

BLICKPUNKT TIM – Technologie- und Innovationsmanagement aktuell

NEWSLETTER April 2013/ Ausgabe 06



STIEGERUNG DER INNOVATIONSFÄHIGKEIT

im Gespräch mit Prof. Peter S. Niess, Präsident der Hochschule Reutlingen a.D., Hochschulmanager des Jahres 2012

Was sind die wichtigsten Handlungsfelder für Unternehmen hinsichtlich einer dauernden Innovationsfähigkeit?

Nach meiner Erfahrung sollten mittelständische Unternehmen vorrangig die Handlungsfelder Innovationsprozess, Promotoren, neue Technologien und Innovationsstrategie adressieren.

- Im Handlungsfeld „Innovationsprozess“ geht es um die Beherrschung sowohl um Veränderungen in kleinen Schritten als auch in großen Sprüngen.
- Im Handlungsfeld „Promotoren“ geht es darum, geeignete Fachspezialisten, Prozessmanager und Machtpromotoren zu identifizieren und zu fördern.
- Im Handlungsfeld „neue Technologien“ geht es um die offensive Nutzung der neuesten wissenschaftlichen Erkenntnisse.
- Im Handlungsfeld „Innovationsstrategie“ müssen die Unternehmen sicherstellen, dass ihre Innovationsaktivitäten mit der Vision und der langfristigen Strategie übereinstimmen.

Wie lässt sich die Offenheit gegenüber Innovationen gerade im Mittelstand erhöhen?

Innovation gedeiht nur im Umfeld einer innovationsfreundlichen Unternehmenskultur. Zu dieser gehören die Fähigkeiten:

- Kritik zu äußern und zu ertragen,
- mit Fehlern zu leben und
- miteinander offen und fair zu kommunizieren.



Welche konkreten Handlungsempfehlungen geben Sie?

Ein erster Schritt ist sicher, dass die Unternehmen sich ihrer Innovationsdefizite bewusst werden und, dass sie daraus Ansätze für Verbesserungsmaßnahmen entwickeln. Dazu eignet sich ein Innovationsaudit, wie er von verschiedenen Forschungs- und Beratungsinstitutionen entwickelt wurde. Auch für die weiteren Schritte zur Beseitigung erkannter Defizite gibt es eine Reihe strukturierter Vorgehensweisen, wie Kreativitätstechniken oder Roadmapping.

LESESTOFF Buchempfehlung von Dipl.-Inform. Stefan Rook, Agile Coach, Certified Scrum Trainer, it-agile GmbH

Wie können wir schneller lernen, ob Produktideen erfolgreich sein können oder nicht? Dieser Frage geht Eric Ries in seinem Buch **"The Lean Startup"** nach. Er fordert so genanntes „Validated Learning“: Man formuliert seine Annahmen in Form einer Customer-Problem-Solution-Hypothese (welche Anwendergruppe hat welches Problem und wie gedenken wir es zu lösen?) und definiert ein passendes „Minimal Viable Product“ (MVP, Minimal Brauchbares Produkt). Das Ziel des MVP besteht darin, Annahmen zu überprüfen und zu lernen - und das möglichst schnell. Man erstellt also ein MVP, das so rudimentär ist, dass es fast nicht funktionieren kann – fast. Wenn wir (nach vielen Fehlschlägen) dann Hypothesen gefunden haben, die sich bestätigen, baut man das MVP schrittweise in Richtung eines richtigen Produktes aus.

Der Ansatz eignet sich nicht nur für Startups im eigentlichen Sinne, sondern für jede Form der Produktentwicklung, die unter großer Unsicherheit vorstattengeht. Das Buch ist sehr gut geschrieben und stellt einen wichtigen Meilenstein in der Entwicklung unserer Branche dar. Allerdings fokussiert Eric Ries darauf, den Leser vom grundsätzlichen Ansatz zu überzeugen. Es bleibt manchmal etwas unklar, was man konkret machen soll/kann. Außerdem handeln die meisten Beispiele von Internet-Anwendungen. Für andere Produkttypen ist etwas mehr Transferleistung notwendig. Trotzdem eine Empfehlung für jeden Product Owner / Produktmanager.



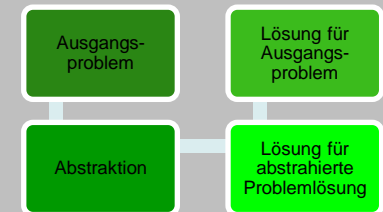
IN EIGENER SACHE

Team:

Herzlich Willkommen Frau Zeynep Yaman. Unsere neue Junior Consultant gewann 2012 den Preis für die beste Bachelorarbeit des Vereins der Freunde der Hochschule Esslingen.

Technologiestudien:

Technologiestudien werden immer häufiger angefragt, da Unternehmen vor zukunftsweisenden Investitionsentscheidungen Sicherheit über den Stand der Technik, Marktteilnehmer sowie Marktpotential gewinnen möchten. Wichtig hierbei ist die richtige Definition des Suchfeldes, um Lösungen z. B. aus anderen Branchen nicht auszuschließen:



Durch einen eingespielten Prozess kann das TIM Team kleine und große Studien flexibel und „ohne Rüstzeit“ erstellen. Gerne bekommen Sie von mir weiterführende Informationen! Kontakt: sandra.binder@tim-consulting.eu Fon: +49 (0)178 1704370

TIM AUDIT

Interesse am Thema Audit geweckt (vgl. Interview Prof. Niess)? Nähere Informationen zum völlig neuartigen TIM AUDIT finden Sie unter <http://www.tim-consulting.eu/16.php>!

TERMINE

28.06.2013: 7. Innovation – Unternehmertage, in Frankfurt am Main

06./07.11.2013: 15. Management Circle Jahrestagung „innovation 2013“, in München