

WAS INNOVATION WIRKLICH BEGÜNSTIGT

Sind Sie noch auf Kurs?

Innovation gilt zunehmend als kritischer Faktor, wenn es darum geht, Wettbewerbsvorteile im sich weiterentwickelnden Weltmarkt aufrecht zu erhalten. Zahlreiche Menschen sind aber trotz dieser Erkenntnis mit den Ergebnissen ihrer Innovationsinitiativen unzufrieden. Woran liegt das? Wir analysieren durch Innovation erzielte Geschäftsergebnisse, arbeiten die größten Probleme und wichtigsten Voraussetzungen heraus und begründen, weshalb der Strategie eine Schlüsselrolle zukommt.

INNOVATION IST EINE DER GESCHÄFTSMAXIMEN

Wirtschaftsführer bestätigen das. In einer Befragung von PwC¹ gaben CEOs an, dass die Fähigkeit, regelmäßig neue Ideen und Ansätze voranzutreiben, einen sehr hohen Stellenwert hat.

61% ALLER CEOS WELTWEIT SAGEN, DASS INNOVATION IN IHRER BRANCHE EINE HOHE PRIORITÄT GENIEßT ODER EINEN ZENTRALEN SCHWERPUNKT BILDET.

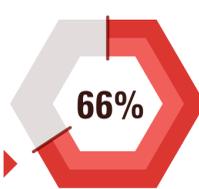


INNOVATIONSINITIATIVEN SIND SCHWERFÄLLIG UND INEFFEKTIV

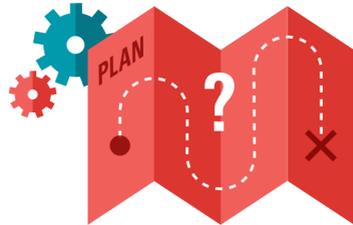
Ungeachtet der großen Wertschätzung innovativer Leistungen verfügt über die Hälfte aller durch Accenture² befragten Wirtschaftsführer nicht über eine Innovationsstrategie – und wer eine hat, handelt nicht danach.



55% SIND WENIG EFFEKTIV BEI DER SUCHE NACH INNOVATIONSMÖGLICHKEITEN.



66% HABEN KEINE KLAR DEFINIERTE INNOVATIONSSTRATEGIE.

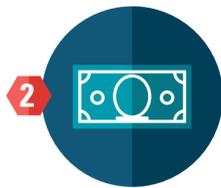


WAS STEHT IM WEG?

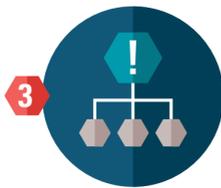
Die Top 3 Hindernisse für unternehmerische Innovation:
Nach Forrester³



1 BESCHRÄNKTE RESSOURCEN (ZEIT UND PERSONAL)



2 BESCHRÄNKTE BUDGETS

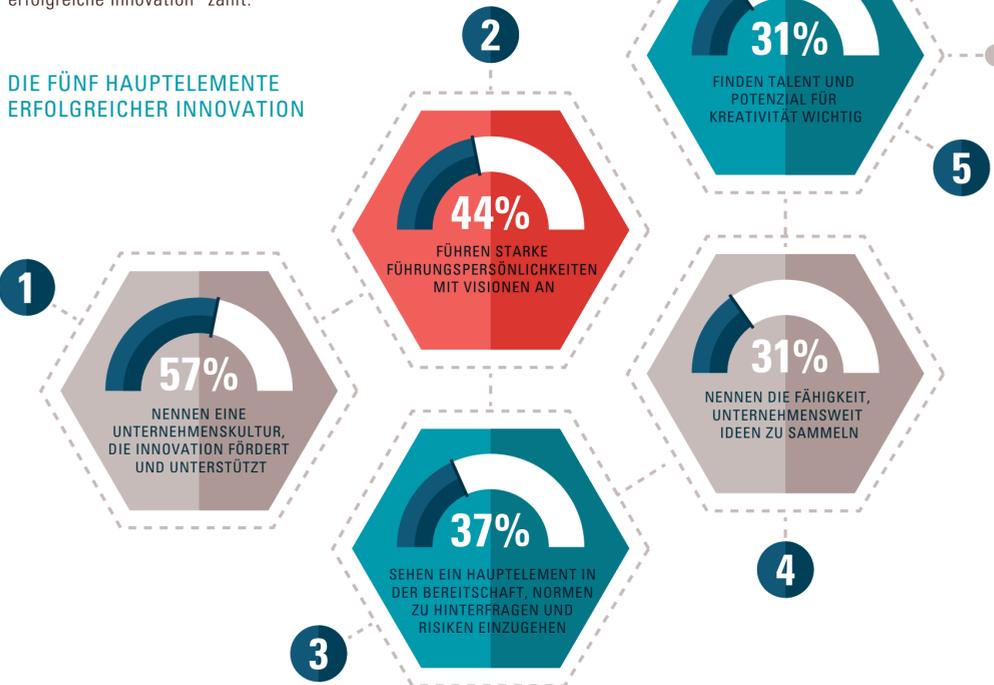


3 MANGEL AN STRUKTURIERTEN INNOVATIONSPROZESSEN ODER -VERFAHREN

DAS RICHTIGE REZEPTE FÜR INNOVATION

Ein Klima, das Innovation begünstigt, hat zu einem nicht unwesentlichen Teil mit Prozessen und unternehmensweiter Unterstützung zu tun. In einer Umfrage von PwC¹ wurden CEOs befragt, was zu den „wichtigsten Voraussetzungen für erfolgreiche Innovation“ zählt.

DIE FÜNF HAUPTELEMENTE ERFOLGREICHER INNOVATION



EIN GANZHEITLICHER ANSATZ: GELUNGENE INNOVATION

Innovation muss Teil eines ganzheitlichen und formalen Systems sein, damit sich nach und nach Ergebnisse einstellen. Laut einer Accenture²-Studie schöpfen Unternehmen, die mit einem solchen System arbeiten, daraus erhebliche Erträge.

21% SEHEN WETTBEWERBSVORTEILE FÜR IHR UNTERNEHMEN DURCH INNOVATION.



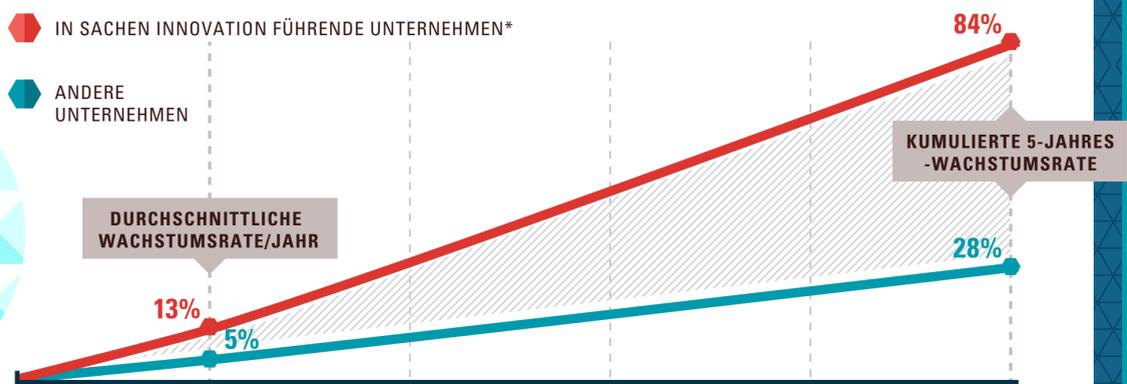
UND



51% HABEN BEI DER MARKEINFÜHRUNG DER MEISTEN INNOVATIONEN, PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN DIE NASE VORNE.

GELUNGENE INNOVATION BEDEUTET UMSATZSTEIGERUNG

Erfolgreiche Innovationen liefern greifbare Geschäftsergebnisse. Laut Bain⁴ wachsen Unternehmen, die in der Innovationstätigkeit positiv abschneiden, deutlich rascher als weniger innovative Unternehmen – und zwar um das Dreifache im Laufe von fünf Jahren.



*Der Begriff „In Sachen Innovation führende Unternehmen“ bezieht sich auf Unternehmen, deren Ergebnisse im obersten Viertel der Innovations-Bewertungsstudie von Bain angesiedelt waren. Diese Umfrage wurde unter Führungskräften in Unternehmen weltweit durchgeführt.

INNOVATION – DER WUNSCH ALLEIN IST NICHT GENUG.

DIE ERHOBENEN DATEN ZEIGEN, DASS INNOVATION DURCH DIE FAKTOREN STRATEGIE UND STRUKTUR BESTIMMT WIRD UND IM UNTERNEHMEN AUF ABBLÄUFE UND EINE KULTUR ANGEWIESEN IST, DIE DIESEM ZIEL DIENLICH SIND.

Quellen

1 "Unleashing the Power of Innovation", PwC, 2013

2 "Why 'Low Risk' Innovation is Costly: Overcoming the Perils of Renovation and Invention", Accenture, 2013

3 "The Forrester Wave: Innovation Management Tools", Forrester Research, 2013

4 "Taking the measure of your innovation performance", Bain & Co., 2013