



„Mit profitabler Innovation
auch in unsicheren Zeiten
zwei Schritte voraus und
trotzdem nicht am Ziel vorbei.“

Erfolgsfaktoren für Profitable Innovation in unsicheren Zeiten

1 Orientierung

Innovationen verdienen Geld oder sparen Kosten. Dies gilt für Durchbruchinnovationen genauso wie für inkrementelle Innovationen, auch wenn die Mechanismen unterschiedlich sind. Die Fähigkeit, Technologien und zukünftige Trends einschätzen zu können, ist die Voraussetzung für richtige Entscheidungen. Vision und Strategie geben aber erst dann Orientierung, wenn sie in einfache Ziele und Vorstellungen übersetzt werden. Die Mission muss eine „anfassbare Mission“ sein, d.h. eine klare und greifbare Botschaft haben, um Orientierung vor allem in unsicheren Zeiten zu geben.

2 „The right boots“

Basisausstattung für Profitable Innovation ist ein effizienter und effektiver Entwicklungsprozess: Ein Prozess der gelebt wird, echte Hilfe bietet, schnelle Innovationszyklen ermöglicht - und von Beginn an alle fachlichen Disziplinen, die für die Entwicklung eines neuen Produktes notwendig sind, involviert. Passende Methoden und Tools reduzieren dabei Komplexität und unterstützen die beteiligten Entwickler bei der Abbildung, Vernetzung und Ausarbeitung von Ideen und Konzepten.

3 Richtige Mischung aus Freiraum und Struktur

Der Innovationsprozess ist der „längste“ Prozess im Unternehmen. Von der Idee bis zum Markterfolg vergehen Jahre.

Zu Beginn muss der Prozess entschlackt, unbürokratisch und frei sein, gegen Ende Sicherheit gebend. Der richtige Umgang mit Risiken entlang des Innovationsprozesses ist wesentlich, die Schaffung der notwendigen Freiräume neben dem Tagesgeschäft schwierig. Keimzellen für Neues, das aus bekannten Mustern herausragt, müssen geschaffen und geschützt werden. Das stimmige Gesamtkonzept zwischen Freiraum und Struktur entscheidet.

4 „Two steps ahead“ – Werte für den Kunden entwickeln

Dem Wettbewerb zwei Schritte voraus sein.

Dazu gehören ein hohes Maß an Marktverständnis, das Verständnis und die Entwicklung von latenten, dem Kunden selbst noch unbekanntem Anforderungen an das Produkt sowie der richtige Zeitpunkt für eine Innovation am Markt. Es gilt, echte (Mehr)Werte für den Kunden zu entwickeln.

5 Entrepreneurship und innovatives Klima

Innovationsrisiken müssen angenommen und getragen werden. Das richtige Mindset und eine durch Freiräume geprägte Innovationskultur sind notwendige Voraussetzungen dafür. Auch ein Scheitern darf kein „Make!“ sein. Innovation muss vielmehr von oben gewünscht, anerkannt und vorgelebt werden. Schließlich bringen Innovationsnetzwerke und der „Blick über den Tellerrand“ in andere Branchen Impulse. Innovative Unternehmen brauchen „Pioniere“ und „Siedler“.

6 Menschen und Team im Mittelpunkt

„Keiner ist so schlau wie alle“. Der innovative Impuls geht meist von Einzelnen aus, für den Erfolg ist aber ein ganzes Team notwendig. Unterschiedliche Typen und Funktionen arbeiten eng für den Erfolg einer Innovation zusammen. Damit trägt das Team die Verantwortung für den Erfolg und die notwendigen Entscheidungen.

7 „Kontext-Innovation“

Innovation ist keine singuläre technische Lösung. Profitable Innovation benötigt ein Geschäftsmodell

und Gesamtkonzept mit einer flexiblen und stimmigen Produktarchitektur. Warum? Erfolgreiche Innovationen vernetzen branchenübergreifende Einzelinnovationen, Trends, Kundenbedürfnisse und „use cases“.

So schaffen sie neue Kundenwerte und sprengen existierende Systemgrenzen. Auch Kundeninformationen werden damit in unterschiedlichen Kontexten verwendet und zum echten Asset. Ausgereifte, offene Architekturen sind also Basisinnovationen.

Das nächste Management Summit findet am 15. Juni 2012 statt.

Im Fokus: „**Profitable Innovation 2015 – Wachstum durch Innovation**“

Interessiert Sie das Thema? Und möchten Sie gerne wieder dabei sein?

Dann schreiben Sie uns:
summit@3DSE.de
Stichwort: Summit 2012
Wir freuen uns auf Ihre Anfrage.

www.3DSE.de