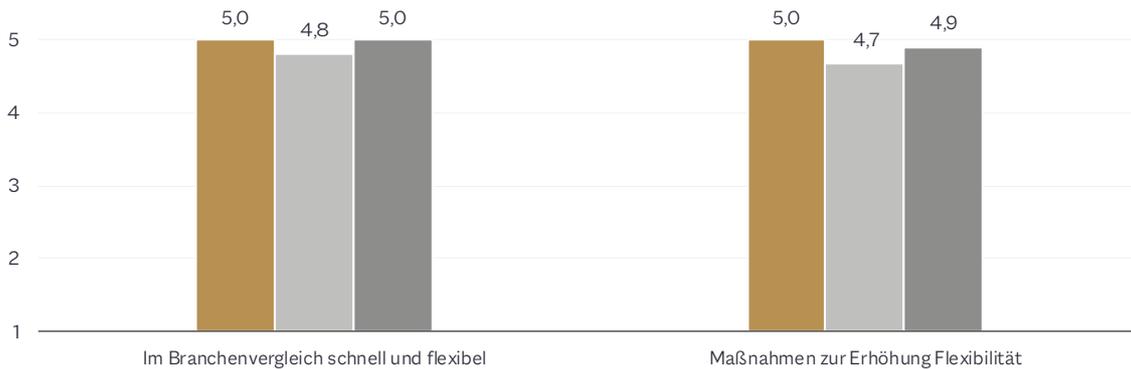
schafft eine klare Struktur, erlaubt ein hohes Maß an Agilität, um schnell auf Veränderungen zu reagieren und sich anzupassen, und lässt genügend Freiräume für Kreativität und die jeweiligen Besonderheiten der Innovation.

In den folgenden zwei Grafiken sind die Werte der EKC.AG im Vergleich zum Durchschnitt der TOP 100 und der Top 10 des Bereiches „Innovative Prozesse und Organisation“ dargestellt. Ein Wert von 5 bedeutet, dass der jeweilige Aspekt klar geregelt ist, bei einem Wert von 1 ist er unstrukturiert.

Ausgestaltung des Innovationsprozesses



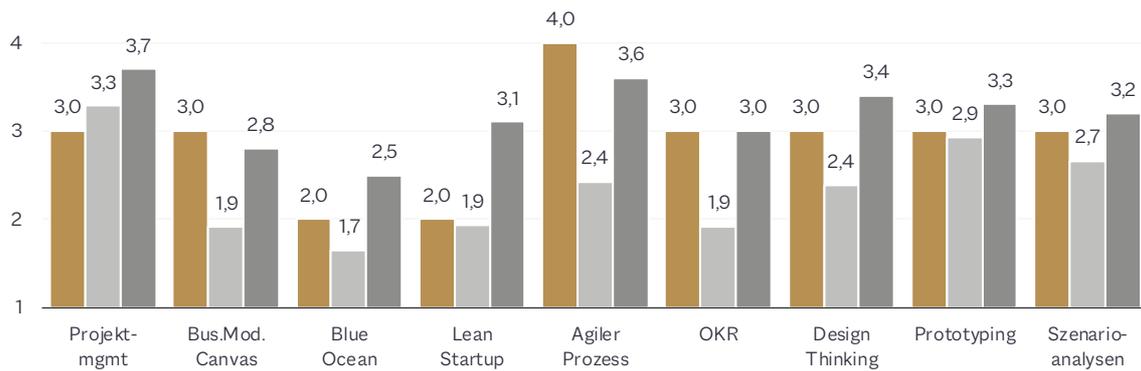
Flexibilität und Agilität



Instrumente und Methoden

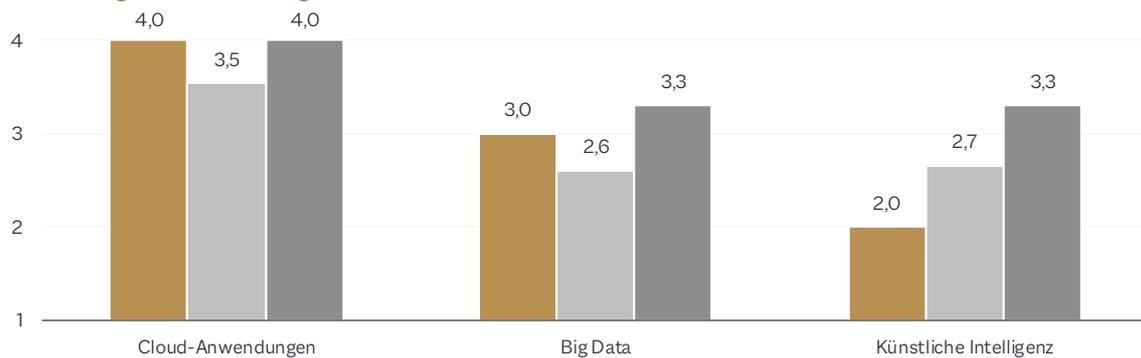
Neben der allgemeinen Ausgestaltung des Innovationsprozesses haben wir auch untersucht, welche Instrumente und Methoden im Rahmen des Innovationsmanagements genutzt werden. In der folgenden Grafik sind die Werte der EKC.AG im Vergleich zum Durchschnitt der TOP 100 und der Top 10 des Bereiches „Innovative Prozesse und Organisation“ dargestellt.

Instrumente und Methoden



Die Nutzung digitaler Technologien wie Cloud-Anwendungen, Big Data und Künstliche Intelligenz (KI) gewinnt im Rahmen des Innovationsmanagements zunehmend an Bedeutung. Cloud-Anwendungen ermöglichen eine effiziente Zusammenarbeit und den einfachen Austausch von Informationen und Ideen zwischen verschiedenen Teams und Standorten. Big Data bietet die Möglichkeit, umfangreiche Datenmengen zu analysieren und daraus wertvolle Erkenntnisse für die Entwicklung neuer Produkte und Dienstleistungen zu gewinnen. Künstliche Intelligenz ermöglicht automatisierte Prozesse, Vorhersagen und Entscheidungsunterstützung, um Innovationen schneller und präziser voranzutreiben.

Einsatz digitaler Technologien



Im Detail:

Übersicht über Ihre Antworten in der Kategorie „Innovative Prozesse und Organisation“

	EKC.AG	Ø TOP 100	Ø Top 10
Laufende Beobachtung von Markt, Technologie und Wettbewerb (max. 5)			
Die Entwicklungen von Markt, Technologie und Wettbewerb werden systematisch verfolgt und bewertet.	5	4,8	4,8
Die Informationen aus diesem Monitoring fließen in strategische Entscheidungen ein.	4	4,8	4,8
Ausgestaltung des Innovationsprozesses (max. 5)			
Innovationsprojekte zeichnen sich in unserem Unternehmen durch schnelle und kurze Entscheidungswege aus.	5	4,8	5,0
Bei uns sorgt eine klare Herangehensweise dafür, dass die notwendigen Schritte von der Idee bis zur Markteinführung nicht jedes Mal neu überlegt werden müssen.	5	4,3	4,9
Unser Innovationsprozess ist nicht starr, sondern kann flexibel an geänderte Rahmenbedingungen angepasst werden.	4	4,8	4,8
Für jede Phase des Innovationsprozesses werden Ziele definiert.	4	4,4	4,5
Die Zielerreichung wird nach Abschluss jeder Phase geprüft und bewertet.	4	4,3	4,6
Wir treffen in regelmäßigen Abständen bewusste Go-/Kill-Entscheidungen über die Fortführung oder den Abbruch eines Innovationsprojekts.	5	4,5	5,0
Wir berücksichtigen bei Innovationsprojekten von Anfang an die Ziele und Interessen aller Unternehmensbereiche.	5	4,5	4,8
Es gibt eine Dokumentation von Methoden und Instrumenten des Innovationsprozesses.	5	3,6	4,7
Innovationsprojektteams setzen sich aus Mitarbeitern verschiedener Bereiche zusammen.	3	4,5	4,7
Wir haben einen ausgewogenen Portfolio-Mix aus kontinuierlich verbessernden (inkrementellen) und radikalen Projekten.	3	4,0	4,5
Wir haben einen ausgewogenen Portfolio-Mix aus kurz- bis langfristigen Projekten (vorausschauende Innovations-Roadmap).	4	4,3	4,7
Zur Steuerung der Innovationsprojekte verwenden wir Projektmanagement-Software, die es erlaubt, den aktuellen Stand aller laufenden Innovationsprojekte tagesaktuell abzurufen.	4	3,4	4,2
Flexibilität und Agilität (max. 5)			
Im Vergleich zum Branchendurchschnitt sind wir sehr flexibel und agil.	5	4,8	5,0
In den letzten Jahren haben wir aktive Maßnahmen gesetzt, um unsere Flexibilität und Agilität zu erhöhen.	5	4,7	4,9
Instrumente und Methoden (max. 4)			
Projektmanagement	3	3,3	3,7
Business Model Canvas (bzw. Lean Canvas)	3	1,9	2,8
Blue Ocean Methode	2	1,7	2,5
Lean Start-up-Methode	2	1,9	3,1
Agiler Prozess (z.B. Scrum)	4	2,4	3,6
Objectives and Key Results (OKR)	3	1,9	3,0
Design Thinking	3	2,4	3,4
Prototyping	3	2,9	3,3
Risiko- und Szenarioanalysen	3	2,7	3,2

TOP 100 - DIE INNOVATIVSTEN UNTERNEHMEN IM MITTELSTAND 2024

	EKC.AG	Ø TOP 100	Ø Top 10
Digitale Vernetzung (max. 4)			
Alle Aufgaben und Prozesse im Unternehmen werden über spezielle Software bearbeitet/ gesteuert.	4	3,8	3,9
Digitale Vernetzung innerhalb von Produktion/ Dienstleistungserbringung: Die IT-gestützten Anwendungen im Haus sind über Schnittstellen miteinander verknüpft.	4	3,6	3,9
Einsatz digitaler Technologien (max. 4)			
Cloud-Anwendungen	4	3,5	4,0
Analyse von Big Data	3	2,6	3,3
Künstliche Intelligenz	2	2,7	3,3
Organisation des digitalen Wandels			
Gibt es Mitarbeiter, die sich (explizit) mit den Herausforderungen und Chancen der Digitalisierung für Ihr Unternehmen beschäftigen?	ja	83 %	100 %

Außenorientierung/Open Innovation

Jedes Unternehmen ist klein im Verhältnis zum Rest der Welt. Für mittelständische Unternehmen gilt dies in besonderer Weise. Im Zeitalter von Open Innovation ist eine systematische und konsequent gemanagte Austauschbeziehung mit der Außenwelt entscheidend für den (Innovations-)Erfolg. Im Rahmen unserer Analyse haben wir untersucht, wie intensiv das Marketing bei Innovationsprojekten eingebunden ist und mitwirkt (**Einbindung**) sowie welche Quellen und Methoden genutzt werden, um neue Innovationsgelegenheiten zu identifizieren und gegebenenfalls neue Kompetenzen für das eigene Innovationsmanagement zu erschließen (**Projekte und Aktivitäten**). Darüber hinaus wurde analysiert, ob und in welchem Ausmaß externe Partner bei Innovationsprojekten eingebunden werden (**Kooperationen**).

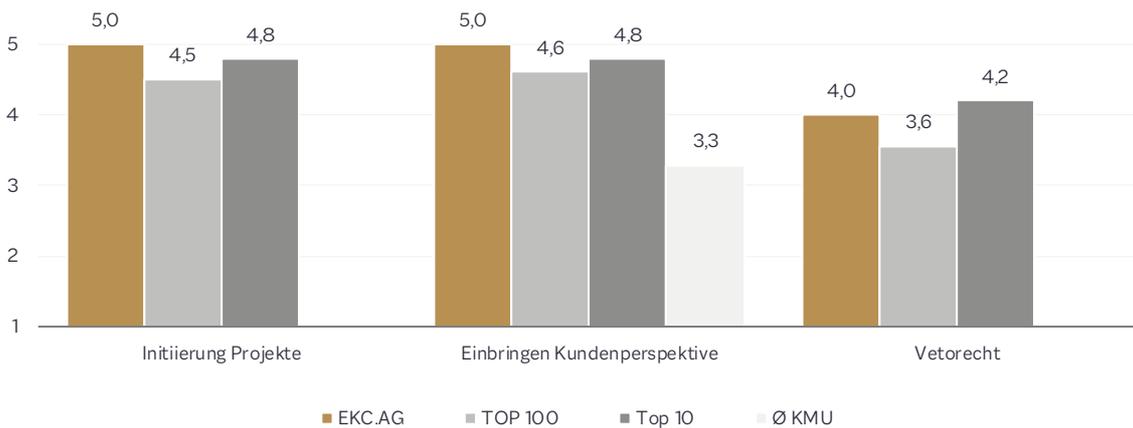


Das Rating der EKC.AG in der Kategorie „Außenorientierung/Open Innovation“ ist „A-“ (Durchschnitt TOP 100: „A“). Die Bewertung liegt knapp dem Durchschnitt der TOP 100.

Einbindung

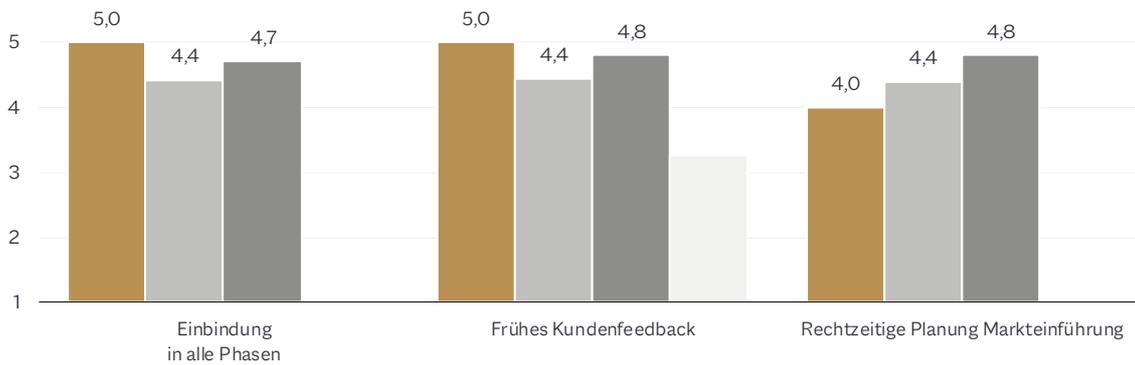
Wir haben analysiert, ob die Perspektive der Kunden tatsächlich in Entscheidungen im Rahmen der Innovationsentwicklung berücksichtigt wird. Denn ohne die Beteiligung des Marketings besteht die Gefahr, dass technische Wunderwerke entstehen, die jedoch nicht verkaufsfähig sind. Daher haben wir untersucht, inwieweit die Marketing- und Vertriebsverantwortlichen in wichtige Entscheidungen bei Innovationsprojekten eingebunden ist und inwiefern Innovationsprojekte durch sie initiiert oder abgebrochen werden können. Das Ergebnis wird in folgender Grafik dargestellt. Ein Wert von 5 bedeutet hier, dass das Marketing einen hohen, ein Wert von 1, dass das Marketing keinerlei Einfluss hat.

Stellung von Marketing/Vertrieb im Innovationsprozess



Das Marketing kann einen wertvollen Beitrag in nahezu allen Phasen des Innovationsprozesses leisten. Es kann dazu beitragen, dass Innovationen entwickelt werden, die den Bedürfnissen der Kunden entsprechen. Besonders wichtig ist es, frühzeitig die Perspektive der Kunden einzuholen und die Markteinführung rechtzeitig zu planen. Dadurch kann die Wahrscheinlichkeit erhöht werden, dass die Innovationen erfolgreich sind und auf dem Markt gut angenommen werden.

Mitwirkung in einzelnen Phasen des Innovationsprozesses

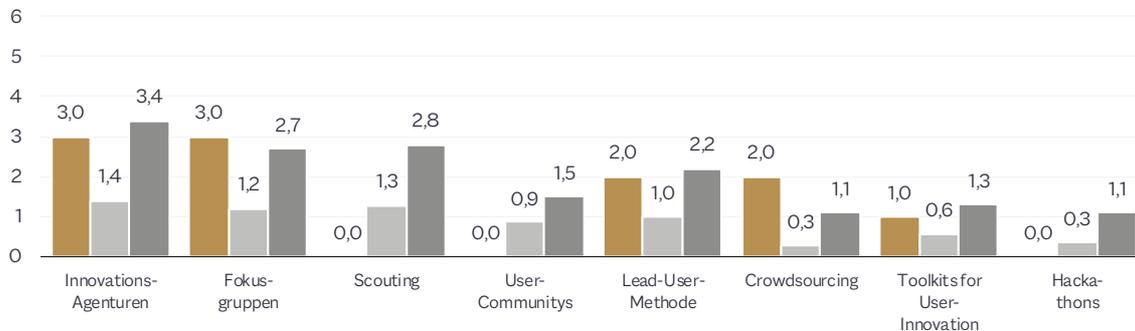


Projekte und Aktivitäten

Das Ziel des Marketings im Innovationsprozess besteht darin, dass Produkte und Dienstleistungen entwickelt werden, die den Wünschen und Bedürfnissen der (potenziellen) Abnehmer entsprechen bzw. deren Probleme lösen. Im Rahmen der Ideenfindung und Innovationsentwicklung ist es sinnvoll, ein möglichst breites Spektrum unterschiedlicher Informationsquellen zu nutzen. Durch den Einsatz verschiedener Instrumente können Bedürfnisse analysiert, (Kunden-)Ideen generiert und Innovationspartner identifiziert werden.

Die folgende Grafik zeigt, in welchem Ausmaß die wichtigsten Methoden zur Erfüllung dieser Aufgaben bei der EKC.AG und beim Durchschnitt der TOP 100 bzw. der zehn besten Unternehmen der Kategorie „Außenorientierung/Open Innovation“ eingesetzt werden.

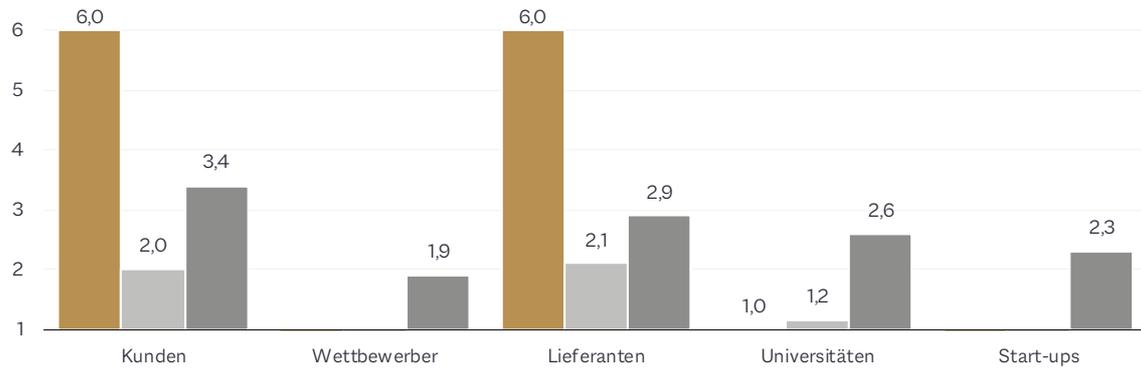
Projekte und Aktivitäten (Open Innovation)



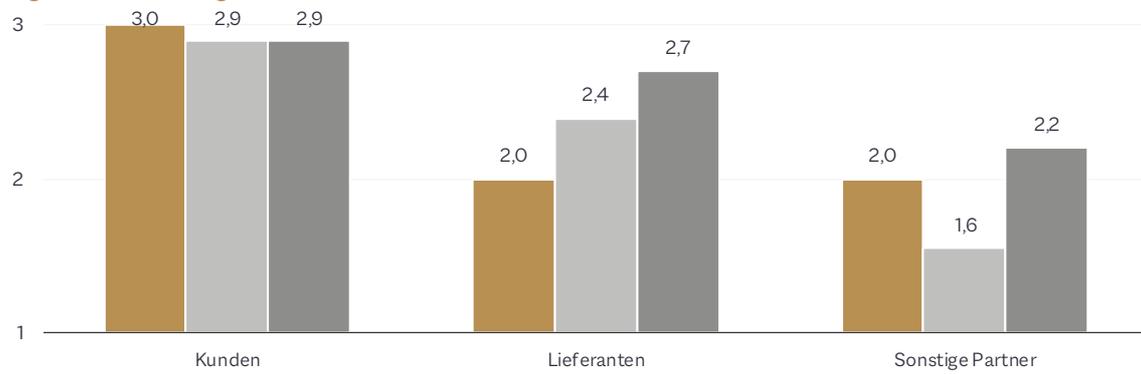
Kooperationen

Kleine und mittlere Unternehmen werden oft aufgrund ihrer Firmengröße bei der Entwicklung von Innovationen häufig als benachteiligt betrachtet. Allerdings kann dieser Nachteil durch intelligente Kooperationen mit Wettbewerbern, Kunden, Lieferanten und anderen Partnern überwunden werden. Solche Kooperationen erleichtern den Marktzugang und erhöhen die Erfolgchancen von Innovationen. Die folgenden Diagramme zeigen die Intensität der Kooperation der EKC.AG mit Kunden und anderen externen Partnern sowie den Grad der digitalen Vernetzung mit ausgewählten externen Partnern im Rahmen von Innovationsprojekten. Die abschließende Grafik auf der nächsten Seite zeigt die relativen Aufwendungen für kurz- und langfristige Projekte, Initiativen und Kooperationen im Bereich Open Innovation.

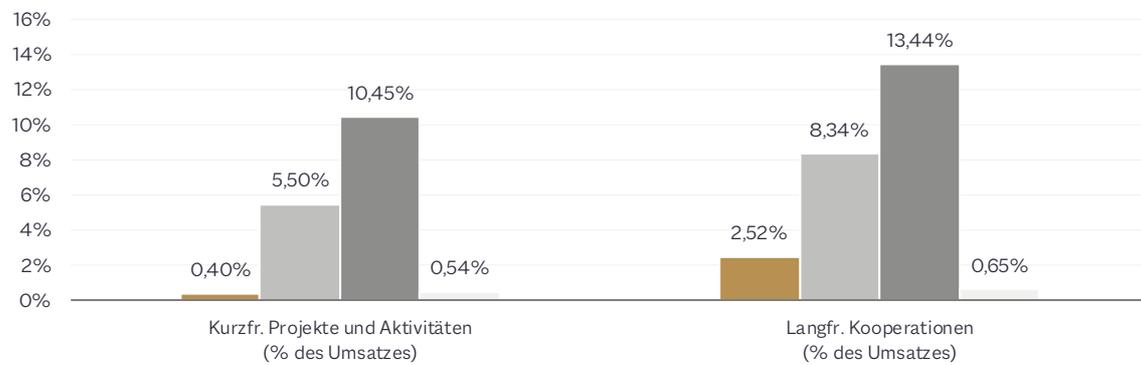
Kooperationsaktivitäten mit externen Partnern



Digitale Vernetzung mit externen Partnern



Relatives Budget für Open-Innovation (in % des Umsatzes)



Im Detail:

Übersicht über Ihre Antworten in Kategorie „Außenorientierung/Open Innovation“

	EKC.AG	Ø TOP 100	Ø Top 10
Stellung von Marketing/Vertrieb im Innovationsprozess (max. 4)			
Unsere Marketing-/Vertriebsmitarbeiter initiieren Innovationsprojekte.	5	4,5	4,8
Marketing/Vertrieb bringt in allen Phasen des Innovationsprojekts die Kundenperspektive ein.	5	4,6	4,8
Marketing/Vertrieb haben ein Vetorecht und können Innovationsprojekte stoppen.	4	3,6	4,2
Mitwirkung in einzelnen Phasen des Innovationsprozesses (max. 5)			
Unsere Marketing-/Vertriebsverantwortlichen werden in alle Phasen des Innovationsprozesses eingebunden.	5	4,4	4,7
Wir holen bei Innovationsprojekten schon sehr frühzeitig Feedback unserer (potenziellen) Kunden ein.	5	4,4	4,8
Wir planen die Markteinführung unserer Innovationen schon während des Entwicklungsprozesses.	4	4,4	4,8
Kurzfristige Projekte und Aktivitäten im Bereich Open Innovation			
Zusammenarbeit mit Innovations-Agenturen/Vermittlern	3	1,4	3,4
Einsatz von Fokusgruppen	3	1,2	2,7
Aktives Scouting	0	1,3	2,8
Aufbau und Nutzung von eigenen User-Communitys	0	0,9	1,5
Einsatz der Lead-User-Methode	2	1,0	2,2
Crowdsourcing und Ideenwettbewerbe	2	0,3	1,1
Einsatz von Toolkits für User-Innovation	1	0,6	1,3
Durchführung von Hackathons	0	0,3	1,1
Langfristige Kooperationen und Initiativen im Bereich Open Innovation			
Formale Innovationskooperationen mit Kunden	6	2,0	3,4
Formale Innovationskooperationen mit Wettbewerbern	0	0,6	1,9
Formale Innovationskooperationen mit Lieferanten	6	2,1	2,9
Forschungsprojekte mit Universitäten/Forschungseinrichtungen	1	1,2	2,6
Zusammenarbeit mit Start-ups	0	0,8	2,3
Relatives Budget für Open-Innovation-Aktivitäten			
Aufwendungen für kurzfristige Aktivitäten und Projekte (in % des Umsatzes)	0,4%	5,5 %	8,3 %
Aufwendungen für langfristige Kooperationen und Initiativen mit externen Partnern (in % des Umsatzes)	2,5%	8,3 %	13,4 %
Digitale Vernetzung... (max. 3)			
...mit Kunden	3	2,6	2,9
...mit Lieferanten	2	2,4	2,7
...mit sonstigen Kooperationspartnern	2	1,6	2,2
Digitaler Vertrieb/ externe Kommunikation (max. 3)			
E-Commerce	1	1,3	2,3
Soziale Medien	2	2,4	2,8

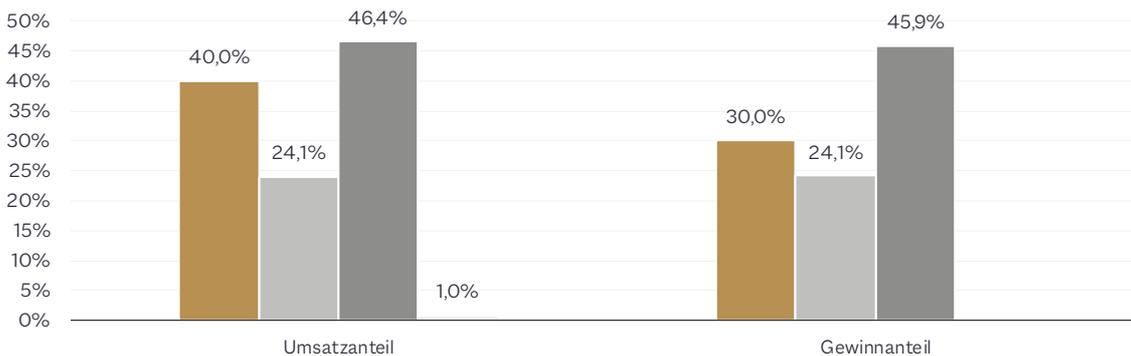
Innovationserfolg

Eine Innovation ist für ein Unternehmen dann ein Erfolg, wenn die Investition an Zeit, Geld und Kreativität einen angemessenen Ertrag abwirft. Aus betriebswirtschaftlicher Sicht ist der Innovationserfolg folglich vor allem danach zu beurteilen, inwiefern die Renditeziele erreicht werden und wie hoch der Beitrag der Innovation zum Unternehmenserfolg ist. Neben der ökonomischen Perspektive können jedoch auch andere Kriterien zur Bewertung des Innovationserfolgs herangezogen werden. Ein technologischer Wettbewerbsvorsprung kann beispielsweise auf zukünftige betriebswirtschaftliche Erfolge hinweisen, weil durch technisch leistungsfähige Neuerungen und die sich dabei ergebenden Lerneffekte auch ein ökonomischer Vorsprung gegenüber dem Wettbewerb erzielt werden kann.

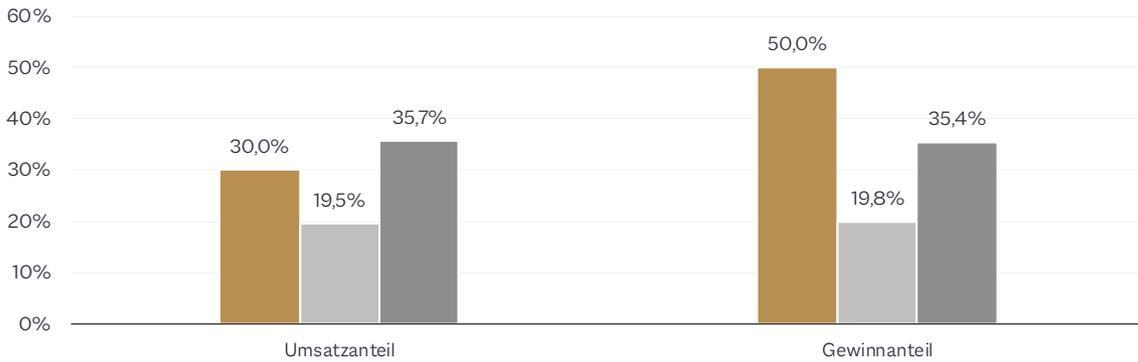
Bei den weltweiten Innovationsführern werden teilweise bis zu 90 % der heutigen Umsätze mit Produkten erzielt, die in den vergangenen fünf Jahren entwickelt wurden. Dies unterstreicht die Bedeutung, die Innovationen für den wirtschaftlichen Erfolg von Unternehmen haben. Aus diesem Grund haben wir die entsprechenden Daten auch für die EKC.AG erhoben und mit dem Durchschnitt der TOP 100 und der Top 10, also dem absoluten Top-Segment, verglichen. Als weitere Benchmark zeigen wir Ihnen die Durchschnittswerte des gesamten deutschen Mittelstands aus dem aktuellen Indikatorenbericht zur ZEW-Innovationserhebung.

Die folgenden zwei Grafiken zeigen die aktuellen *Umsatz- und Gewinnanteile von Marktneuheiten* (neuartige Produkte/Dienstleistungen), *innovativen Verbesserungen* (verbesserte Produkte/Dienstleistungen) und *Sortimentserweiterungen*, die die EKC.AG in den letzten drei Jahren auf den Markt gebracht hat. Marktneuheiten sind neuartige Produkte bzw. Dienstleistungen, die es vorher im Markt noch nicht gegeben hat. Ihre technologischen Eigenschaften und/oder vorgesehenen Einsatzmöglichkeiten unterscheiden sich maßgeblich von früheren Produkten bzw. Dienstleistungen. Innovative Verbesserungen sind Produkte/Dienstleistungen, die gegenüber Vorgängern klare Leistungsvorteile haben. Es handelt sich also um bestehende Produkte bzw. Dienstleistungen, deren Funktionalität bzw. Nutzen in neuartiger Weise verbessert oder erweitert wurde. Sortimentserweiterungen sind neue oder merklich verbesserte Produkte bzw. Dienstleistungen, die neu für Ihr Unternehmen waren, aber davor bereits von der Konkurrenz angeboten worden waren.

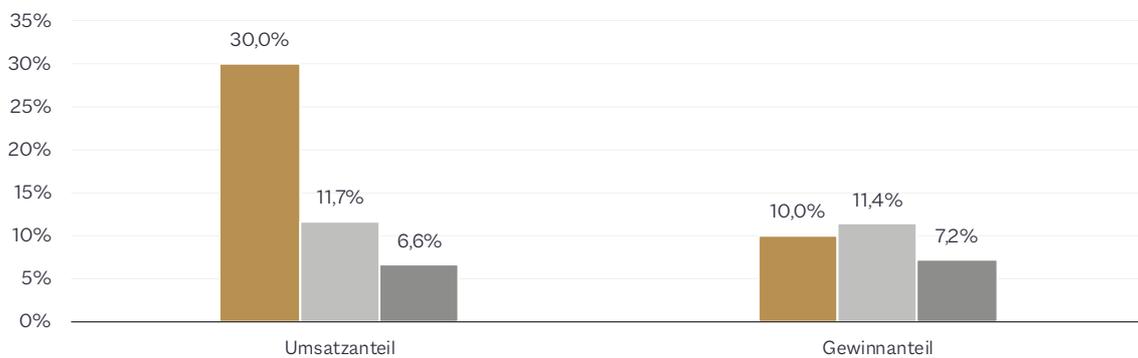
Marktneuheiten der letzten drei Jahre



Innovative Verbesserungen der letzten drei Jahre



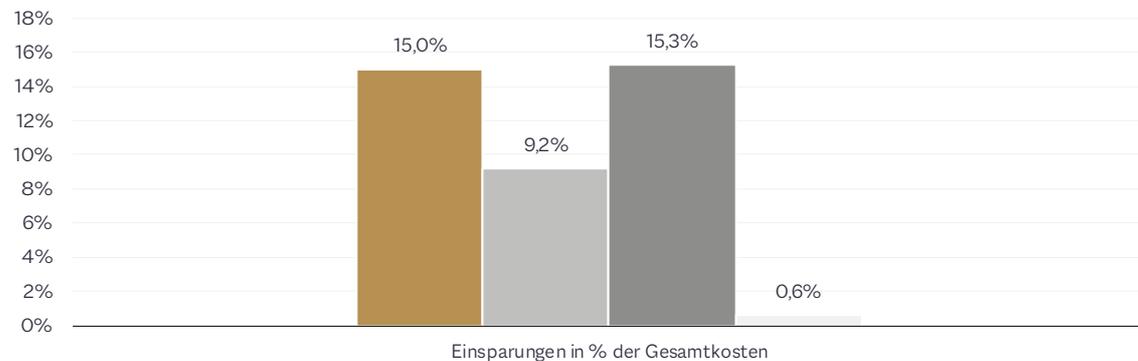
Sortimentserweiterungen der letzten drei Jahre



Neben dem Markterfolg, den die EKC.AG mit Produkt- bzw. Dienstleistungsinnovationen erzielt, haben wir auch analysiert, inwieweit die Unternehmen in der Lage sind, die Prozesse der Leistungserstellung selbst innovativ zu verändern. Eine Prozessinnovation (=neue oder merklich verbesserte Fertigungs-/Verfahrenstechnik oder Verfahren zur Erbringung/zum Vertrieb von Produkten/Dienstleistungen) ist eine Veränderung im Leistungserstellungsprozess mit dem Ziel, die Erstellung eines Produktes bzw. einer Dienstleistung zu verbessern, also z. B. kostengünstiger, qualitativ hochwertiger, sicherer oder schneller zu machen. *Kostensenkende Prozessinnovationen* führen zu einer Senkung der durchschnittlichen Kosten pro Stück bzw. Vorgang. Während sich die weiter oben angeführten Innovationen und innovativen Verbesserungen vor allem auf der Ertragsseite der Gewinn- und Verlustrechnung widerspiegeln, zeigt dieser Punkt, inwieweit ein Unternehmen in der Lage ist, Abläufe zu optimieren und damit die Kosten zu senken.

Die folgende Grafik zeigt, wie viel Prozent der Gesamtkosten durch kostensenkende Prozessinnovationen im Vergleich zum Vorjahr eingespart wurden.

Einsparungen durch kostensenkende Prozessinnovationen



Im Detail:

Übersicht über Ihre Antworten in der Kategorie „Innovationserfolg“

	EKC.AG	Ø TOP 100	Ø Top 10
Marktneuheiten (neuartige Produkte/Dienstleistungen)			
Anteil am Umsatz 2022	40,0%	24,1 %	46,4 %
Anteil am Unternehmensgewinn (EBIT) 2022	30,0%	24,1 %	45,9 %
Innovative Verbesserungen (merklich verbesserte Produkte/Dienstleistungen)			
Anteil am Umsatz 2022	30,0%	19,5 %	35,7 %
Anteil am Unternehmensgewinn (EBIT) 2022	50,0%	19,8 %	35,4 %
Sortimentsneuheiten			
Anteil am Umsatz 2022	30,0%	11,7 %	6,6 %
Anteil am Unternehmensgewinn (EBIT) 2022	10,0%	11,4 %	7,2 %
Kostensenkende Prozessinnovationen			
% Einsparung der Gesamtkosten in 2022	15,0%	9,2 %	15,3 %
Business Model Innovation			
Durchführung Geschäftsmodellinnovation im Zeitraum 2020 bis 2022	nein	64 %	100 %

Ratingkategorien

A

Das Rating „A“ wird an Unternehmen vergeben, die im Ganzen bzw. im jeweiligen Bereich über ein auch im internationalen Maßstab ungewöhnlich professionelles Innovationsmanagement verfügen. Unternehmen mit diesem Rating setzen Maßstäbe. Die Wahrscheinlichkeit zukünftiger Innovationserfolge ist sehr hoch.

B

Das Innovationsmanagement von Unternehmen mit dem Rating „B“ ist auf einem eindeutig überdurchschnittlichen Niveau, wenn man den deutschen Mittelstand als Ganzes als Vergleichsmaßstab heranzieht. Im Vergleich zu den herausragenden Unternehmen besteht lediglich ein kleines Verbesserungspotenzial. Innovationserfolge sind das Ergebnis eines systematischen Innovationsmanagements.

C

Das Rating „C“ gilt für Unternehmen mit einem zufriedenstellenden Innovationsmanagement. Einzelne Input- und/oder Prozessfaktoren könnten noch bewusster und systematischer geregelt werden. Doch Innovation ist innerhalb des Unternehmens ein wichtiges Ziel, das teilweise auch schon mit Hilfe gezielter Strukturen verfolgt wird.

D

Unternehmen mit dem Rating „D“ verfügen in Ansätzen über ein systematisches Innovationsmanagement. Die Umsetzung in organisatorische Strukturen und Prozesse erfolgt fallweise und in erster Linie anlassbezogen.

E

Unternehmen mit dem Rating „E“ ist das Bewusstsein für die Bedeutung innovationsfördernder Strukturen schwach ausgeprägt. Organisatorische Ziele wie Stabilität, Fehlervermeidung und Routinebildung dominieren die Erneuerungsfunktion.

F

In Unternehmen mit dem Rating „F“ wird kein systematisches Innovationsmanagement betrieben. Neuerungen sind eher das Ergebnis von Zufällen oder der Initiative einzelner und werden vom Unternehmen nicht gefördert. Die Strukturen sind konservativ und eindeutig auf Stabilität ausgerichtet.

G

Unternehmen mit dem Rating „G“ haben Strukturen, die als beinahe innovations- und änderungsfeindlich gekennzeichnet werden müssen. Das Risiko, dass sie ohne nachhaltigen Kurswechsel den Kräften der „schöpferischen Zerstörung“ zum Opfer fallen werden, ist beträchtlich.

+/-

Die Zusätze „+“ und „-“ werden verwendet, um die relative Position eines Unternehmens innerhalb der Haupt-Ratingkategorien zu zeigen.

Ein Wort zum Schluss

Die vorliegende Innovationsbilanz zeigt, dass die EKC.AG ein Unternehmen ist, welches das Thema Innovation ernst nimmt. Die Unterschiede zum „durchschnittlichen“ mittelständischen Unternehmen sind groß und auffällig. Das Bessere ist jedoch der Feind des Guten - es gibt immer Bereiche, die man weiterentwickeln und verbessern kann. Wir hoffen, dass Ihnen dieser Bericht Hinweise darauf gibt, wo noch ungenutzte Potenziale liegen, wenn es darum geht, das Unternehmen durch Innovation immer wieder neu zu erfinden. Wir wünschen Ihnen weiterhin viel Erfolg, denn:

„Innovationen geben der Zukunft eine Zukunft.“
(Hans-Jürgen Quadbeck-Seeger)

Wissenschaftliche Leitung

Die Analyse basiert ausschließlich auf den von der EKC.AG gemachten Angaben. Übertragungsfehler sind unwahrscheinlich, aber nicht auszuschließen. Weder die Autoren noch compamedia haften für die Richtigkeit der Angaben oder Folgen von Aktivitäten, die aus der Analyse oder den Empfehlungen abgeleitet werden. Eine solche Studie dient grundsätzlich als Einstieg in die Optimierung des Innovationsmanagements.

Diese Analyse wurde erstellt von:

Univ.-Prof. Dr. Nikolaus Franke und Dr. Rudolf Dömötör
Institut für Entrepreneurship und Innovation
Wirtschaftsuniversität Wien
Welthandelsplatz 1
A-1020 Wien
Österreich
T +43 1 31336-5972
top100@wu.ac.at
www.e-and-i.org

TOP 100 wird organisiert von:

compamedia GmbH
Nußdorfer Straße 4
88662 Überlingen
T 07551 94986-30
info@top100.de
www.top100.de