



HOW 2 INNOVATE

HOW TO OPEN INNOVATION

Wenn es um Innovation geht, wird oft das Bild des einsamen Tüftlers oder Genies zitiert, doch in den letzten Jahren verblasst dieses Bild. Innovation gelingt zusehends nicht mehr allein, sondern braucht **Partnerschaften und den Blick nach außen**. Stichwort: Open Innovation. Unternehmen müssen nicht alle Herausforderungen und Fragen allein lösen, denn durch Open Innovation lässt sich **externes Know-how einbinden**.

Wie B2B-Unternehmen bereits den Endkundinnen und -kunden einbinden, hat Continental bei der Entwicklung von Steuerungsdisplays für Landmaschinen gezeigt. Deren Kundinnen und Kunden sind eigentlich nicht direkt die Landwirte, sondern Landmaschinenhersteller, welche wiederum ihre Produkte an die Landwirte verkaufen. Continental hat die Endkundinnen und -kunden über eine **Crowdsourcing Plattform** mit in den **Entwicklungsprozess** eingebunden, um **Kundenbedürfnisse** aus erster Hand zu berücksichtigen. Das stellt ein starkes Verkaufsargument gegenüber den Landmaschinenherstellern.

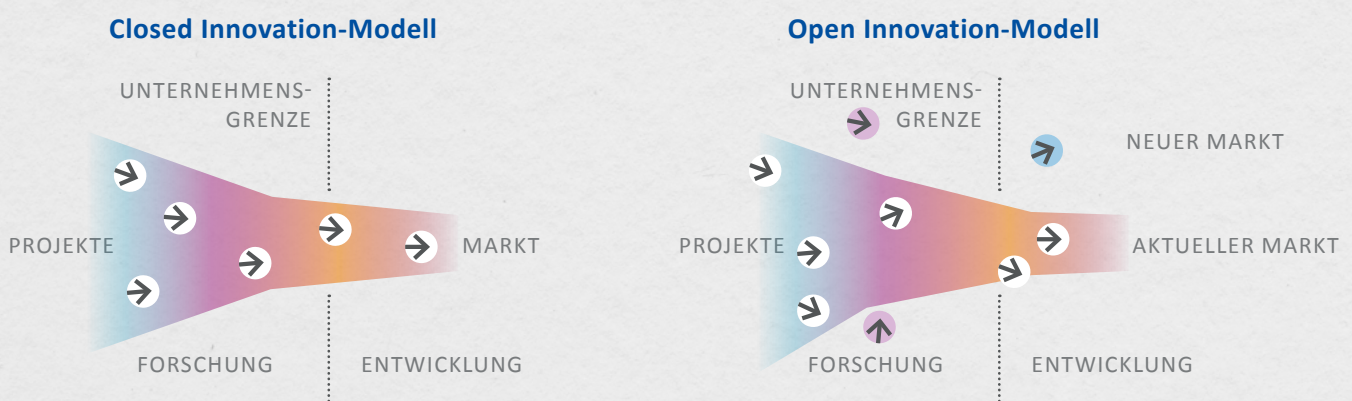
WAS BEDEUTET EIGENTLICH OPEN INNOVATION?

Unterschieden wird generell zwischen **Closed und Open Innovation**. Bei Closed Innovation werden die Innovationen innerhalb der Unternehmensgrenzen generiert, also durch die eigenen Mitarbeitenden. Bei einem Open Innovation-Prozess öffnet sich das Unternehmen bewusst und lädt gezielt externe Personen ein, um beispielsweise neue Ideen zu generieren.

Definition nach Chesbrough, dem Urvater der Open Innovation:

A distributed innovation process based on purposively managed knowledge flows across organizational boundaries, using pecuniary and non-pecuniary mechanisms in line with the organization's business model.

Dabei ist das Ziel klar: Es geht darum, externe Perspektiven und Fachexpertisen einzuholen, sowie einen größeren Lösungshorizont zu erhalten. Die Beteiligten von Open Innovation können sich von Konsumierenden, potenziellen Verbrauchenden bis hin zu Lieferanten oder allgemeinen Expertinnen und Experten erstrecken. Dabei geht es vor allem um die Schaffung von Wert durch eine gemeinsame Ideengenerierung die in Dienstleistungen, Produkte oder sogar Geschäftsmodelle münden.



DOCH WIE GELINGT OPEN INNOVATION?



Nun fragen Sie sich, welche Methoden es gibt, um gemeinsam mit anderen zu innovieren? Das Ziel spielt eine wichtige Rolle. Durch Open Innovation Ansätze können beispielsweise Ideen oder Impulse generiert, neue Technologien und Produkte gemeinsam entwickelt oder Feedback zu Innovationen eingeholt werden.

BEISPIELE FÜR OPEN INNOVATION?

- **AUSTAUSCH UND KOOPERATION IN NETZWERKEN:** Gemeinsam können nutzerorientierte Entwicklungen generiert werden, indem man sich mit externen Kundinnen und Kunden, Lieferanten und anderen Partnern austauscht und diese gezielt in den Entwicklungsprozess einbindet.
- **LEAD-USER-WORKSHOPS:** Hier werden besonders fortschrittliche Anwendende, sogenannte Lead-User, in einen strukturierten und fokussierten Innovationsprozess eingebunden. Vorab wird ein Suchfeld definiert, um die richtigen und umsetzbaren Durchbruchinnovationen zu generieren. Leider ist hier aber auch die Angst vor einem Ideenklau immer wieder ein hemmender Faktor, den es zu überwinden gilt.
- **CROWDSOURCED INNOVATION:** Ist eine Kombination von Crowdsourcing und Open Innovation und beschreibt eine Kollaboration von vielen Akteuren, meist online. Es ist eine Möglichkeit kollektives Wissen von externen Akteuren zu innovativen Ansätzen zu sammeln.

Auch das Beispiel von Continental zeigt klare Vorteile. Der Fokus wird auf die Bedürfnisse und Ideen der Nutzenden gelegt. Das wiederum erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass ein Produkt akzeptiert und erfolgreich am Markt etabliert wird. Außerdem können Unternehmen frühzeitig vielversprechende Projekte identifizieren und ihre Planungen dementsprechend anpassen. In einem solchen Prozess können starke und dauerhafte Kundenbeziehungen gebildet werden. Open Innovation Prozesse signalisieren Transparenz und machen Marken greifbar, nahbar und somit glaubwürdig. Wenn Kundinnen und Kunden dabei unterstützen ein Produkt zu generieren, wird eine emotionale Verbindung zwischen Produkt sowie Kundinnen und Kunden erzeugt.

OPEN INNOVATION BIRGT ALSO VIELE VORTEILE:

- Zugang zu externen Ideen und neue Perspektiven erschließen
- Risiken teilen
- Innovationsprozesse beschleunigen
- ungenutzte Ideen verwerten
- neue Absatzmöglichkeiten sowie Geschäftsfelder öffnen

Wir haben Ihnen einige Tipps für Open Innovation zusammen gefasst:

TIPP #1: BE OPEN

- Verabschieden Sie sich vom „Not-Invented-Here-Syndrom“ und nehmen Sie eine „Proudly-Found-Elsewhere“-Einstellung an!
- Etablieren Sie ein innovatives Mindset sowie eine unternehmensweite Innovationskultur!
- Arbeiten Sie sich Schritt für Schritt zum Ziel!

TIPP #2: STRATEGISCH, PRAKTISCH, GUT

- Leiten Sie die Open Innovation Aktivitäten aus der Innovationsstrategie ab!
- Integrieren Sie das Konzept von Open Innovation in den gesamtunternehmerischen Kontext!
- Nutzen Sie Open Innovation als Strategie des Innovationsmanagements!

TIPP #3: DAS FEUER ENTZÜNDE

- Fordern Sie die Unterstützung durch das Top Management und nutzen Sie positive Vermittlungsmethoden im Unternehmen!
- Suchen Sie bewusst nach motivierten Mitarbeitenden, die einen essenziellen Mehrwert in Open Innovation sehen!

TIPP #4: STRUCTURE FOLLOWS MISSION

- Etablieren Sie eine strukturierte Vorgehensweise als Basis von Open Innovation!
- Nutzen Sie das Zusammenspiel aus der Analyse der Umwelt, verschiedener Open Innovation Optionen, der Partnerwahl, Festlegung von Zielen und Überprüfung der Ergebnisse!

TIPP #5: VERSTEHEN SIE IHRE PARTNER

- Lernen Sie Open Innovation als Konzept der Partnerschaft mit verschiedensten internen und externen Akteuren kennen!
- Haben Sie Verständnis für die Motivation der Partner zur Etablierung einer nachhaltigen Partnerschaft!

Wann
starten Sie
Ihr nächstes
Open Innovation
Projekt?



HOW2 INNOVATE

Kreativität, gute Ideen, marktfähige Innovationen – Erfolgsfaktoren mit wachsender Bedeutung. Mit zielgerichtetem methodischen Arbeiten gelingt es im Unternehmen, genau die Lösungen zu generieren, die jetzt und in Zukunft einen Unterschied machen können.

Legen Sie los!

Das Team rund um das Technologie- und Innovationsmanagement (TIM) begleitet, inspiriert und coacht als Co-Innovator die bayerische Wissenschaft und Wirtschaft, insbesondere kleine und mittlere Unternehmen (KMU). Die Fokusthemen von TIM liegen hierbei im Trend- und Technolog scouting, dem Fördern und Weiterentwickeln des Technologietransfers in Bayern und den Innovationscoachings.

Das Angebot von TIM umfasst Workshops rund um Design Thinking, Geschäftsmodelle und Ideenentwicklung sowie Scouting für neue Geschäftsfelder, um Unternehmen den Schritt zum tragfähigen Geschäft zu erleichtern.

tim@bayern-innovativ.de

LITERATUR

Cleese, J. (1991). Creativity in Management, abgerufen am 12.12.2022, <https://www.youtube.com/watch?v=Pb5oIIPO62g>.

Gray, D., Brown, S., Macanuso, J. (2010). Gamestorming. A Playbook for Innovators, Rule-breakers, and Changemakers, O'Reilly.

Hirschen Group, Bonsai Research, Wirtschaftsuniere Deutschland (2022). Erfolgsfaktor Kreativität. Die erste deutschlandweite Studie zur wirtschaftlichen Bedeutung von Kreativität. https://erfolgsfaktoren-fuer-unternehmen.de/wp-content/uploads/2022/10/Epaper_Erfolgsfaktor_Kreativitaet_2022.pdf, abgerufen am 09.01.2023.

Pabst, R., Podlinski V., Koch L. (2019). Erfolgreiche Innovationsworkshops. Zusammenarbeit individuell und kreativ gestalten. Wiley.