

INNOVATIONEN

Wissens-Check im August

Stellen Sie Ihr fachliches Know-how auf den Prüfstand! Für Ihren Selbst-Check präsentieren wir Ihnen monatlich neue Schlüsselfragen aus der Berufspraxis des Qualitätsmanagements.

Viele Unternehmen beschränken sich auf den Versuch, die Zukunft zu prognostizieren. Innovationen dienen hingegen dem Zweck, die Zukunft selbst zu gestalten. Innovationen sichern einen Weg aus der Reaktionsfalle und den Niederungen des harten Wettbewerbs und können Unternehmen in die Lage versetzen, sich selbst zu positionieren. Im besten Fall sogar als Innovation Leader, der dem Markt und dem Wettbewerb Regeln aufstellen kann.

Wie gut kennen Sie sich mit Innovationen aus?

1. Welche Innovationsformen/-typen kennen Sie?
2. Nennen Sie Beispiele für zwei unterschiedliche Innovationsformen/-typen!
3. Wer ist für Innovation im Unternehmen verantwortlich?

Lösungen und Erläuterungen folgen im September!

Testen Sie die Innovationsstärke Ihres Unternehmens!

Welche Aussagen treffen bei Ihnen zu, welche nicht? Eine Auswertung liefern wir Ihnen in der nächsten Ausgabe.

	trifft zu	trifft nicht zu
Wir wissen mehr über den wirklichen Bedarf unserer Kunden als unsere Konkurrenten		
Wir streben nach organischem Wachstum durch eine permanente Erneuerung von innen heraus		
Wir haben eine systematische und verlässliche Infrastruktur für Innovationen im gesamten Unternehmen verankert		
Wir binden sowohl unsere eigenen Mitarbeiter als auch Kunden und Lieferanten sowie externe Experten in den Innovationsprozess ein		
Wir entwickeln unsere Innovationsstrategie als Teil der Unternehmensstrategie		
Wir beobachten neue Trends – und vor allem Trendbrüche – und leiten daraus neue Möglichkeiten für uns ab		
Wir verbessern ständig unsere Prozesse und Produkte und suchen gleichzeitig nach noch profitableren Geschäftsmodellen		
Wir sind mit der Geschwindigkeit der Markteinführung unserer neuen Produkte zufrieden		
Wir haben einzigartige Produkte und Dienstleistungen – und dafür ist der Kunde auch bereit, mehr zu zahlen		
Wir haben ein ausgezeichnetes Image und finden leicht die qualifizierten Mitarbeiter, die wir brauchen		
Wir haben spezielle Anreize, um Innovationen zu fördern und zu belohnen		
Wir arbeiten bereichsübergreifend gut zusammen und kommunizieren offen miteinander		
Summe		

Foto: www.fotolia.com © Marco Uberti

© 2007 Carl Hanser Verlag, München www.am-infocenter.de/QZ-Archiv Nicht zur Verwendung in Intranet- und Internet-Angeboten sowie elektronischen Verteilern



Unsere Lösung für die August-Aufgabe

► Wie gut kennen Sie sich mit Innovationen aus?

Frage 1

Die Definition von Innovation beinhaltet mehr als nur „Invention“. Bei einer Erfindung geht es um das Entdecken von Neuigkeiten, von Dingen, Sachen, Umständen, Gesetzmäßigkeiten usw., die vorher unbekannt waren. Innovationen gehen einen Schritt weiter: Sie kennzeichnen Neues, aber mit dem Fokus der wirtschaftlichen Umsetzung.

In vielen Publikationen und Studien werden drei, manchmal vier Innovationsformen unterschieden. Die IBM Global CEO Study 2006 „Expanding the Innovation Horizon“ nennt folgende Typen von Innovationen:

- die technologische Innovation – bezogen auf Produkte und Dienstleistungen sowie Märkte,
- die Verfahrens- und Prozessinnovation – bezogen auf Abläufe, Prozessoptimierungen sowie Effizienz und Effektivität der Kerngeschäftsprozesse und -funktionen, sowie
- die strategische Innovation – bezogen auf die Unternehmensstrategie und die Struktur des Unternehmens-/Finanzmodells.

Frage 2

Es gibt zahlreiche Beispiele für die unterschiedlichen Innovationsformen. Selten sind

sie einer einzigen „Kategorie“ zuzuschreiben, vielfach überschneiden sich die Formen. Erfolgreiche Unternehmen schaffen es, einen ausgewogenen Mix aus allen Formen zu erreichen.

Ein Beispiel für reine Produktinnovationen sind die MP3-Technologie der Fraunhofer-Gesellschaft und der darauf aufbauende MP3-Player, die VoIP-Technologie (Voice over Internet Protocol) und die Skype-Telefonie. Korrespondierende strategische Innovationen sind die gelungene Verknüpfung von legalem Musikdownload mit Software und Hardwareeinbettung (iTunes und iPod der Firma Apple), die Integration von kostenloser Internettelefonie und kostenpflichtigen Zusatzprodukten und die Markteinführung ohne weitere Werbemittel im Falle von Skype.

Frage 3

In vielen Unternehmen ist uneinheitlich geregelt, wer das Innovationsmanagement operativ einführt, entwickelt und verbessert. Je nach Größe, Komplexität und Struktur übernimmt diese Funktion jeweils jemand aus den Bereichen Forschung und Entwicklung, Personal, Qualitätsmanagement, Business Development, Produktion oder Geschäftsführung bzw. Unternehmensleitung.

Verantwortet wird das Innovationsmanagement jedoch von der obersten Leitung.

Bewertung Ihrer Innovationsstärke

Sie haben alle Fragen des Selbsttests zur Innovationsstärke mit „trifft zu“ beantwortet? Dann sind Sie auf gutem Wege, ein erfolgreicher Innovation-Leader zu werden.

Sie haben mehrere Aussagen mit „trifft nicht zu“ gekennzeichnet? Je nach deren Menge besteht moderater bis dringender Handlungsbedarf in Bezug auf Ihre Innovationskompetenz!

Kontakt (August-Aufgabe)

Ansgar Carbow
Deutsche Gesellschaft für Qualität e.V.
T 0 69/9 54 24-211
aca@dgq.de

QM-Infocenter.de ► QZ102487

Aussage eines Studienteilnehmers der o.g. IBM-Studie: „Führung im Bereich Innovation muss beim CEO anfangen.“ Ed Zander, Chairman und CEO Motorola: „Seit ich hier beschäftigt bin, habe ich mich nur mit einem beschäftigt: Innovation.“

