

## **Das Innovationskonzept**

Basierend auf dem Wissen um die Ist-Situation einer Firma und deren Innovationsfähigkeit lässt sich ein Innovationskonzept erstellen. Dieses soll Maßnahmen beinhalten, welche eine Situation im Unternehmen schaffen, unter welcher es für die Firma möglich ist auch zukünftig innovative Abläufe und Produkte zu finden und zur Anwendung zu führen. Dabei sollen in diesem ersten Schritt keine Umsetzungsstrategien aufgezeigt, sondern lediglich die Möglichkeiten anhand von Beispielen und eigenständigen Überlegungen dargestellt werden. Um mögliche Szenarien und Situationen für die Firma aufzeigen zu können, muss ein gewisses Verständnis um die – ideale Situation für Innovationsfähigkeit vorliegen. Das heißt, derjenige der ein Innovationskonzept plant, muss sich der fördernden Umstände bewusst sein und wissen, welche Gestaltungsfelder das Innovationsmanagement bietet bzw. optimieren muss.

(Gestaltungsfelder nach Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation IAO Seite 6-9)

### **Innovationskultur**

Besonders wichtig im Gestaltungsfeld Innovationskultur ist das Vorhandensein von Innovationspromotoren, sowohl im Top-Management des Unternehmens, als auch unter den Mitarbeitern. Weiterhin von Bedeutung sind gelebte Offenheit, Motivation und Identifikation der Mitarbeiter mit dem Unternehmen, sowie hohes Vertrauen und Wertschätzung von Unternehmensseite gegenüber Mitarbeitern.

### **Strategie**

Durch die Strategie wird ein gemeinsames Verständnis von Innovation gefördert. Außerdem kann mittelbar bestimmt werden, welche Ideen weiterentwickelt werden und somit die Chance bekommen, zu einer Innovation zu werden. Erfolgsfaktoren im Gestaltungsfeld Strategie sind z.B. die strategische Ausrichtung des Unternehmens und das Vorhandensein einer langfristigen Innovationsstrategie.

### **Konzept und Wissen**

Kenntnisse, Fähigkeiten und Kompetenzen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bieten ein wesentliches Potenzial für neue Ideen und somit mögliche Innovationen. Erfolgskritisch für das Gestaltungsfeld „Kompetenz und Wissen“ sind das Vorhandensein, die Generierung und Anpassung sowie die Nutzung von notwendigen Kompetenzen und Qualifikationen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

### **Technologie**

Um innovativ sein zu können, muss ein Unternehmen die aktuellen Technologien kennen und beherrschen, sowie sich laufend über neue Technologien und Trends informieren. Erfolgsfaktoren sind hier der Aufbau eines Netzwerks sowie der notwendigerweise stattfindende Technologietransfer, welcher mit einem zukunftsfähigen Technologiekonzept in Einklang stehen muss.

### **Produkt und Dienstleistung**

Ebenfalls mit dem Technologiekonzept in Einklang stehen müssen die neuen Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens, denn neben der Kundenakzeptanz ist auch die Mindestlebensdauer am Markt notwendigerweise Kunden ab und ob es die Kundenwünsche erfüllt bzw. eine Problemlösung für die Kundinnen und Kunden bietet.

## **Prozess**

Ein Unternehmen muss die notwendigen Prozesse zur Hervorbringung von Innovationen implementiert haben und laufend überprüfen, ob diese die benötigten Eigenschaften haben, um innovativ sein zu können. So sollten Innovationsprozesse unterstützende Routinen zur Risikobeherrschung in Innovationsprojekten und die Möglichkeit Projekte schnell und flexibel durchführen zu können bieten.

## **Struktur und Netzwerk**

Struktur und Netzwerk beschreiben die interne und externe Organisation eines Unternehmens, also die Zusammenarbeit der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie die Zusammenarbeit mit Partnern, Zulieferern und Forschungseinrichtungen. Erfolgskritisch sind die Auswahl der richtigen Projektpartner, die Fähigkeit die benötigten Kompetenzen eines Projektes zusammenzuführen und die Pflege formeller und informeller Netzwerke zu anderen Unternehmen und Forschungseinrichtungen.

## **Markt**

Markt ist das Zusammentreffen von Angebot und Nachfrage, also von Arbeitnehmer und Wettbewerber. Um als Unternehmen erfolgreich zu sein, müssen die Bedürfnisse und Probleme der Abnehmer ermittelt und befriedigt bzw. gelöst werden. Außerdem muss der Wettbewerb beobachtet werden, um beispielsweise zu erkennen, welche Ideen verfolgt werden sollen, oder welche Wettbewerber als Entwicklungspartner interessant sind. Entsprechend sind die Erfolgsfaktoren des Marktes zum einen die Schaffung und der Aufbau der Markt- und Wettbewerbskenntnis, zum anderen die Einbindung des Kunden in die Entwicklung sowie die systematische Auswertung von Kundenbeschwerden.

## **Projektmanagement**

Projektmanagement ist die Leitung, also die Planung, Überwachung und Steuerung eines Projektes. Es beschäftigt sich mit dem Aufbau und Ablauf von Entwicklungsprojekten sowie unterstützenden Methoden, Verfahren und Werkzeugen zur Lenkung und Organisation des Projektes. Häufig scheitern Innovationsprojekte an mangelndem Projektmanagement, weshalb es wichtig ist klare Zielstellungen zu definieren und zeitgerecht beteiligte Funktionsbereiche einzubinden.

Selbstverständlich ist nicht jedes Gestaltungsfeld für jedes Unternehmen gleich wichtig, und auch die Ausgestaltung der einzelnen Handlungsfelder ist für jedes Unternehmen individuell festzulegen. Eine Maßnahme mit den Eigenschaften („X“) wird nicht für jedes Unternehmen dieselbe Wirkung erzielen. Ein Unternehmen wird mit der Einführung eines Innovationsprozesses nach diesem Modell seine Innovationsaktivität systematisieren können, während ein anderes Unternehmen eine flexible und effektive Produktentwicklung durch einen allzu starren Prozess behindern wird. Bei der Festlegung von Maßnahmen zur Ausgestaltung der Handlungsfelder muss daher stets die aktuelle Situation des Unternehmens – sowohl die unternehmenseigene Situation, als auch die Situation am Markt – berücksichtigt werden.

Ein Innovationsprozess wandelt eine Geschäfts- oder Produktidee in ein erfolgreiches Produkt um und bietet den Rahmen für die notwendigen Aktivitäten. Um diesen Innovationsprozess effektiv und effizient durchlaufen zu können, muss dieser die notwendigen Eigenschaften aufweisen und Innovation und Kreativität zu fördern und gleichzeitig das Risiko für das Unternehmen zu minimieren und zur Akzeptanz der Innovation am Markt beizutragen.