



Trotz oder gerade wegen Corona: KUKA hält auch in der Krise an Innovation fest

Augsburg, 26. August 2020 – KUKA startet mit einer digitalen Pressegesprächs-Serie in den Spätsommer. Unter dem Motto „Auf einen Kaffee mit...“ kommen KUKA Expertinnen und Experten mit Medienvertreterinnen und Medienvertretern ins Gespräch. Den Auftakt machte Dr. Ulrike Tagscherer, Chief Innovation Officer bei KUKA: „Innovation ist für ein Unternehmen wie eine Art Lebensversicherung.“

Ihre Ansprechpartnerin:
Ulrike Götz
Corporate Communications
KUKA

T +49 821 797 3795

fachpresse@kuka.com
press@kuka.com
blog.kuka.com

In der virtuellen Diskussionsrunde betonte Dr. Tagscherer, dass Innovation nicht nur ein Thema für Wachstumsphasen sei – im Gegenteil. „Krise und Innovation: Das mag auf den ersten Blick nicht zusammenpassen“, sagte Dr. Ulrike Tagscherer. „Doch gerade jetzt ist es wichtig, den Fokus auf Innovation zu legen.“

Innovation: Etwas Neues schaffen, das am Markt erfolgreich ist

Die Definition von Innovation ist eindeutig. Dennoch wird das Wort oft in unterschiedlichsten Zusammenhängen genutzt und auf verschiedenste Weisen interpretiert. Grundsätzlich heißt Innovation, etwas Neues zu schaffen, das erfolgreich am Markt umgesetzt werden kann. „Innovationen können immer und überall passieren. Es gibt kein prädestiniertes Umfeld für Innovationen. Heutzutage muss man sich überall verbessern, sonst ist man nicht wettbewerbsfähig“, betonte Dr. Tagscherer. Für KUKA bedeutet Innovation, Produkte und Lösungen technologisch weiterzuentwickeln, als auch die Entwicklung neuer Geschäftsmodelle oder innovativer Prozesse. „Das Ziel unseres Innovationsmanagements ist es, Innovationen innerhalb des Unternehmens so zu verankern, dass sie Teil unserer DNA werden“, sagte Dr. Tagscherer. Bei KUKA zählen in Sachen Innovation in erster Linie drei Dinge: strukturiert, fokussiert, und kundenzentriert. Und: jede neue Idee, die weiterverfolgt wird, zählt auf zuvor definierte Schwerpunktthemen ein.

Das Ziel: Gestärkt aus der Krise hervorgehen

Natürliche habe Corona auch bei KUKA die Arbeit mit Innovationen verändert, erzählte Dr. Tagscherer den Teilnehmerinnen und Teilnehmern der „digitalen



Kaffeepause“. So hat KUKA 2019 einen strategischen Innovationsprozess implementiert, mit dem das kreative Potenzial der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter noch zielgerichteter ausgeschöpft werden kann. Rund 500 Ideen kamen so aus allen Unternehmensbereichen und Erdteilen zusammen. Die nächsten Schritte verliefen dann allerdings anders als geplant: „Innovationsarbeit lebt von Teamworkshops und kreativen Prozessen. Aufgrund der Coronavirus-Pandemie mussten wir von heute auf morgen auf eine virtuelle Zusammenarbeit umstellen. Das ist uns aber unerwartet gut gelungen“, so Dr. Tagscherer. KUKA spürt die Auswirkungen der Coronavirus-Pandemie und der globalen Wirtschaftskrise. Dennoch verzichtet der Augsburger Automatisierungsspezialist nicht auf Investitionen in Innovationen und Zukunftsthemen. „Wir werden die Krise dafür nutzen, uns für die Zukunft aufzustellen und neue Ideen in der Pipeline zu haben.“



Dr. Ulrike Tagscherer, Chief Innovation Officer bei KUKA.

Zur Pressemitteilung passendes Bildmaterial finden Sie auch in unserer [KUKA Mediathek](#) (Quelle für alle Bilder: KUKA Group).

KUKA

KUKA ist ein international tätiger Automatisierungskonzern mit einem Umsatz von rund 3,2 Mrd. EUR und rund 14.000 Mitarbeitern. Der Hauptsitz des Unternehmens ist Augsburg. Als einer der weltweit führenden Anbieter von intelligenten Automatisierungslösungen bietet KUKA den Kunden alles aus einer Hand: Vom Roboter über die Zelle bis hin zur vollautomatisierten Anlage und deren Vernetzung in Märkten wie Automotive, Electronics, General Industry, Consumer Goods, E-Commerce/Retail und Healthcare. (Stand: 31.12.2019)