

Innovationen kommunizieren

Innovationskommunikation: Der Weg von der Idee zum Erfolg

Dr. Jörg Wetterau - Labor für Kommunikation

Leitfaden für Unternehmen (2026)



Eine Innovation ist mehr als eine Erfindung

- ▶ **Innovation** = Erneuerung – Einführen von etwas Neuem
- ▶ **Wikipedia:** Neue Idee oder Erfindung, die praktisch wirksam wird
- ▶ **Ökonom Joseph Schumpeter (1934):** Inventionen müssen in wirtschaftlichen Erfolg umgewandelt werden, um eine echte Innovation zu sein
- ▶ **Festo (Hannovermesse):** Echte Innovationen lösen echte Probleme
- ▶ **Deutscher Bundestag:** Innovation ist der bewusste Prozess der Neuerung, der über die reine Idee hinausgeht.



Bild: KI-generiert

Welche Arten von Innovationen gibt es ?

Art der Innovation	Beispiele
Produktinnovation	Telefon, Kugelschreiber, Solarzelle
Prozessinnovation	Fließbandproduktion, Lean Management
Dienstleistungsinnovation	Online-Shops, Car-Sharing, E-Commerce
Netzwerkinnovation	Dampfmaschine, E-Mobilität, Internet, Glühbirne
Soziale Innovation	Jobrotation, mobiles Internet, Homeoffice
Sprunginnovation / Disruptive Innovation	Buchdruck, Smartphone, Glas, ChatGPT
Inkrementelle o. Evolutionäre Innovation	Weiterentwicklung von Dienstleistungen/ Produkten
Mee-Too Innovation	Nachahmung von Konkurrenzprodukten

Innovator's Dilemma

- ▶ Festhalten an Altbewährtem und Angst vor Veränderung = Innovationsdilemma
- ▶ Wer nur inkrementell verbessert, verpasst den Anschluss
- ▶ Disruptive Innovationen verändern Produkte und Märkte
- ▶ **Autoindustrie**
- ▶ **Kodak**



Bild: Dr. Jörg Wetterau

Innovationsfähigkeit von Unternehmen

- ▶ Nur **13 % der deutschen Unternehmen** zeigen Innovationsfreude (2019 = 25 %)
- ▶ Innovationen werden nicht aktiv vorangetrieben. Es fehlt an **Innovationskultur**, die Mitarbeitende ermutigt, neue Wege zu gehen.
- ▶ Es mangelt an **Innovationsfähigkeit und Innovationskommunikation** - um zukunftsfähig zu bleiben.

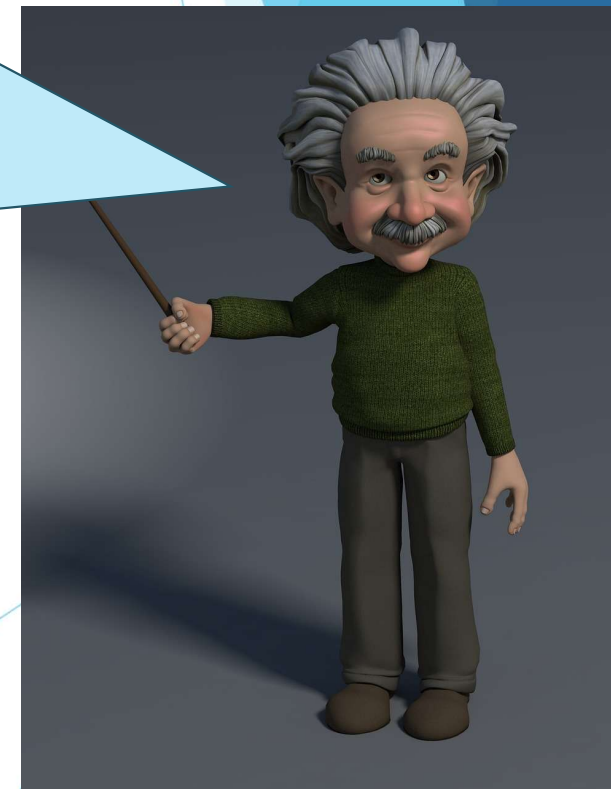


Bertelsmann-Studie, Innovative Milieus 2026

Innovationskommunikation - Akademisch

Innovationskommunikation ist die gezielte und strategische Kommunikation über neue Ideen, Technologien, Produkte oder Prozesse innerhalb eines Unternehmens oder gegenüber externen Stakeholdern, wie Kunden, Partnern oder der Öffentlichkeit.

Sie verfolgt das Ziel, die Innovationskraft eines Unternehmens sichtbar zu machen, Akzeptanz für neue Entwicklungen zu schaffen und den Dialog über Innovationen zu fördern.



Innovationskommunikation – Meine Definition

Innovationskommunikation übersetzt technische Inhalte in verständliche und informative Geschichten.

Innovationskommunikation informiert über „das Neue“ und baut Vertrauen für „das Neue“ auf.



Bild: Heraeus, Wolfgang Hartmann

Innovationskommunikation: Ziele & Aufgaben

- ▶ Sie fördert Ihr **Image als Technologie- und Innovationsführer**
- ▶ Sie positioniert Sie als **attraktiven Arbeitgeber**.
- ▶ Sie schafft ein **Klima für Innovationen** in Ihrem Unternehmen.
- ▶ Sie macht **Ihre Innovation bekannter**.

Wo unterstützt Innovationskommunikation?

Innovationsmanagement

- ▶ Innovationskommunikation unterstützt diese Koordinationsfunktion intern und extern.
- ▶ Innovationskommunikation hilft, ein Klima für Innovationen zu schaffen und stärkt nachhaltig die Innovationskraft.

Employer Branding

- ▶ Innovationskommunikation fördert die Innovationskultur und die Identifikation mit dem Unternehmen durch „Heldenporträts“.
- ▶ Innovationskommunikation zählt auf die Unternehmens-, Produkt- und Arbeitgebermarke ein.

Zutaten für gute Innovationskommunikation

- ▶ **Erfolgsgeschichte** über eine Problemlösung bei Kunden,
- ▶ **Fachpressemeldung** über eine neue Produktentwicklung,
- ▶ **Fachartikel** mit Mehrwert für Ihre Kunden,
- ▶ **Interview (Podcast)** mit Ihren Experten und Kunden,
- ▶ **Heldengeschichte** über EntwicklerInnen,
- ▶ **Corporate-Influencers Stories** auf Social Media.

STORYTELLING

Heldenreise nach Joseph Campbell



Bezogen auf Innovation:

- 1+2. Problem / Raus aus der Komfortzone
- 3. Problem lösen
- 4+5. Rückschlag auf dem Weg zur Innovation
- 6. Kooperation & Interdisziplinarität
- 7+8. Überzeugen und Kooperieren
- 9. Die Innovation
- 10-12. Letzte Zweifler überzeugen
- 13. Gesellschaft und Kunden profitieren von der Innovation

Welche Arten von Storytelling gibt es noch?

- ▶ **3-Akte-Aufbau:** Ausgangssituation – Konflikt – Lösung (Fachartikel, Blog-Beitrag)
- ▶ **Problem-Dramatisierung-Lösung:** Problem darstellen - Problem dramatisieren – Lösung (Magazin, Anwenderstory)
- ▶ **Vorher–Nachher–Brücke:** Zustand vor Einsatz des Produktes - Verbesserter Zustand nach Einsatz des Produktes - Darstellung des Produktes (Pressemeldung, Erfolgsstory Kunden)

Lassen Sie doch einfach andere erzählen: Technologieforen für Journalisten

- ▶ Technologieforen für Fach-, Wirtschafts- und Lokaljournalisten
- ▶ Impulsvorträge & Diskussionen mit Experten
- ▶ Besichtigungen von Produktionsbereichen mit Blick hinter die Kulissen
- ▶ Journalisten berichten aus ihrer Sicht über ihre Eindrücke



Bild: Heraeus, Wolfgang Hartmann

Von der Wissenschaft lernen – interaktiv

► SCIENCE GOES PUBLIC!

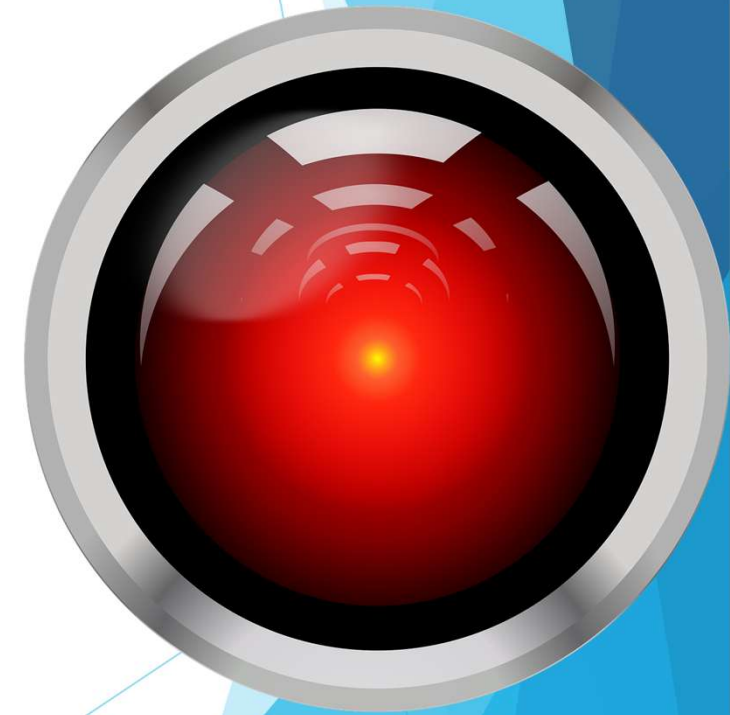
Events wie „**Science Pub**“, „**Pub Science**“, „**Science on tap**“, „**Wissen vom Fass**“ oder „**Wissensdurst**“ haben eine Schnittmenge: den Ort – eine Bar, Kneipe, Gaststätte.

Modernes „Geschichten erzählen am Lagerfeuer“!

- Vielleicht auch mal in Ihrem Unternehmen?
- Motto: **INNOVATION GOES PUBLIC!**

Innovative IT-Unternehmen leuchten

- ▶ **Kunden nutzen KI-Tools:** WARUM brauche ich das?
- ▶ **Perspektivwechsel:** Die Veränderung, die das Produkt beim Kunden ermöglicht, ist im Fokus – nicht das Produkt.
- ▶ **„Heldenrolle“:** Ihre Software braucht eine Geschichte. Der Kunde ist der Held. Die Software ist der Helfer.
- ▶ **„Innovation Launch Kit“:** Kommunikationsbaukasten für jede neue Software, KI-Anwendung oder Produktinnovation.



Erfolgreiche Innovationskommunikation ...

- ▶ ... ist keine Arbeit, die nebenbei erledigt werden kann,
- ▶ ... erfordert fachliches Know-how und Kompetenz,
- ▶ ... benötigt einen l a n g e n Atem,
- ▶ ... steigert l a n g f r i s t i g den Unternehmenserfolg,
- ▶ ... erzeugt ein Klima für Innovationen im Unternehmen,
- ▶ ... begleitet den kompletten Weg von der Idee bis zum fertigen Produkt!

Fragen Sie sich gerade ...

- ▶ Wie steigere ich die Bekanntheit meiner Innovation?
- ▶ Wie positioniere ich mich als innovativer Arbeitgeber?
- ▶ Wie unterscheide ich mich klar vom Wettbewerb?
- ▶ Wie mache ich mein Unternehmen innovationsfähiger?

Wenn Sie Antworten darauf suchen, sollten wir reden ...



Bild: KI-generiert

Was kann ich für Sie tun?

Zuhören - Fragen - Verstehen

- ▶ Gute Kommunikation ist wie ein gelungenes Experiment.
- ▶ Es kommt auf die passenden Zutaten und die richtige Strategie an, damit am Ende ein harmonisches und funktionierendes Produkt entsteht.
- ▶ www.labor-für-kommunikation.de
- ▶ E-Mail: info@labor-fuer-kommunikation.de
- ▶ Mobil: 0171-9511472
- ▶ LinkedIn-Profil: [\(1\) Dr. Jörg Wetterau | LinkedIn](#)
- ▶ Dr. Jörg Wetterau – Kommunikator, Fachjournalist & Berater