

Ihr Ergebnis

Sie haben nun erfolgreich Ihren Innovations-Check abgeschlossen.

Bitte bedenken Sie bei den Ergebnissen, dass es sich dabei um eine Momentaufnahme Ihres Unternehmens handelt. Der Innovations-Check stellt keine wissenschaftlich fundierte Analyse Ihres Unternehmens dar und kann auch nicht die Leistungen eines Unternehmensberaters ersetzen. Verstehen Sie ihn bitte als Denkanstoß und Basis für weitere Aktivitäten. Anhand der Einordnungen in die drei Kategorien rot, orange und grün erhalten Sie eine Information, mit welchen Themenfeldern und Fragestellungen Sie sich vertieft auseinandersetzen sollten.



Betrachten Sie die Ergebnisse vor allem als Hinweis, wo sich im Unternehmen noch weitere Potenziale für Innovationen verbergen könnten.

Sie können den Test auch durch verschiedene MitarbeiterInnen Ihrer Firma ausfüllen lassen und dann gemeinsam über das Ergebnis sprechen.

Wie schnell diese Handlungen in Ihrem Unternehmen umgesetzt werden müssen, können Sie als UnternehmerIn selbst am besten beurteilen, da Sie die aktuelle Lage des Unternehmens gut einschätzen können und daher auch ein Gefühl für die Dringlichkeit der Maßnahmen haben.

Wenn Sie nun das Ergebnis für sich interpretieren, nutzen sie folgende Vorgangsweise:

1. Machen Sie sich ein Gesamtbild der Situation. Notieren Sie sich alle spontanen Gedanken, die Ihnen diesbezüglich einfallen, auf einem Blatt Papier.
2. Bei Feldern mit einer roten Bewertung, beantworten Sie bitte bei jedem der Punkte die folgenden Fragen und notieren ihre Erkenntnisse:
 - A. Welche Ursache hat aus meiner Sicht zu dieser Bewertung geführt?
 - B. Haben wir die Fähigkeiten und Ressourcen, um uns in diesem Punkt zu verbessern?
 - C. Brauchen wir Unterstützung? Wer kann uns unterstützen?
3. Bei Feldern mit einer orangen Bewertung, stellen Sie sich bitte die nachfolgenden Fragen.
 - A. Welche Risiken können aus diesem Status mittel-, langfristig für unser Unternehmen entstehen?
 - B. Bewerten Sie diese Risiken auf ihre Relevanz und entscheiden Sie, ob dieser Punkt bearbeitet werden muss oder ob er für Ihr Geschäftsmodell im Status orange kein Risiko darstellt.
4. Bei Feldern mit einer grünen Bewertung stellen Sie sich bitte die folgenden Fragen:
 - A. Was können/machen wir besonders gut, um diese Bewertung zu rechtfertigen?
 - B. Was können wir tun, um auch in Zukunft in den grün-bewerteten Feldern den Status zu erhalten oder sogar noch zu verbessern?
 - C. Wie können uns diese Erkenntnisse in den Feldern rot und orange bei der Entwicklung unterstützen?

Ihre Antworten

Wie werden Markt Impulse/Trends aufgenommen?



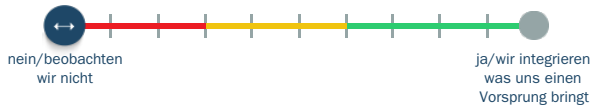
Wie gehen Sie mit Innovationen Ihrer Lieferanten um?



Wie gut beobachten Sie Ihre direkten Mitbewerber?



Wenden Sie Entwicklungen/Ideen aus anderen Branchen an?



Wie stark tauschen Sie sich mit anderen Unternehmen über Entwicklung/Verbesserung aus?



Wie reagieren Sie auf schwierige Zeiten?



Erfolgreiche Innovationen und neue Ideen kommen nicht immer von genialen Ideen einzelner Mitarbeiter und sind nicht zwingend von so weltverändernder Bedeutung wie Internet, Google oder iPhone.

Mindestens ebenso wichtig ist die Fähigkeit der Mitarbeiter, sich an langsame und kleine Veränderungen am Markt anzupassen. Und dafür braucht es vor allem eines: Offenheit gegenüber Trends und Entwicklungen, eine solide Beobachtung des Mitbewerbs und eine partnerschaftliche Diskussion mit den Lieferanten. Genau diese Aufgaben sollten im Management aufgeteilt werden. Die Ergebnisse werden regelmäßig im Team besprochen, um daraus notwendige strategische Maßnahmen und Ideen abzuleiten.

In schwierigen Zeiten reagieren viele Unternehmen damit, dass sie sich auf Altbewährtes zurückziehen - doch genau diese Vorgangsweise ist kritisch. Mit einer Krise oder schwierigen Marktsituation gehen meist eine größere Veränderung der Kundenbedürfnisse oder andere Problemstellungen einher.

Wer jetzt die Chance erkennt, sich diesen Veränderungen zu stellen und sein Unternehmen möglichst schnell an diese neuen Herausforderungen anzupassen, wird in diesen Phasen gestärkt werden und kann schnell zum Innovationstreiber werden.

Ihre Antworten

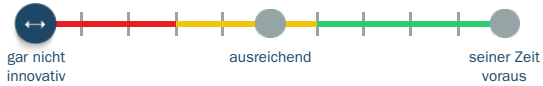
Wie zufrieden sind Ihre Kunden mit Ihrem Produkt/Ihrer Dienstleistung?



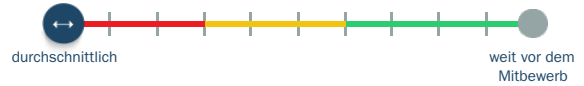
Wie entwickelt sich Ihr Kundenstock?



Denken Sie an einen Kunden den Sie gut kennen. Wie innovativ würde er Ihr Unternehmen einschätzen?



Wie hoch schätzen Sie die Problemlösungsfähigkeit Ihrer Produkte/Dienstleistungen ein?



Wie unterstützt Ihr Verkauf den Kunden seine Ziele/Wünsche zu erreichen?



Wie viele neue Produkte oder verbesserte Serviceleistungen haben Sie in den letzten 2 Jahren auf den Markt gebracht?



Können Sie Ihre Kunden mit Ihrem Angebot und Ihrer Lösungskompetenz überraschen?



Alles was Sie in Ihrem Betrieb jeden Tag tun, hat eine zentrale Ausrichtung: Die Bedürfnisse der Kunden zu befriedigen. Dafür sind Ihre Kunden bereit, Geld zu bezahlen.

Wer also die Fähigkeit verliert, seinen Kunden Lösungen anzubieten, der wird mittel-, langfristig mit rückläufigen Erträgen rechnen müssen. Aus dieser Sicht ist der Kunde eine ganz wichtige Quelle für neue Ideen zur Verbesserung bestehender Produkte/Dienstleistungen und Prozesse.

Das Feedback der Kunden ernst zu nehmen, es aktiv einzufordern, zu dokumentieren, regelmäßig auszuwerten und im Team nach neuen Lösungen zu suchen, darf in keinem innovativen Betrieb fehlen. Egal ob sie Dienstleister oder Hersteller sind, viele Kunden geben ihnen gerne ein Feedback. Fragen sie aktiv nach! Kritisches Feedback schmerzt zwar manchmal, wenn sie aber das Verbesserungs-Potenzial darin sehen, können sie als agiles Unternehmen sehr davon profitieren.

Ihre Antworten

Werden neue Ideen, die von Mitarbeitern kommen, aufgenommen?



Wie oft nehmen sich Mitarbeiter Zeit, um neuen Ideen oder Verbesserungen nachzugehen?



Werden Mitarbeiter für erfolgreiche Verbesserungen oder Innovationen gelobt?



Welche Bedeutung hat Aus- und Weiterbildung im Unternehmen?



Wie wichtig sind bei neuen Mitarbeitern die folgenden Kriterien: Kreativität, Teamorientierung, Querdenken?



Ein Unternehmen, das sich laufend an die Veränderungen unserer Umwelt anpassen und Innovationen auf den Markt bringen möchte, braucht ein offenes Klima der Kommunikation und einen wertschätzenden Umgang mit neuen Ideen.

Für Trends und Wettbewerb sollte vor allem das Management und der Chef des Betriebs verantwortlich sein. Für die vielen wichtigen Verbesserungsideen in den internen Abläufen sind die Mitarbeiter, die das tägliche Geschäft des Unternehmens erledigen, die allerwichtigste Quelle.

Nur wenn Ideen und Verbesserungen ein Teil der täglichen Arbeitskultur sind, können Sie damit rechnen, erfolgreiche Verbesserungen und Innovationen im Unternehmen zu finden und erfolgreich umzusetzen.

Einzelne Mitarbeiter, die durch ihre Kreativität oder auch durch ihr Querdenken Fragen stellen die uns manchmal „verwirren“, sind ein wichtiges Potential um neue Ideen und Verbesserungen zu entdecken. Achten sie darauf, dass diese Gedanken nicht im „Alltagstrott“ untergehen.

Ihre Antworten

Wie bekannt sind Ihren Mitarbeitern Möglichkeiten um eine Idee einzumelden?



Gibt es in Ihrem Unternehmen Abläufe um Ideen umzusetzen?



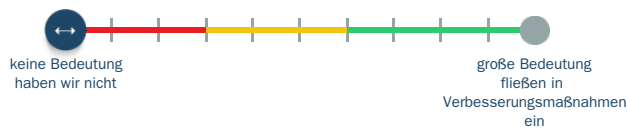
Werden Reklamationen in Ihrem Unternehmen zur Verbesserung der Produkte/Abläufe herangezogen?



Freuen Sie sich über jedes Feedback Ihrer Kunden und fordern Sie dazu auf?



Welche Bedeutung haben interne Qualitätskontrollen oder Feedback in Ihrem Unternehmen?

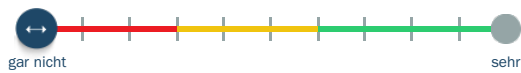


Prozesse sind unerlässlich für den reibungslosen Ablauf Ihres täglichen Geschäfts und stellen Qualität und Effizienz sicher. Aus diesem Grund ist es ganz wesentlich, dass es für die Mitarbeiter klar ist, wie sie ihre Ideen an eine möglichst hohe Ebene in der Hierarchie, idealer Weise den Chef, Geschäftsführer oder Eigentümer adressieren können. Weiters sind auch Kunden-Feedbacks oder Qualitätsreports wichtige Quellen für neue Ideen, die vom Management ernst genommen werden müssen.

Prozesse zu verbessern, kann eine Innovation sein! Aber erst wenn es gelungen ist, dass sich die Ziele, Strukturen, Kommunikation und tägliches Handeln an die neuen Wege angepasst haben, ist es auch tatsächlich zur nachhaltigen Entwicklung im Unternehmen gekommen. Erst dann werden Sie den Nutzen der Innovation auch in den Zahlen erkennen können.

Ihre Antworten

Wie innovativ empfinden Sie die Ausrichtung/Ziele Ihres Unternehmens?



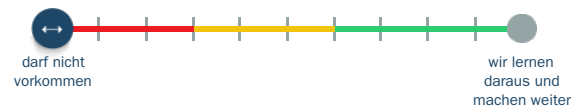
Wenn Sie die Ziele Ihres Unternehmens mit dem Wettbewerb vergleichen – wie innovativ empfinden Sie Ihr Unternehmen?



Wie offen wird intern kommuniziert?



Wie gehen Sie mit Fehlern/Rückschlägen um?



Wie oft spricht das Management/der Chef über den wirtschaftlichen Erfolg von Produkten oder Verbesserungen?



Haben Sie Ihr Geschäftsmodell in den letzten 24 Monaten verändert?

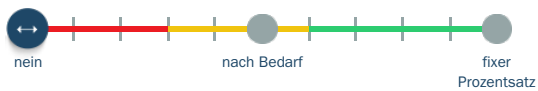


Ein Unternehmen ist meist nur so agil oder innovativ, wie es vom Management oder Chef vorgelebt wird. Wünscht sich ein Management ein agiles und innovatives Unternehmen, dann müssen die entsprechenden Rahmenbedingungen geschaffen werden.

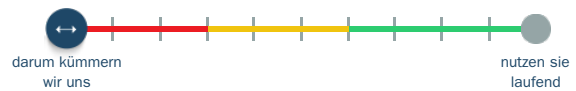
Aus Fehlern zu lernen und diese als Chancen zu sehen, ist eine wichtige Voraussetzung für innovative Unternehmen. Gerade bei Innovationen und neuen Ideen kommt es oft zu Rückschlägen, die uns - richtig betrachtet - die Chance geben, die Innovation oder Verbesserung noch gezielter auszuarbeiten. Um diese innere Haltung und eine „gute Fehlerkultur“ kommt man im agilen Unternehmen einfach nicht herum.

Ihre Antworten

Haben Sie ein Innovationsbudget?



Wie gehen Sie mit Förderungen um?



Wie honorieren Sie Innovationen/Verbesserungen im Unternehmen?



Wer in Innovationen und neue Ideen investiert, ist immer damit konfrontiert, dass nur manche der Ideen zum Erfolg führen.

Da Sie als UnternehmerIn oder ManagerIn gewohnt sind, nur ein planbares Risiko für ihre finanziellen und personellen Ressourcen einzugehen, führt gerade dieses Alltags-Prinzip dazu, dass Innovationen gar nicht erst begonnen werden.

"Wer weiß ob das ein Erfolg wird?" "Ideen hatten bei uns schon viele, aber es ist dann doch oft beim Bewährten geblieben!"

Aus diesem Grund hat sich bei innovativen Unternehmen der Ansatz bewährt, dass jedes Jahr ein festgeschriebener Betrag für Verbesserungen, Entwicklungen und Innovationen reserviert wird. Dieser Betrag wird gezielt für die neuen Ideen verwendet.

Benchmark:

- Im Durchschnitt investieren innovative Unternehmen ca. 5% vom Umsatz in innovative Projekte.
- Sie machen ca. 33% von ihrem Umsatz mit Innovationen.
- Sie verkaufen in diesem Segment fast doppelt so viel.
- Die EBIT Marge ist fast doppelt so hoch wie bei anderen Produkten.

Links:

- Der Online Förderungs-Check: <http://foerderungcheck.erstebank.at/>
- KMU-Stresstest: <http://kmu-stresstest.wkoratgeber.at/>
- Online Branchen-Check: <https://branchencheck.sparkasse.at/>

In diesem Schritt erhalten Sie Vorschläge, wie Sie die gewonnen Ergebnisse weiter bearbeiten und Maßnahmen ableiten können, um Ihr Unternehmen weiter zu entwickeln.

- 1.** Stellen sie die Ergebnisse aus dem Innovations-Check ihrem Management-Team und/oder einem Team aus Mitarbeitern vor und arbeiten sie gemeinsam an Maßnahmen.
- 2.** Nehmen sie sich für die Erarbeitung der Lösungen einen halben Tag oder noch besser 1 Tag für einen externen Workshop Zeit .
- 3.** Versuchen sie eine gemeinsame Sichtweise der aktuellen Situation zu finden und nehmen sie Ergänzungen vom Team dankbar auf!
- 4.** Dokumentieren sie alle wichtigen Ergebnisse und fertigen sie ein Protokoll für alle Teilnehmer an.
- 5.** Entwickeln sie für die Punkte, die sie verbessern wollen, eine Vision oder ein Ziel. Definieren sie SMARTE Ziele um ihre Vision zu erreichen. SMART = Spezifisch, Messbar, Attraktiv, Realistisch, Terminiert
- 6.** Haben Sie nun gemeinsam die Ziele gefunden, die Sie erreichen wollen, um Ihre Innovationsfähigkeit und Agilität zu verbessern, dann planen Sie gemeinsam Maßnahmen und verteilen sie diese im Team.
- 7.** Besprechen sie regelmäßig im Team die Umsetzung der vereinbarten Maßnahmen und unterstützen sie sich gegenseitig.

Sollten Sie bei einzelnen Themen oder der Vorgangsweise nicht über alle notwendigen Informationen verfügen, dann empfiehlt es sich, zusätzlich einen Berater / Moderator Ihrer Wahl zu kontaktieren. Die Erfahrung zeigt, dass ein Workshop mit einem neutralen Moderator meist noch bessere Ergebnisse bringt.

1. Wir haben so viel mit dem Tagesgeschäft zu tun, dass wir keine Zeit für Innovation haben.
2. Wir haben keinen Mitarbeiter, der sich mit Innovation auskennt.
3. Innovationen rechnen sich meistens nicht.
4. Innovationen kosten viel Geld.
5. Innovationen bringen oft keine Ergebnisse.
6. Das Geschäft geht seit Jahren gut, da brauchen wir nichts Neues.
7. Wir erfinden bestimmt nichts Bahnbrechendes - wozu dann Zeit investieren?

Ein agiles und innovatives Unternehmen zu sein, wird sich vielleicht nicht gleich morgen signifikant in Ihren Zahlen, Daten und Fakten auswirken, aber mit ganz hoher Wahrscheinlichkeit werden Sie mittel- bis langfristig davon profitieren.

Lassen sie sich von den Ausreden nicht abhalten, finden sie ihren Weg zum innovativen Unternehmen mit Zukunft!

Büchertipps:

- Kurzes Buch: Prozessmanagement, Hanser Verlag, ISBN 3-446-21916-1
- Kurzes Buch: Der kontinuierliche Verbesserungsprozess, Hanser Verlag, ISBN 3-446-21879-3
- Geschäftsprozesse optimieren, Gabler Verlag, ISBN 3-409-22381-9
- Organisation gestalten, Beltz Verlag, ISBN 3-407-36414-8
- Abenteuer Führung aus der Praxis für die Praxis, Netzwerk für Entwicklung, ISBN 978-3-200-03882-0
- Unternehmenskultur – Wie weiche Faktoren zu harten Fakten werden, Orell Füssli Verlag, ISBN 3-280-05029-4

Wir wünschen Ihnen viel Erfolg bei der Umsetzung Ihrer Ideen und Maßnahmen und unterstützen Sie dabei sehr gerne.