

Innovationsmanagement



Innovationsmanagement spielt eine zentrale Rolle für Unternehmen in Zeiten ständiger Markt- und Kundentransformationen, da es dazu beiträgt, auf diese externen Einflussfaktoren aktiv zu reagieren. Es ermöglicht Unternehmen, neue und verbesserte Produkte, Dienstleistungen oder Prozesse zu entwickeln und somit ihre Wettbewerbsposition zu stärken. Allerdings bringt dieses Management auch Herausforderungen mit sich, wie das Risiko des Scheiterns oder die Notwendigkeit einer kontinuierlichen Anpassung an Veränderungen. Dennoch ist ein effektives Innovationsmanagement unerlässlich, um im dynamischen Geschäftsumfeld erfolgreich zu sein und nachhaltiges Wachstum zu sichern.

Standortbestimmung: Innovationen in der Branche

Innovation beeinflusst sowohl Leistung als auch Organisationsstrukturen und kann intern oder extern auftreten. Sie kann mehrere Aspekte gleichzeitig betreffen:

- + **Produktinnovationen:** Unterscheiden Unternehmen durch einzigartige Angebote, die Kundenbedürfnisse erfüllen.
- + **Serviceinnovationen:** Bieten verbesserte Dienstleistungen, die direkt an Kunden gerichtet sind oder interne Prozesse unterstützen.
- + **Geschäftsmodellinnovationen:** Verändern, wie Unternehmen Geld verdienen, durch Anpassungen in Strategie, Marketing, Lieferkette oder Kostenstrukturen.
- + **Verfahrens- und Technologieinnovationen:** Beinhalten neue Technologien und Prozesse zur Produkt- oder Dienstleistungserstellung.
- + **Organisationsinnovationen:** Betreffen Änderungen in der Organisationsstruktur oder Management-Verfahren.
- + **Sozialinnovationen:** Erzeugen Nutzen für die Gesellschaft, ohne primären Fokus auf Profit.
- + **Umweltinnovationen:** Tragen zur Verbesserung der Umwelt bei, z.B. durch umweltfreundliche Produkte oder Emissionsreduktion.

DIE UNTERSCHIEDLICHEN PERSPEKTIVEN DER INNOVATION



Standortbestimmung: Innovationen in der Branche

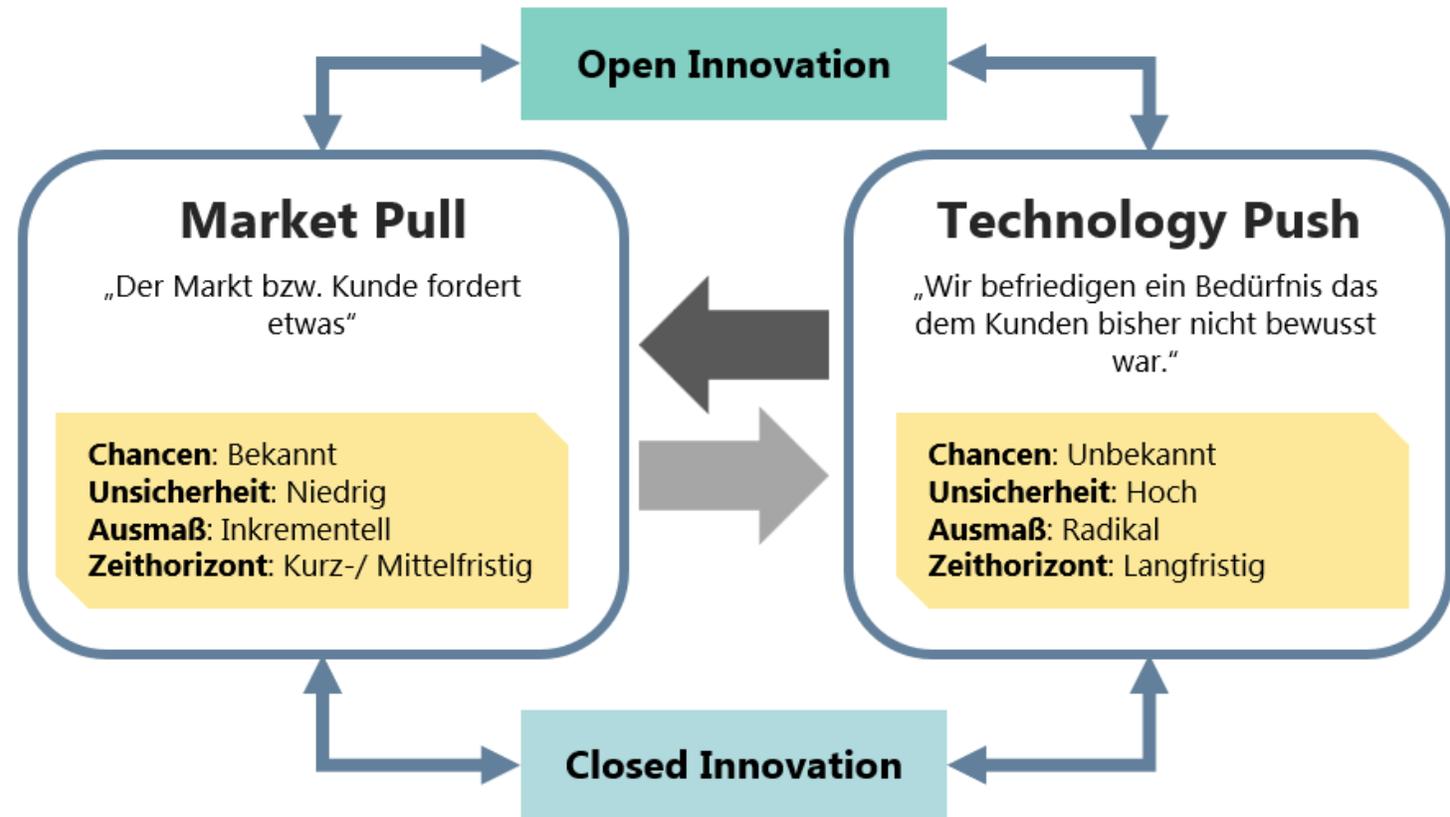
Innovationen können "Pull"- oder "Push" - getrieben sein. "Pull"-Innovationen werden vom Markt angezogen und entstehen durch äußere Anlässe wie Kundenwünsche oder Gesetze, z.B. Recycling-Papier. "Push"-Innovationen werden vom Unternehmen in den Markt gedrückt, oft basierend auf neuen Technologien, z.B. LCD-Bildschirme.

Innovationsmanagement hat sich stark gewandelt. Traditionell liegt der Fokus auf interner Forschung und Entwicklung (F&E), bekannt als **Closed Innovation**. Hier bleiben Ideen, Technologien und geistiges Eigentum im Unternehmen.

Open Innovation öffnet den Innovationsprozess über Unternehmensgrenzen hinaus, nutzt externe Ideen und Technologien und bindet verschiedene Stakeholder ein, wie z.B. Kunden und Universitäten. Dies bedeutet jedoch nicht freien Zugang zu Unternehmenswissen.

Ob Unternehmen Open oder Closed Innovation bevorzugen, hängt von Faktoren wie Komplexität der Innovation, Wettbewerbsintensität und internen Ressourcen ab. Beide Ansätze können je nach Kontext vorteilhaft sein.

„WENN ICH DIE MENSCHEN GEFRAGT HÄTTE, WAS SIE WOLLEN, HÄTTEN SIE GESAGT: SCHNELLERE PFERDE“ – HENRY FORD



Erschaffen eines innovativen Umfelds in Unternehmen

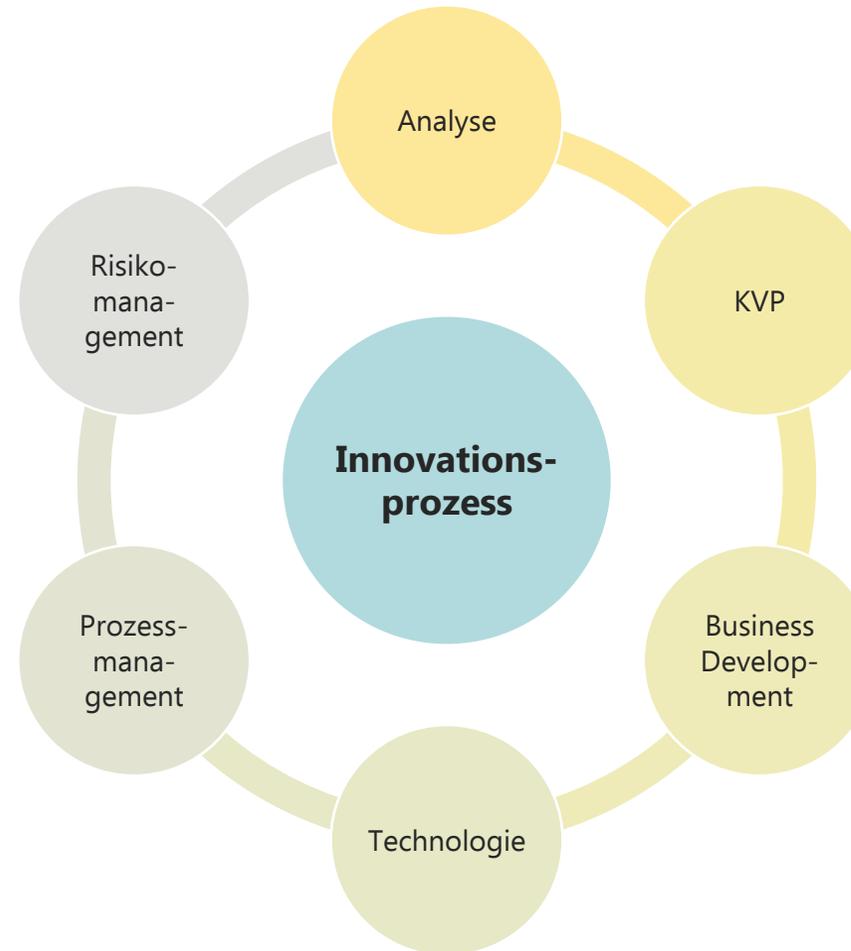
Innovationsprozesse spielen eine entscheidende Rolle in Unternehmen, da sie eine Plattform für **kontinuierliche Verbesserungen** und Innovationen bieten.

Sie umfassen eine Vielzahl von Aspekten, einschließlich **Technologiemanagement**, **Trendanalyse** und die **Entwicklung digitaler Geschäftsmodelle** im Zuge der digitalen Transformation. Diese Prozesse stehen zudem in enger Verbindung mit anderen Unternehmensprozessen wie der Prozessoptimierung, dem Prozessmanagement und dem Risikomanagement.

Trotz ihrer Bedeutung scheitern Innovationsprozesse oft an der Implementierung von Ideen. Dies wirft einige **wichtige Fragen** auf:

- + *Was sind die Hindernisse, die einen effizienten Innovationsprozess verhindern?*
- + *Wie können Unternehmen Innovationsprozesse entwickeln, die ihren strategischen Herausforderungen gerecht werden?*
- + *Und wie können diese Barrieren überwunden werden, um eine erfolgreiche Umsetzung zu gewährleisten?*

WAS IST EIN INNOVATIONSPROZESS – WIE KANN ER EINER ORGANISATION HELFEN? WIE KANN ER EINGEFÜHRT WERDEN?



Erschaffen eines innovativen Umfelds in Unternehmen

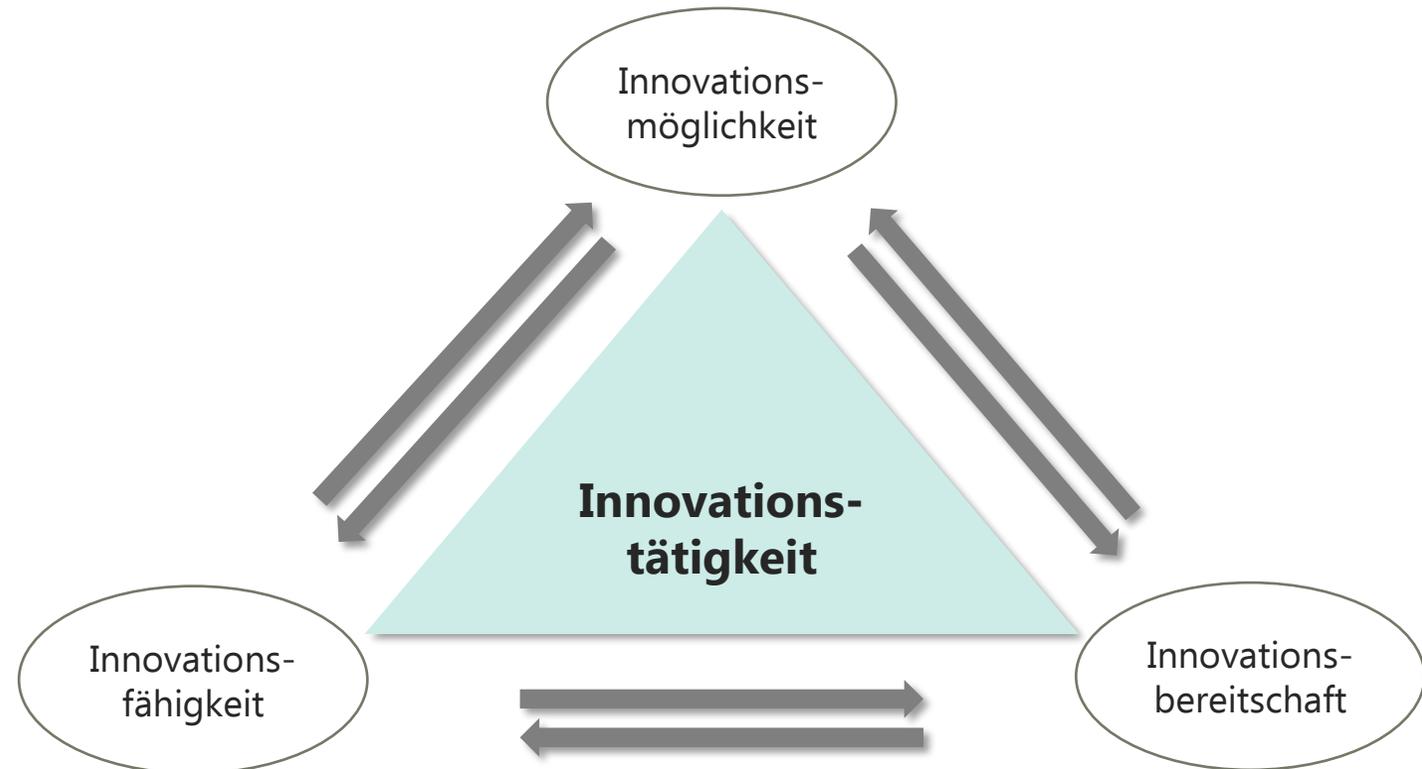
Innovation hängt von der Fähigkeit (Können), der Bereitschaft (Wollen) und der Möglichkeit (Dürfen) der Mitarbeiter:innen ab.

Das **"Können"** bezieht sich auf die Innovationsfähigkeit der Mitarbeiter:innen, die durch die Unterstützung ihrer kreativen Entwicklung und die Vermittlung von Fachwissen verbessert wird. Dies umfasst Schulungen in modernen Methoden und Tools, bereichsübergreifende Workshops und die Nutzung externen Know-Hows.

Das **"Wollen"** bezieht sich auf die Innovationsbereitschaft, die durch intrinsische Motivation gestärkt wird. Dazu gehören die Schaffung eines Bewusstseins für die Bedeutung von Innovation, die Offenheit gegenüber den Ideen der Mitarbeiter:innen und die Förderung eines Klimas, in dem Risikobereitschaft und Veränderungsbereitschaft ermutigt werden.

Das **"Dürfen"** bezieht sich auf die Innovationsmöglichkeit, die durch die Schaffung von Rahmenbedingungen erreicht wird, die den Mitarbeiter:innen kreatives und innovatives Denken und Handeln ermöglichen. Dazu gehören die Bereitstellung von zeitlichen und finanziellen Ressourcen, die Definition klarer Ziele und Verantwortlichkeiten sowie die Schaffung effizienter Kommunikations- und Entscheidungsstrukturen.

INNOVATIONSKULTUR ALS ZWISCHENSPIEL UNTERSCHIEDLICHER FAKTOREN



Von großer Bedeutung ist der Umgang mit Fehlern und Fehlschlägen. Eine ausgeprägte konstruktive Fehlerkultur ist ein wichtiger Aspekt einer innovationsförderlichen Unternehmenskultur. Denn sie trägt zu einem positiven Innovationsklima bei.

Erschaffen eines innovativen Umfelds in Unternehmen

Die Implementierung von Innovation in einem Unternehmen erfordert eine sorgfältige Planung und Strategie. Hier sind einige Schritte, die zu berücksichtigen sind:

- + **Schaffen Sie ein einheitliches Innovationsverständnis:** Es ist wichtig, dass alle Mitarbeiter verstehen, was unter Innovation verstanden wird und warum es für das Unternehmen von Bedeutung ist.
- + **Legen Sie Innovationsziele und ein Innovationsportfolio fest:** Bestimmen Sie klare und messbare Ziele für Ihre Innovationsbemühungen. Ein strukturiertes Innovationsportfolio hilft bei der Verfolgung und Bewertung von Innovationsprojekten.
- + **Definieren Sie Innovationsprozesse und eine Innovationsorganisation:** Entwerfen Sie strukturierte Prozesse, die Innovation fördern und unterstützen. Eine geeignete Organisationsstruktur kann helfen, diese Prozesse effektiv zu verwalten.
- + **Führen Sie den Innovationsprozess im Unternehmen ein und verbessern Sie ihn ständig:** Implementieren Sie die definierten Prozesse und verbessern Sie sie kontinuierlich auf der Grundlage von Feedback und Lernerfahrungen. Innovation sollte als ständiger Prozess und nicht als einmaliges Ereignis betrachtet werden.

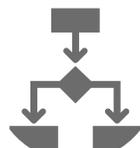
INNOVATION ERFOLGREICH IM UNTERNEHMEN IMPLEMENTIEREN? – DIESE SCHRITTE SOLLTEN SIE BEACHTEN



Einheitliches Innovationsverständnis schaffen



Innovationsziele und Innovationsportfolio festlegen



Innovationsprozesse und Innovationsorganisation definieren

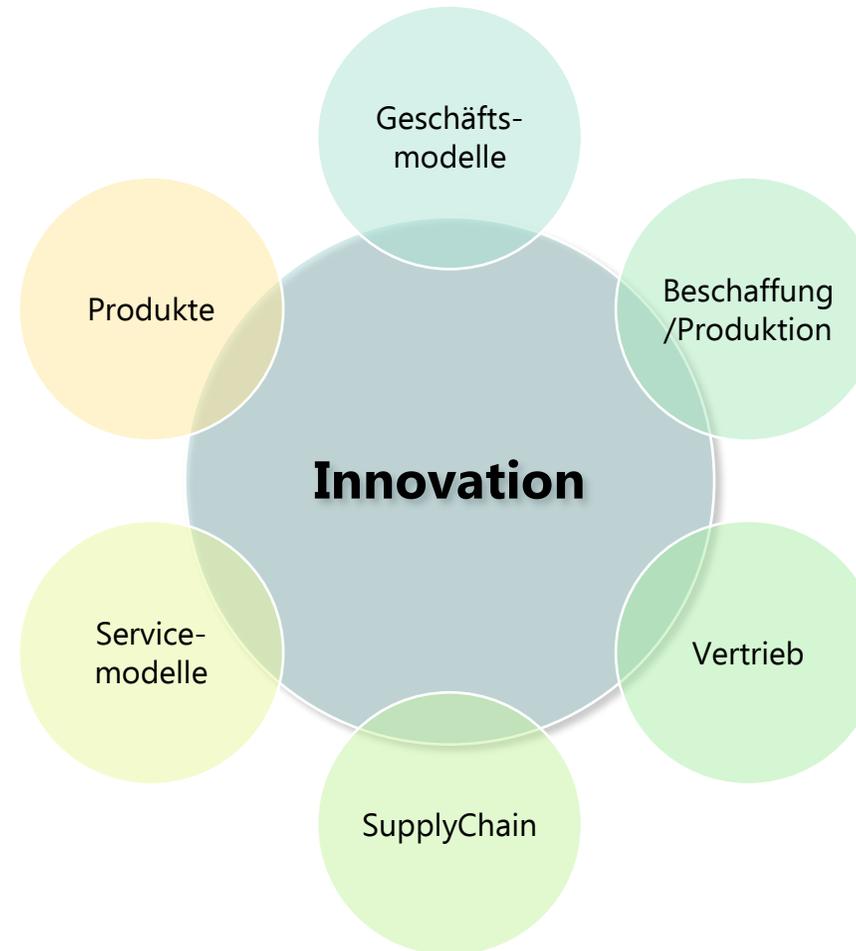


Innovationsprozess im Unternehmen einführen und ständig verbessern

Innovative Produkte TOP? Und sonstige Innovationen?

- + **Supply Chain:** Innovation in der Supply Chain kann die Effizienz steigern und Kosten senken. Es kann durch den Einsatz von Technologien wie Künstlicher Intelligenz, Blockchain, IoT und Big Data Analytics erfolgen.
- + **Vertrieb:** Innovative Vertriebsstrategien können den Kundenservice verbessern und Umsätze steigern. Technologien wie CRM-Systeme können genutzt werden, um den Verkaufsprozess zu personalisieren und die Kundenerfahrung zu verbessern
- + **Beschaffung/Produktion:** Innovationen in der Produktion können die Qualität der Produkte verbessern und die Produktionszeiten verkürzen.
- + **Geschäftsmodelle:** Innovationen in Geschäftsmodellen können neue Einkommensquellen erschließen und die Wettbewerbsfähigkeit verbessern.
- + **Produkte:** Produktinnovationen können neue Märkte erschließen und den Umsatz steigern. Dies kann durch die Entwicklung neuer Produkte oder die Verbesserung bestehender Produkte erreicht werden.
- + **Servicemodelle:** Innovationen in Servicemodellen können die Kundenzufriedenheit erhöhen und die Kundenbindung stärken. Dies kann durch die Schaffung personalisierter Dienstleistungen, die Nutzung digitaler Technologien zur Verbesserung des Kundenservices oder die Einführung neuer Dienstleistungsmodelle erreicht werden.

INNOVATION IN DER PRAXIS – WO WÜRDEN SICH DIE BRANCHE / UNTERNEHMEN INNOVATIONEN WÜNSCHEN?



Zusammenfassung/ Fazit

Innovationsmanagement ist unerlässlich in modernen Unternehmen und ermöglicht Wettbewerbsvorteile und nachhaltigen Erfolg. Schlüsselbereiche sind:

- + **Innovationsarten:** Umfasst Produkt-, Service-, Geschäftsmodell-, Technologieinnovationen und mehr.
- + **Einflüsse:** Bezieht sowohl interne als auch externe Faktoren ein.
- + **Strategien:** Nutzt Closed und Open Innovation, abhängig vom Kontext und den Zielen.

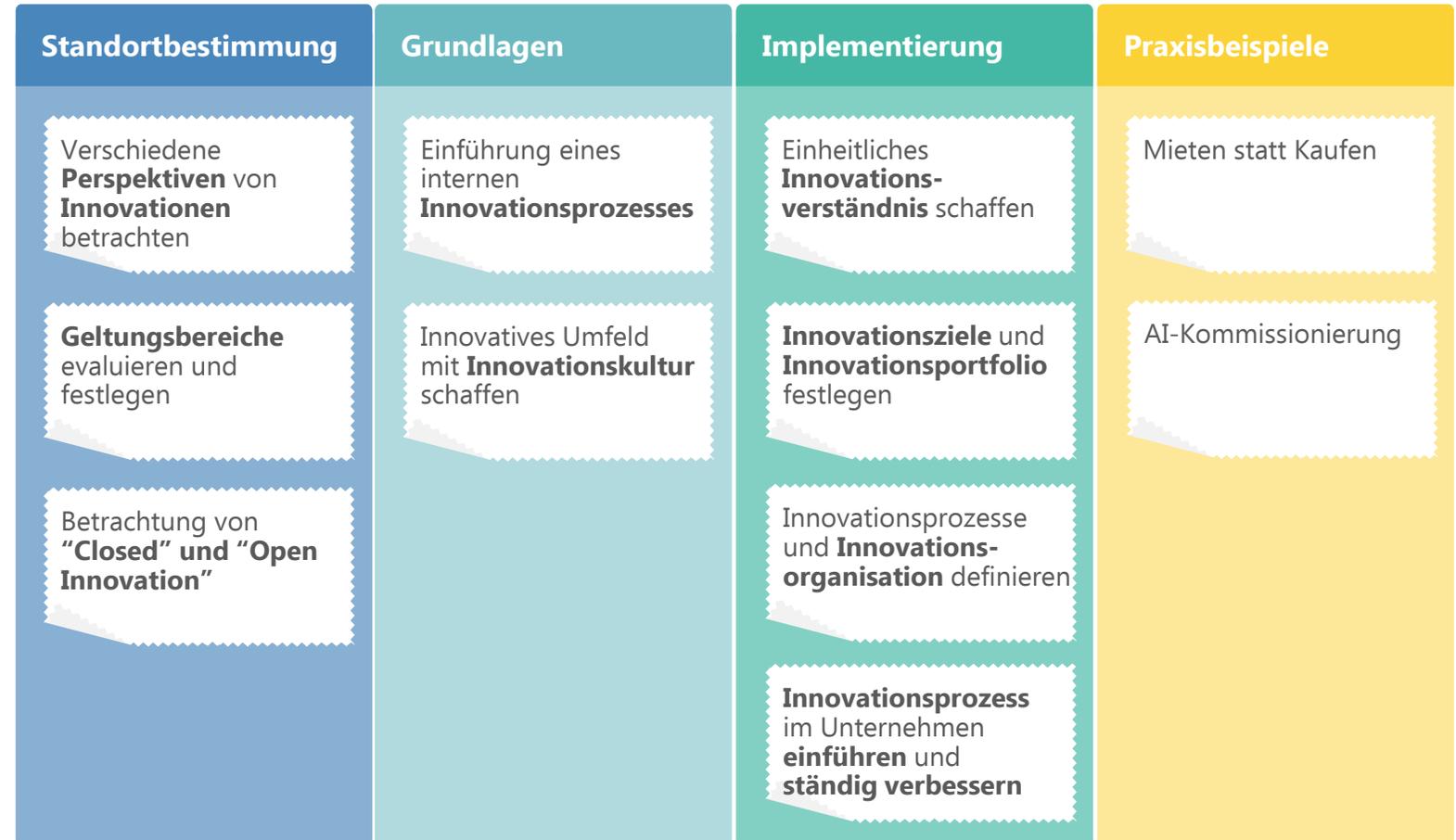
Effektives Innovationsmanagement baut auf:

- + **Innovationsprozesse:** Gestaltung und Umsetzung für kontinuierliche Verbesserungen.
- + **Mitarbeiterengagement:** Förderung der Fähigkeit, Bereitschaft und Möglichkeit zur Innovation.
- + **Planung:** Klare Innovationsziele und sorgfältige Implementierungsstrategie.

Anwendungsbereiche:

- + **Supply Chain:** Nutzung effizienzsteigernder Technologien.
- + **Vertrieb:** Verbesserung des Kundenservices durch innovative Strategien.
- + **Produktion:** Steigerung der Produktqualität durch innovative Methoden.
- + **Geschäftsmodelle:** Erschließung neuer Einnahmequellen.
- + **Produkte und Servicemodelle:** Verbesserung von Umsatz und Kundenzufriedenheit.

SCHLÜSSELFAKTOREN FÜR ERFOLGREICHES INNOVATIONSMANAGEMENT



Kontakt

... wir freuen uns auf Ihre Anfrage:

 **Marvin Fieber** | Junior Consultant
feiber@gcs-consulting.de

 **Dennis Hüge** | Business Consultant
huege@gcs-consulting.de

 **Anschrift**
GCS Consulting GmbH
Firkenweg 1
85774 Unterföhring

 **Fon** +49 89 891365 - 0

 **E-Mail** info@gcs-consulting.de

 **Website** www.gcs-consulting.de