



Praxiswissen

Innovationsmanagement

Neue Technologien wie Smart Grids, E-Mobility und Smart Metering prägen die aktuelle Diskussion in der Energiewirtschaft. Solchen Innovationen fällt dabei zunehmend eine Schlüsselrolle zu, da sie die Möglichkeit bieten, bestehende Kunden enger an das Unternehmen zu binden, neue Kunden zu gewinnen und somit unmittelbar zum Unternehmenserfolg beizutragen. Doch Innovationen sind kein Zufall, sondern müssen aktiv forciert und gesteuert werden. Aus diesem Grund wird Innovationsmanagement zu einem zentralen Thema und einer entscheidenden Managementaufgabe.

Ausgangssituation: Innovation als zentrales Thema in der Energiewirtschaft

In den kommenden Jahren werden Innovationen die Energiewirtschaft maßgeblich verändern. Darüber sind sich die Teilnehmer der gemeinsam vom Bundesverband der Energie- und Wasserwirtschaft (BDEW) und CTG - Corporate Transformation Group durchgeführten Trendstudie „Innovationen in der Energiewirtschaft“ einig. Von den Teilnehmern, die 60% des deutschen Energiemarktes repräsentieren, sehen 86% die Energiewirtschaft noch vor innovativen Branchen wie der Automobilindustrie und der Telekommunikationsbranche, was zukünftige Veränderungen durch Innovation betrifft. Sie haben erkannt, dass Innovationsfähigkeit zunehmend zum entscheidenden Wettbewerbsfaktor wird.

Das zeigt sich insbesondere darin, dass 90% der Teilnehmer Innovationstätigkeit hinter Effizienzsteigerung als zweitwichtigstes strategisches Thema sehen. Um die eigene Wettbewerbsposition zu stärken und sich den Kundenbedürfnissen anzupassen, sind Innovationen also unverzichtbar. Doch externe Einflussfaktoren, wie beispielsweise unklare politische Rahmenbedingungen, führen zu mangelnder Investitionssicherheit und erschweren dadurch die Innovationsvorhaben. Umso wichtiger ist es, die beeinflussbaren Faktoren optimal zu gestalten und ein wirkungsvolles Innovationsmanagement aufzubauen.



Ansatzpunkte: Sechs Erfolgsfaktoren von Innovationsmanagement

Bei der richtigen Ausgestaltung der folgenden sechs Faktoren kann die Innovationsfähigkeit eines Unternehmens positiv beeinflusst werden:

1. Unternehmenskultur

Eine innovationsfreundliche Unternehmenskultur verbessert die Innovationskraft eines Unternehmens und sichert die interne Akzeptanz.

2. Unternehmensstrategie

Die Ziele, die mit Innovationen erreicht werden sollen, müssen mit der Gesamtstrategie des Unternehmens im Einklang stehen.





3. Kommunikation

„Tue Gutes und sprich darüber“ – Eine Idee und die resultierenden Lösungen sind nur so gut wie ihre Kommunikation, denn wenn ein Unternehmen dem Kunden den Zusatznutzen einer Innovation nicht vermitteln kann, ist ein Scheitern der innovativen Lösung aufgrund von mangelnder Akzeptanz und Zahlungsbereitschaft sehr wahrscheinlich.

4. Strukturelle Einbindung vorhandener Kompetenzen

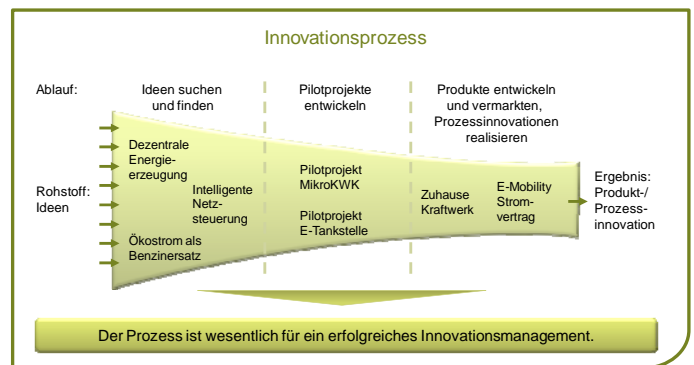
Vorhandene Kompetenzen, Projekte und Ideen sollten genutzt werden. Deshalb ist es wichtig, den Überblick über unternehmensinterne Kompetenzen und Innovationsaktivitäten zu behalten, um auf bestehenden Ressourcen aufbauen zu können. Hierbei sollte auch der Kostenfaktor nicht aus den Augen verloren werden.

5. Partnerschaften und Kooperationen

Um alle möglichen Potenziale auszuschöpfen, sollten neben Mitarbeitern auch andere relevante Player wie beispielsweise Kunden, Partner, Universitäten oder branchenfremde Unternehmen in den Innovationsprozess einbezogen werden.

6. Innovationsprozess

Systematische Innovationsprozesse und deren stringente Verfolgung sind erfolgskritisch, um gute Ideen konsequent umsetzen zu können. Zu einem erfolgreichen Innovationsprozess gehört dabei auch, dass die Verantwortlichkeiten für Innovationen im Unternehmen klar und transparent geregelt sind. Ein guter Innovationsprozess ist damit die Basis, um die richtigen Investitionsentscheidungen für die Zukunft zu treffen und das Investitionsrisiko zu reduzieren.



Ein erfolgreiches Innovationsmanagement ist der Schlüssel zur Zukunftsfähigkeit Ihres Unternehmens!

Für eine gemeinsame Diskussion über die Optimierung Ihrer Innovationsprozesse stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.

Ansprechpartner
 Nikolaus Graf Kerssenbrock
 CTG Corporate Transformation Group GmbH
 Lennéstraße 1
 10785 Berlin
 Tel.: +49 (0)30-800 968 100
 Fax: +49 (0)30-800 968 109
 Email: kerssenbrock@ctg.de
 www.ctg.de

