



Konsortial-Benchmarking: Managing Breakthrough Innovations

Prof. Dr.-Ing. Dipl.-Wirt. Ing. Günther Schuh



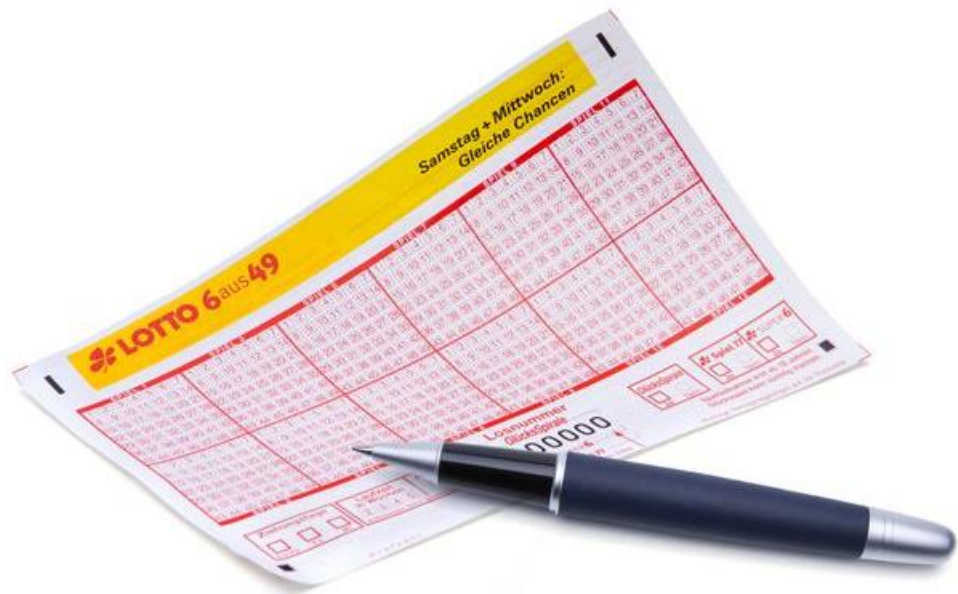
Ausgangsfrage:

Konsortial-Benchmarking Managing Breakthrough Innovations



Sind Breakthrough Innovations Glück und wie ein 6er im Lotto?

Gewinnwahrscheinlichkeit 6 aus 49: 1 zu 139.838.160

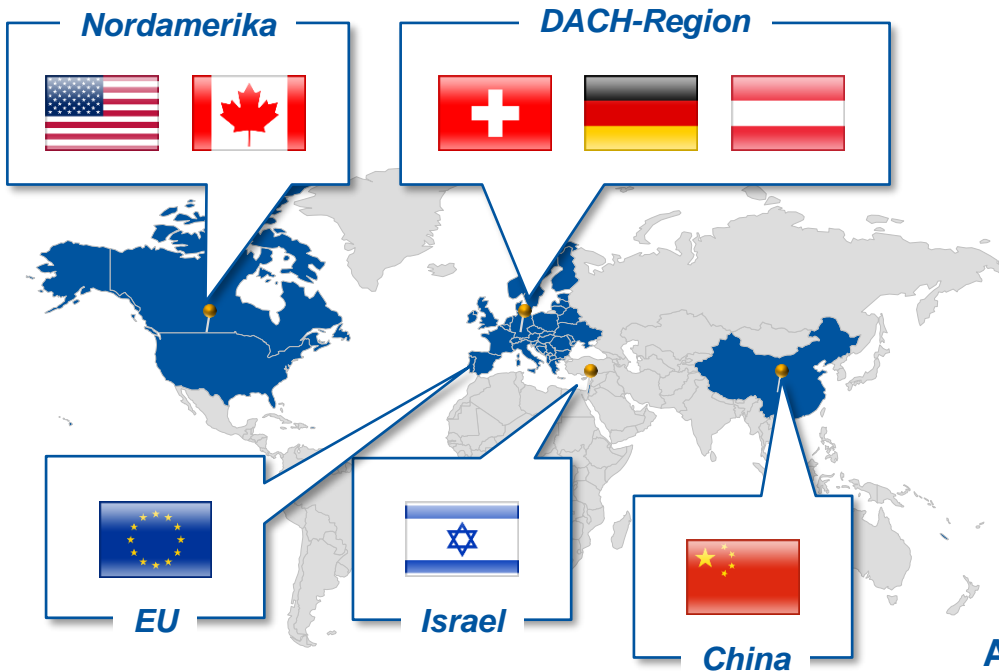


Kann die Wahrscheinlichkeit auf einen **Erfolg mit System** erhöht werden?

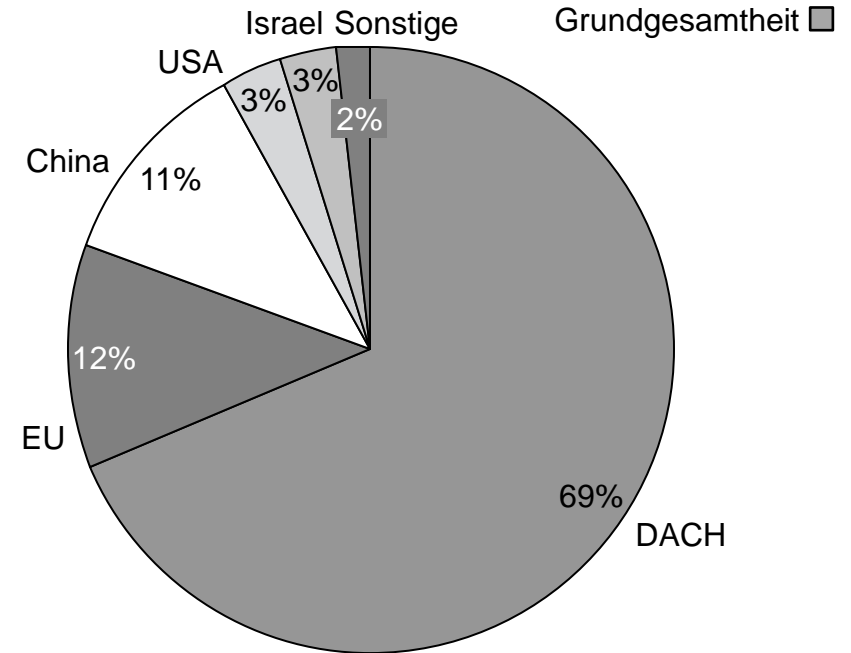
Insgesamt kommen 69% der 132 teilnehmenden Unternehmen aus der DACH-Region, gefolgt von Europa, China und den USA



Standort der Studienteilnehmer



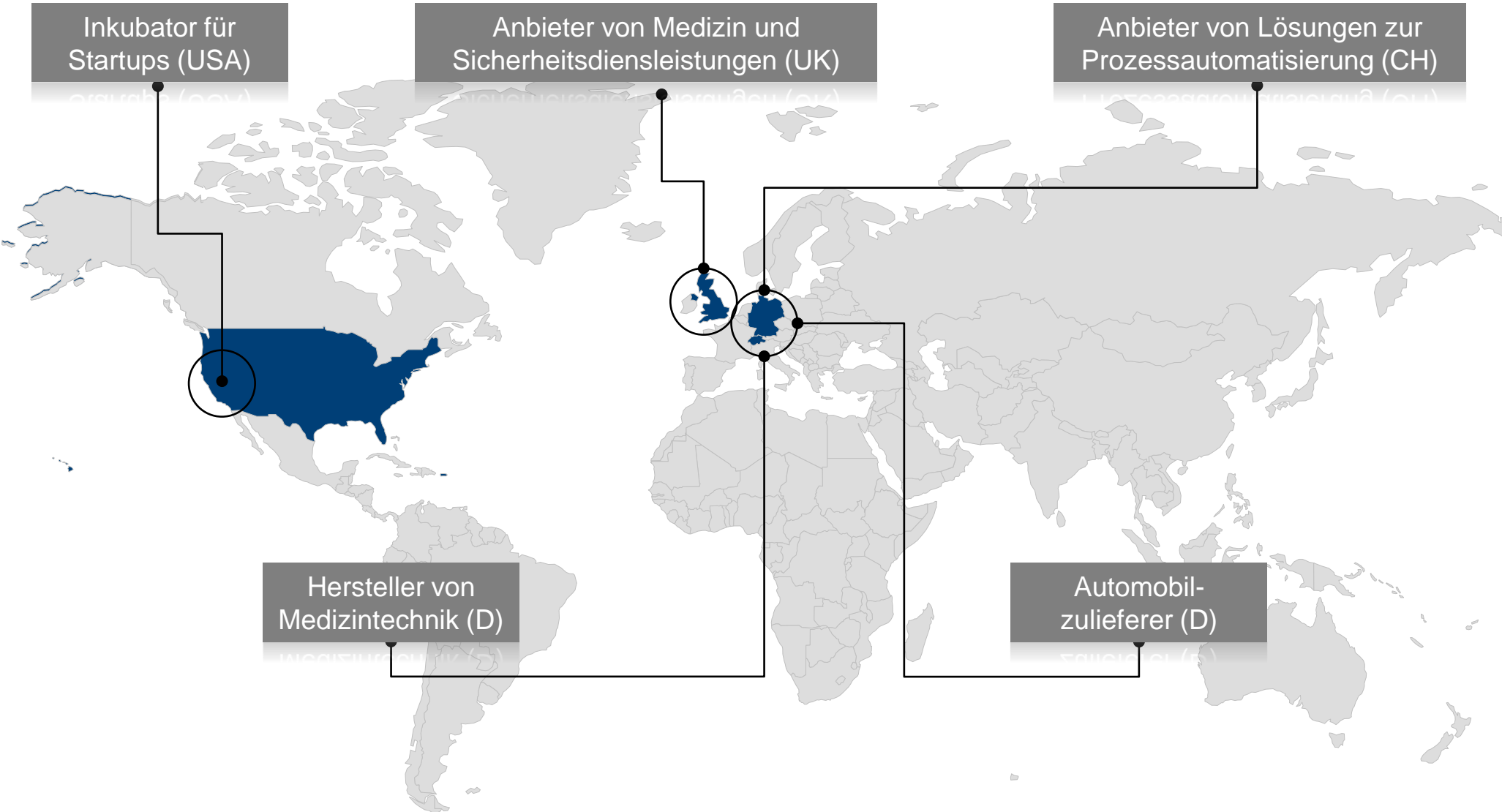
Verteilung der Studienteilnehmer nach Region



Ausgewählte Herkunftsländer der Studienteilnehmer

- | | | |
|--------------|----------------|------------|
| ■ Dänemark | ■ Niederlanden | ■ Türkei |
| ■ Frankreich | ■ Italien | ■ Finnland |
| ■ UK | ■ Tschechien | ■ Polen |

5 Successful-Practices wurden identifiziert und deren Ansätze im Rahmen von Unternehmensbesuchen analysiert



10 Erfolgsfaktoren für das Management von Breakthrough Innovations



Bewertungsdimension	Erfolgsfaktor	Kurzbeschreibung
Identifikation von Breakthrough Innovations	Früh probieren statt lange analysieren	Analysen beruhen auf den Gesetzmäßigkeiten der Vergangenheit – Breakthrough Innovations beruhen aber auf neuen Gesetzen, die durch Ausprobieren gefunden werden
	Durchbrüche brauchen Netzwerk	Netzwerke für Breakthrough Innovationen sind langfristiger Natur und müssen aufgebaut werden – richtige Interessensgruppen müssen im richtigen Moment zusammengebracht werden
	Radikal innovieren heißt radikal vereinfachen	Vereinfachung ist ein Erfolgsmuster für Breakthrough Innovations, weil es die kostbarsten Ressourcen von Nutzern schont: Kosten und Zeit
Bewertung von Breakthrough Innovations	Eine Schutzhülle für kreative Ideen schaffen	Breakthrough-Ideen sind Visionen – Begeisterung hilft, sie am Leben zu halten
	Immer anders bewerten	Breakthrough Innovations müssen kontinuierlich an die jeweilige Phase angepasst von unterschiedlichen Persönlichkeiten im Unternehmen bewertet werden
	Breakthrough Innovations brauchen Look & Feel	Breakthrough Innovations werden erst durch Look & Feel (be-)greifbar und somit bewertbar
Organisation und Prozesse für Breakthrough Innovations	Über Umwege direkt zum Ziel	Nur so lässt sich das Schwarze auf der richtigen Zielscheibe treffen
	Supertanker und Schnellboote brauchen einander	Supertanker brauchen Schnellboote, um die eigene Trägheit zu überwinden; Schnellboote brauchen Supertanker, um bei jeder Witterung auf See sein zu können
Kultur und Mindset	Prozesse können keine Innovationen erzwingen – Kultur macht den Unterschied	Unternehmenskultur kann nicht “diktiert”, sondern nur “gelebt” werden
	Kontinuierliche Impulse für dauerhafte Inspiration	Kontinuierliche Impulse treten natürlich auf oder müssen gesetzt werden, um Mitarbeiter dauerhaft zu inspirieren und die Innovationsfähigkeit von Unternehmen immer wieder neu zu steigern



Invention Center der RWTH Aachen

KEX Knowledge Exchange AG
Campus-Boulevard 57
52074 Aachen



© rha

Sprechen Sie uns bei Rückfragen gerne an!

✉ C.Ortlieb@wzl.rwth-aachen.de

