

Innovationsmanagement durch eine "innoventur" begreifbar machen

12.12.2022, 07:31 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *Redaktionsbüro für Bild & Text*

Presseagentur: *Redaktionsbüro für Bild & Text*



Ein Gespräch mit einem Experten für Innovationsmanagement, Prof. Dr. Christian Lehmann von der innotonic GmbH in Hannover

Unternehmensentwicklung findet nicht nur durch den Vertrieb statt. Der läuft irgendwann leer, wenn die Unternehmensziele sich nicht weiterentwickeln. In diesem Zusammenhang bekommen Innovationen eine immer stärkere Bedeutung. Aber wie managen Unternehmen diesen komplexen Bereich, wenn das Alltagsgeschäft läuft und die führenden Köpfe immer wieder in bestehende Sachzwänge bringt?

1.) Was bedeutet Ganzheitliches Innovationsmanagement?

Ganzheitliches Innovationsmanagement (IM) ist ein großer Begriff, fast universell...

Aus meiner Sicht beschreibt es den Punkt, dass Innovation viel mehr ist als der eigentliche Prozess, sondern auch die Strukturen, Rahmenbedingungen und die Haltung des Managements gegenüber Innovationen widerspiegelt, also eben die Gesamtheit aller Faktoren, die für ein Gelingen von Innovation vorhanden sein sollten.

2.) Was bildet die ISO-Norm 56002 ab?

Die ISO-Norm 56002 beschreibt, was ein Ganzheitliches IM ausmacht, also WAS es dafür im Unternehmen braucht. Die ISO ist damit so etwas wie eine Zutatenliste für ein 7-Gang-Menü, das Innovation heißt. Mit 292 Zutaten (so viele Sätze/Aussagen stehen in der Norm).

3.) Auf der Webseite von innotonic gibt es einen digitalen Fragebogen für eine erste Analyse. Warum sollten Unternehmen davon Gebrauch machen?

Unsere "innoventur" ist die weltweit erste Analyse, die erfasst, wie es um den Zustand des IM insgesamt steht. Unternehmen können/sollten sie nutzen, um zu schauen, wo sie stehen. Dazu ermitteln wir den Reifegrad (eine Art Schulnote für das IM) und vergleichen das eigene Unternehmen mit dem Durchschnitt aller Unternehmen in unserer Datenbank (>200).

4.) Sie bieten aber auch Workshops und eine innotonic Akademie an. Für welche Zielgruppe sind konkret diese Angebote gedacht?

Die innotonic-Akademie richtet sich zum einen an Innovationsmanager:innen, die besser verstehen wollen, wie sie das Thema Innovation in ihren Unternehmen strukturell voranbringen können.

Eine Teilnahme empfehle ich auch all jenen Führungskräften und Geschäftsführer:innen, die ihre Organisation innovativer machen möchten und dafür die Voraussetzungen schaffen oder verbessern möchten.

Kurzum: allen Fach- und Führungskräften mit echtem Interesse an oder dem betrieblichen Auftrag zu Innovation.

5.) Wie sieht die Zukunft in Unternehmen aus? Wer bleibt konkurrenzfähig und warum?

Nur wer sich ändert, bleibt sich treu. Mit dem Erreichen (und leider auch Überschreiten) planetarer Grenzen kommen bestehende Strukturen und Strategien in vielen Wirtschafts- und Lebensbereichen an ihre Grenzen. Ich wage mich so weit vor, zu sagen, dass wer in 10 Jahren noch am Markt sein will, eine "Innovations-DNA" benötigt.

Diese zu schaffen, zur Wirkung zu bringen und schlussendlich zu vervielfältigen, wird m.E. zur wichtigsten unternehmerischen Kompetenz, der Innovationsfähigkeit. An dieser, und damit an der Qualität des IM, wird man in den kommenden Jahren erfolgreiche Unternehmen erkennen. Die meisten anderen finden wir dann auf dem Markengriedhof.

6.) Wie kann man so etwas wie Innovation in einen Standard gießen? Geht das überhaupt?

Innovation als am Markt erfolgreiche Neuerungen sind Ergebnis einer gesunden Mischung aus Kreativität, Management und Glück ($I = K \times M \times G$).

Ein Standard für Innovationen scheint widersinnig. Er ist es nicht, denn er sorgt dafür, dass in obiger Gleichung der Faktor Management (M) wächst, so dass, unter sonst gleichen Bedingungen, die Wahrscheinlichkeit einer erfolgreichen Innovation deutlich steigen kann.

Anders ausgedrückt: Ein Standard wie die ISO 56002 schreibt nicht vor, WIE ich zu innovieren habe, empfiehlt mir jedoch, WAS ich brauche bzw. WORAN ich denken muss, wenn ich innoviere. Ein Standard hilft, die anerkannt wichtigen Dinge im Blick zu behalten. Darin liegt seine eigentliche Wert. Und diesen würde ich sehr hoch ansetzen.

7.) Warum eine innoventur und nicht der Gang zu (m)einem Beratungsunternehmen?

Die innoventur ersetzt nicht den professionellen Blick von innen oder außen, wie z. B. von Berater:innen. Aber sie ist eine schnelle und wissenschaftliche validierte Lösung, um den Stand des eigenen IM zu erfassen. Sie ist eine Art Intelligenztest, der es ermöglicht, mich einzuordnen und im Vergleich zu anderen (dem Durchschnitt oder auch meiner Branche) zu bewerten.

Genau diesen Vergleich haben Berater:innen oder man selbst oft nicht. Wäre ich Berater:in, würde ich erst eine innoventur machen und daraus meine Beratungsthemen ableiten.

8.) Sie bieten ja im Februar 2023 einen neuen Workshop an, ab wann kann der gebucht werden? Gibt es da evtl. auch einen Earlybird-Tarif für Unternehmen, die da mal reinschnuppern möchten?

Ja, der nächste Workshop beginnt am 24.2. & 25.2. in Präsenz an der Hochschule Hannover. Wer sich noch im Dezember 2022 anmeldet, kann gutes Geld sparen und für nur 5.299 Euro teilnehmen. So oder so ist das Hochschul-Zertifikat künftig eine immer bedeutendere Investition in die eigenen Fähigkeiten oder in die Zukunft der eigenen Organisation.

Weitere Informationen und Kontaktmöglichkeiten finden sich auf: <https://innotonic.de/>.

Kontakt:

innotonic GmbH
Eichstraße 5
30161 Hannover
Telefon: +49 (0) 160 809 5371
hello@innotonic.de
<https://innotonic.de/>

Die innotonic GmbH arbeitet nach dieser Vision: sie versteht sich als branchenübergreifende Organisation für Ganzheitliches Innovationsmanagement - nach dem Motto: Verstehen, vergleichen, verbessern. Automatisiert, ausgewertet und angewandt. Wissenschaftlich, unabhängig und datenbasiert.

Fotocredits: FokusPokusMedia

Verantwortlicher für diese Pressemitteilung:

Redaktionsbüro für Bild & Text
Herr Frank-Michael Preuss
Mendelssohnstrasse 7
30173 Hannover
Deutschland

fon ..: 0511 471637
web ..: <https://www.fmpreuss.de>
email : info@fmpreuss.de

Pressekontakt:

Redaktionsbüro für Bild & Text
Herr Frank-Michael Preuss
Mendelssohnstrasse 7
30173 Hannover

fon ..: 0511 471637
web ..: <https://www.fmpreuss.de>
email : info@fmpreuss.de

<https://www.openpr.de/news/1238160/Innovationsmanagement-durch-eine-innoventur-begreifbar-machen.html>