

Der Crowdsourced Innovation Ansatz öffnet den Innovations- und Entwicklungsprozess für das Wissen und die Ideen der relevanten Stakeholder. Intern sowie Extern.

TITELTHEMA SERVICE-CHANCEN IN DER INDUSTRIE 4.0

Gemeinsam mit Kunden neue Service Konzepte entwickeln

Durch die fortschreitende Digitalisierung und die aufkommende Industrie 4.0 werden Unternehmen immer mehr zu Knotenpunkten in weitreichenden Netzwerken. Dabei rücken gerade diejenigen Personen und Abteilungen in den Fokus, die an der Schnittstelle zwischen Unternehmen und externen Anspruchsgruppen stehen. Durch gezielte Vernetzung, Zusammenführen von Informationen und Kollaboration mit relevanten Akteuren sind sie der Dreh- und Angelpunkt für nachhaltige Wertschöpfung in der digitalisierten Welt. Dieser Artikel erklärt, wie diese moderne Wertschöpfung schon heute durch Einbinden der Kunden in die Entwicklung von innovativen Produkten und Dienstleistungen angestoßen werden kann.

Traditionell entwickeln Entwicklungsabteilungen mit Erkenntnissen aus Vertrieb, Marketing und Marktforschung neue Dienstleistungen, Produkte oder Geschäftsmodelle. In den meisten Fällen agieren Unternehmen dabei isoliert hinter verschlossenen Türen – Wissen rund um Innovationen zählt zu den am besten gehüteten Geheimnissen eines Unternehmens; geschützt durch zahlreiche Geheimhaltungsvereinbarungen, limitierte Zugangsberechtigungen

und hoher Verschwiegenheit. Diese Vorgehensweise ist in manchen natürlichen Situationen unumgänglich. In den meisten Fällen steht sie jedoch im starken Kontrast zu den Forderungen und Ansprüchen der digitalen, vernetzten Welt. Heutzutage erwarten Kunden von Unternehmen – sowohl im B2C- als auch in B2B-Bereich – Transparenz, Gehör für individuelle Bedürfnisse und aktive Mitgestaltungsmöglichkeiten. Dies kann erst in großem und

relevantem Maßstab Realität werden, seitdem neue Methoden und Technologien entstehen, die Beteiligung von Kunden in Innovationsprozessen auf Augenhöhe umsetzbar und handhabbar machen.

Das Prinzip Crowdsourced Innovation

Der Ansatz von offenen Innovations- und Entwicklungsprozessen (Open Innovation) mit dem Ziel der Erhö-

Über innosabi

innosabi entwickelt Methoden, Technologien und Plattformen für Community-basierte Open Innovation Ansätze. Das Münchener Unternehmen wurde 2010 gegründet und wurde unter anderem als Deutschlands innovativstes IKT Start-Up ausgezeichnet. Zu den renommierten Kunden von innosabi gehören Continental, Postbank, E-on, HARIBO, und Liebherr.

Die Bedeutung der Eröffnung des Erfolgs von Innovationsaktivitäten hat schon lange einen festen Platz in der Entwicklung von neuen Services und Produkten – jedoch stets mit kleinerer Teilnehmerzahl in Form von Workshops oder anderen Offline-Aktivitäten. Dank Web 2.0, mobilen Apps und intelligenter Software war es jedoch noch nie einfacher, tausende interessierte und motivierte Personen gleichzeitig für sinnstiftende Zusammenarbeit zu erreichen. Sogenanntes Crowdsourcing mit all seinen Aspekten revolutioniert Open Innovation, unter Verwendung des Potentials des Internets und datengetriebener Entscheidungsfindung. Wir nennen dieses Konzept Crowdsourced Innovation.

Die Vorteile von Crowdsourced Innovation resultieren im Wesentlichen aus drei verschiedenen Bereichen:

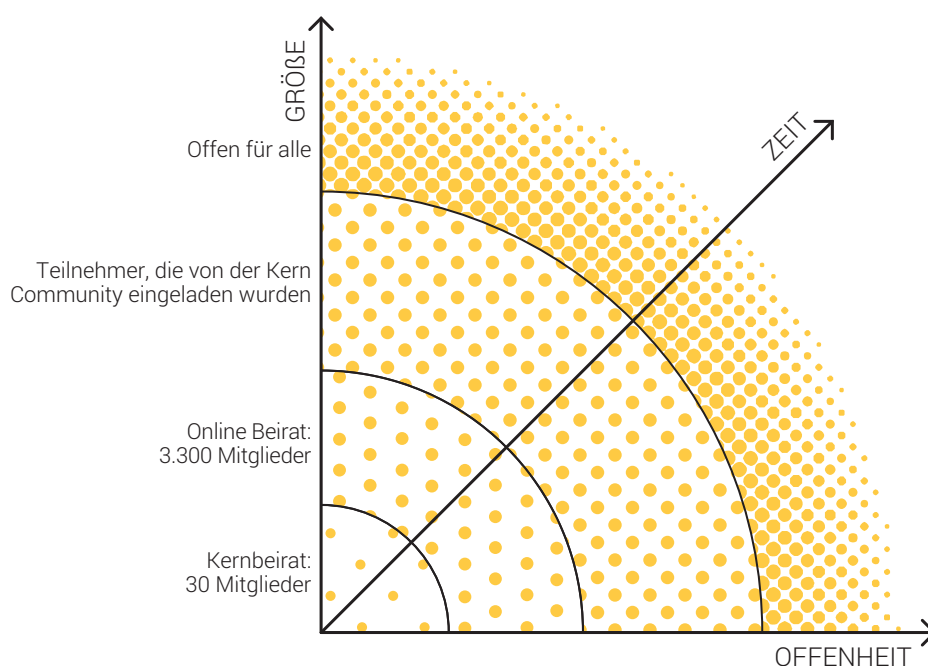
- Die Entwicklung konzentriert sich auf tatsächliche Bedürfnisse der Nutzer und deren Ideen, was zu Angeboten mit einer höheren Chance auf Akzeptanz bei Markteintritt führt und dabei den gewünschten Return on Invest erzielt.
- Gleichzeitig können Unternehmen vielversprechende Forschungsprojekte in einem sehr frühen Stadium identifizieren, ihre Ressourcen entsprechend zuordnen und Kosten für weniger aussichtsreiche Projekte einsparen.
- Vor allem aber baut Crowdsourced Innovation starke und dauerhafte Kundenbeziehungen auf. Es signa-

liert Transparenz und macht eine Marke greifbar und zugänglich – somit glaubwürdig. Wenn ein Kunde dazu beigetragen hat, ein neues Produkt oder eine Dienstleistung zu schaffen, wird es ein kleines bisschen „seins“ oder „ihres“. Ein Produkt hat plötzlich eine gemeinsame Geschichte mit dem Kunden; eine emotionale Verbindung.

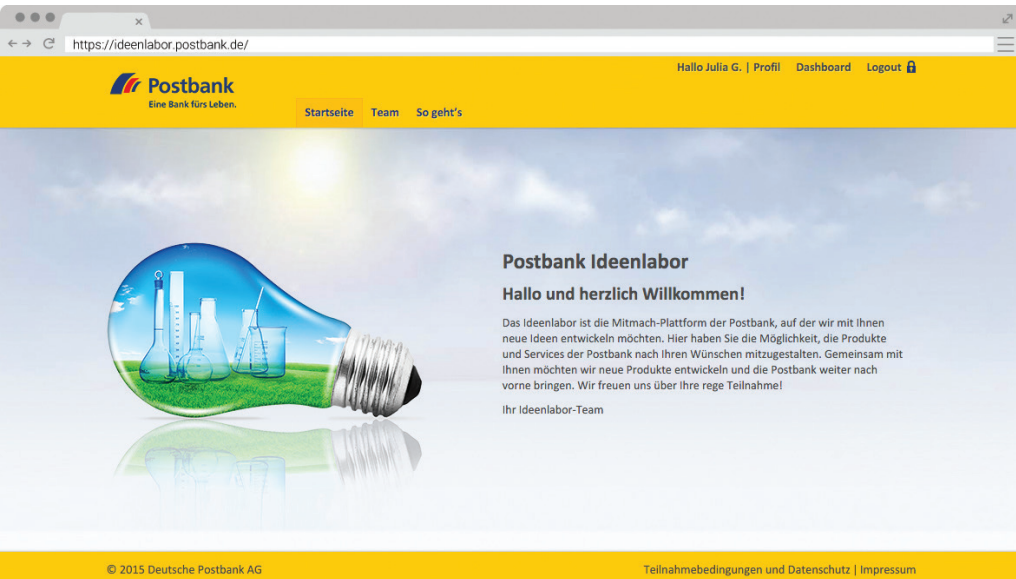
Technologie für Innovation und Kollaboration

Gerade an Kontaktpunkten zwischen Unternehmen und Kunden besteht sehr großes Potenzial um Wissen, Ideen oder Optimierungsvorschläge strukturiert in die Entwicklung neuer Angebote fließen zu lassen. Feedback Formulare, online Bewertungen und Facebook Seiten gehören mittlerweile branchenübergreifend zum Standard in CRM und Marketing Aktivitäten. Jedoch werden die Möglichkeiten der Informationen aus diesen Kanälen nur selten voll ausgeschöpft. Einerseits auf Grund fehlender Kapazitäten für eine Umfassende Auswertung und andererseits wegen der Schwierigkeit, auf diesen Wegen einen zielführenden,

bidirektionalen Austausch zu etablieren. Die Crowdsourced Innovation Software und Methoden setzen genau an diesem Punkt an. So entstehen im Idealfall dauerhafte Communities, deren intrinsische Motivation zur Verbesserung von Angeboten oder Unterstützung des Unternehmens jederzeit für Innovations- oder Entwicklungsprojekte genutzt werden kann. Mit intelligenten Sortieralgorithmen, Data Analytics, ausgefeilten Gamification Mechanismen, iterativen Projektphasen und Schnittstellen zu Social Media oder CRM Systemen ist es möglich, lebhafte Diskussionen mit großer Teilnehmerzahl zu initiieren und Schritt für Schritt umsetzbare Ergebnisse zu erarbeiten. Externes Wissen vom unstrukturierten Feedback zu einer nutzbaren Ressource für das Unternehmen. Erfolgreiche Innovationsprozesse jedoch sollten sich jedoch nicht allein auf die Ideengenerierung aus externen Quellen verlassen. Vielmehr sollten sich intern und extern entwickelte Ideen jeweils ergänzen. Die Rolle der internen Entwicklung wird nicht in Frage gestellt, jedoch muss sie sich an dieses neue Paradigma anpassen, um ihr vol-



Die stufenweise Öffnung und Erweiterung des Ideenlabors stellt den Aufbau einer aktiven, langfristigen Community sicher.



Ein Beispiel für die erfolgreiche Zusammenarbeit mit Endkunden in der Entwicklung von neuen Service Angeboten: Das Postbank Ideenlabor (<https://ideenlabor.postbank.de>).

les Potenzial zu entfesseln. Personen und Abteilungen an den Schnittstellen zwischen Unternehmen und dessen Umfeld sind dabei zentrale Treiber für diesen Wandel. Weiterhin muss Crowdsourced Innovation an jeder Stelle des Innovationsprozesses gelebt werden, um einen umfassenden Erfolg zu erzielen – von Ideengenerierung über Konzeption bis hin zu technologischer Entwicklung, Prototypentest oder der Ausgestaltung von Geschäftsmodellen und Marketingplänen für das neue Angebot. In all diesen Phasen sollten die jeweils relevanten Teilnehmer identifiziert und einbezogen werden – und ihnen die passenden Tools und relevanten Informationen zur Verfügung gestellt werden.

Best Practice: Das Postbank Ideenlabor

Die erfolgreiche Umsetzung solcher offener Strategien bedarf selbstverständlich einer strukturierten Herangehensweise und ist oftmals Teil eines umfassenderen Kulturwandels. Ein Beispiel für die gelungene Implementierung von Crowdsourced Innovation und die Öffnung von Innovationsprozessen ist das Postbank Ideenlabor. Gerade die Entwicklung von digitalen Service Angeboten stellt für viele Unternehmen eine Herausforderung dar,

da sich die Bedürfnisse, Verhaltensweisen und Ansprüche der Endnutzer mit dem Aufkommen neuer Technologien oder Kommunikationswege rasant verändern. Klassische, rein interne Entwicklungsprozesse sind dieser Geschwindigkeit oftmals nicht gewachsen und neue Angebote hinken den Erwartungen der Kunden hinterher, wenn sie auf den Markt kommen. Um diese Herausforderung zu meistern, hat die Postbank mit dem Ideenlabor eine online Plattform geschaffen, um Kunden direkt in einen digitalen, agilen Innovationsprozess einzubinden. Schritt für Schritt wurde der vereinzelte offline Austausch mit einem geschlossenen Kundenbeirat zu einem dauerhaften Dialog mit einer großen, offenen Kundencommunity transformiert. Heute nutzt die Postbank diese aktive Community unter anderem zur Ideengenerierung für neue Produkte, Prototypentests digitaler Angebote, Ausgestaltung von Kommunikationsmaßnahmen oder Diskussion langfristiger Trends und Entwicklungen. Die Crowdsourced Innovation Software macht es dabei möglich, relevante Ideen unkompliziert zu identifizieren, umsetzbare Ergebnisse zu erzielen und das Feedback der Kunden direkt an die richtigen Stellen im Unternehmen zu leiten.

Fazit und Ausblick

Entwicklungen im Zuge der fortschreitenden Digitalisierung wie z.B. Industrie 4.0 oder das Internet of Things lassen nur erahnen, welche tiefreichenden Veränderungen uns mittel- und langfristig erwarten. Eines jedoch ist sicher: Unser Verhalten, unsere Bedürfnisse sowie das gesamte gesellschaftliche Zusammenleben werden sich entlang dieser Entwicklung ebenfalls wandeln. Für Unternehmen ist die Digitalisierung somit bei weitem keine rein technologische Herausforderung, sondern vielmehr eine Frage des aktiven Vernetzens und Verstehens. Crowdsourced Innovation Methoden und die kollaborative, nutzerorientierte Entwicklung neuer Angebote bieten dafür die passende Grundlage.

Zu den Autoren

David Chia,
Business Development bei innosabi

 www.xing.com/profile/David_Chia3



Jan Fischer,
Gründer und Geschäftsführer bei innosabi

 www.xing.com/profile/Jan_Fischer55



www.innosabi.com
Widenmayerstraße 50
80538 München
Tel: 089 . 1222 807-0