

Checkliste >Innovations- und Kreativitätsmanagement<

Überarbeitung: 03/2017

Aufgabenstellung / Engpass

Durch fehlende Innovationen und mangelnde Kreativität kommen immer wieder Unternehmen unter Wettbewerbsdruck. Unsere Produkte und Dienstleistungen wurden und werden immer austauschbarer, oft imitiert und kostengünstiger angeboten. Sobald jedoch keine innovativen Produkte mehr entwickelt werden, sinken die Gewinne und das Unternehmen kentert im stürmischen Wettbewerbsklima. Von Experten liegen düstere Prophezeiungen für Innovationsmuffel vor: „Dem unterdurchschnittlich innovativen Betrieb wird es zunehmend schwerer fallen, die Kraft für die Aufholjagd aufzubringen“. Den „Abstiegskandidaten“ fehlt es häufig an Mut, in sämtlichen Unternehmensbereichen notwendige Verbesserungen durchzuführen. Innovationen werden lediglich auf dem Gebiet der Technologie betrachtet, organisatorische oder personelle Innovationen sind ein Fremdwort. Manche Produktions- und Technologieprozesse sind von der Kostenreduzierung her ausgereift, viel größere Potentiale liegen beim Produktionsfaktor Wissen, Informationsmanagement, im Vertrieb und Außendienst brach. Und noch mehr in der Unternehmenskultur ¹⁾

Lösung

Jetzt, wo der Fachkräftemangel immer deutlicher wird, ist eine starke „Arbeitgeber-Marke“ gefragt, um die besten Mitarbeiter/innen zu bekommen und zu behalten. Bauen Sie ein glücksbasiertes, innovatives und kreatives Entdeckerunternehmen auf, um auch unter globalen Wettbewerbsbedingungen überlebensfähig zu sein. Innovation und Kreativität sind auch Aufgaben eines jeden Einzelnen, dafür ist aber eine entsprechende Unternehmenskultur zu gestalten. Alle im Unternehmen müssen sensibilisiert werden, in ständigen Verbesserungen zu denken und zu handeln. Installieren Sie ein Trendmanagement im Unternehmen oder übertragen Sie diese Aufgabe Ihrem Hauptverantwortlichen für das Innovations- und Kreativitätsmanagement. Nehmen Sie als erstes eine ausführliche Selbstdiagnose vor. Sie können die Erfolgskriterien gewichten und eine Bewertung Ihres Unternehmens durchführen. Erste Gedanken und Ideen zur Verbesserung sollten sofort festgehalten werden. Am Ende sollte immer ein Aktionsplan >Eine Innovationskultur im gesamten Unternehmen aufbauen< stehen.

Nutzen

- Sie können Ihr Unternehmen mit dieser Checkliste detailliert analysieren. Dann wissen Sie, wo Sie stehen und können Verbesserungsmaßnahmen einleiten.
- Durch diese Erfolgsfaktoren erhalten Sie viele Tipps und Ideen, um erfolgreiche Produkte und Dienstleistungen zu innovieren.

1) Mehr dazu in: <http://www.humanhappiness.de/leistungen-ziele/oekonomie-des-gluecks/>

Checkliste >Innovations- und Kreativitätsmanagement<

Erfolgsfaktoren und -kriterien	Wichtig- keit	Bewertung			Was tun zur Verbesserung? ¹⁾	Wer?	Bis wann?
		trifft voll zu	teils/ teils	trifft nicht/ kaum zu			
Ist in Ihrer Unternehmensplanung und -philosophie die „Kreative Entdeckerkompanie“ Teil Ihrer Strategie?							
Wird die Innovationskultur vom Management „vorgelebt“?							
Werden die Führungskräfte regelmäßig in Mitarbeiterführung trainiert, damit sie vom „Leiter“ zum „Erfolgcoach“ ihrer Mitarbeiter werden?							
Sind alle Mitarbeiter sensibilisiert für Veränderungen und Innovationen und ist allen bewusst, dass dies die wichtigste Überlebensstrategie ist?							
Haben wir einen Hauptverantwortlichen als Kreativ- und Innovationsmanager im Unternehmen?							
Laufen dort nach einem System alle innovativen Ideen und Visionen zusammen?							
Ist allen bewusst, dass erfindungsreiche Unternehmen ihre Gewinne auf hohem Niveau gestalten können?							
Ist allen bewusst, dass Entwicklungsprozesse viel schneller ablaufen müssen?							
Sind Sie auf den weltweiten Preisverfall durch neue Innovationen vorbereitet?							
Haben Sie einen ganzheitlichen Marketingplan mit einer tiefen Wettbewerbsanalyse?							
Durchleuchten Sie das derzeitige Produktportfolio auf Wachstumspotentiale? Welche sind die „Winning Products“, welche die „Looser“?							

1) Halten Sie hier die ersten Ideen und Vorschläge fest, arbeiten Sie jedoch einen konkreten Aktionsplan - siehe Anlage - aus, damit ein hoher Umsetz-Wirkungsgrad entsteht.

Checkliste >Innovations- und Kreativitätsmanagement<

Erfolgsfaktoren und -kriterien	Wichtig- keit	Bewertung			Was tun zur Verbesserung? ¹⁾	Wer?	Bis wann?
		trifft voll zu	teils/ teils	trifft nicht/ kaum zu			
Beachten Sie die kürzer werdenden Produkt-Lebenszyklen?							
Haben Sie Produkte und Dienstleistungen, die einzigartig und unverkennbar sind?							
Sind Sie auf die weltweit fallenden Preise durch Kostensenkungsprozesse und Innovationen vorbereitet?							
Haben Sie einen Produktbeirat (Verkäufer, Entwickler, Marketingleute), der regelmäßig zusammenkommt, um über Erfahrungen der Kunden, über Wettbewerber oder neue Einsatzfelder zu sprechen, für die es bisher noch keine Lösung gibt?							
Haben Sie eine Produktstrategie formuliert und Entwicklungsprioritäten gesetzt (Mit welchen Produkten will das Unternehmen in drei Jahren wettbewerbsfähig sein?)?							
Schalten Sie Ihre Kunden/Lieferanten für Innovationen ein durch: - regelmäßige Kundenzufriedenheitsmessungen? - Aufnahme von wichtigen Kunden in einen Kundenbeirat? - Partnerentwicklung Kunden und Lieferanten?							
Betreiben Sie ein professionelles Trendmanagement und erkennen Sie rechtzeitig die Herausforderungen?							
Gibt es ein professionelles Umsetzungsmanagement für Innovationen und Ideen mit Ideen- und Kreativförderungsprozessen wie - Kreativitätszirkel - Ideen-Aus- und Bewertung - Teamarbeit und Jobrotation - interne Kommunikation aller betroffenen Stellen - Schnelle Entscheidungsprozesse - zielsicheres Projekt- und Praxistransfermanagement - Marketing-/Vertriebsmanagement zur Umsetzung im Markt - Innovations- und F&E-Controlling							

1) Halten Sie hier die ersten Ideen und Vorschläge fest, arbeiten Sie jedoch einen konkreten Aktionsplan - siehe Anlage - aus, damit ein hoher Umsetz-Wirkungsgrad entsteht.

Checkliste >Innovations- und Kreativitätsmanagement<

Erfolgsfaktoren und -kriterien	Wichtig- keit	Bewertung			Was tun zur Verbesserung? ¹⁾	Wer?	Bis wann?
		trifft voll zu	teils/ teils	trifft nicht/ kaum zu			
<p>Sind Ihre Innovationen neben Produkt- und Technologieerrungenschaften auch auf die Bereiche</p> <ul style="list-style-type: none"> - Personalentwicklung, Personalprobleme, soziale Probleme - Organisation / Verwaltung - Vertrieboptimierung / Außendienst-Know How - kundenorientierte Gesamtorganisation - Kundenbegeisterungskonzepte - Weiterbildung / lernende Organisation / Wissensmanagement - Arbeitssicherheit, Gesundheitsschutz - Arbeitsabläufe und Materialfluss - Umweltschutz - Einsparen von Energie, Material, Zeit - Digital Arbeitswelt (Industrie 4.0) usw. ausgedehnt? 							
<p>Analysieren Sie mindestens halbjährlich „Wo stehen wir als innovatives und kreatives Entdeckerunternehmen?“</p>							
<p>Fördern Sie außergewöhnliche Kreativfindungsprozesse, weil die meisten nicht direkt am Arbeitsplatz entstehen?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kreativräume - Freizeit für Ideenfindung - Innovationsseminare - Incentives - Outdoor-Trainings - Home-Offices 							
<p>Nutzen Sie alle nötigen Kooperationen und gehen Sie strategische Allianzen ein, um den Ausleseprozess zu überstehen?</p>							
<p>Haben Sie ein wirksames Vorschlagswesen, damit Ideen und Verbesserungsvorschläge gefördert, gerecht behandelt, belohnt sowie schnell bearbeitet und zielsicher umgesetzt werden?</p>							

1) Halten Sie hier die ersten Ideen und Vorschläge fest, arbeiten Sie jedoch einen konkreten Aktionsplan - siehe Anlage - aus, damit ein hoher Umsetz-Wirkungsgrad entsteht.

Checkliste >Innovations- und Kreativitätsmanagement<

Erfolgsfaktoren und -kriterien	Wichtig- keit	Bewertung			Was tun zur Verbesserung? ¹⁾	Wer?	Bis wann?
		trifft voll zu	teils/ teils	trifft nicht/ kaum zu			
Beziehen Sie den Betriebsrat bei der Gestaltung des Vorschlagswesens mit ein?							
Reagieren Sie auf Mitarbeiterideen und Verbesserungsvorschläge immer positiv?							
Prüfen Sie, ob die Innovationsfähigkeit und Innovationsbereitschaft überhaupt gegeben ist (Technische Ausrüstung, Innovationsbereitschaft und Risikobereitschaft der Manager, F & E-Manpower, Projektmanagement, Kapital, Schnelligkeit)?							
Ist die sonstige Konzeption, Planung und Ideenimplementierung bei Produktentwicklungen professionell? - Produktkonzepte (Kundenwünsche in Produkteigenschaften umsetzen) - Entwicklungsplan erstellen (vom Start bis zur Markteinführung) - Geschäftsplan und Finanzierungskonzept: Wirtschaftlichkeitsanalyse - Innovationsmarketing: Identifizierung potentieller Schlüsselkunden (Lead User) und Hauptabnehmer - Produktentwicklung / Konstruktion - Interner Know-How-Transfer: Entwicklung - Produktion - Marketing - Weitere Schritte: Prototypen, Vorfeldmarketing, Seriendokumentation, Pilot-Marketing							
Nutzen Sie die digitalen Werkzeuge zur Innovationsförderung und Wissenserweiterung?							
Sind Ihre Kundenmanager trainiert, um den Mehrwert-Kundennutzen Ihrer Innovationen glaubhaft bei Kundengesprächen zu vermitteln?							
Haben Sie entsprechende Tools, um den Kundennutzen Ihrer Innovationen zu visualisieren?							

Haben Sie eine lernende Organisation mit Motivationszirkel für lebenslanges Lernen?							
Haben Sie ein professionelles Wissensmanagement? <input type="checkbox"/> vorhandenes Wissen: Wissenslandkarte <input type="checkbox"/> Wissens- und Performancelücken heute <input type="checkbox"/> erforderliches Wissen in drei, fünf oder zehn Jahren							
Nutzen Sie auch das Know How erfahrener Unternehmensberater und Coaches, um gegen Betriebsblindheit vorzubeugen, Motivationsenergien zu steigern, Markt- und Trendanalysen durchzuführen, und einiges mehr?							
Nutzen Sie externe Erfinderkontakte und übernehmen Sie Lizenzen, wenn Innovationswert und Realisierbarkeit stimmen?							
Fördern Sie das neue Denken und nutzen Sie bessere Methoden, um das schöpferische Urpotential Ihrer Mitarbeiter besser zu nutzen?							
Kennen und nutzen Sie die unzähligen Tools zur Analyse, Strategieentwicklung, Praxistransfer usw. unserer ONLINE Bibliothek?							

1) Halten Sie hier die ersten Ideen und Vorschläge fest, arbeiten Sie jedoch einen konkreten Aktionsplan - siehe Anlage - aus, damit ein hoher Umsetz-Wirkungsgrad entsteht.

Akademie LebensGLÜCK ©

ROLAND BETZ UnternehmerBerater & GlücksBotschafter

91301 Forchheim – Fränkische Schweiz

Telefon 09191-9790300 mobil 0151-53932851

rolandbetz@hotmail.de

Ust-ID Nummer DE280873141

NEUE Homepage: www.humanhappiness.de

Mitunterzeichner von:

www.aufruf-zum-leben.de

