

#Innovationen im Allgemeinen – Blog 1



Quelle: www.pexels.com

Neue Prozesse, Produkte, Dienstleistungen oder Technologien sind wichtig für die Entwicklung von Unternehmen, dem Unternehmenswachstum und der Wettbewerbsdurchsetzung. Wie bezieht sich das auf das Thema „Innovation“ und was müssen Unternehmen beachten? Wir starten unseren Blog mit diesem Thema und geben einen Überblick in die Materie.

Die Autoren Tidd, Bessant, Pavitt und Wiley (1998) definieren Innovation als einen Prozess, bei dem eine Gelegenheit oder Chance in eine neue Idee umgewandelt und in der Praxis weit verbreitet wird. Ganz ähnlich wie Bentz (1997), der Innovation als einen neuen oder verbesserten Prozess definiert, um eine Dienstleistung oder ein Produkt für die Vermarktung hervorzubringen. Afuah (1998) beschreibt Innovation als „use of new technical and administrative knowledge to offer a new product or service to customers“. Daher kamen viele Autoren zu dem Schluss, dass Innovationen "alle Praktiken, die für Organisationen neu sind, einschließlich Ausrüstungen, Produkte, Dienstleistungen, Prozesse, Strategien und Projekte" sind (Damanpour, 1991; Kimberly & Evanisko, 1981; Lin, 2007).

Aus der Definition kann mitgenommen werden, dass nicht nur die neuesten Technologien als Innovationen bezeichnet werden sollten. Die Einführung von neuen Prozessen, z. B. die Etablierung einer Innovationskultur, beziehen sich auch auf die Begrifflichkeit. **Innovationsspezialisten** unterteilen den Umfang von Innovationen im Allgemeinen in zwei Kategorien: Inkrementelle und radikale Innovationen. Inkrementelle Innovationen konzentrieren sich auf Kosten- oder Funktionsverbesserungen bei bestehenden Produkten, Dienstleistungen oder Technologien. Radikale Innovationen bewirken einen Wandel, der bestehende Märkte oder Branchen umgestaltet oder neue schafft, indem neue oder sogar bahnbrechende Produkte und Technologien eingeführt werden. Sollte ein Unternehmen den Schwerpunkt auf die Suche nach einer "magischen" Idee legen, die das Geschäft revolutioniert und neue Einnahmequellen in Millionenhöhe erschließt? Oder

sollten sie Kosteneinsparungen und schrittweisen Innovationen den Vorzug geben, die mit größerer Wahrscheinlichkeit kleinere Gewinne einbringen werden? Beide Methoden haben ihre Vor- und Nachteile.

Welchen Weg sollte ein Unternehmen gehen?

Wissenschaftliche Ergebnisse aber auch Beispiele aus der Praxis zeigen, dass eine Kombination aus inkrementellen und radikalen Innovationen die besten Erfolgsaussichten schaffen. Konzentriert sich ein Unternehmen nur auf inkrementelle Innovationen (Prozess- und Produkterweiterungen mit geringem Risiko) erhöht sich die Gefahr, dass das Unternehmen zu stark die bisherigen Kompetenzen stärkt. Wettbewerber mit neuen Innovationen können dadurch schnell Marktanteile gewinnen und risikoärmere Unternehmen aus dem Markt verdrängen.

Unternehmen erkennen die Vorteile von Innovationen, tun sich aber schwer damit, eine Innovationskultur aufrechtzuerhalten, die beständig Innovationen hervorbringt, die ihre Pipeline in Schwung halten und ihr Ergebnis in die richtige Richtung lenken. Fokussiert jedoch ein Unternehmen nur radikale Innovationen erhöht sich die Gefahr, dass die neuen Entwicklungen keine Marktreife erlangen, wodurch hohe Investitionskosten einem geringen Umsatz gegenüberstehen.

Eine Kombination aus diesen Methoden erhöht die Sicherheit, dass einerseits das Unternehmen nicht veraltet, andererseits erweitert das Unternehmen sein Portfolio mit neuen Kompetenzen, Produkten und Dienstleistungen. Die Innovationsmöglichkeiten werden erhöht, neue Ideen werden kreiert aber gleichzeitig marktreif weiterentwickelt. Dieses fördert das langfristige Unternehmenswachstum.



Innovationsfähigkeit von Unternehmen

Aus der Definition von Innovationen kann abgeleitet werden, dass die Innovationsfähigkeit in Abhängigkeit mit der Innovationsstrategie steht. Jedoch fehlt vielen Unternehmen dieser schriftliche Ansatz. Eine schriftliche Definition einer Innovationsstrategie legt den Grundsatz für die strategische Ausrichtung des

Unternehmens. Mitarbeiter und deren Verhalten können sich an dieser Ausrichtung orientieren und ein Unternehmen macht den ersten Schritt zu einem innovativen Klima bzw. einer innovativen Kultur. Weitere Treiber von Innovationen sind Beziehungen, Wettbewerb, Kundenerfahrungen, Kommunikation und besonders die mitarbeiterbezogenen Kompetenzen und Fähigkeiten. Die Kreierung und Einführung von Innovationen ist mit vielen Faktoren verbunden und Unternehmen müssen eine Balance finden, um mit der richtigen Strategie die Unternehmensperformance langfristig zu erhöhen.