

INNOVATION

DENKANSTÖSSE
FÜR VERWALTUNGSRAT UND GESCHÄFTSLEITUNG

Abgeleitet aus
Experten-Roundtable und Executive Panel 2017

INNOVATION

DENKANSTÖSSE FÜR VR UND GL

GESCHÄFTSMODELL & STRATEGIE

- Sind unsere Vorhaben, Ziele und Pläne gross und ambitiös genug, damit Innovation und Erneuerung nicht nur erwünscht, sondern nötig sind?
- Welche strategische Bedeutung hat Innovation für uns? Sehen wir Innovation als Wachstumsmotor? Als Mittel zur Verteidigung von Marktanteilen und Margen? Als Quelle von Effizienzgewinnen?
- Tragen wir der 4. Industriellen Revolution Rechnung und haben oder entwickeln wir ein «Betriebssystem», welches Innovation zulässt, fördert, einfordert, wertschätzt und honoriert?
- Beinhaltet unsere Strategie konkrete Innovationsziele? Messen wir den Fortschritt kontinuierlich, und finden Korrekturen zeitnah und konsequent statt?
- Haben wir eine Vorstellung, wie unser Geschäftsmodell in 2 bis 3 Jahren aussieht und begegnen wir Geschäftsmodell-Innovationen offen und reflektiert?
- Sind wir mit unserer Organisation in der Lage, neue Geschäftsmodelle zu entwickeln, zu skalieren und alte durch neue abzulösen?
- Setzen wir uns konsequent mit den neuesten Erkenntnissen der Produktinnovation auseinander? Verstehen wir Methoden wie «Jobs to be done», «Design Thinking» oder «LeanStartup»? Erfüllt unsere Organisation die Voraussetzungen, um diese Methoden erfolgreich einsetzen zu können?
- Wie stark werden die Kunden und Geschäftspartner in unsere Innovationsprozesse sowie in die Entwicklung künftiger Ertragsmodelle eingebunden?
- Welche Kundenprobleme lösen wir heute und morgen? Verstehen wir, wie wir für unsere Kunden Wert schaffen? Woher wissen wir das?
- Verstehen wir, weshalb Nicht-Kunden nicht Kunden sind?

KULTUR

- Ist der Zweck unseres Unternehmens klar und so stark in der Kultur verankert, dass Innovation bottom-up getrieben werden kann und trotzdem zielgerichtet bleibt?
- Gewichten wir Lernen höher als Wissen? Wie unterstützt unsere Kultur Lernen auf allen Ebenen? Wie erhöhen wir unsere Lerngeschwindigkeit – als Individuen wie als Organisation?
- Schafft unsere Kultur den für Innovation und Höchstleistung wichtigen angstfreien Raum?
- Lässt unsere Kultur Kreativität zu?
- Beginnt Innovation bei uns immer mit dem Kunden und seinen (noch ungelösten) Problemen? Oder sind wir eher technologiegetrieben?
- Welches sind unsere Glaubenssätze zum Thema Innovation? Glauben wir, dass Innovation systematisch betrieben werden und erfolgreich sein kann? Oder glauben wir, dass Erfolg nur sporadisch möglich ist und auch etwas Glück benötigt? Woher kommt Innovation?
- Stellen wir uns häufig Fragen wie «warum?», «warum nicht?» oder «was wäre, wenn...?»?
- Sind wir in der Lage, mit Hypothesen zu arbeiten, um unsere Erkenntnis zu erweitern?

LEADERSHIP & FÜHRUNG

- Wissen wir, welche Führungsqualitäten wir künftig benötigen, um Innovation zu fördern und haben wir ein Management-Selektions- und -Entwicklungssystem im Einsatz, welches dies berücksichtigt?
- Nimmt Innovation genügend Platz in unserer Management-Agenda ein?
- Stellen wir die nötigen Ressourcen zur Verfügung?
- Messen und honorieren wir Innovationsleistung? Messen und honorieren wir die dazu nötigen Vorleistungen (Lernen, Kreativität, Zusammenarbeit, ...)?
- Vertrauen wir unseren Mitarbeitern und dem Markt oder entscheiden wir als Führungskräfte doch lieber selber?
- Wie stellen wir sicher, dass das operative Geschäft nicht so dominant wird, dass kein Raum für Innovation bleibt (für Mitarbeiter und Führungskräfte)?
- Wer ist bei uns für Innovation verantwortlich? Wer muss was dazu beitragen, damit wir als Unternehmen unsere Innovationsleistung verbessern?
- Wie stellen wir sicher, dass wir am Puls der Zeit sind und genügend Anregung von aussen (Markt, Kunden, Konkurrenten, Lehre und Forschung, ...) erhalten?
- Wie können wir Organisations-Architektur und Management-Modell verbessern, damit Innovation «einfacher» wird? Wo stehen heutige Prozesse und Systeme Innovation im Weg? Was hindert unsere Mitarbeiter daran, innovativ zu sein? Welche Innovations-Killer gibt es bei uns?

HUMAN RESOURCES

- Ist es für unsere Mitarbeiter einfach, mit Kolleginnen und Kollegen eine Initiative zu starten?
- Ist unsere Arbeitsumgebung förderlich für Innovation? (Fördern und unterstützen Räumlichkeiten/Mobiliar/Infrastruktur Inspiration, Kreativität, Zusammenarbeit, Austausch, Kontakt, ...?)
- Wie stellen wir sicher, dass wir die besten Talente nicht nur für uns gewinnen können, sondern sie danach auch machen lassen?
- Wie selektionieren wir die Mitarbeitenden? Prüfen wir die für Innovation wichtigen Fähigkeiten – sowie die Evidenz dafür, dass diese auch produktiv eingesetzt werden? Sowohl bei der Rekrutierung wie auch später bei Beförderungen, Nominationen, etc.?
- Fördern wir die in der digitalen Welt wichtigen Fähigkeiten wie das lebenslange Lernen, das vernetzte Denken, die Neugier sowie agiles Verhalten? Prüfen wir Kandidaten vor allem auch auf ihre diesbezüglichen Potentiale? Bewirtschaften (sammeln, teilen und mehren) wir das kollektive Wissen und sind wir als Unternehmung für Top-Talente und für die Wissensgesellschaft attraktiv?
- Wie vergrössern wir unser kollektives Wissen? Wie fördern wir spontanen Austausch und Kombination von Wissen unserer Mitarbeiter?
- Kennen wir die innovativsten Denker in unserem Unternehmen? Nutzen wir deren Talent und Erfahrung ausreichend?
- Sind unsere Mitarbeiter jeden Tag mit Herz und Seele bei der Sache? Identifizieren sie sich mit ihren Aufgaben, unserer Firma und unseren Kunden?

© Roy C. Hitchman AG & Raymond Hofmann Management – Alle Rechte vorbehalten

Roy C. Hitchman AG, Bellerivestrasse 3, CH-8008 Zürich
Telefon +41 43 499 12 50, info@hitchman.ch, www.roy-hitchman.ch

Raymond Hofmann Management
Telefon +41 78 949 22 07, rh@raymondhofmann.com, www.raymondhofmann.com