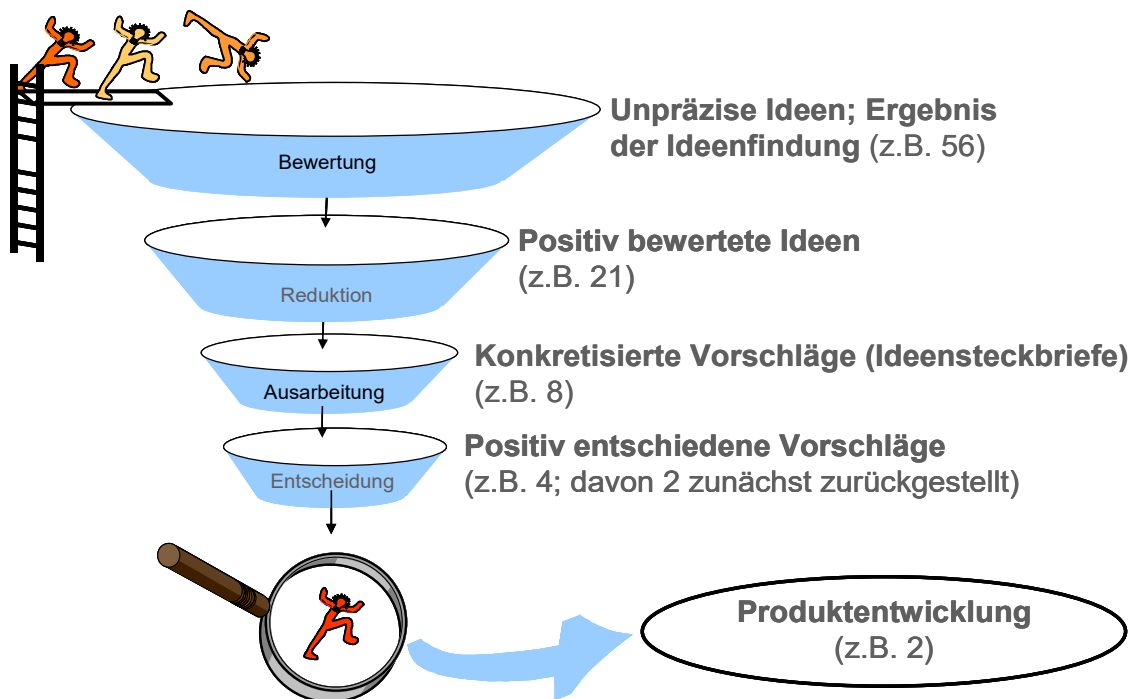


Innovationsideen und -konzepte

Die Innovationspipeline füllen und die erfolgversprechendsten Ideen herausfiltern



Grundlage einer systematischen Innovationssuche ist die Innovationsstrategie

Die Innovationssuche erhält durch die Innovationsstrategie eine Ausrichtung. Daraus abgeleitete **Innovationsleitlinien und -suchfelder** sollen die strategische Ideengewinnung kanalisieren. Neben dieser aktiven Ideenfindung werden auch Ideen aus anderen Ideenquellen und Initiativen genutzt. (vgl. Abbildung 1).

Zu Beginn einer Innovationsinitiative kann es sinnvoll sein, die Ideenfindung breit anzulegen. In Kreativsitzungen oder Workshops werden Innovationsideen erfasst und weiter entwickelt. Die Ausrichtung ergibt sich weitgehend durch die Teilnehmer aufgrund ihrer Funktion im Unternehmen und ihres beruflichen Hintergrunds. So wird ein Überblick über Ideen im Unternehmen geschaffen. Auch alle von einzelnen Mitarbeitern eingebrachten Ideen werden erfasst.

Später sollte die aktive Ideengenerierung auf strategische Suchfelder fokussiert werden. Hierzu haben sich zweitägige **Innovationsworkshops** mit 12 bis 15 Teilnehmern bewährt. Gute Erfahrungen haben wir damit gemacht, relevante Trends und Problemfelder zu Beginn des Workshops als Anregung für die Ideenfindung zu präsentieren. Sodann kommen mehrere Kreativitätstechniken zum Einsatz. In der Regel entstehen sehr viele Ideen (> 100), die dann in mehreren Stufen mithilfe geeigneter Bewertungsmethoden reduziert werden. Gleichzeitig werden verbleibende Ideen konkretisiert und vertieft. Als Ergebnis eines Workshops liegen fünf bis zehn als Ideensteckbriefe ausgearbeitete Produktkonzepte vor.

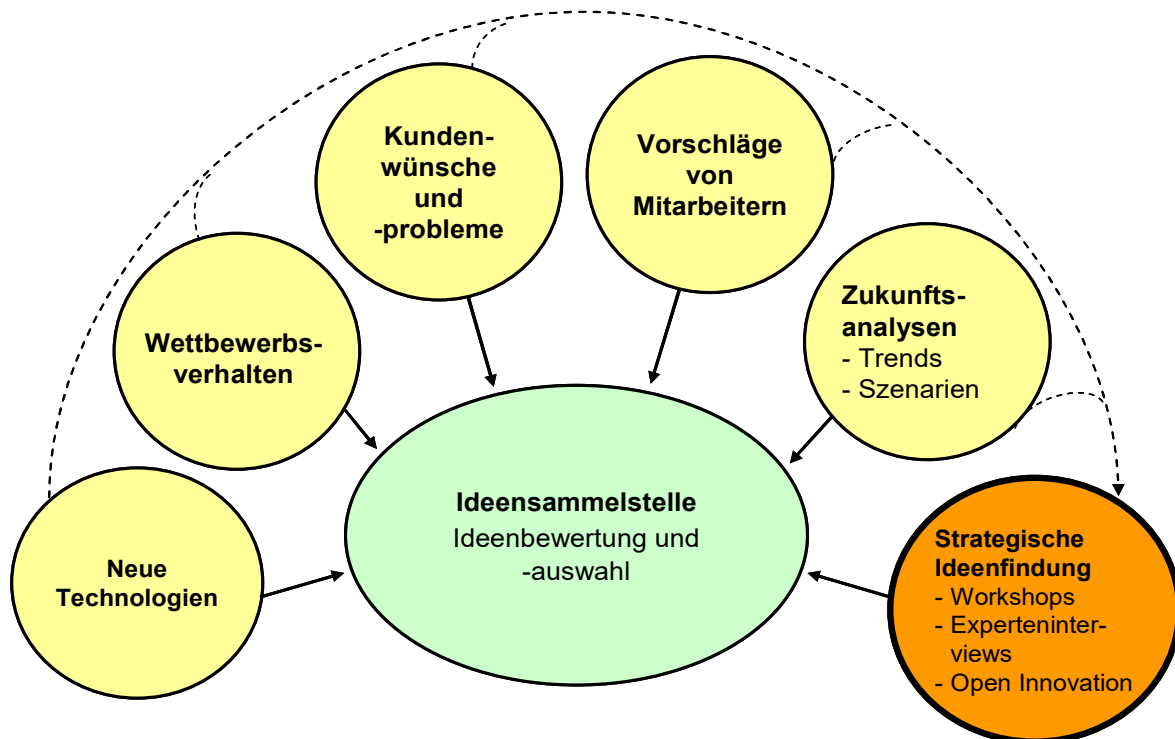


Abbildung 1: Ideenquellen und Ideenaufbereitung

Eine Ideensammelstelle organisiert und administriert den gesamten Prozess

In den letzten Jahren ist ein weiterer Weg der Innovationssuche entstanden: **Open Innovation**. Kunden, Zulieferer, Verbraucher, Mitarbeiter im Ruhestand, wissenschaftliche Fach-Communities werden vom Unternehmen aufgefordert, Ideen für Innovationen (Produkte, Prozesse, Dienstleistungen) einzubringen. Die Einreicher erhalten für gute Ideen entweder eine Prämie, oder es wird eine Zusammenarbeit vereinbart. Die Ideengewinnung durch Open Innovation wird zielführender, wenn in den Ausschreibungen Such- und Problemfelder genannt werden. Die Ideen aus Open Innovation sind ebenso wie die anderen Ideen in das **Ideenmanagementsystem** des Unternehmens einzuschleusen.

Alle Ideen werden einer Ideensammelstelle zugeführt. In dieser Stelle werden die Ideen formal auf Verständlichkeit und Vollständigkeit hinsichtlich anzugebender Merkmale überprüft. In festgelegten Zeitabständen werden alle neuen Ideen von einer bereichsübergreifenden Bewertergruppe nach Kriterien, die sich aus der Innovationsstrategie ableiten, bewertet. Dabei scheiden Ideen aus oder werden zurückgestellt. Zwei oder drei Bewertungsstufen sind zu durchlaufen (vgl. Abbildung 2).

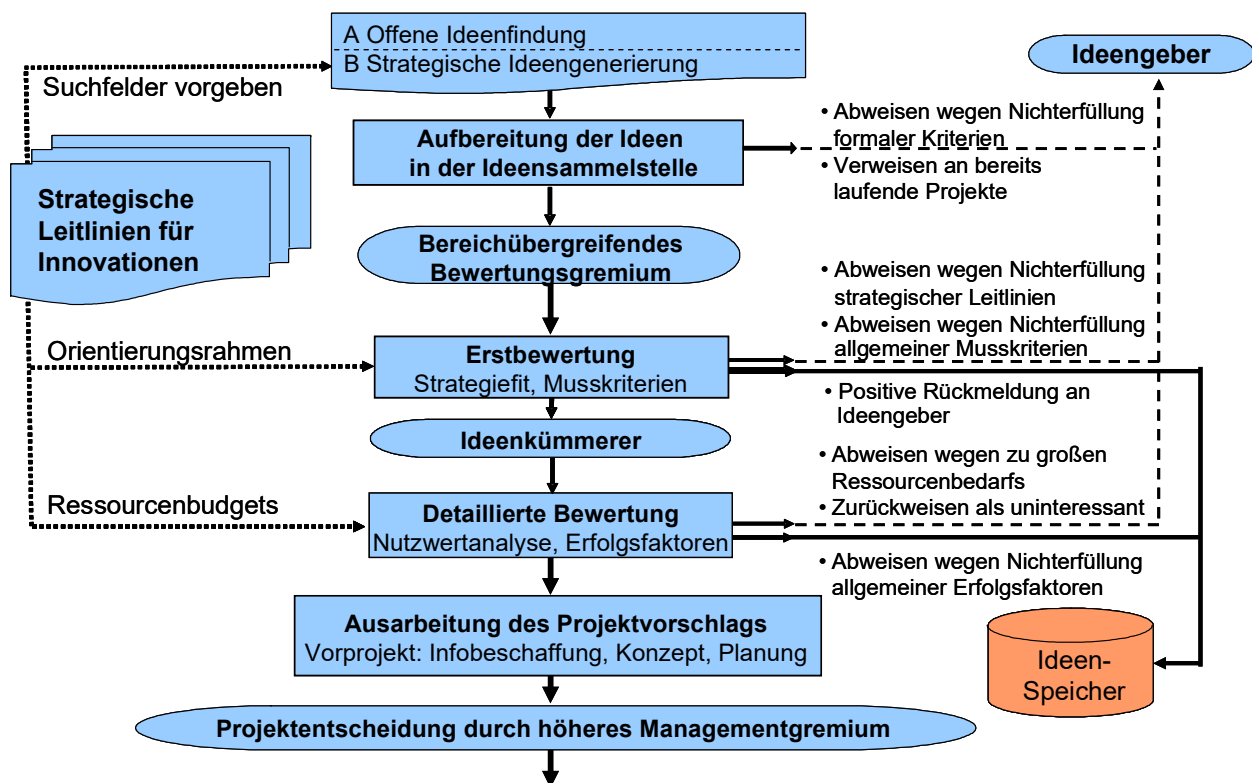


Abbildung 2: Ideenmanagement-Prozess

Stufenweise Auswahl: Wenige ausgearbeitete Innovationskonzepte als Ergebnis

In der entstehenden **Ideenpipeline**, in der die Ideen einen Auswahl- und Weiterentwicklungsprozess durchlaufen, ist darauf zu achten, dass die Ideen auf jeder Stufe den gleichen Reifegrad aufweisen. Die letzte Stufe hat den Charakter von **Vorprojekten**.

Als Ergebnis des Ideenmanagement-Prozesses sollen aussichtsreiche **Produktkonzepte** vorliegen, die folgende Anforderungen erfüllen:

- Vorgegebene Kriterien bezüglich Bedarfspotenzials, technischer Realisierbarkeit, Kosten, Finanzierbarkeit, Markenkompatibilität, usw. sind positiv bewertet worden.
- Funktionalität und das dahinter liegende technische Konzept sind in groben Zügen dargestellt.
- Noch zu lösende Probleme sind erkannt und erläutert.
- Erforderliche Zusammenarbeit mit Zulieferern, Kooperationspartnern oder staatlichen Institutionen wird aufgezeigt.
- Die nächsten Schritte (z. B. Informationsbeschaffung, grobe Projektplanung etc.) werden aufgelistet und es wird festgelegt, wer bis wann welche Aufgaben zu erledigen hat.
- Ein kompetenter Projektleiter wird vorgeschlagen.
- In regelmäßigen Abständen sollte dem für Innovationen zuständigen Managementgremium die nach den vorstehenden Punkten ausgearbeiteten Produktkonzepte zur Entscheidung vorgelegt werden. Für die positiv entschiedenen Vorschläge wird ein Projekt eröffnet.

Weiterführende Literatur

Horst **Geschka**; Martina **Schwarz-Geschka**: Ideenmanagement für Innovationen. In: Update (Zeitschrift der Fachhochschule Mainz), 2011.

Horst **Geschka**; Martina **Schwarz-Geschka**: Management von Innovationsideen. In: Edelbert Dold; Peter Gentsch (Hrsg.): Innovationen möglich machen. 2. Aufl., Düsseldorf (Symposion) 2007, S. 147-169.

Für nähere Informationen wenden Sie sich bitte an die angegebenen Ansprechpartner.

Ansprechpartner

Dipl.-Kffr. Martina Schwarz-Geschka

Tel.: +49 (0)6151 501646-5

Fax: +49 (0)6151 501646-9

Email: ms@geschka.de

Kontaktdaten

Geschka GmbH

Unternehmensberatung

Kleiststraße 5

64291 Darmstadt

Tel.: +49 (0)6151 501646-0

Email: info@geschka.de

www.geschka.de