

2.2 Innovationsgegenstände



Eine Innovation kann sich auf ein Produkt, einen Prozess oder soziale Aspekte beziehen.

Eine Produktinnovation (auch Leistungsinnovationen genannt) bezieht sich auf die Entwicklung oder Überarbeitung eines bestehenden Produkts oder einer Dienstleistung.

Beispiel „Schoko AG“ – Produktinnovation

Eine Produktinnovation war rückblickend die Veränderung der Grösse der Schokolade. So wurden vor längerer Zeit neben normalen Tafelgrößen (100g) auch kleine Schokoladen-Täfelchen (zum Kaffee) eingeführt.

Eine echte Innovation für die Zukunft wäre eine Schokolade mit einem deutlich tieferen Fettgehalt bei gleichem Geschmack. Dies erfordert jedoch eine neue Technologie, da eine gewisse Fettmenge notwendig ist, damit die Schokoladenmasse verformbar bleibt.



Abb. 289

Prozessinnovationen beziehen sich auf die Neugestaltung von Geschäftsprozessen.

Mit der Neugestaltung von Geschäftsprozessen¹ sollen

- einerseits die Produktionskosten und die Produktionszeit durch effizientere betriebliche Abläufe gesenkt und/oder
- andererseits eine Qualitätssteigerung erzielt werden.

¹ Neugestaltung von Geschäftsprozessen: auch Business Process Re-engineering genannt

Beispiel „Schoko AG“ – Prozessinnovation

Das One-Shot-Verfahren ist eine Prozessinnovation in der Schokoladenindustrie. Hierdurch können Schokoladenkugeln mit Füllung in einem anstatt in drei Schritten hergestellt werden. Das ältere Verfahren umfasste die Herstellung der Hülle, deren Auskühlung und das anschliessende Einspritzen der Füllung. Mit dem One-Shot-Verfahren kann dies nun alles in einem Schritt erfolgen. Hierdurch werden Zeit gespart (kein zwischenzeitliches Auskühlen mehr), Kosten gesenkt (keine Zwischenlagerungskosten[→]) und die Qualität gesteigert (kein Einspritzloch mehr).

→ S. 230 Kapitalbindung und Lagerunterhalt

→ Aufgabe 4

Sozialinnovationen beinhalten Erneuerungen im Bereich des Führungs- und Organisationssystems.

Beispiel „Schoko AG“ – Sozialinnovation

Die „Schoko AG“ hat ein Job-Rotationssystem[→] eingeführt, in dessen Rahmen die Mitarbeiter halbjährlich ihren Arbeitsplatz und ihre Aufgabe wechseln. Dies ermöglicht unter anderem das Kennenlernen bereichsübergreifender Zusammenhänge und die Erhöhung der Mitarbeitermotivation durch neue Herausforderungen.

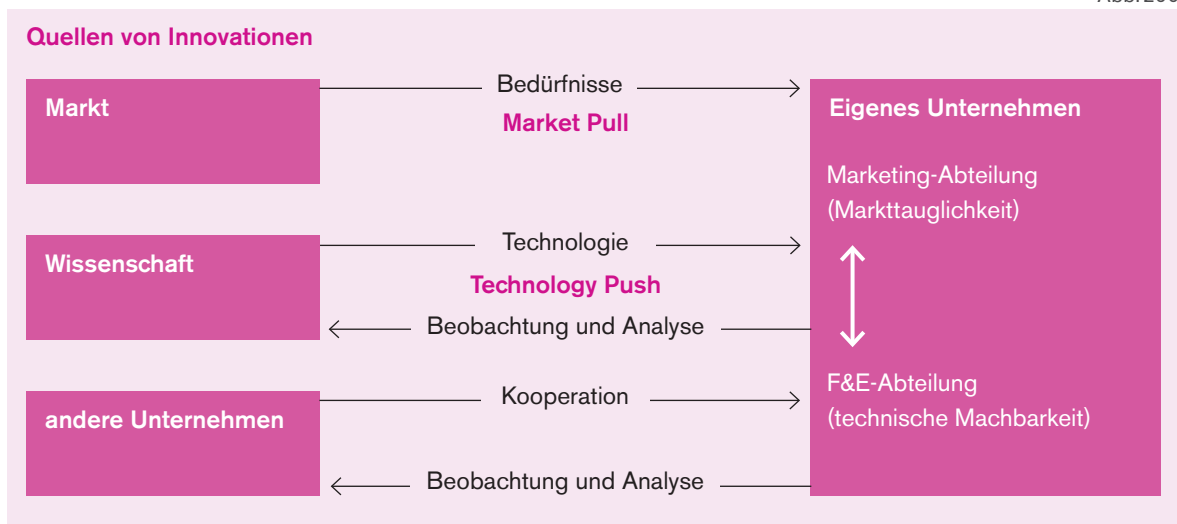
→ S. 151 Job-Rotation

2.3 Innovationsprozess

Quellen von Innovationen

Innovationen können ihren Ursprung an vier verschiedenen Quellen haben:

Abb. 290



Markt Eine marktgetriebene Innovation (**Market Pull**) hat ihren Ursprung beim Kunden bzw. bei den Kundenbedürfnissen[→]. Entweder wird ein Kundenbedürfnis durch einen Kunden oder einen Mitarbeiter mit Kundenkontakt an das Unternehmen herangetragen oder das Unternehmen bringt über Marktforschung[→] oder durch die Identifikation von Trends[→] die wichtigsten Kundenbedürfnisse in Erfahrung.

→ S. 14 Maslow'sche Bedürfnispyramide

→ S. 278 Marktforschung

→ S. 59 Wertewandel und Trends

Beispiel „Schoko AG“ – Market Pull

Über Befragungen ihrer Kunden hat die „Schoko AG“ herausgefunden, dass ihre Kundschaft liebend gerne Schokolade konsumiert, jedoch aus gesundheitlichen Gründen Schokolade mit einem deutlich geringeren Fettgehalt bei gleichem Geschmack bevorzugt (Low-Fat-Bedürfnis). Das Unternehmen entwickelt eine neue Schokolade mit 10 % weniger Fett.