

In 5 Schritten von der Idee zur Marktreife

24 Oktober 2016 | **Business Innovation** | [Stefan Sarbach](#)

Lesezeit: 3 Minutes

«Wir sind kein Grossunternehmen. Wir haben weder Zeit noch Geld, um professionelles Innovationsmanagement zu betreiben», höre ich häufig von Managern. Doch gerade für Unternehmen mit begrenzten Ressourcen ist ein strukturiertes Vorgehen entscheidend, um kleine und grosse Innovationen zu erzeugen. Es kann Sinn machen, die ersten Schritte mit einem externen Profi zu machen, um schneller zum Ziel zu kommen und um unnötige Fehler zu vermeiden.

Wir setzen bei verschiedensten Unternehmen Elemente unseres „Stars-to-Road-Framework“ ein. Dieses Framework führt in fünf Schritten von der Ideenfindung bis zu realisierten Innovation und bietet Werkzeuge, die auf den neusten Arbeitsmodellen und Methoden basieren. Einmal „durchgespielt“, sind die beim Kunden verantwortlichen Manager methodisch fit genug, um die nächsten Workshops intern selbst zu organisieren.

Mit einfachen, aber wirksamen Methoden zur Innovation

Schritt 1 „**Creativity**“: Mit zielgerichteten Kreativitätstechniken wird eine Vielzahl von Ideen in einem interdisziplinären Team generiert. Die Beteiligten bewerten die Ideen und gleichen sie mit der Unternehmensstrategie ab. Manchmal werden auch Kunden oder branchenfremde Experten einbezogen.

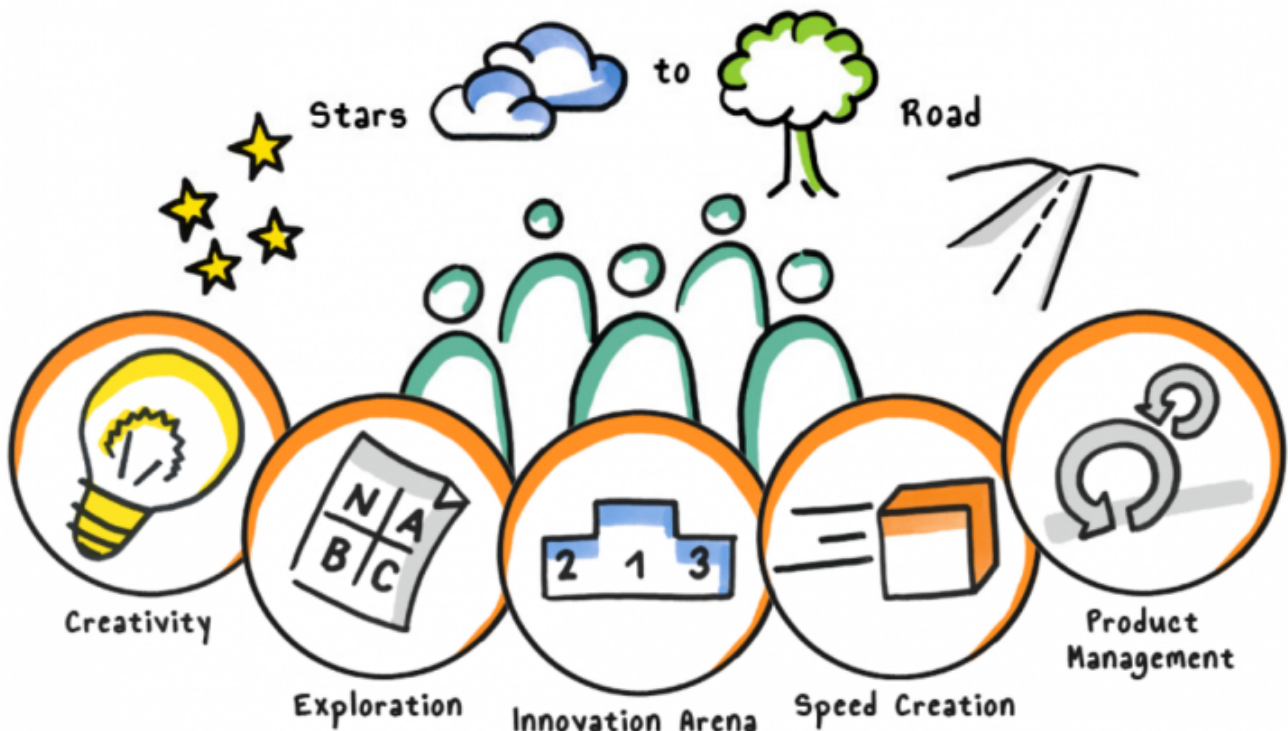
Schritt 2 „**Exploration**“: Die Ideen werden mit Lösungsskizzen, der Auflistung ihrer Vorteile und der Ausarbeitung von Lösungsvarianten konkreter. Im Fokus stehen die Bedürfnisse Ihrer Kunden. Dank der Methode können die Ansätze miteinander verglichen werden.

Schritt 3 „**Innovation Arena**“: In der Arena stimmen Sie die ausgearbeiteten Ideen auf strategischer und operativer Ebene mit den Experten ab. Denn eine Idee kann nur umgesetzt werden, wenn alle Stakeholder zustimmen. Die besten 1-3 Ideen kommen in die nächste Phase.

Schritt 4 „**Speed Creation**“: Für die Umsetzung müssen Vision, Ziele und Scope klar sein. Schnell und fokussiert schaffen Sie die Grundlagen für die Realisierung, indem Sie 80 % der Business-Anforderungen in einem interdisziplinären Team definieren und den Business Case formulieren.

Schritt 5 „**Product Management**“: Für eine erfolgreiche Markteinführung und eine dauerhafte dynamische Anpassung an Kundenbedürfnisse braucht es eine flexible Roadmap

und Release-Planung. Ein schlankes Produktmanagement stellt dies sicher.



Die 5 Phasen des „Stars to Road“-Framework

Den Prozess verankern und leben

Das einmalige Durchlaufen von „Stars-to-Road“ bringt handfeste Resultate, ist aber noch kein implementierter Prozess. Um dies zu erreichen, gilt es Verantwortliche zu bestimmen, einfache, klare Strukturen zu schaffen und die Mitarbeiter zu Betroffenen zu machen.

Einige Unternehmen beschäftigen dafür einen Innovationsmanager, andere geben die Verantwortung in die Hände eines Linienmanagers, der sich für das Thema begeistert. Sinnvoll ist auch die Bildung eines «Innovation-Boards», in dem Entscheider aus dem Unternehmen Einsitz nehmen. Diese Führungskräfte definieren internen Innovationsphasen (siehe 5 Phasen des Stars-to-Road-Methode) und überlegen sich, wer wann zu entscheiden hat, ob eine mögliche Innovationidee weiterverfolgt oder verworfen wird. Die Verantwortlichen setzen sich meist von Anfang an das Ziel, im Unternehmen eine neue Innovationskultur anzustossen. Das funktioniert eigentlich ganz einfach durch den Einbezug der Mitarbeiter schon bei den ersten Aktivitäten. Nur wenn die Mitarbeitenden das strukturierte Vorgehen als willkommenes Hilfsmittel akzeptieren, lässt sich der Innovationsprozess ganzheitlich umsetzen und leben. Dies ist entscheidend für den Erfolg. Denn massgebend ist nicht der dokumentierte, sondern der im Unternehmen gelebte Prozess.

