



Brockmann & Büchner

Innovationsstrategie

In vier Schritten einen **lebbaeren**
Rahmen für zielgerichtete
Innovation schaffen

Brockmann & Büchner PartG
Unternehmensberatung
Hohe Bleichen 8
20354 Hamburg

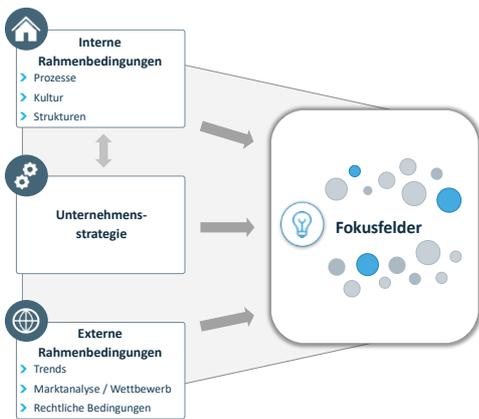
Telefon: +49 (0) 405946 6693
Mail: kontakt@2bic.de

Die Praxis zeigt: Eine Innovationsstrategie, die einen langwierigen, theoretischen Prozess beschreibt, zeigt nur selten Erfolg. Ein greifbarer und praktikabler Rahmen für zielgerichtete Innovation lässt sich in 4 Schritten umsetzen.

1. Fokusfelder entwickeln

Ziel einer Innovation ist es, einen Beitrag zum ganzheitlichen Unternehmenserfolg zu leisten. Dazu ist es notwendig, die Innovationsaktivität nicht losgelöst vom Unternehmen und dessen Zielen zu betrachten!

Innovation entsteht nur selten auf der grünen Wiese. Vielmehr sollte sich die Idee im bestehenden Umfeld entwickeln und umsetzen lassen. Im ersten Schritt müssen deshalb die Kernelemente der Unternehmensstrategie sowie interne und externe Rahmenbedingungen aufgenommen und ausgewertet werden. Daraus lassen sich erste Fokusfelder für zielgerichtete und auf die spezifischen Rahmenbedingungen des Unternehmens ausgerichtete Innovationsaktivitäten ableiten.



Eine Umfeldanalyse kann tief und ausführlich gestaltet werden. Die wesentlichen Eckpunkte für die Ableitung erster konkreter Fokusfelder lassen sich jedoch bereits in wenigen Tagen erarbeiten.

2. Umsetzbarkeit sicherstellen

Um die Erfolgs- und Entwicklungschancen bestmöglich auszuschöpfen, müssen Ziele zwar hoch, gleichzeitig aber auch erreichbar sein. Die Realisierbarkeit der gesteckten Ziele ist in allen strategischen Vorhaben ein relevanter Treiber. Zusätzlich müssen die Zielstellungen an den internen sowie externen Rahmenbedingungen ausgerichtet sein. So sollte beispielsweise nicht die Umsetzung einer Vielzahl von Innovationsprojekten beschlossen werden, wenn demgegenüber ein Team und Budget steht, welches für die Umsetzung maximal eines Projektes ausgerichtet ist.

Auch die Einbindung und Nutzung der Ressourcen jeweiliger Fachbereiche sollte klar geregelt sein. Ohne ein konkretes Commitment des Top Managements werden dem Innovationsmanagement und damit einer zügigen Umsetzung von Innovationen vermeidbare Hürden in den Weg gelegt. Das generelle Commitment des Top Managements für das Thema Innovation ist mit klar formulierten Zielen für jedes vorab erarbeitete Fokusfeld zu untermauern.

3. Direkten Nutzen schaffen

Bahnbrechende, disruptive Innovationen sind großartig. An übermorgen zu denken und danach zu handeln ist für das Innovationsmanagement und die dazugehörige Innovationsstrategie selbstverständlich.

Aber: Innovation sollte immer auch das Ziel haben, einen direkten und auch kurzfristigen Nutzen zu schaffen. Denn letztendlich schafft nichts mehr Motivation und Rückenwind als Erfolg. Die Innovation muss einen direkten Beitrag zu den Unternehmens- und Bereichszielen nicht nur morgen, sondern auch heute leisten, Lösungen für aktuelle Herausforderungen entwickeln und in die Fläche bringen. Sie muss messbare Ergebnisse produzieren und zeigen, dass die eingesetzten Ressourcen richtig verwendet werden und sich auszahlen.

Kurzfristige Erfolge sichern letztendlich den langfristigen Erfolg. Nur so kann das Innovationsmanagement am Leben erhalten werden. Es überzeugt die Fachbereiche, indem es seine Strategie an realen Herausforderungen ausrichtet. Auf diese Weise verdient sich das Innovationsmanagement das Vertrauen, Lösungen für übermorgen zu entwickeln, Ressourcen dafür einzusetzen und bereichs- und hierarchieübergreifend Unterstützung einzufordern.

4. Alle Macht den Machern

Der für uns wohl bedeutendste Erfolgsfaktor, welcher sowohl in der Innovationsstrategie als auch im Mindset des Innovationsmanagements fest verankert sein muss, ist ein weiterer: Für das Erreichen der Innovationsziele benötigt es Umsetzer und Macher. Denn eine Idee oder ein Konzept allein führt noch lange nicht zu nachweisbarem Erfolg. Lösungen müssen implementiert und umgesetzt werden!

Und genau so sollte sich ein Innovationsmanagement verstehen: Innovation nicht nur zu denken, sondern mit aller Kraft zu leben und umzusetzen.

Brockmann & Büchner begleitet seit vielen Jahren Kunden dabei, Innovationen umzusetzen und Kraft auf die Strecke zu bringen.

Autor



Sascha Büchner

Sascha Büchner ist geschäftsführender Partner bei Brockmann & Büchner und langjähriger Berater für Innovations- und Wachstumsmanagement.

E-Mail: buechner@2bic.de