



Liebe Leserinnen und Leser,
sehr geehrte Geschäftsfreunde,
es gibt kaum ein Unternehmen, zudem in der Hoch-
technologie, das nicht von sich behaupten würde, am
Puls des Marktes zu sein und den Kunden ständig Optimiertes,
Neues und vor allem „Innovatives“ zu bieten. Aber was davon
ist lediglich neu und was grundlegend neuartig mit der bahnbrechenden Kraft einer wirklichen Innovation?

Das Thema Innovation ist ein wichtiger Teil unserer Führungskultur und Unternehmensstrategie 2020, deshalb beleuchten wir es in dieser Ausgabe des „HARRO“-Magazins. Ja, Harro Höfliger hat Innovation inzwischen organisatorisch verankert und ein Managementsystem aufgebaut, um Ideen mit Potenzial zu filtern und die Entwicklungsprozesse systematisch und effizient zu steuern. Denn wir zeichnen uns bereits dadurch aus, dass wir tagtäglich für Kunden und zusammen mit ihnen Neues mit Mehrwert schaffen. Entsprechend unseren drei zentralen Werten „Inventive. Qualified. Reliable“ sind wir erfinderisch, verlässlich und liefern Top-Qualität – deshalb wollen wir Ideen mit der Chance zur echten Innovation mit wirtschaftlichem Erfolg konsequent verfolgen. Unser universelles XTray-Konzept für die Bereitstellung von chirurgischem Nahtmaterial ist beispielsweise etwas völlig Neues.

Unsere kreative Kultur wollen wir trotz unserer mittlerweile erreichten Größe mit rund 1.100 Mitarbeitern bewahren. Deshalb geben wir unseren Abteilungen sehr viel Freiraum und handeln in den kleineren Teams so agil wie ein Start-up. Aus dieser Kombination entstehen einzigartige Maschinen und Anlagen.

Ihr

Peter Claußnitzer,
CTO bei Harro Höfliger
