

Innovationsmanagement in der Anwendung – ein Praxisbeispiel der Innovateure

Der Fall:

Ein mittelständisches deutsches Unternehmen mit einer Mitarbeiterzahl in der Größenklasse 20-49 Mitarbeiter. Dieses Unternehmen fertigte einige Zwischenkomponenten und belieferte damit zwei Maschinenhersteller, die selbst diese Teile zur Fertigung ihrer Endprodukte nutzten.

Das Problem:

Zunehmende Konkurrenz aus Asien brachte das Unternehmen durch günstigere Preise unter Druck, da die Kunden anfangen Komponenten aus dem Ausland zu beziehen und Druck auf das Unternehmen ausübten für die bezogenen Komponenten günstigere Konditionen anzubieten.

Dadurch sanken die Gewinnmargen dramatisch und veranlassten den Firmeninhaber kritisch über die langfristige Überlebensfähigkeit nachzudenken.

Die Lösung: Einführung eines Innovationsmanagements

In Folge der schlechter werdenden Lage war es allzu offensichtlich, dass das bestehende Geschäft sein Ende finden würde, wenn es zu keiner Kurskorrektur käme.

Neue Produkte oder Märkte mussten also her. So vereinbarten wir eine Zusammenarbeit und die folgende Vorgehensweise zur Einführung eines Innovationsmanagements, was wir nachfolgend kurz skizzenhaft darstellen wollen.

Die Analyse:

Zunächst lag es uns am Herzen die Potenziale und Fähigkeiten im Unternehmen zu identifizieren; dies wurde im Rahmen von gemeinsamen Workshops gemacht und dabei sämtliche Kernkompetenzen des Unternehmens in den Vordergrund gestellt.

In einem Richtungsworkshop untersuchten wir zusammen mit dem Unternehmen interessante Richtungen und neue Geschäftsfelder und glichen dabei ab, inwieweit die vorhandenen Kernkompetenzen dort Verwendung finden konnten. Daraufhin analysierten wir an welchen Fähigkeiten und Wissen es dabei noch fehlte und erarbeiteten Maßnahmen, wie diese Lücken gefüllt werden könnten.

Die Maßnahmen:

Da die Mitarbeiter sich einiges an neuem Wissen erarbeiten mussten, um neue Ideen entwickeln zu können, wurden Schulungsmaßnahmen beschlossen, die zum Inhalt hatten neues Wissen zu vermitteln und den Blick über den berühmten Tellerrand zu richten.

Hierbei wurden die Mitarbeiter geschult, sich aktiv mit neuem Wissen zu beschäftigen und sich dazu Gedanken zu machen und gewonnene Ideen daraus einfach auszuprobieren.

Da Menschen, die viele Jahre das Gleiche machen mit der Zeit sehr „eingefahren“ denken, ist es wichtig dieses alte Verhaltensmuster aufzubrechen und diesen Menschen zu größerer Flexibilität im Denken zu verhelfen.

Dies wurde unterstützt durch regelmäßige kleine Wissenskonferenzen, wo Mitarbeiter ihr neu angeeignetes Wissen den anderen vorgestellt haben und im Nachgang Diskussionen stattfanden, was davon im eigenen Betrieb anwendbar ist und wie.

Da neue Ideen besonders gut kreiert werden können, wenn beide Hirnhälften zusammenarbeiten, wurden zur Förderung dieses Zwecks Flexibilitätsübungen aus der Life Kinetik® durchgeführt, um so eine bessere Vernetzung anzuregen.

In der Regel nutzen die meisten Menschen heute vorwiegend die linke Hirnhälfte, die logisch-systematisch arbeitet, während die rechte Hirnhälfte – die bildhaft-kreativ arbeitet – häufig stark vernachlässigt wird. Gerade die Kombination beider Hirnhälften bringt jedoch den Erfolg bei der Kreation und Entwicklung neuer Ideen.

Zusätzlich wurden drei Leute in das Research-Team aufgenommen und hatten die Aufgabe, sich einen bestimmten Teil ihrer Arbeitszeit mit dem Recherchieren von neuen Ideen, Trends und neuen Technologien zu beschäftigen sowie Messen und Kongresse zu besuchen.

Die gewonnenen Informationen wurden aufbereitet und für alle Mitarbeiter zugänglich in eine Wissensdatenbank eingearbeitet. Somit wurde gewährleistet, dass die Mitarbeiter regelmäßig und in kurzer Zeit mit frischem Wissen versorgt wurden.

Als weitere wichtige Komponente wurden regelmäßige Ideenworkshops veranstaltet, die das Ziel hatten, sowohl die Teilnehmer zu schulen, als auch langfristig zu den identifizierten Suchfeldern neuartige Ideen zu entwickeln.

Besonders viel versprechende Ideen wurden hierbei ausgewählt und auf Markttauglichkeit durch Experten- und Kundengespräche geprüft.

Nach diesem Selektionsprozess konnten Prototypen zur Prüfung der weiteren Machbarkeit entworfen werden.

Das Ergebnis:

Das Unternehmen hat heute wieder eine bessere langfristige Perspektive. Die Kernkompetenzen konnten erweitert und ausgebaut werden und es wurden neue Anwendungsfelder identifiziert, die mit dem früheren Know-how gar nicht im Blickfeld waren. Dadurch wurden neue Märkte erschlossen und weitere Kunden aus verschiedenen Segmenten gewonnen, so dass das Unternehmen heute krisenfester auf verschiedenen Standbeinen steht.

Informationen zu „Die Innovateure“

Die Innovateure

Wir unterstützen unsere Kunden dabei stetig Ideen für neue Produkte und Dienstleistungen zu finden, die von der anvisierten Zielgruppe am Markt besonders gut angenommen werden. Bei uns steht die Kundenintegration auf der Suche nach Innovationsmöglichkeiten im Vordergrund. Damit alle Innovationsmöglichkeiten auch genutzt werden können, erstellen wir für den Kunden Maßnahmen zur Optimierung des Innovationsmanagement durch Trainings, Workshops und geeignete Kreativitätstechniken. Ziel ist es die Mitarbeiter fit zu machen, um das Innovationspotenzial herauszuarbeiten und zu nutzen, welches das Unternehmen und das Umfeld bietet. Parallel dazu werden auch die Prozesse von der Ideenfindung bis zur Markteinführung optimiert.

www.innovateure.de



Stephan Hegele
Stephan.hegele@innovateure.de
0151/23273307