

Der neue Marktplatz für Ideen und Innovationen

Einsatz von Kollaborationsplattformen im Rahmen des Innovationsprozesses

Viele Jahre war ich damit beschäftigt, im Rahmen von Ideen- und Innovationsprozessen neue Workshopformate für kreatives, kollektives Arbeiten zu entwickeln. Dafür habe ich jeweils Räume in inspirierender Umgebung gesucht, damit sich das kreative Potenzial der Workshopteilnehmer voll entfalten konnte. So entstanden die Formate „Innovation Camp“ und „Gipfeltage in der Zugspitzarena“. Die Workshops hatten jeweils das Ziel, jenseits von gewohnten Umgebungen und ausgetrampelten Pfaden nach neuen Ideen oder alternative Wegen und Lösungen zu suchen.

Sind solche Workshopformate heute noch zeitgemäß? Gewiß, zwei Tage in einer schönen Umgebung und einem anprechenden Ambiente mit Kollegen, Partnern oder Kunden zu diskutieren, zu arbeiten und neue Ideen zu entwickeln hat etwas. Das schafft Nähe und ist gut für die Beziehungspflege.

Aber, reicht das heute noch aus, sich ein oder zweimal im Jahr (mehr schafft man aufgrund des Planungsaufwandes kaum) zu einem Innovationsworkshop – mag er noch so inspirierend sein – zu treffen? Im verschärften, internationalen Wettbewerb ist die Beschleunigung von Innovations- und Entwicklungsprozessen erfolgsentscheidend. Dadurch steigt der Druck auf die Unternehmen enorm. Man muss deutlich schneller sein als der Wettbewerb und diese Schnelligkeit in Wachstum und Profite verwandeln.

Dadurch braucht man zwangsläufig einen permanenten Austausch von Informationen und Wissen. Und das am Besten in Echtzeit. Die Zeiten der Innovations-Silos, in denen Forscher in ihren Labors sitzen und an neuen Produkten rumtüfteln, sind doch in vielen Branchen vorbei (In der Chemie- und Pharmabranche saßen die Forscher häufig abgeschottet in ihrem Labor, während der Vertrieb vergeblich auf neue Produkte wartete). Heute weiß man, dass der Experte in einer Disziplin noch so gut sein kann - er wird niemals leisten können, was die Vernetzung aus unterschiedlichen Fachrichtungen gemeinsam zu Stande bringen. Innovationen werden nun mal aus Wissen gemacht, und dazu muss Wissen fließen. Und zwar aus möglichst vielen Quellen.

Die Wolff Cellulosics, Tochterunternehmen der Wolff Walsrode AG, hat beispielsweise nach einer Neustrukturierung die in einem Zentralbereich angesiedelte F&E in die Geschäftsabläufe integriert und über flexible Teams mit den anderen Unternehmensfunktionen vernetzt. Diese neuen Branchenteams werden aus dem mittleren Management der Bereiche Marketing, F&E und Produktion gebildet und fungieren u.a. als innovationsteams.

Als führendes Unternehmen im Anlagenbaus plant m+w Zander jedes Projekt nach den individuellen Bedürfnissen des Kunden. Hierbei arbeiten Kunden, Lieferanten und interne Experten über verteilte Standorte hinweg eng zusammen, um neue Lösungen zu entwickeln. Zur Unterstützung des Wissensmanagements und einer unmittelbaren reibungslosen Kommunikation im Innovationsprozess wurde von m+w Zander eine eigene Collaborations-Plattform entwickelt. Diese Plattform stellt einen rollenbasierten Zugang zu allen benötigten Informationen während des Entwicklungsprozesses zur Verfügung und vernetzt alle relevanten Partner des Innovationsprozesses.

Mit einem systematischen Innovationsprozess im Bereich Laundry & Home Care gelang es der Henkel KGaA, ihre europäische Führerschaft im Markt der Wasch- und Reinigungsmittel auszubauen. In

Märkten mit kurzen Produktlebenszyklen ist es nur durch den Launch innovativer Produkte in bestehenden oder neu aufzubauenden Produktsegmenten möglich, eine starke Marktposition durch Differenzierung von den Wettbewerbern aufzubauen. In die Ideenfindung für Produkte, die dem Verbraucher einen im Vergleich zu den Wettbewerbern noch deutlicheren Nutzen und Qualitätsvorsprung bieten, sind alle externen Partner des Unternehmens in einem Netzwerk verbunden.

Die Orchestrierung des Netzwerkes wird so zum (vielleicht entscheidenden) Erfolgsfaktor für Entwicklungen und Innovationen. Das heisst mit anderen Worten: Alle Mann an Bord, die etwas dazu beitragen können, neue Produkte oder Dienstleistungen zu entwickeln, die erfolgsversprechend auf dem Markt verkauft werden können. Das sind Führungskräfte und Mitarbeiter, die verantwortlich sind für die Forschung, die Produktentwicklung, das Marketing und den Vertrieb. Und das sind auch Partner und Schlüsselkunden.

Ist das die Stunde digitaler Infrastrukturen, der Kollaborationsplattformen? Bietet sich hier eine erfolgsversprechende Ergänzung zu den traditionellen Innovationsprozessen und Innovationsworkshops? Können hier neue neue Denklabore und Kommunikationsräume geschaffen werden, die das kreative Potenzial von Führungskräften, Mitarbeitern, Partner und Kunden in einem beschleunigten und effektiven Prozess freisetzen? Zwar werden heute in der Praxis bereits etliche Tools zur Unterstützung von Innovationsprozessen eingesetzt. Da gibt es Werkzeuge, die nur eine Methode unterstützen, wie beispielsweise Kreativitätssoftware. Dann gibt es Tools, die einzelne Phasen unterstützen, wie zum Beispiel Ideendatenbanken oder Bewertungsmodule. Aber, reicht das aus?

Vielleicht können hier Kollaborationsplattformen noch etwas zusätzliches, möglicherweise etwas ganz entscheidendes, liefern. Und das ist die permanente Kommunikation, der laufende und unkomplizierte Informationsfluss. Das ist schließlich ein wesentlicher Bestandteil jedes Entwicklungs- und Innovationsprozesses. Es ist sozusagen der Sauerstoff des Prozesses. Hier atmet der Prozess. Denn hier können Gedanken ausgetauscht, Ideen eingebracht, Kommentare abgegeben und konkrete Aufgabenstellungen bearbeitet werden. Und das alles ohne große Software-Kenntnisse. Und alles in Echtzeit. Von jedem Ort und zu jeder Zeit. Das heisst, der kreative Raum ist nicht an Ort und Zeit gebunden. Und das ist ein enormer Vorteil, denn Kreativität kann man nicht per Knopfdruck abrufen. So kann jedes Mitglied der entsprechenden Innovation-Community seine Beiträge individuell dann einbringen, wann bei ihm die Gedanken fließen. Mir kommen beispielsweise die besten Gedanken, wenn ich morgens meine Runde in Garmisch-Partenkirchen an der Partnach entlang mache, den Fluss in seiner Bewegung beobachte und dann abwechselnd auf die grandiose Bergwelt schaue. Bei einem anderen funkt es vielleicht unter der Dusche oder auf einer Reise.

Eine Kollaborationplattform macht's möglich, alles sofort aufzunehmen und so den Fluss der Gedankenströme in (fast) Echtzeit festzuhalten, was einen Innovationsprozess gewaltig beschleunigen kann. Und das ist in einer beschleunigten Welt ein echtes Plus und kann ein echter Wettbewerbsvorteil für ein Unternehmen sein.

Wer könnte sich hierfür interessieren? Ich denke, Unternehmer und Manager, die immer wieder auf der Suche nach neuen Ideen und Geschäftsmöglichkeiten sind - sich also eine gewisse Innovationsführerschaft auf die Fahne geschrieben haben und entsprechend auch für neue Methoden und Werkzeuge aufgeschlossen sind. Aber auch aufgeschlossene Experten in den

Innovationsbereichen, die sich von einer Kollaborationsplattform eine Belebung und Verbesserung ihrer Innovationsprozesse versprechen. Natürlich können sich von den Innovationsexperten auch gewisse Widerstände ergeben, weil man sich nicht so gerne in die Karten schauen und seinen geschützten Bereich nicht verlassen möchte - also an einem transparenten Prozess mit vielen bereichsübergreifenden Beteiligten nicht interessiert ist.

Es ist sicher lohnenswert, dass sich Unternehmen hierüber mal Gedanken machen.

Peter Schlack