

Wie wichtig sind Innovationen für Unternehmen?

Der Innovationsprozess ist der kritischste Prozess für jedes Unternehmen, denn Innovationen führen nachweislich zu überlegenen profitablen Wachstumsleistungen. Insofern kann sich heute kaum ein Unternehmen dem wachsenden Innovationsdruck verschließen. Dabei ist dieser Innovationsdruck maßgeblich bestimmt durch fremd gesteuerte Entwicklungen im Umfeld, z. B. durch neue Technologien in der Wettbewerbsentwicklung, z. B. durch ein zunehmend internationaleres Wettbewerberfeld oder in der Kundenentwicklung, z. B. durch neue Bedürfnisstrukturen oder demografische Verschiebungen.

Was bedeutet das genau?

Wenn wir über Innovationen sprechen, dann meinen wir das zielgerichtete, erfolgreiche Umsetzen und Durchsetzen von neuen technischen, betriebswirtschaftlichen oder organisatorischen Lösungen in einem definierten Zeitfenster zur Zukunftssicherung der Unternehmen. Die Betonung liegt dabei ganz klar auf - erfolgreich. Von einer Innovation dürfen wir eigentlich nur sprechen, wenn nachweislich auch ein Markterfolg gegeben ist. Ansonsten wäre es nur eine Idee.

Im Innovationsmanagement beschäftigen wir uns folglich mit Strategien, Prozessen, Organisationsmodellen, Methoden und Tools, Wissen und Kompetenzen, aber auch mit der Unternehmenskultur und dem Innovationsklima als förderliche Elemente für erfolgreiche Innovationen.

Kann man so etwas Komplexes überhaupt organisieren?

Das hört sich in der Tat sehr komplex an, aber das Grundprinzip im Innovationsmanagement ist eigentlich ganz einfach. Jeder Mensch und jedes Unternehmen hat viele Ideen – in den meisten Fällen existieren weit mehr Ideen, als je realisiert werden können. Wichtig ist, dass eine Fokussierung auf die erfolgsversprechendsten Projekte stattfindet und daraus nur so viele Projekte gestartet werden, wie auch umsetzbar und somit leistbar sind. Innovationsmanagement ist also keine magische Kunst, sondern vielmehr die Fähigkeit zur erfolgreichen Umsetzung neuer Ideen. Dass dazu natürlich Prozesse, förderliche Organisationsmodelle und Strukturen notwendig sind, ist selbstverständlich. Unternehmen setzen heute auch zunehmend Innovationsmanager ein - wir haben in vielen Unternehmen selbst schon Innovationsmanager erfolgreich installiert. Diese Innovationsmanager haben den Schlüssel zur erfolgreichen Umsetzung eines systematischen Innovationsmanagements in der Hand.

Was sind die Hauptaufgaben eines Innovationsmanagers?

Der Innovationsmanager steht an einer sehr zentralen Stelle im Unternehmen. Er ist eine Kommunikationszentrale nach innen wie nach außen. Er ist vor allem für die Entwicklung neuer Produkt-, Prozess und Service-Ideen verantwortlich.

Zu seinen weiteren Aufgaben gehören:

- der Aufbau und die Pflege von Kontakten zu Forschungseinrichtungen und Hochschulen
- die zielgerichtete Recherche nach neu entwickelten Technologien und Verfahren, wie etwa im Internet oder auf Erfindermessen.

Im Einzelnen ergibt sich ein sehr breites Aufgabenspektrum:

- **Strategisch** auf gesamter Unternehmensebene entwickelt und pflegt er die Kernkompetenz Innovationsmanagement für das Unternehmen und ist somit der

Hüter der Innovationskultur. Er stellt aber auch ein Dienstleistungszentrum für Methoden und Tools wie z. B. Kreativitätstechniken, Quality Function Deployment, Lead-User-Ansätze, Szenariotechnik, Roadmapping, etc. dar.

- **Operativ** in ausführenden Unternehmensbereichen koordiniert er kontinuierlich die systematische Generierung, das Sammeln und die Bündelung von Ideen für Produkt- und Prozessinnovationen. Er ist der Prozesseigentümer des Innovationsprozesses, er initiiert erste Markt- und Patentrecherchen, erstellt und pflegt die Innovations-Road-Map, führt Innovationsteams und koordiniert die beteiligten Fachabteilungen.

Was ist Ihr Fazit?

Als Fazit halte ich fest: Obwohl das Thema Innovation in aller Munde ist, wird es immer noch in vielen Unternehmen sehr stiefmütterlich behandelt. Die Möglichkeiten eines umfassenden Innovationsmanagements werden vielfach unterschätzt und sind oft falsch verstanden. Somit bietet sich ein riesiger Spielraum für Verbesserungen. Dieses Optimierungspotenzial sollte konsequenter genutzt werden.

© TMG Markt und Innovation GmbH 2009