

# BLICKPUNKT TIM

## AUFBAU EINES TECHNOLOGIE- UND INNOVATIONSMANAGEMENTS BEI EINEM MITTELSTÄNDISCHEN „HIDDEN CHAMPION“

*Ein Interview mit Dr.-Ing. Utz-Volker Jackisch, Geschäftsführer von RAMPF Machine Systems und Leiter Innovations- und Technologiemanagement der internationalen RAMPF-Gruppe*

### Welche besonderen Herausforderungen ergeben sich beim Aufbau eines Innovations- und Technologiemanagements im Mittelstand „von Null“?

Abgesehen davon, dass ich glücklicherweise bei RAMPF nicht „von Null“ anfangen musste, trifft man in erfolgreichen, mittelständischen Unternehmen oft folgende Situation an: Das Geschäft läuft gut, der Umsatz wächst, die Gewinne auch. Bestehende Produkte werden immer besser, die Kunden sind zufrieden. Und in dieser Komfortzone lädt der neue Leiter Innovations- und Technologiemanagement zum Workshop Business Development ein – Motto: „Mit welchen Produkten und auf welchen Märkten verdient unsere Unternehmensgruppe in zehn bis 15 Jahren Geld? Welche neuen Kernkompetenzen benötigen wir dafür?“



→ Dr.-Ing. Utz-Volker Jackisch

Neben viel Zuspruch auch viel herausfordernder Gegenwind: „Wir sind am Puls unserer Kunden direkt dran, deren Probleme von heute sind unsere Innovationen von morgen!“, „Jetzt gehen wir mit unseren innovativen Produkten und Kernkompetenzen noch nach Indien und wachsen dadurch um weitere 10 Prozent!“

Die eigentliche Herausforderung ist, Einsicht bei allen Mitarbeitern zu erzielen, dass die volatile Entwicklung aller Märkte und der disruptive Wandel traditioneller Technologien neue, erweiterte Anforderungen an Inhalte und Arbeitsweisen des Innovationsmanagements stellen. Methodisch unterstützt z.B. durch „Open Innovation“ oder „Cross-Industry-Innovation“ geht es hierbei neben den inkrementellen auch und vor allem um radikale Innovationsansätze und Geschäftsmodelle.

### Welche Leitideen liegen Ihrer Umsetzungs-Roadmap zugrunde?

Meine etwas plakative Leitidee sind die „5 i's eines erfolgreichen Unternehmens: information, intention, idea, initiative, innovation“. Es ist meine feste Überzeugung, dass externes Wissen (information) maßgeblich die Unternehmens- und Innovationsstrategie (intention) und diese wiederum die internen Ideen (idea) befruchten müssen. Des Weiteren werden die oft sehr großen

Mengen (externer und interner) Ideen nur zu Innovationen, wenn durch ein modernes Projektmanagement (initiative) und zentrale Umsetzungs-Ressourcen Erfolge am Markt stattfinden. Hierbei spielen zwei weitere i's eine wichtige Rolle: invest und implementation.

### Was sind aus Ihrer Sicht die wichtigsten Erfolgsfaktoren?

Aus meiner Sicht muss ein Innovations- und Technologiemanagement vertikale und horizontale Aufgaben integrieren. Vertikal – also für die operativen Einheiten – muss es als Dienstleister, Unterstützer und Kümmerer im Sinne aller „i's“ agieren. Horizontal heißt, das komplette Unternehmen bzw. die Unternehmensgruppe auf die Zukunft auszurichten, z.B. durch die Evaluation innovativer, zukunftsfähiger und vom Unternehmen noch nicht erschlossener Geschäftsfelder, also Business Development. Ohne interne und externe Vernetzung funktioniert das nicht.

### Welche Tipps möchten Sie anderen Innovationsmanagern mit auf den Weg geben?

Nicht abheben. Basiskontakt halten. Überzeugen statt anweisen. Auch mal auf dem Shopfloor mit den Mitarbeitern über Ideen diskutieren. Offen und kommunikativ sein.

# LEGO® SPIELEN: GENAU DAS RICHTIGE FÜR TECHNOLOGIE- UND INNOVATIONSMANAGER!

Beim LEGO® Spielen automatisch abschalten, sich voll und ganz dem Bauspaß widmen ... das kennt der eine oder andere vermutlich von sich selbst oder von seinen Kindern. Bei LEGO Serious Play®, also „seriösem“ LEGO® Spielen, geht es natürlich nicht alleine um die LEGO®-Steine und das Erschaffen von Bauwerken. LEGO Serious Play® nutzt beispielsweise in Bereichen wie Innovationsmanagement, Produktentwicklung oder Wettbewerbsanalyse gezielt Eigenschaften, wie Lockerheit und Offenheit beim Bauen und kann so bei unterschiedlichen Fragestellungen den Weg für die Lösung ebnen. Exemplarische Themenfelder und Fragen, welche man analysieren oder entwickeln möchte, sind:

- „Welche Eigenschaften am Produkt X könnte der Kunde als Produktinnovation wahrnehmen?“
- „Stellen Sie das Innovationsmanagements in Ihrem Unternehmen dar.“
- „Was ist Ihr Beitrag / Ihre Kompetenz für das Innovationsmanagement in Ihrem Unternehmen?“
- „Wie ist der Prozess „Produktentwicklung“ aktuell aus Ihrer Sicht darzustellen?“
- „Bauen Sie im Team einen optimalen Produktentwicklungsprozess.“
- „Stellen Sie Ihren Konkurrenten / das Konkurrenzangebot dar?“
- etc. etc. etc.

In üblichen Kreativitätsworkshops werden Ideen zumeist auf Papier oder mit Worten erklärt. Mit LEGO Serious Play® werden Ideen metaphorisch gebaut und sind damit greifbarer und verständlicher. So können Ideen besser entstehen, erlebt, geteilt und weiterentwickelt werden.

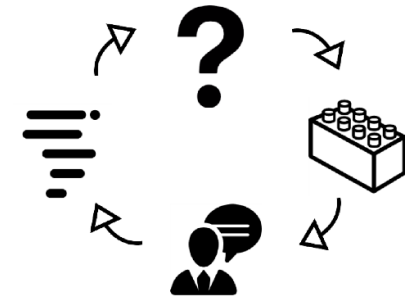


Es geht dabei um Themen, die nur schwer zu beschreiben und zu lösen sind. Das Denken und Kommunizieren mit den Händen ermöglicht es, sich offener und klarer auszudrücken. Denn das Haptische regt eine gänzlich andere Hirnregion an, als es beim Sprechen oder Schreiben der Fall ist. Da zudem der Spaßfaktor groß ist, geht man mit negativ behafteten „Problemen“ oder „Fragestellungen“ anders um und durchbricht seine eigenen Denkbarrieren.

Insbesondere bei Themen, die ein Umdenken bedürfen, wie häufig Prozesse und Abläufe im Innovations- und Ideenmanagements bzw. Produktentwicklungen, kann LEGO Serious Play® durch das Spielerische einen großen „Change“ in den Köpfen bewirken.

LEGO Serious Play® folgt hierbei einem vierstufigen Prozessmodell:

1. Fragestellung
2. Bauen
3. Erklären
4. Fragen und Reflektieren



Wir bei TIM Consulting schulen Interessierte in einem 1-Tagesworkshop, um diese Methodik spielerisch kennenzulernen, zu verstehen und anwenden zu können.

Neugierig? Dann schreiben Sie uns oder rufen Sie uns an!



Zeynep Yaman

zeynep.yaman@tim-consulting.eu

T +49 (0) 711 3151 5661

M +49 (0) 177 4959 715

TECHNOLOGIE- UND INNOVATIONSMANAGEMENT AKTUELL

NEWSLETTER | APRIL 2016 | AUSGABE 22

 **TIM CONSULTING**  
Technologie- und Innovationsmanagement

Impressum

Prof. Dr. Thomas Abele

Hohnerstraße 25 | 70469 Stuttgart

Telefon + 49 (0) 711 3151 5661

Email: thomas.abele@tim-consulting.eu

Besuchen Sie doch unsere Website: tim-consulting.eu

USt-IdNr. DE265610729 | Finanzamt Schwäbisch Gmünd

BLICKPUNKT TIM