

Höchste Rendite mit Innovationen

Tipps und Tricks für die Umsetzung

Vortrag vom 11. Oktober 2010 für Institut für Jungunternehmer
Basel, Gundeldingercasino.

Roger Aeschbacher
www.skarema.com

aeschbacher⁺
consulting

© aeschbacher

Was sind Innovationen?

Innovationen sind
am Markt nachgefragte
Produkte und Prozesse
die einen echten Kundenbedarf
auf neuartige Art und Weise
befriedigen.

© aeschbacher

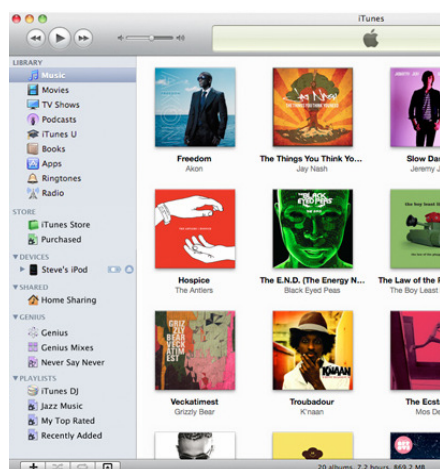
Welche Arten von Innovation gibt es?

	<i>Radikal</i>	<i>Inkrementell</i>
<i>Produkt</i>	 iPad	 Word Versionen
<i>Prozess</i>	 Internet Telefon	 Reorganisationen

© aeschbacher

Apple: Produkt- und Prozessinnovation

Lieder aus dem Internet
 Pro Lied: 1.50 CHF.
 Bessere Auswahl für
 weniger Geld.



© aeschbacher

Innovative Produkte ersetzen alte Technologien radikal



Spaceship One: Radikal neues Konzept für Weltraumfahrt.

1 Mal Schwerelosigkeit erleben:

Russenrakete: 20'000'000 \$ 2 Jahre Training

Spaceship one: 200'000 \$. 2 Minuten anschnallen

© aeschbacher

Schumpeter (1883-1950) freut sich!



- Innovationen durchbrechen stationären Zustand
- Temporäre Monopolstellung am Markt → höchste Rendite!
- Wer 80% seines Umsatzes aus neuen Produkten generiert, verdoppelt die Marktkapitalisierung in 5 Jahren
- Innovative Firmen wachsen überdurchschnittlich

© aeschbacher

Achtung: Invention ist noch nicht Innovation



- Charles Goodyear (1800-1860) entdeckte die Vulkanisation von Kautschuk zu Gummi
- Er wollte Geldscheine, Musikinstrumente, Schiffssegel etc. aus Gummi herstellen.
- Goodyear führte 32 Prozesse gegen Patentpiraten, verlor sein Patent und starb mit 200'000 Dollar Schulden.

© aeschbacher

Innovation: Erfolgreiche Umsetzung am Markt



© aeschbacher

Wo finden wir Innovationen?

© aeschbacher

7 Quellen für Innovation (Peter F. Drucker)

1. Unerwartete Erfolge, unerwartete Misserfolge, unerwartete Rückmeldungen der Aussenwelt
2. Differenz zwischen dem Markt und unseren Vorstellungen vom Markt.
3. Innovationen basierend auf neuen Prozessen / Technologien.
4. Markt- und Infrastrukturänderungen



icher

7 Quellen für Innovation

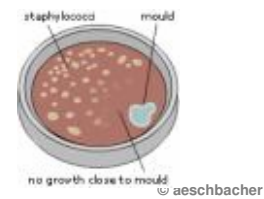
5. Demographische Änderungen



6. Änderungen in der Schichtung der Bevölkerung



7. Neue wissenschaftliche Erkenntnisse



Wissenschaftliche Erkenntnisse: Penicillin



Entdeckung 1929

Penicillium notatum Pilz (hellgrüner) scheidet Penicillin aus.

Bakterienwachstum in der Nähe des Pilzes ist gehemmt

© aeschbacher

Penicillin: Von der Entdeckung zur Industrialisierung



Vermehrung des Pilzes
Produktion von Penicillin

© aeschbacher

Riesiger Bedarf an Penicillin im 2. Weltkrieg



Verwundete Soldaten am D-Day 1944
nach der Landung in der Normandie.

© aeschbacher

Penicillin: Industrielle Grossproduktion



Obere (!) Teile von
Penicillin Inkubatoren

© aeschbacher

Erst Schlussfolgerungen

Forschung kostet viel Geld, hängt von Zufällen ab.
Bis zur erfolgreichen Umsetzung dauert es lange.
Forschung ist risikoreich.

Besser Innovationsquellen Nr. 1-6 nutzen:

- Schwache Signale frühzeitig erkennen
- Marktänderungen ausnutzen
- Demographische, soziale Umwälzungen ausnutzen
- Die bereits existierende Zukunft bedienen

Methode: Neukombination bestehender Produkte!

© aeschbacher

Kombinieren Sie alte Techniken zu Neuem Case Study Second Life



- Soziales Medium in 3-D
- Personen als Avatare
- Kannibalisiert bekannte Techniken
- Nur funktionierende Technologien
- Krude, funktioniert aber!
- 15 Mio Benutzerkonten
- 60'000 User gleichzeitig
- Tagesumsatz: 1 Mio Dollar
- OpenSimulator und Opensoftware

Innovation?



© aeschbacher

Tipps für die Neukombination

- Neue Märkte mit alten Produkten bedienen
- Nichts neu erfinden, sondern Neues kombinieren.
- Nur was funktioniert, wird ins System aufgenommen
- Nicht alles muss selbst gemacht werden
- Kannibalisieren Sie was funktioniert.
- Offenes System bindet Kunden / Entwickler ein
- Netzwerk schützt vor Nachahmern

© aeschbacher

Idee umsetzen. Wo angreifen?



Unternehmerisches Judo:
Seine Kraft dort brauchen,
wo grösster Effekt möglich.

© aeschbacher

4 Strategien der Umsetzung

1. Brückenkopf Strategie

1. Eine einzige Sache besser machen als alle andere
2. Brückenkopf sichern
3. Brückenkopf ausbauen



© aeschbacher

4 Strategien der Umsetzung

2. Nischen Strategie

- Besonders effektiv wenn „Flaschenhals.“
- Nadelöhr darf nicht zu eng sein.
Sonst sind Alternativen wieder attraktiv.



© aeschbacher

4 Strategien der Umsetzung

3. Spezialität oder Standard setzen

Produkt oder Service oder
Kombination von beidem
setzt Standard



© aeschbacher

4 Strategien der Umsetzung

4. Timing

- Zur richtigen Zeit am Markt.
- Erster oder lieber Zweiter sein?



© aeschbacher

Innovativen Nutzen für Kunden entwickeln

Bisher:

In allen Dimensionen so gut sein wie unsere Konkurrenten.

Innovativ:

Unnützes eliminieren, reduzieren

Wir bieten Teile, die der Kunde nicht will, gar nicht erst an!

© aeschbacher

Innovativen Nutzen für Kunden entwickeln

Bisher:

In mindestens einer Dimension besser sein als Konkurrent.

Innovativ:

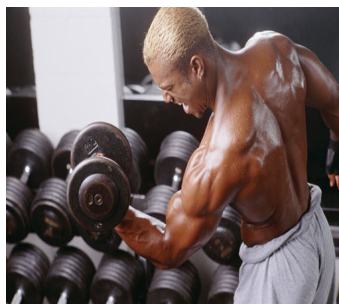
Nützlichtes steigern, neuen Nutzen kreieren

Wir steigern Erfolgsfaktoren weit über den Standard hinaus.

Wir kreieren neue Bereiche die dem Kunden wichtig sind.

© aeschbacher

Case Study: Das Bodybuilding innovieren



Eliminieren

- Schwere Gewichte
- Kraftmaschinen
- Spiegel



Ausbauen

- + Gemeinsame workouts
- + Nur Frauen haben Zutritt
- + Soziale Interaktionen

© aeschbacher

Wichtig: Wissen aller Mitarbeiter und Kunden aktivieren

© aeschbacher

Kommunikation: Der Erfolgsfaktor Nr. 1 für Innovation

Intern

- Mitarbeiter sind Ressourcen für Innovation
- Freiräume schaffen, auch in Kommunikation
- Vernünftig und zielorientiert diskutieren

Extern

- Kunden sind Ressourcen für Innovation
- Mehr zuhören als reden
- Vertrauen langfristig aufbauen

© aeschbacher

Ermöglichen Sie produktiven Austausch

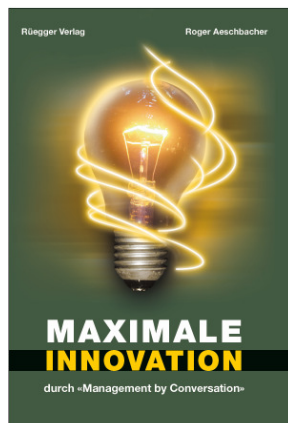


Warum nicht einen Salon zu Innovation organisieren?

Suchen Sie neue Interpretationen für Marktveränderungen und gemeinsame Lösungsmöglichkeiten für alte Probleme.
Erkennen Sie den Mangel und beheben Sie ihn.

© aeschbacher

Maximale Innovation – durch Management by Conversation



"Anwendungsorientiert, präzise, schörkellos
... wie ein Victorinox-Messer."
Magazin Leadership

„Kaufempfehlung: UNVERZICHTBAR“.
Deutscher Buchmarkt.de

- Mit Checklisten und Case Studies
- Bestellen bei Amazon
- Autor: Roger Aeschbacher
- 109 Seiten, Preis: 22 CHF

© aeschbacher

Take home messages

- Vergessen Sie die Forschung
- Die Innovationsideen liegen auf der Strasse
- Bedienen Sie die bereits existierende Zukunft
- Kombinieren Sie alte Dinge zu neuen Prozessketten
- Greifen Sie an Schwachstellen mit fokussierter Kraft an
- Kannibalisieren Sie, was andernorts funktioniert
- Kommunizieren Sie mit allen (!) über Innovation
- Geben Sie kein Geld für Patente aus, arbeiten Sie lieber in Netzwerken

© aeschbacher

Schlussfolgerungen

Vor allem: Schaffen Sie neuen, echten Kundennutzen



© aeschbacher

Danke! Ihre Fragen?

Roger Aeschbacher
www.skarema.com

aeschbacher⁺
consulting

© aeschbacher

Maximale Innovation – durch Management by Conversation



"Anwendungsorientiert, präzise, schörkellos
... wie ein Victorinox-Messer."
Magazin Leadership

„Kaufempfehlung: UNVERZICHTBAR“.
Deutscher Buchmarkt.de

- Mit Checklisten und Case Studies
- Bestellen bei Amazon
- Autor: Roger Aeschbacher
- 109 Seiten, Preis: 22 CHF

© aeschbacher