



© Zjenn - Fotolia.com



INNOVATIONSPROZESSE MANAGEN

Arbeitskreisleitung

Burkart Knospe
Vorstandsvorsitzender
testo AG, Lenzkirch

Betreuung des Arbeitskreises

Fraunhofer-Institut für Arbeits-
wirtschaft und Organisation IAO
Nobelstraße 12
70569 Stuttgart

Prof. Dr.-Ing. habil. Joachim Warschat
Dipl.-Ing. Alexander Slama
Dipl.-Soz. Anne Spitzley

Telefon +49 711 970-2081
joachim.warschat@iao.fraunhofer.de

www.fitfuerinnovation.de

Zentrale Ziele des Arbeitskreises

Die Verkürzung der Time-to-Market steigert die Wettbewerbsfähigkeit und erhöht die Absatzmenge. Es kann schneller und flexibler auf sich ändernde Marktbedürfnisse und Wettbewerbssituationen reagiert werden. Außerdem werden Kosten gesenkt und neue Regionen sowie neue Marktsegmente schneller erschlossen. Je nach Marktsituation und Unternehmensziele kann zuverlässig eine Pionierstrategie zum Abschöpfen des Pionierbonus oder eine Folgerstrategie zur Senkung der FuE-Kosten und Erfahrungskurveneffekten realisiert werden. Das Ziel des Arbeitskreises ist es, sich in drei Treffen über das erfolgreiche Managen von Innovationsprozessen auszutauschen. Es sollen herausragende Praxisbeispiele gesammelt und von einem Redaktionsteam veröffentlicht werden. Zudem soll ein Ausblick auf Trends und Handlungsbedarfe in Form eines „Horizont 2020“ formuliert und kommuniziert werden.

Strategische Partnerschaft

»Fit für Innovation«

Die Partnerschaft hat das Ziel, das Bewusstsein für die Bedeutung der Innovationsfähigkeit in Wirtschaft, Wissenschaft und Politik zu schärfen. Sie ist Wissens-, Transfer- und Lernforum, das Unternehmen und Beschäftigte in die Lage versetzt, Innovationen herbeizuführen und die dazu erforderlichen Veränderungen erfolgreich zu gestalten.

Die Strategische Partnerschaft will die Innovationsdynamik stärken und die Entwicklung der Innovationsfähigkeit von Unternehmen unterstützen. Der Engpass liegt nicht in der Verfügbarkeit guter Ideen oder neuer Technologien, sondern in der erfolgreichen und schnellen Umsetzung in innovative marktgängige Produkte und Dienstleistungen.

Themenschwerpunkte

Im Arbeitskreis arbeiten Vertreter von Unternehmen mit Wissenschaftler und Vertreter aus Verbänden und Politik zusammen.

Ausgangsthemenstellungen sind:

- Die Verkürzung der Time-to-Market im Hinblick auf mögliche Beschleunigungspotenziale und die Verfolgung von Strategien im Zeitwettbewerb
- Die strategische Ausrichtung von Innovationsprojekten bezüglich der Technologie-, Produkt-, Markt- und Unternehmensstrategie
- Die systematische Generierung und Bewertung von Ideen
- Die Struktur des Produktentwicklungsprozesses zur Verbesserung der internen und externen Zusammenarbeit und der prozessorientierten Aufbauorganisation. Weitere zu diskutierende Aspekte sind beispielsweise: die Zielkonkretisierung, der Einsatz von Anreizsystemen und die Teamzusammensetzung.
- Die schnelle und erfolgreiche Markteinführung

Der Arbeitskreis thematisiert die Innovationsprozesse und -strategien von der Ideengenerierung über den Produktentstehungsprozess bis zur Markteinführung. Die Arbeitskreismitglieder tragen Antworten und herausragende Lösungen aus der Praxis zu folgenden Fragen zusammen:

Innovationsstrategien

- Wie kann die Time-to-Market effektiv verkürzt werden?

- Wie können Innovationsstrategien aussehen?
- Wie werden diese in der Ideengenerierung und -bewertung berücksichtigt?

Produktideenqualifizierung

- Wie erfolgt die Ideenbewertung aus Marktsicht?
- Wie wird die Realisierbarkeit von Ideen aus technischer Sicht vorgenommen?
- Nach welchen Kriterien erfolgt die abschließende Ideenbewertung und welche Rolle spielt die Strategiekonformität dabei?

Produktentstehungsprozess

- Wie werden externe Entwicklungsressourcen integriert?
- Wie sichert das Unternehmen die Zusammenarbeit mit anderen Unternehmensbereichen?
- Wie wird die Einhaltung der Innovationsprojektziele gewährleistet?
- Welche Incentivierungsmodelle gibt es?
- Wie sieht die organisatorische Verankerung des Produktentstehungsprozesses im Unternehmen aus?
- Wie sind die Aufgaben, Befugnisse und die organisatorische Einbindung des Projektmanagements definiert?

Markteinführungsprozess

- Wie sind exzellente Prozess für die Einführung von Neuprodukten definiert?
- Wie sehen die Schnittstellen zwischen Produktentstehungsprozess und Marketing/Vertrieb aus?
- Welche Erfolgsfaktoren sind besonders wichtig für eine schnelle Markteinführung?

Wirkung und Nutzen

Die Ergebnisse des Arbeitskreises werden in Broschüren und im Internet verbreitet. Durch öffentliche Veranstaltungen werden weitere Unternehmen und Interessierte eingebunden und aktiviert. Alle Mitglieder der Strategischen Partnerschaft »Fit für Innovation« wirken als Multiplikatoren für die Ergebnisse in ihren jeweiligen Netzwerken.

GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung



EUROPÄISCHE UNION



Projekträger im DLR

Die Strategische Partnerschaft »Fit für Innovation« wird vom Bundesministerium für Bildung und Forschung und dem ESF unter dem Förderkennzeichen 01XZ09011 gefördert.