

BLICKPUNKT TIM

Technologie- und Innovationsmanagement aktuell

NEWSLETTER | Oktober 2014 | Ausgabe 14



Softwarewerkzeuge im Technologie- und Innovationsmanagement

Im Interview mit General Manager Prof. Dr. Michael Durst, ITONICS GmbH

Warum wenden nicht bereits mehr Unternehmen Softwareunterstützung im Technologie- und Innovationsmanagement an?

ITONICS: Zwar existieren zahlreiche Standardsoftwarelösungen im operativen Bereich wie etwa ERP, SCM und CRM. Im sogenannten Fuzzy Front-End of Innovation jedoch sind die Mittel der Wahl nach wie vor Tabellenkalkulationssysteme, umfunktionierte Wissensmanagementlösungen und einfache Präsentationswerkzeuge.



Hierfür sehen wir drei Gründe:
1) Es fehlt an international anerkannten Standardprozessen und -methoden in den frühen Phasen des Innovationsmanagements. Zwischen punktuellen Kreativitätstechniken und strukturierten Prozessen, die in den Strategie- und PLM-Prozess integriert sind klafft eine große Lücke.

2) Die C-Suite hat keine Awareness für die Möglichkeiten und Potenziale eines ganzheitlichen, IT-gestützten Innovationsma-

agements oder stellt kein Budget für solche Lösungen zur Verfügung. „Es läuft ja irgendwie auch so“ hören wir oft in Kundengesprächen.

3) Häufig werden nur In-sellösungen für Teilbereiche des Technologie- und Innovationsmanagements angeboten und eingeführt. So haben sich bspw. Ideenmanagementlösungen inzwischen weit verbreitet, die Resultate sind für viele Nutzer jedoch nach nur wenigen Jahren enttäuschend, da die flankierenden Prozesse nicht integriert sind.

So können wir mit unserer ganzheitlichen Innovation-Suite mit integriertem Trend-, Technologie- und Ideenmanagement sowie Strategic Foresight und Roadmapping bspw. Kunden aus Pharma, Chemie, Automotive, Defense oder dem Lebensmitteleinzelhandel bedienen, ohne bei jedem Projekt umfangreiche Neuentwicklungen durchführen zu müssen.

Welchen Potentiale können insbesondere KMUs heben?

ITONICS: Die zunehmende Konkurrenz im internationalen Umfeld sowie verkürzte Innovationszyklen steigern für KMUs zusätzlich die Notwendigkeit einer langfristigen und strategischen Unternehmensausrichtung. Ein kollaboratives und IT-gestütztes Technologie- und Innovationsmanagement bietet KMUs die Möglichkeit, gemeinsam großbedingte Wettbewerbsnachteile gegenüber internationalen Großunternehmen auszugleichen. Durch die Einführung eines kollaborativen und integrierten Trend- und Ideenmanagements konnte bspw. die Handelskooperation ANWR GROUP eine Innovationscommunity für über 1.000 teilweise unabhängige Einzelhändler aufbauen. Die Händler und Mitarbeiter der Zentralen können sich auf der Plattform zu Trends informieren, Ideen diskutieren und bewerten und in einen dynamischen Austausch untereinander

treten ein. Bereits wenige Wochen nach Launch der Plattform sind über 250 Ideen eingegangen und hunderte Teilnehmer waren aktiv. Die besten Ideen wurden in diesem Jahr erstmals mit dem August-Blanke-Preis für Innovation und Kreativität ausgezeichnet und sind bereits in der Umsetzung.

Welche Tipps möchten Sie einem Innovationsmanager bzgl. der Implementierung auf den Weg geben?

ITONICS: Die Akzeptanz und die Nutzung des neuen Systems durch die Mitarbeiter entscheiden über Erfolg oder Misserfolg einer Innovationssoftware. Unsere Lösungen sind intuitiv bedienbar und generieren sehr schnell Mehrwert im Unternehmen. Interaktive Newsletter und Innovations-Communities zu Spezialthemen sorgen für einen regen Austausch zwischen den KollegInnen. Natürlich wird man nie alle KollegInnen gleichermaßen begeistern und aktivieren können, die

o. g. Maßnahmen zeigen jedoch schon sehr gute Ergebnisse. Am Wichtigsten ist jedoch nach wie vor eine aktive Kommunikation on- und offline, die schnelle Umsetzung der besten Ideen und die Erkenntnis, dass nur Innovationen ein langfristiges, erfolgreiches Überleben des eigenen Unternehmens sichern können.

Welche Tools wenden Sie aktiv in Ihrem eigenen Unternehmen an?

ITONICS: Unser Team an drei Standorten in Berlin, Nürnberg und Kathmandu kommuniziert über kollaborative Arbeitsumgebungen und nutzt dazu u. a. Videokonferenzen, Screensharing, Online-Whiteboarding. Unsere eigene Tool-Palette ist im Innovationsprozess natürlich etabliert! Mehrmals im Jahr werten wir das Umfeldscanning, Kundenfeedbacks, Konkurrenzdaten und eigene Inspirationen und Ideen aus und entwickeln auf dieser Basis Roadmaps für die nächsten Jahre.

BLICKPUNKT TIM

Technologie- und Innovationsmanagement aktuell

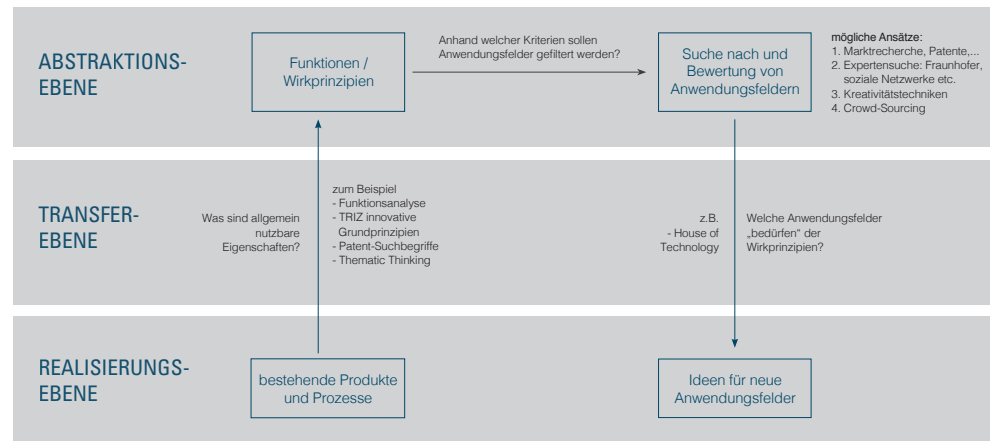
NEWSLETTER | Oktober 2014 | Ausgabe 14



In eigener Sache: ScaleUp! Cross-Industry Innovation methodisch umgesetzt

Viele Unternehmen verfügen zum Teil über phantastische Kompetenzen, welche danach rufen, auch in anderen Anwendungsfeldern eingesetzt zu werden. Unternehmen können sich dadurch mit begrenztem Aufwand (Enkel/Dürmüller, 2008) Wachstumspotentiale erschließen, ohne dabei wie bei „Neuer Markt – Neue Technologie“- Kombinationen ein hohes Risiko eingehen zu müssen.

Diese auch Cross-Industry Innovation genannte Vorgehensweise überträgt



Erweiterung und Übertragung von Heubach, D., 2009

existierende Ideen oder Lösungen (Wissen, Technologien, Produkte, Prozesse oder Geschäftsmodellkomponenten) aus einer Branche auf eine andere Branche, um dortige Probleme oder Fragestellungen zu lösen, den Kundennutzen zu erhöhen und/oder Effizienzvorteile zu realisieren.

Laut Fraunhofer-IAO entstehen „Cross Industry-Innovationen [jedoch] ...

derzeit selten nach einer bestimmten Systematik ...“.

Diesem Mangel wird durch die Entwicklung des Produktes „ScaleUp! - your Business: Kompetenzen besser nutzen“ begegnet (vgl. Abbildung). Allein mit dieser Methode konnte für ein mittelständisches Unternehmen > 100 neue Geschäftsideen generiert werden. Von diesen mehr als 100 Ideen wurden in einem

mehrstufigen Bewertungsprozess drei priorisiert, welche derzeit in ausführlichen Business-Plänen entscheidungsreif aufbereitet und anschließend umgesetzt werden sollen.

Fragen zu ScaleUp!?
Schreiben Sie einfach an
thomas.abele@tim-consulting.eu



In eigener Sache: Kundenorientierte Innovationsmethoden (Abele/Stahl)

Die Zusammenarbeit von Unternehmen und Kunden ist kein neues Phänomen, allerdings hat der Kunde bisher eher eine passive Rolle im Produktentwicklungsprozess gespielt. Mit dem Aufkommen des Web 2.0, gesättigten Märkten etc. hat jedoch ein Paradigmenwechsel von „producer innovation“ zur „user innovation“ begonnen. Für die Integration des Kunden in den Innovationsprozess stehen inzwischen verschiedene Ansätze wie Lead User, Co-Creation usw. zur Verfügung, welche jedoch situationsadäquat einzusetzen sind. In die-

sem Artikel erfahren Sie:

- welche kundenorientierte Innovationsmethoden es gibt, wie sie sich unterscheiden und wie sie funktionieren,
- wie man sie praktisch anwendet,
- Key Insights durchgeführter Experteninterviews und einen möglichen Zukunftsausblick

http://www.innovation-aktuell.de/kapitel46030101_WERK7001002.html#Kundenorientierte_Innovationsmethoden

TIM CONSULTING
TECHNOLOGIE- UND INNOVATIONSMANAGEMENT

Impressum
TIM Consulting
Prof. Dr. Thomas Abele
Lessingstr. 12
73557 Mutlangen

Weitere Informationen finden Sie unter
www.tim-consulting.eu

E-Mail: thomas.abele@tim-consulting.eu
Telefon: 0172/8052879

USt-IdNr DE265610729,
Finanzamt Schwäbisch Gmünd