

MITARBEITERIDEEN GEWINNEN UND ERFOLGREICH UMSETZEN

Leitfaden für innovatives Ideenmanagement



Mitarbeiterideen gewinnen und erfolgreich umsetzen

Leitfaden für innovatives Ideenmanagement

Wie Unternehmen von Ideen ihrer Mitarbeiter/-innen profitieren

1

Wie entstehen Ideen? Interview mit Innolytics®-Gründer Dr. Jens-Uwe Meyer

3

Case Study 2: Strenger Bauen und Wohnen – durch Ideen von Mitarbeiter/-innen die Spitzenposition verteidigen

5

Innolytics® Ideas – entstanden aus der Erfahrung von über 300 Projekten

7

2

Die Ideenlos GmbH und die Ideenreich AG – zwei Unternehmen im Vergleich

4

Case Study 1: GlaxoSmithKline – Mitarbeiter/-innen entwickeln Ideen für innovative Zahnbürsten

6

Case Study 3: LV1871 – Die digitale Transformation durch Ideen von Mitarbeiter/-innen gestalten

1

Wie Unternehmen von Ideen ihrer Mitarbeiter/-innen profitieren

Denken Sie einmal darüber nach, wie häufig Sie in Ihrem Team, Ihrer Abteilung oder Ihrem Unternehmen neue Ideen benötigen. Und wie oft Sie Chancen vergeben, weil die passende Idee zum richtigen Zeitpunkt fehlt:



Sie können einen Kunden nicht von Ihrem Angebot überzeugen. Geben Sie auf, ist der Kunde verloren.

Was Sie brauchen, ist eine überzeugende Idee.



Sie stellen fest, dass Arbeitsabläufe zu kompliziert sind. Akzeptieren Sie es, bleiben Sie ineffizient. Was Ihnen fehlt:

Eine Idee, um das Komplizierte einfach zu machen.



Ihre Kunden fordern von Ihnen eine höhere Qualität bei sinkenden Kosten. Ein Widerspruch.

Solange, bis Sie neue Ideen entwickeln.



Ihr Service möchte Kunden nicht nur zufriedenstellen, sondern auf Dauer gewinnen. Mit dem alten Trott fällt das schwer.

Mit Ideen begeistern Sie.



Die Wirkung Ihres Marketings lässt nach. Sie können den Werbedruck mit viel Geld erhöhen. Oder sich das Geld sparen.

Was Sie dazu brauchen: Ideen.



Ideen sind der Treibstoff für innovative Unternehmen!

Ideen sind die Schlüssel zu Wettbewerbsvorteilen. Die Grundlage für Ihren Erfolg. In diesem Whitepaper möchten wir mit Ihnen die Erfahrungen aus mehr als 300 Kundenprojekten – gestützt durch wissenschaftliche Forschungsergebnisse – teilen. Und wir möchten Ihnen aufzeigen, wie innovative Ideenmanagement-Software Ihr Unternehmen dabei unterstützt, das kreative Potenzial Ihrer Mitarbeiter besser als bisher zu nutzen.

2

Die Ideenlos GmbH und die Ideenreich AG – zwei Unternehmen im Vergleich

Morgens um 9 Uhr in der Ideenlos GmbH

Wie jeden Morgen fährt Kathrin Kummer ihren Rechner hoch. Ihr Mailfach quillt über. 15 interne Mails, bei denen sie in CC gesetzt wurde, und 10, bei denen sie sich denkt: „Warum ist der Text so lang? Und warum steht erst am Ende, was es für mich zu tun gibt?“

Um 9:15 Uhr klingelt das Telefon: Ein Kunde hat eine Frage zum *Ideenlos 3P*, dem neuen Produkt des Unternehmens. Kathrin Kummer versucht zu helfen. Geduldig erklärt sie dem Kunden, wie die Gebrauchsanweisung richtig zu lesen ist. Dabei fällt ihr auf, dass es an mehreren Stellen Missverständnisse gibt und die Anleitung Kunden eher verwirrt als hilft. Und sie erinnert sich: Vergangene Woche gab es mindestens fünf ähnliche Anrufe, deren Bearbeitung viel Zeit gekostet hat.

Es ist 9:30 Uhr, als ein Kollege ihr eine Mail schickt: ein Excel-Dokument, in das sie die Zahlen aus dem vergangenen Monat eintragen soll. „Was soll das?“, denkt



Kathrin, „ich habe diese Zahlen in den letzten drei Tagen mindestens viermal in irgendein Dokument getippt.“

10 Uhr. Besprechung. Kathrin Kummer schlägt drei Ideen vor: „Lasst uns ein internes E-Mail-Format entwickeln, bei dem die wichtigsten To-dos für jeden erkennbar vorne stehen. Außerdem sollten wir die Gebrauchsanleitungen optimieren, Kunden kommen mit ihnen nicht zurecht. Und ich würde vorschlagen, dass wir eine zentrale Ablage für Schlüsseldaten einrichten, damit sie nicht mühsam mit der Hand eingegeben werden müssen.“

„Kathrin, du bist zu negativ“, sagt ihre Vorgesetzte. „Es läuft doch. Wir haben ganz andere Sorgen: Absatzprobleme, wir müssen uns voll darauf konzentrieren.“ Ein Kollege stimmt zu: „Wir kümmern uns um solche Dinge, wenn wir im operativen Geschäft Fortschritte gemacht haben.“ Am Ende des Meetings ist Kathrins Aufgabenliste voll. Ideen? Keine Zeit.

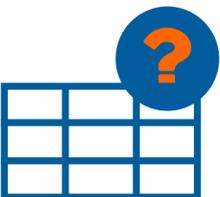
Morgens um 9 Uhr in der Ideenreich AG

Auch Karl Kreativ bekommt viele Mails. 30 sind es heute morgen. Er braucht fünf Minuten, um sie zu bearbeiten. „Seitdem wir die neuen Kommunikationsregeln entwickelt haben, schaffe ich doppelt so viele Mails wie früher“, denkt er sich. Es ist vier Monate her, dass er seinen Vorschlag in die unternehmensinterne Ideenplattform eingegeben hat. Er war überwältigt vom Feedback. Aus allen Bereichen – von Mitarbeitern/-innen aus der Produktion bis hin zur Geschäftsleitung – haben Kollegen und Kolleginnen seinem Vorschlag fünf Sterne gegeben. Seitdem beginnen alle Mails mit drei Zeilen Zusammenfassung und einer Erwähnung der Aufgaben für die Empfänger.

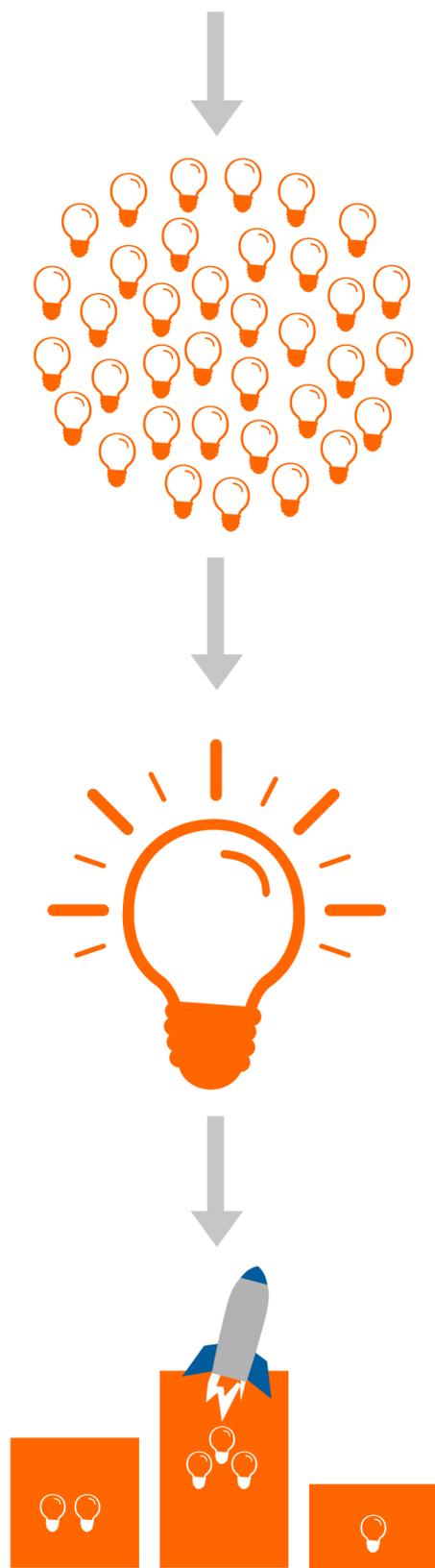
Karl Kreativ wirft einen Blick in die Kundencommunity der Ideenreich AG. Zwei Anfragen zu neuen Produkten gab es heute Morgen. Eine wurde bereits vom Kundendienst beantwortet. Die Kollegin war gerade in der Straßenbahn und schrieb ihren Kommentar vom

Smartphone aus. „Früher haben wir unseren Kunden ewig in der Warteschlange gehalten, um nach dem richtigen Ansprechpartner zu suchen“, denkt Karl. „Heute antworten wir in Minuten. Und die Anfragen sind um mehr als die Hälfte zurückgegangen, seitdem Kunden alle Antworten auf Fragen online finden.“ Als die Idee der Kundencommunity vor einem Jahr erstmals auf der Ideenplattform geäußert wurde, gab es viele Fragen. Heute ist sie ein Erfolg.

Das Meeting beginnt heute morgen um 9:15 Uhr. „Da schaffe ich es noch schnell, die Zahlen für das Reporting zusammenzutragen.“ Ein Klick im Intranet und schon sind die relevanten Informationen in sein Excel-Dokument übertragen. „Kaum vorstellbar, dass meine Kollegen und Kolleginnen früher mehrere Stunden dafür aufgebracht haben, die Zahlen händisch zu übertragen ...“



Kleine Ideen – große Wirkung



Die Ideenreich AG hat es geschafft, die vielen scheinbar kleinen Ideen ihrer Mitarbeiter/-innen effektiv zu sammeln, zu diskutieren und ihnen zum Erfolg zu verhelfen. Dieser Fokus – nicht nur auf die großen Durchbruchsideen zu warten, sondern die Ideen ihrer Mitarbeiter zu nutzen – ist das Geheimnis der Innovation Leader.

Das iPhone war nicht eine einzige Idee – sondern eine gelungene Kombination aus hunderten, wenn nicht tausenden kleiner Ideen: Die Entwicklung der Software, die Kombination unterschiedlicher Technologien, das Design, die Marketingstrategie und der Produktionsprozess – alles zusammengesetzt aus genialen Geistesblitzen der Entwickler.

Was macht Tesla aus? Was macht Amazon erfolgreich? Und was ist das Geheimnis der erfolgreichsten Innovation Leader? Innolytics®-Gründer Dr. Jens-Uwe Meyer hat es im Rahmen seiner wissenschaftlichen Arbeit untersucht. Neben den großen Visionen ihrer Gründer ist es die Fähigkeit, Mitarbeiter/-innen zum Mitdenken zu motivieren. Und ihre Ideen für das Unternehmen zu nutzen.



3 Wie entstehen Ideen?

Interview mit
Innolytics®-Gründer
Dr. Jens-Uwe Meyer

Innolytics-Gründer Dr. Jens-Uwe Meyer hat sich in sechs Jahren wissenschaftlicher Forschung mit einer für Unternehmen entscheidenden Frage auseinandergesetzt: Wie entstehen Ideen in Unternehmen? Und wie werden sie erfolgreich umgesetzt? Wir haben seinen Interviewaussagen Zitate seiner wissenschaftlichen Forschung über die Innovationsfähigkeit von Unternehmen gegenübergestellt.

Dr. Meyer, kann ein Unternehmen überhaupt kreativ sein?

Dr. Jens-Uwe Meyer: Selbstverständlich. Ich habe in den vergangenen Jahren zahlreiche Unternehmen kennengelernt, in denen ständig Ideen entstehen. Man spürt das bereits, wenn man in diese Unternehmen hineinkommt. Dort herrscht eine andere Atmosphäre. Ideen werden bereitwillig aufgenommen und diskutiert. Die Mitarbeiter/-innen haben erkennbar Spaß daran, Neues zu entwickeln und voranzutreiben.

Braucht man dazu unbedingt eine Software?

Dr. Jens-Uwe Meyer: Eine Software ist zunächst einmal ein Werkzeug. Sie unterstützt das, was die Unternehmensleitung erreichen möchte und wofür sie sich einsetzt. So gesehen ist es wichtig zu betonen: Ohne dass das Unternehmen neue Ideen wirklich möchte und sich das Management dafür einsetzt, passiert wenig. Doch wenn ein Unternehmen das kreative Potenzial der Mitarbeiter/-innen nutzen möchte, ist eine gute Software beinahe unerlässlich. Niemand würde auf die Idee kommen, einem Handwerker keinen Hammer zu geben oder einem Programmierer den Computer wegzunehmen. So ist es auch mit einer Ideenmanagement-Software: Sie ist das Werkzeug, das es Mitarbeiter/-innen im Unternehmen erlaubt, zur kreativen Höchstleistung aufzulaufen.

Es gibt seit Jahren Ideenmanagement-Software, die von der Ideeneingabe bis hin zur Prämierung einen klaren Prozess vorsieht. Was halten Sie von diesen Ansätzen?



Dr. Jens-Uwe Meyer

Dr. Jens-Uwe Meyer: Diese Ansätze stammen aus einer anderen Zeit. Klassische Ideenmanagement-Prozesse sind während der Industrialisierung Ende des 19. Jahrhunderts entwickelt worden. Damals füllten Mitarbeiter Ideenzettel aus, die sie in einen Briefkasten warfen. Dann wurden diese Ideen nacheinander von unterschiedlichen Fachkräften beurteilt. Und schließlich wurde eine Prämie ausgezahlt. Ideenmanagement-Software der ersten Generation bildete genau diesen Prozess ab, auf Basis der technologischen Möglichkeiten damals. Doch das hat wenig damit zu tun, wie Ideen entstehen. Heute sind solche Ansätze überholt.

Was ist das Problem mit dem klassischen Ideenmanagement?

Dr. Jens-Uwe Meyer: Ich habe an vielen Kongressen teilgenommen, auf denen die klassischen Instrumente des betrieblichen Vorschlagswesens vorgestellt und diskutiert wurden. Die Ideenmanager/-innen waren mit den starren Abläufen unzufrieden: Ideengeber warten zum Teil mehrere Monate, bevor sie eine Reaktion erhalten. Das ist in Zeiten von Facebook und Co. einfach nicht mehr zeitgemäß.

„Kreativität wird in besonderem Maße gefördert, wenn Mitarbeiter/-innen ein Umfeld mit einer hohen Wahrscheinlichkeit, anderen positiven Ideen zu begegnen, erleben.“

Dr. Jens-Uwe Meyer,
Die Innovationsfähigkeit von Unternehmen

Sie haben auf Basis Ihrer wissenschaftlichen Forschung und zahlreichen Praxisprojekten Innolytics® Ideas entwickelt. Was machen Sie anders?

Dr. Jens-Uwe Meyer: Innolytics® Ideas ist ein softwaregestütztes Ideenmanagement-Konzept, das mit den langsamen bürokratischen Systemen der Vergangenheit radikal bricht. Wir setzen auf wissenschaftlich fundierte Prinzipien der Motivationspsychologie und der Kreativitätsforschung. Ideen entstehen nicht, wenn Sie Mitarbeiter dazu zwingen, ein Eingabeformular auszufüllen. Ideen

„Systeme müssen die Eigenart kreativer Denkprozesse unterstützen und Arbeitsabläufe entsprechend organisieren.“

Dr. Jens-Uwe Meyer,
Die Innovationsfähigkeit von Unternehmen

formen sich langsam. Es ist ein Prozess, der mit Fragestellungen beginnt, der vor- und zurückgeht und bei dem Austausch eine ganz wichtige Rolle spielt.

Viele Unternehmen belohnen Ideen, die angenommen und umgesetzt wurden. Ist das ein Fehler?

Dr. Jens-Uwe Meyer: Natürlich gilt: Erfolge gehören gefeiert. Keine Frage. Das Problem ist, dass sich Unternehmen häufig nur auf die Erfolge konzentrieren.

Das widerspricht der gesamten wissenschaftlichen Forschung darüber, wie Ideen entstehen. Der normale Prozess ist folgender: Ich stelle Ihnen eine Frage, die für Sie neu ist. Sie haben daraufhin einen Einfall, der jedoch noch nicht das Ziel trifft. Jemand anders nimmt diese Idee auf und setzt sie erfolgreich um. Wer ist jetzt Vater bzw. Mutter der Idee? Ideengenerierung ist Teamsport – genau wie Fußball: Wenn ein Trainer ausschließlich den Torschützen belohnt, aber vergisst, dass dieser ohne die Mannschaft keine einzige

Torchance hätte, wird eine Mannschaft niemals erfolgreich.

Inwieweit unterstützt Innolytics Ideas® den Aufbau einer Innovationskultur in Unternehmen?

Dr. Jens-Uwe Meyer: Wir haben bei der Entwicklung von Innolytics® Ideas alle Ergebnisse meiner wissenschaftlichen Forschung berücksichtigt. Die Möglichkeit, über Abteilungs- und sogar Ländergrenzen hinweg zu kommunizieren und auf einer Plattform Gleichgesinnte zu treffen – also ein informelles Netzwerk ins Leben zu rufen –, ist von enormer Bedeutung. Weitere wichtige Punkte: Unternehmen brauchen an irgendeiner Stelle die Möglichkeit, Inspirationen ins Unternehmen hineinzutragen und darüber zu diskutieren. Wenn ein Mitarbeiter oder eine Mitarbeiterin heute auf einer Messe eine bahnbrechende Idee sieht und sie teilen möchte, wo geschieht das? Wenn jemand von einem Kunden einen Tipp zum Nachdenken bekommt, wo kann man das über Abteilungsgrenzen hinweg diskutieren? Unternehmen, die keine Ideenplattform haben, verschenken jeden Tag Chancen.

„Ein Anreizsystem, das das Ziel hat, kreatives Denken und Handeln zu incentivieren, muss offensichtlich anders aufgebaut werden als eines, das in erster Linie die Belohnung operativer Erfolge zum Ziel hat.“

Dr. Jens-Uwe Meyer,
Die Innovationsfähigkeit von Unternehmen

DAS BUCH ZUM THEMA



**Dr. Jens-Uwe Meyer –
Die Innovationsfähigkeit
von Unternehmen**

Business Village 2015

Die wissenschaftliche Basis
von Innolytics® Ideas

4 Fallstudie GlaxoSmithKline

Mitarbeiter entwickeln die nächste Generation von Dr. Best Zahnbürsten

Dr. Best gehört zu den bekanntesten Marken im Bereich der Konsumgüterindustrie. Das typische Kennzeichen, die biegsame Welle über dem Bürstenkopf, ist ein unverkennbares Produktmerkmal, das Konsumenten automatisch Dr. Best zuordnen. Kann man eine solche Zahnbürste wirklich noch besser machen? Man kann. Mitarbeiter von Dr. Best bewiesen es in einem Ideenwettbewerb, der innerhalb des Unternehmens mit Innolytics® Ideas durchgeführt wurde.



Die Planung

Gemeinsam mit den Verantwortlichen im Unternehmen sowie der Kommunikationsagentur von GlaxoSmithKline wurden die Ziele der Kampagne sowie Botschaften für die interne Kommunikation entwickelt. Für die Kampagne entschied sich das Unternehmen für ein einfaches Innolytics® Ideas Template: Eine Titelseite, auf der die Aufgabenstellung kurz beschrieben wird – mit einem Assistenten, der die direkte Eingabe von Ideen ermöglicht. Für die Ideenkampagne wurden mehrere Themenfelder definiert: Ideen für neue Funktionen, Ideen für innovatives Design und Ideen für Accessoires.



Die Durchführung

Der Wettbewerb wurde im Intranet des Unternehmens, über E-Mails und über Direktansprache kommuniziert. Mitarbeiter/-innen konnten sich auf freiwilliger Basis beteiligen. Durch das Prinzip der Freiwilligkeit nahmen nur diejenigen teil, die Ideen hatten und vom Projekt begeistert waren.

Durch den besonders einfachen Registrierungsprozess von Innolytics® Ideas wurde eine wichtige Hürde zum Mitmachen gesenkt: Die Anmeldung von Teilnehmern/-innen erfolgte erst nach der Eingabe einer Idee. Im Hintergrund stellte die Software sicher, dass sich nur Mitarbeiter/-innen von GlaxoSmithKline und der betreuenden Agenturen anmelden konnten.

Das Ergebnis

Mehr als 90 Ideen und Vorschläge innerhalb weniger Wochen. Die besten Konzepte flossen unmittelbar in den Prozess der Produktentwicklung ein.



„Innolytics® Ideas ist ein supereinfaches Tool. Unseren Mitarbeiter/-innen hat es wirklich Spaß gemacht, Ideen zu entwickeln. Das Ergebnis hat uns überwältigt.“

Wolf Dieter Müller, GlaxoSmithKline

5 Fallstudie Strenger Gruppe

Mit Innolytics® Ideas an der Spitze der Branche bleiben

Wer denkt, die Baubranche sei nicht innovativ, kennt die Strenger Gruppe nicht. Das Unternehmen mit Sitz in Ludwigsburg hat zwei Linien: hochwertige Designwohnhäuser der Marke Strenger Bauen und Wohnen sowie Reihenhäuser der Marke Baustolz, die bis zu 20 Prozent unter dem Marktpreis liegen – und das bei höchsten Qualitätsansprüchen. Um an der Spitze der Branche zu bleiben, benötigt das Unternehmen laufend Ideen: für Prozessoptimierungen, neue Designstandards und innovative Ansätze in der Kundenbetreuung.



Innovation als Kernkompetenz von Strenger

In einem mehrmonatigen Prozess mit der Innolytics GmbH wurden die Voraussetzungen geschaffen, um Mitarbeiterideen zu sammeln. Und um sie zielgerichtet zu neuen Produkten und Prozessen weiterzuentwickeln. Im Prozess wurden Ziele für das Ideen- und Innovationsmanagement definiert und verschiedene für das Unternehmen wichtige Ideenkategorien entwickelt. Wichtige Bestandteile des Prozesses waren die Entwicklung interner Abstimmungsprozesse, Kriterien für die Auswahl der Ideen und die Schaffung der Grundlagen eines Incentive-Systems.



Strenger Innovation Award

Mit einem jährlichen Ideen- und Innovationswettbewerb fördert das Unternehmen Ideen von Mitarbeitern/-innen. Von der Geschäftsleitung werden die strategischen Ziele vorgegeben, die über den unternehmensinternen Blog sowie Mailings kommuniziert werden. Mitarbeiter haben mehrere Wochen Zeit, Ideen zu den Themen zu entwickeln, die das Unternehmen strategisch voranbringen. Beim Strenger Innovation Award werden die besten Mitarbeiterideen und Innovationen mit Geld- und Sachpreisen prämiert.



6 Fallstudie LV 1871

Die digitale Transformation durch Ideen von Mitarbeiter/-innen gestalten

Die Versicherungsbranche steht vor einer großen Herausforderung: Die Digitalisierung macht die Entwicklung neuer Abläufe, Dienstleistungen und Geschäftsmodelle notwendig. Die LV 1871 ist Spezialist für innovative Berufsunfähigkeits-, Lebens- und Rentenversicherungen. Das Unternehmen hat mehr als 450 Mitarbeiter und knapp 9.500 Geschäftspartner. Anfang 2016 entschloss sich das Vorstandsteam des Unternehmens, Mitarbeiter/-innen und Führungskräfte in den Veränderungsprozess der Branche mit einzubeziehen. Seit Sommer 2016 setzt das Unternehmen auf die Ideenmanagement-Plattform der Innolytics GmbH.



Setup von Innolytics® Ideas

Im Sommer 2016 wurden die Schnittstellen zwischen Innolytics® Ideas und den bestehenden IT-Systemen der LV 1871 geschaffen. Jeden Morgen findet ein Nutzerdaten-Abgleich zwischen den Systemen statt. Zudem wurde ein Single Sign-on realisiert: Nutzer, die im Intranet der LV 1871 angemeldet sind, sind automatisch bei Innolytics® Ideas angemeldet. Das automatische Login sorgt für geringe Barrieren bei der Teilnahme am Ideenmanagement. Mit der Einführung von Innolytics® Ideas wurde das Ideen- und Innovationsmanagement der LV 1871 beauftragt. Die zuständigen Mitarbeiter/-innen wurden von der Innolytics GmbH in die Funktionen eingewiesen und betreuen seitdem die Plattform.



Das Ergebnis

Die Plattform wurde von den Mitarbeitern/-innen der LV 1871 sehr gut angenommen. Regelmäßig erhält das Topmanagement Vorschläge für neue Produkte, Services und Geschäftsmodelle, Prozessverbesserungen und Produktoptimierungen. Durch die Einführung von Innolytics® Ideas wurden zudem Mitarbeiter/-innen unterschiedlicher Bereiche miteinander vernetzt. Es entstanden interne Innovationsnetzwerke – Mitarbeiter/-innen, die sich fachbereichsübergreifend mit dem Thema Innovation auseinandersetzen.



„Wir sind begeistert, wie viele Ideen in den Köpfen unserer Mitarbeiter stecken. Die Vorschläge, die wir erhalten, sind durchdacht, fundiert und zukunftsweisend.“

Thomas Krüer, LV 1871

7 Innolytics® Ideas

Entwickelt aus der Erfahrung von über 300 Workshops & Projekten

Seit 2006 haben wir mehr als 300 Ideenfindungs- und Innovationsprojekte durchgeführt. Von der Entwicklung innovativer Produkte bis hin zur Konzeption komplexer digitaler neuer Geschäftsmodelle. Unsere Methoden und Expertisen sind in einer Reihe von Büchern erschienen, u. a. „Das EDISON-Prinzip“ und „Genial ist kein Zufall“. In dieser Zeit haben wir mit den unterschiedlichsten Ideen- und Innovationsmanagementsystemen zu tun gehabt. Eine Reihe unserer Kunden setzte auf Software, die den klassischen Ideenmanagement- und KVP-Prozess abbildete: ein klarer strukturierter Prozess von der Ideeneingabe über die Begutachtung bis hin zur Genehmigung. Andere – vor allem im Innovationsmanagement – nutzten komplexe Prozesse wie den Stage-Gate-Prozess.

Der Weg zu Innolytics® Ideas

In vielen Unternehmen haben wir durch unsere Arbeit die wachsende Unzufriedenheit des Managements mit den bestehenden Tools bemerkt. Klassische Ideen- und Innovationsmanagementsysteme beginnen, wenn eine Idee bereits fertig formuliert ist. Das bedeutet: Der Einreicher oder die Einreicherin einer Idee muss bereits eine sehr konkrete Vorstellung davon haben, wie eine Idee aussieht und wie sie später umzusetzen ist. Genau dies ist jedoch häufig nicht der Fall.

In allen Workshops und Ideenfindungsprozessen, die wir durchgeführt haben, standen Fragen und Diskussionen zu Beginn. Jeder Idee geht eine Phase der Erkenntnis voraus, in der das Problem genau definiert und diskutiert wird. Kollegen und Kolleginnen aus anderen Bereichen bringen andere Aspekte und neue Perspektiven in die Problemanalyse mit ein. Inspirationen – also anregende Beispiele aus anderen Unternehmen und Branchen – regen den Ideenfluss an. Und wenn eine Idee einmal eingegeben wurde, verändert sie sich noch.



Klassische Ideen- und Innovationsmanagementsysteme



Der Ansatz von Innolytics® Ideas

Im klassischen Ideen- und Innovationsmanagement werden Barrieren häufig als Hindernisse angesehen, die einer Umsetzung im Weg stehen. In Innolytics® Ideas arbeiten Teams mit unterschiedlichen Sichtweisen und Perspektiven daran, Wege zu finden, um diese Barrieren zu überwinden.



Bücher von Innolytics® Geschäftsführer Dr. Jens-Uwe Meyer

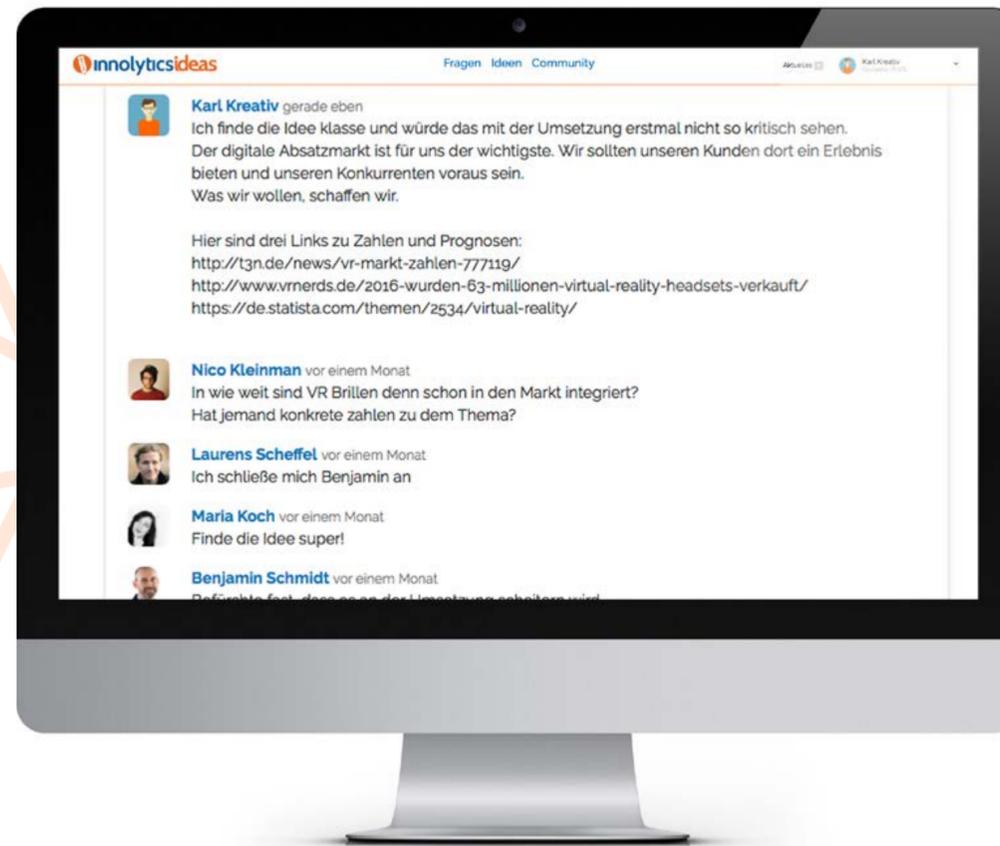
Die Erfahrung aus über zweihundert Ideenfindungsworkshops und -prozessen war die Grundlage zur Entwicklung von Innolytics® Ideas. Der Prozess beginnt mit der Diskussion wichtiger Fragestellungen. Die Auswirkungen neuer Trends und Technologien werden debattiert, Ergebnisse von Marktforschungsergebnissen analysiert und Kundenprobleme erörtert – Innolytics® Ideas bietet den perfekten Raum für diese Art von Diskussionen.

Mitarbeiter/-innen an der Kundenhotline registrieren, dass bei der Nutzung bestimmter Produkte Kunden immer wieder die gleichen Probleme haben. Mitarbeiter/-innen der Kundenhotline beginnen eine Diskussion. Technik, Marketing und Vertrieb bringen ihre Sichtweise ein.

Die Folge: Qualitätsprobleme werden schneller erkannt, innovative Lösungen schneller gefunden.

Mitarbeiter/-innen in der Produktion regen an, bestimmte Prozesse zu beschleunigen – mit dem Ziel, die Produktion zu beschleunigen. Mitarbeiter/-innen aus dem Vertrieb greifen diese Idee auf. Denn gerade haben sich Kunden wegen der langen Lieferzeiten beschwert.

Die Folge: Das Management erhält wertvolle Impulse bei der Priorisierung von Maßnahmen.



Mitarbeiter/-innen aus der Verwaltung diskutieren die Frage, warum die Rechnungsstellung so lange dauert. Mitarbeiter/-innen aus der Finanzabteilung greifen die Diskussion auf, denn sie stellen fest, dass durch die späte Rechnungsstellung Probleme im Cashflow existieren.

Die Folge: Durch die Vernetzung der Expertise von Mitarbeiter/-innen verschiedener Abteilungen können schnell und unkompliziert innovative Lösungen gefunden werden.

Die innovativen Funktionen von Innolytics® Ideas

Bei der Entwicklung von Innolytics® Ideas haben wir die Anforderungen von Unternehmen im Hinterkopf gehabt, die schnell auf sich verändernde Märkte reagieren müssen. Wir haben ein Tool geschaffen, das der Logik sozialer Netzwerke folgt. Das es möglich macht, unterschiedlichste Initiativen gleichzeitig zu verfolgen. Das Mitarbeiter/-innen aus allen Bereichen dazu motiviert, sich nachhaltig für das Ideen- und Innovationsmanagement einzusetzen. Und das auf die Anforderungen des mobilen Internets ausgerichtet ist. Mit Stolz bezeichnen wir heute Innolytics® Ideas als Ideenmanagementsoftware der nächsten Generation.



Ideenblog



Ideen eingeben, zu Konzepten weiterentwickeln und bewerten



Incentive-System



Umfangreiche Moderatorenfunktionen



Optimierung für das mobile Internet



Management von Kampagnen



Nutzerprofile und -verwaltung



Übersichtliche, einfache Plattformverwaltung





Ideenblog

In einer Wirtschaft, die zunehmend von Veränderungen wie der Digitalisierung getrieben wird, ist der Ideenblog die schnellste Form, Wissen über neue Entwicklungen ins Unternehmen zu tragen.

Auf einer Messe haben Sie eine neue interessante Technologie entdeckt. Sie nehmen auf Ihrem Smartphone ein Video auf, laden dieses hoch und schon können sich Mitarbeiter/-innen auf der gesamten Welt dieses Video ansehen. Die Inspiration, also der Impuls aus anderen Bereichen und Branchen, gestattet es ihnen, über den Tellerrand hinauszudenken.

Warum haben wir dieses zentrale Feature implementiert? Innolytics® Geschäftsführer Dr. Jens-Uwe Meyer hat in seiner wissenschaftlichen Forschung über die Innovationsfähigkeit von Unternehmen zahlreiche Studien analysiert, die klar aufzeigen, wie wichtig externe Impulse für die Innovationskultur sind. Neue Ideen entstehen durch die Konfrontation mit neuen Impulsen. Im Ideenblog können Mitarbeiter solche Anregungen eingeben, lesen und diskutieren.



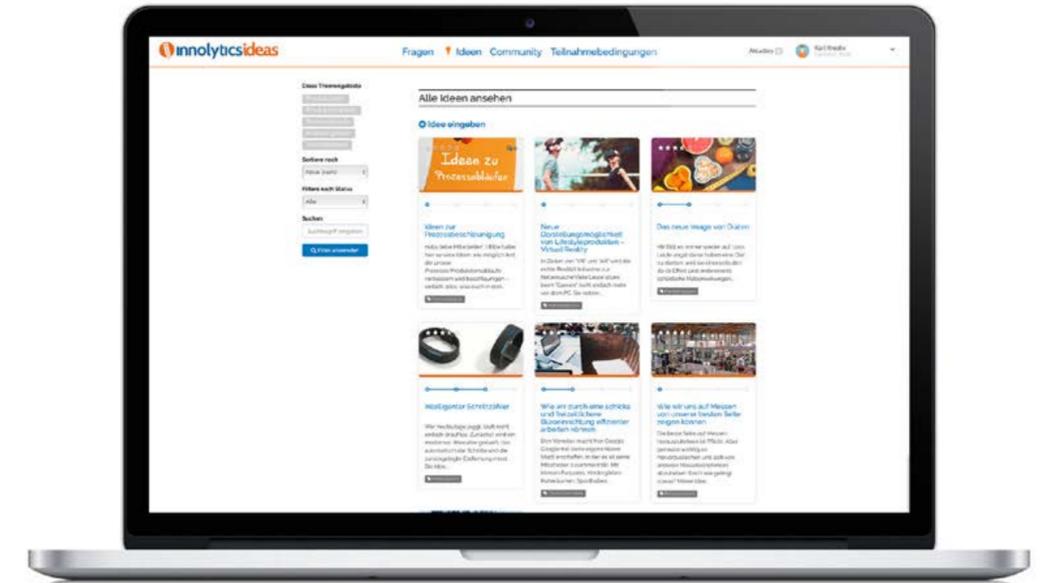
Ideen eingeben, zu Konzepten weiterentwickeln und bewerten

In unserer langjährigen Tätigkeit haben wir immer wieder eines festgestellt: Ideen, die auf Karteikärtchen oder in Stichpunkten festgehalten werden, sind ein guter Start. Doch das genügt nicht. Bei der Konzeption von Innolytics® Ideas haben wir deshalb besonders viel Wert auf die Funktionen gelegt, die sich in unseren Workshops und Prozessen als die wichtigsten herauskristallisiert haben.

- **Ideen müssen bildhaft und plakativ dargestellt werden.** Nutzer von Innolytics® Ideas haben die Möglichkeit, Bildergalerien oder sogar Videos zusammen mit ihren Ideen hochzuladen. Auch Dateianhänge können hochgeladen werden.
- **Von der Idee zum Konzept: Qualitativ hochwertige Ideen entstehen, wenn sie systematisch zu Konzepten weiterentwickelt werden.** Bei Innolytics® Ideas haben Sie die Möglichkeit, Leitfragen für Teilnehmer/-innen zu definieren. Beispielsweise: „Welchen konkreten Nutzen hat die Idee?“, oder: „Welche Hürden könnten einer erfolgreichen Umsetzung im Weg stehen?“

- **Bewertung von Ideen und Konzepten.** In fast allen Workshops und Ideenfindungsprozessen, die wir durchgeführt haben, sind wir auf folgendes Phänomen gestoßen: Zunächst einmal wurden Ideen im großen Kreis bewertet. Das heißt.: Alle Teilnehmer/-innen vergaben Punkte. Ein erster noch sehr oberflächlicher Eindruck. Vor der erfolgreichen Umsetzung jedoch brauchte es stets einen zweiten Bewertungsprozess. Fachleute und Experten bewerteten Ideen und Konzepte nach verschiedenen Kriterien. Es entstand eine qualitative Bewertung. Kriterien wie Umsetzbarkeit, technische Machbarkeit und das Risiko kamen hinzu.

Diesen Prozess bildet Innolytics® Ideas ab. Es gibt unterschiedliche Bewertungsverfahren. So können einerseits alle Nutzer abstimmen, andererseits kann eine ausgewählte Jury nach anderen oder erweiterten Kriterien abstimmen. Zudem bietet Innolytics® Ideas die Möglichkeit, Ideen und Konzepte verschiedenen Stufen zuzuordnen: Beispielsweise »eingereicht«, »in Diskussion«, »erfolgreich angenommen«, »in der Umsetzung«. Das macht es möglich, die positiven Seiten von Innovationsprozessen zu nutzen und das Management von Ideen und Konzepten gleichzeitig simpel zu halten.



Übersichtliche, bildhafte und plakative Darstellung von Ideen

★ Bewertung abgeben

| | |
|------------------|-------|
| Attraktivität | ★★★★☆ |
| Neuartigkeit | ★★★☆☆ |
| Kundennutzen | ★★★★★ |
| Große Zielgruppe | ★★★★☆ |

[Bewertung abgeben](#)

Innolytics® Ideas macht es möglich, verschiedene Kriterien für das User- und das Jury-Voting festzulegen

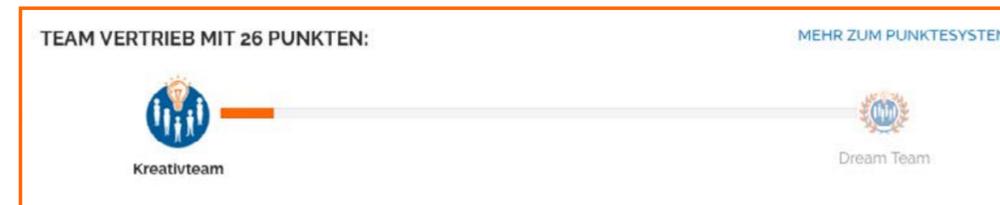


Incentive-System

In der Kreativitätsforschung wird seit Jahren intensiv die Frage diskutiert: Welche Art von Anreizen brauchen Mitarbeiter/-innen, um kreative Leistungen zu erbringen? Was motiviert sie, sich für das interne Ideenmanagement oder für Innovation einzusetzen? Wir sind dieser Frage in zahlreichen Forschungsarbeiten nachgegangen. Unter anderem in der im Springer Verlag erschienenen Studie „Motivationsfaktoren hochkreativer Mitarbeiter“.

Die mit Abstand effizienteste Methode um Mitarbeiter/-innen zum kreativen Denken zu motivieren, ist ein Gamification-Ansatz. Mitarbeiter/-innen sammeln Punkte für Aktivitäten wie die Eingabe oder die Kommentierung von Ideen. Auf Basis dieser Forschung und unserer praktischen Erfahrungen haben wir den Incentive-Manager entwickelt. Unternehmen können definieren, welche Art von Tätigkeiten auf der Plattform mit einer bestimmten Punktezahl belohnt werden soll. Das Lesen von Blogbeiträgen, die Beteiligung an der Diskussion von Fragen, das Verfassen von Ideen, Ideen, die erfolgreich umgesetzt werden. Auch ist es möglich, Teamarbeit zu incentivieren, indem beispielsweise Gruppen von Mitarbeitern/-innen ausgezeichnet werden.

Der Incentive-Manager macht es möglich, die Ideen- und Innovationskultur eines Unternehmens auf spielerische Art und Weise transparent zu machen. Wie sehr setzen sich Mitarbeiter und Teams für neue Ideen und Innovation ein? Innolytics® Ideas macht es möglich, Ziele zu setzen und die Aktivitäten von Mitarbeitern/-innen sowie Teams zu belohnen. Zudem stellt das Incentive-System sicher, dass sich Mitarbeiter/-innen nachhaltig und dauerhaft für das Ideen- und Innovationsmanagement engagieren. Innolytics® Ideas ist die Plattform, die sie dauerhaft in Ihrem Unternehmen nutzen können. Die Beteiligung von Mitarbeitern/-innen bleibt langfristig hoch.



| PUNKTE-SCHEMA | | |
|-------------------|-------------------|-------------------|
| Aktion | Punkte für Nutzer | Punkte für Gruppe |
| Idee anklicken | 1 | 1 |
| Idee bewerten | 4 | 4 |
| Idee kommentieren | 8 | 8 |
| Idee folgen | 3 | 3 |
| Idee gefällt mir | 3 | 3 |
| Idee verfassen | 15 | 15 |
| Frage anklicken | Punkte | Punkte |
| Frage bewerten | Punkte | Punkte |

Die Einrichtung des Incentive-Systems im Verwaltungsbereich. Entscheiden Sie selbst, welche Aktivität mit wie vielen Punkten belohnt wird



| STUFEN | | |
|------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| Stufe 1 | Stufe 2 | Stufe 3 |
| Titel Starter | Titel Kreativteam | Titel Durchstarter |
| Erforderliche Punktzahl 0 | Erforderliche Punktzahl 10 | Erforderliche Punktzahl 25 |
| Art der Stufe Nutzerstufe | Art der Stufe Gruppenstufe | Art der Stufe Nutzerstufe |
| | | |

Auch über die Bezeichnungen und Anzahl der Stufen sowie darüber, ab welcher Anzahl von Punkten eine neue Stufe erreicht wird, können Sie frei entscheiden



Umfangreiche Moderatorenfunktionen

Wie in einem Ideen- oder Innovationsworkshop braucht es eine aktive Moderation von Ideen- und Innovationsaktivitäten. Moderatoren haben in Innolytics® Ideas deshalb eine besondere Rolle. Unter anderem können sie Nutzerbeiträge verändern oder sogar löschen. Wenn Nutzer Beiträge im Laufe eines Prozesses verändern, bleiben die ursprünglichen Versionen gespeichert. Moderatoren können sie immer wieder herstellen.

Damit haben Moderatoren die volle Kontrolle über das, was auf der Plattform passiert. Und sie können Teilnehmern/-innen mit Rat und Tat zur Seite stehen. Bei der Entwicklung von Innolytics® Ideas haben wir eine Vielzahl von Features ins Leben gerufen, die auf den ersten Blick nebensächlich erscheinen mögen, die jedoch im Alltag sehr hilfreich sind. Beispielsweise die „Heiß diskutiert“-Funktion. Moderatoren können festlegen, dass eine bestimmte Diskussion nach etwa drei oder fünf Kommentaren den Status „Heiß diskutiert“ erhält. Die wichtigsten Diskussionen werden damit optisch hervorgehoben.



Optimierung für das mobile Internet

Wir haben immer wieder erlebt, dass Teilnehmer/-innen die besten Ideen vor oder nach einem Workshop hatten. Ähnlich ist auch im Unternehmen. Ideen kommen nicht auf Knopfdruck am Schreibtisch. Sie entstehen, wenn Mitarbeiter/-innen plötzlichen Leerlauf im Tagesrhythmus haben, weil beispielsweise ein Zug 15 Minuten zu spät kommt. Sie entstehen spontan in einem Gespräch bei Kunden. Oder auf dem Weg von und zur Arbeit. Innolytics® Ideas macht es möglich, Blogbeiträge von überall zu lesen, Diskussionen auch unterwegs zu folgen und an ihnen teilzunehmen sowie Ideen dort einzugeben, wo sie entstehen. Die Plattform ist für das mobile Internet optimiert. Die dazugehörigen Apps stehen im Appstore von Apple und Google Android zur Verfügung.





Nutzerprofile und -verwaltung

Gerade wenn es um das Thema Innovation geht, benötigen Mitarbeiter/-innen andere Kompetenzen als im Tagesgeschäft. Innolytics® Ideas macht es möglich, dass Mitarbeiter/-innen eigene Tätigkeits- und Erfahrungsprofile hinterlegen. So können sie beispielsweise Methodenkenntnis wie Prozessoptimierung, Lean Start-up oder Kreativitätstechniken in ihr Profil eintragen oder aber Erfahrungen aus früheren Innovationsprojekten. Auch technisches Know-how, das für Innovation besonders wichtig ist, kann hier festgehalten werden. Eine intelligente Nutzerverwaltung macht es möglich, dass Sie zu bestimmten Kampagnen oder zur Kommentierung von Ideen Teilnehmer/-innen einladen, die über ein bestimmtes Erfahrungsprofil verfügen. Mit wenigen Klicks identifizieren Sie die Mitarbeiter/-innen, die die für Ihr Projekt geeigneten Kompetenzen haben.

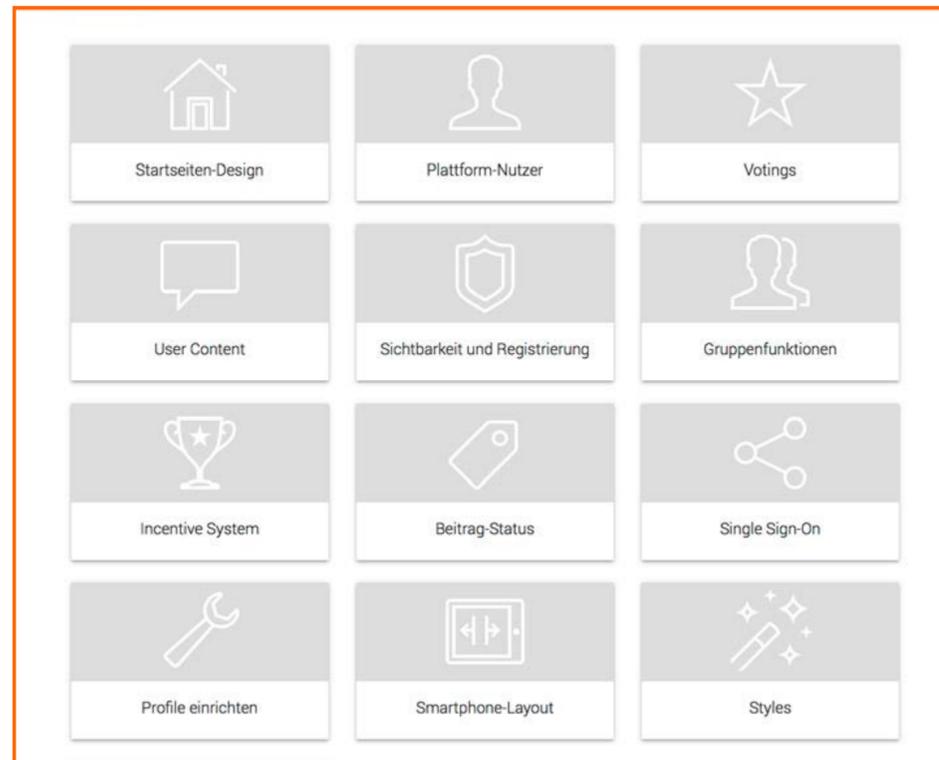
| | |
|----------------------------|--------------------------|
| Gruppe | Vertrieb |
| Innovationsfunktion | Impulsgeber |
| Know-how | Produktentwicklung |
| Methodenkenntnis | Agiles Projektmanagement |

Nutzer können spezifische Kenntnisse in Ihrem Profil angeben



Übersichtliche, einfache Plattformverwaltung

Bei der Entwicklung von Innolytics® Ideas haben wir von vornherein auf die einfache Bedienung der Plattform geachtet. Das Backend, also die Verwaltung der Inhalte und Funktionen einer Plattform, ist in übersichtlichen Kacheln angelegt. Plattformadministratoren finden sich schnell zurecht. Sie können mit wenigen Mausklicks das Aussehen der Plattform verändern, neue Kampagnen anlegen oder Bewertungskriterien verändern. Innolytics® Ideas ist dafür konzipiert, dass sich Mitarbeiter/-innen auf Ideen und Innovationen konzentrieren können – ohne wochenlang in die komplexe Bedienung einer Software eingeführt werden zu müssen.

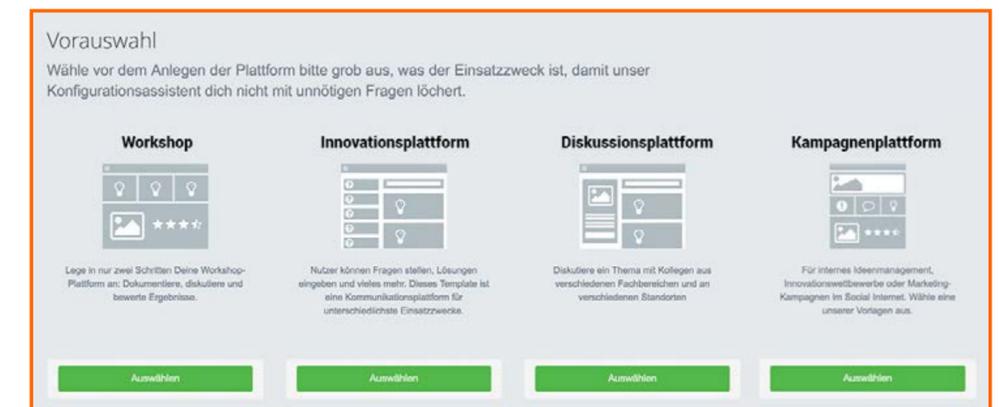


Der übersichtliche Verwaltungsbereich von Innolytics® Ideas



Management von Kampagnen

Innolytics® Ideas macht es möglich, unterschiedliche Ideenkampagnen zu starten und gleichzeitig durchzuführen. So können Sie beispielsweise einen Ideenwettbewerb zur besseren Sicherheit in der Produktion nur mit Mitarbeitern/-innen aus den entsprechenden Bereichen durchführen. Gleichzeitig eine Azubi-Kampagne zur Entwicklung einer neuen Mitarbeiter-App mit Azubis aus unterschiedlichen Bereichen durchführen und zu einer weiteren Kampagne Mitarbeiter/-innen aus unterschiedlichen Teilen des Unternehmens einladen. Selbstverständlich ist Innolytics® Ideas mehrsprachig und kann damit an unterschiedlichen Standorten weltweit genutzt werden. Auch können unterschiedliche Standorte oder Abteilungen eigene Plattformen für ihre Zwecke betreiben.



Entscheiden Sie, welche Art von Plattformen für Ihre Ziele am sinnvollsten ist, oder betreiben Sie mehrere Plattformen parallel

innolytics

EXPLORING FUTURE MARKETS



Gerichtsweg 28, 04103 Leipzig



0341 230 66 70



www.innolytics.de



info@innolytics.de