

Kunden bieten, was fehlt, ist oft nur das Licht.“ Hehenberger appellierte deshalb an die Unternehmer, Kunden nicht nur zufrieden zu stellen, sondern zu begeistern. Über Weiterempfehlungen entwickeln sich so laufend neue Kontakte, die immer wieder für den erforderlichen neuen Input an Ideen sorgen.

Dass dieser gewagt erscheinende Brückenschlag zwischen dem großen Physiker und der täglichen Betriebspraxis tatsächlich funktioniert, belegten eindrucksvoll die ausgezeichneten Unternehmer: Christian Bachhäubl in Baiersbrunn erhielt den mit 10000 Euro dotierten ersten Preis für sein Konzept der Strom produzierenden Heizanlagen. Platz zwei (7000 Euro) ging an Michael Schmitt und Cyrus Pakulat in Köln, die bei der PS Gebäudetechnik GmbH die Individualität des Handwerks mit der Effizienz der Industrie perfekt verknüpfen. 5000 Euro und den dritten Platz erhielt Christian Lehmann in St. Georgen für sein archi-

Diskussion um die beste Innovation
(von links)-Bettina Würth, Frank Wiercks, Otto Kentzler, Reinhold Schulte und Moderatorin Gudrun Bergdolt.



Freuen sich über eine gelungene Veranstaltung
(von links): Reinhold Schulte, Bettina Würth und Alexander Holzmann



tektonisch anspruchsvolles Holzbausystem. Der Sonderpreis Nachfolge (3000 Euro) ging an Bäcker- und Konditormeister Jochen Baier in Herrenberg für die allergikergerechte Umstellung seiner Produktion auf reine Rohstoffe.

Innovationen im Kommen

Fazit von Frank Wiercks, Chefredakteur *handwerk magazin*: „Der Trend zu Innovation wäre in diesem Jahr wohl auch gekommen, wenn wir den Wettbewerb nicht explizit darauf abgestellt hätten.“ Beleg dafür sind auch die 15 Sonderpreisträger (mit je 333,33 Euro dotiert), die von Signal Iduna und Würth jeweils in ihrer Region im Rahmen eines kleinen Events ausgezeichnet werden. „Die Beispiele zeigen, dass im Handwerk sowohl Produkt- als auch Prozessinnovationen zum Markterfolg beitragen“, betonte der hm-Chefredakteur. Abgeleitet aus Einsteins Relativitätstheorie hat Trendanalytiker Hehenberger die „relative Lichtgeschwindigkeit“ dabei als erfolgsentscheidenden Faktor definiert: „Ein Unternehmen kann nur jung bleiben, wenn es schneller auf die Markterfordernisse reagiert als der Wettbewerb.“

kerstin.meier@handwerk-magazin.de