



Change-Management

Diese Präsentation enthält Animationen, die nur im PowerPoint-Präsentationsmodus sichtbar werden.

Aspekte des Change-Managements

- Initiierung des Wandels
- Stakeholder-Management
- Kommunikation
- Risikomanagement

 **Erfindung**

- Prozessoptimierung
- Training und Entwicklung
- Kontinuierliche Verbesserung
- Dokumentation und Compliance

 **Standardisierung**

- Kultur des Wandels
- Agilität und Flexibilität
- Implementierung und Skalierung
- Feedback und Anpassung

 **Innovation**

Was wir ab hier erwarten können:



Standardisierung soll Komplexität reduzieren und ist besonders wirkungsvoll, wenn ihre Ergebnisse innovativ sind

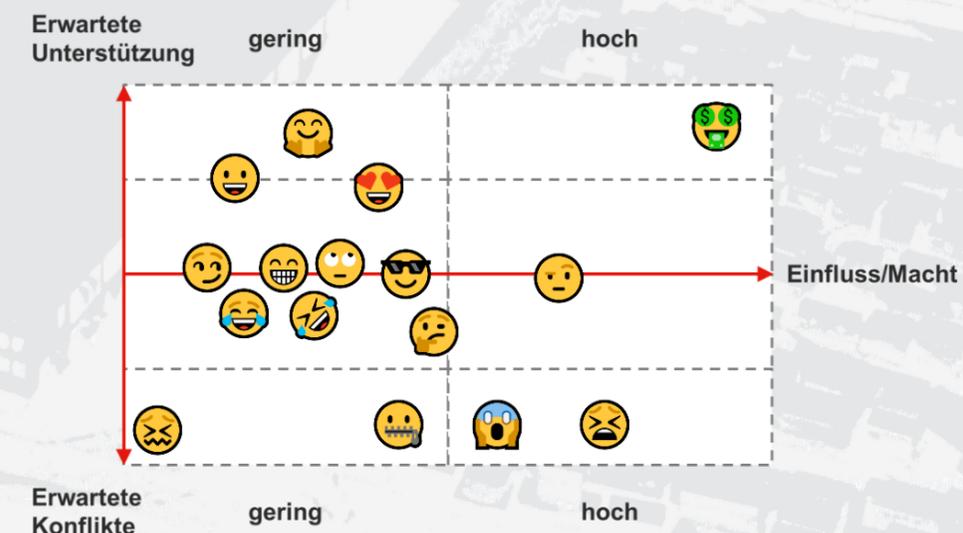


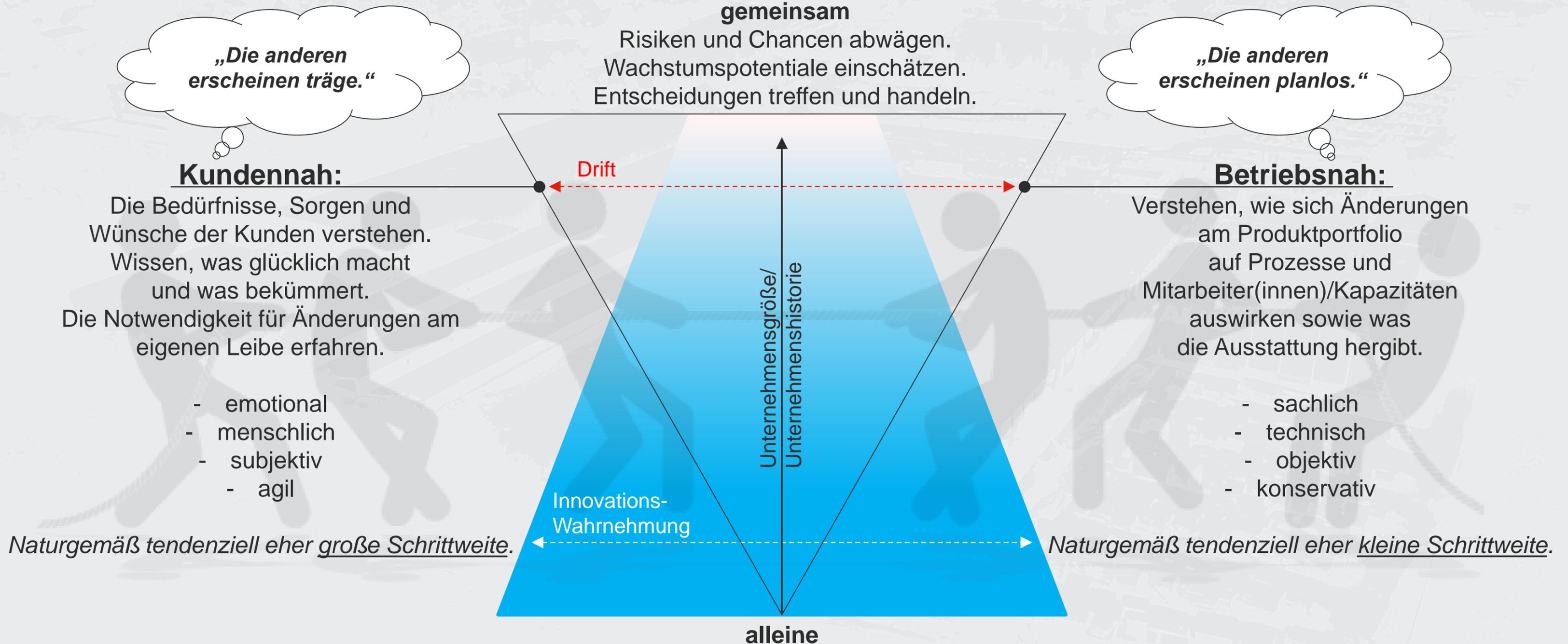
Durch **Standardisierung** versetzt man sich und sein Unternehmen in die Lage, ehemals für die Allgemeinheit schwerfällige Vorgänge innerhalb des Transaktionsprozesses für einen signifikant größeren Personenkreis zugänglich(er) zu machen.

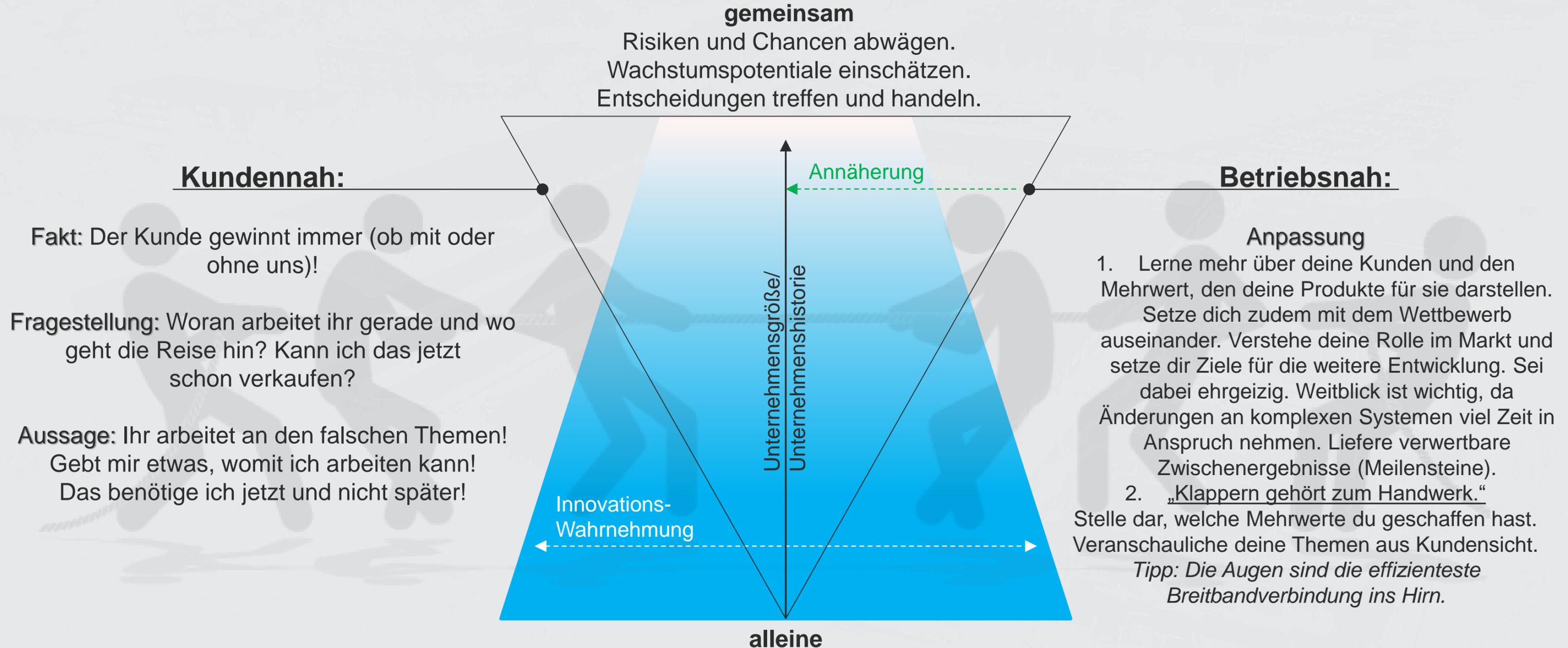
Innovationskraft spielt eine wesentliche Rolle dabei, Expertenwissen so zu transformieren, dass es auch ohne Expertise anwendbar ist (Standardisierung).

Innovation ist auch die kollektiv positive Wahrnehmung von etwas Neuem (Mehrwerte). Dazu gehört mehr, als man auf den ersten Blick erkennen kann.

Situations- und Stakeholder-Analyse







Beispiel: Standardisierung und Automatisierung des Engineerings

Kundennah:

Externes Marketing

Wir können in viel kürzerer Zeit äußerst präzise Entscheidungsgrundlagen für unsere Kunden liefern.

Kurz: Mehrwert

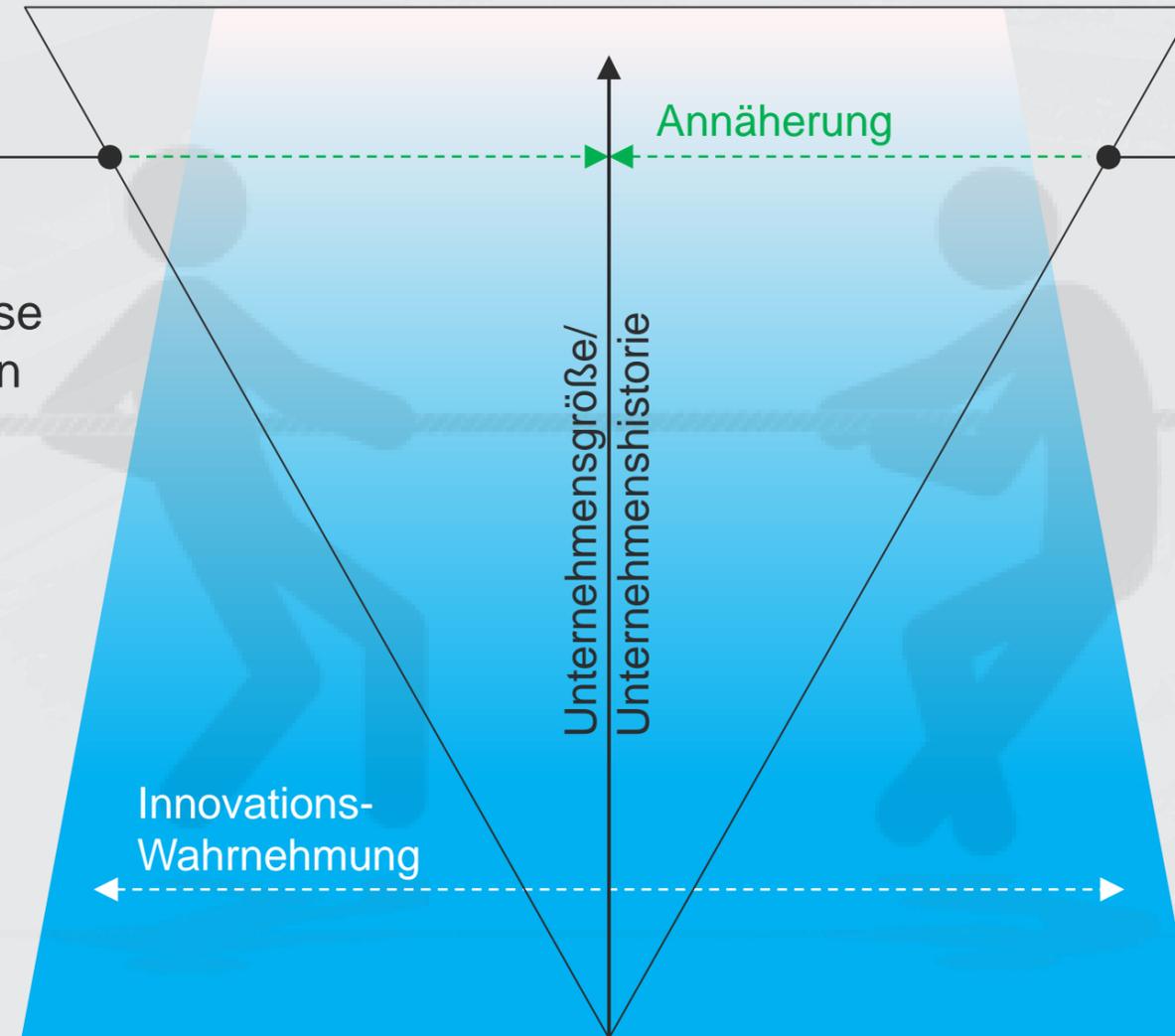
Betriebsnah:

Internes Marketing

Wir senken die Kosten in der Planungs- und Angebotsphase, reduzieren Medienbrüche enorm und können bei gleicher Mitarbeiteranzahl ein Mehrfaches der Arbeit leisten.

Kurz: verbesserte Chancen und niedrigere Risiken

Eingesparte Ressourcen investieren, um weitere Wettbewerbsvorteile zu erarbeiten.



Das magische Dreieck

**Eine Idee als erstes Team oder
als erste Person erfolgreich umsetzen.**

proaktiv

- Ein Ziel bekanntermaßen als erste Person/Gruppe vor Augen haben.
- Wissen, was die Menschen wollen, ohne dass sie es selbst erahnen.

populär / global

„Das erste Rad, das erste Automobil und das erste Flugzeug waren innovativ.“

reaktiv

- Eine neue „unschlagbare“ Lösung bieten, die ein von anderen Personen erwünschtes Ziel erreicht.
- Beauftragt eine überraschend gute Lösung erstmalig liefern.

unpopulär / geheim

„Für die erste Mondlandung haben bestimmt einige innovative Ideen eine Rolle gespielt.“

„Entscheidend ist, was hinten rauskommt.“



Definition einer Innovation

Es existiert keine allgemeingültige Definition für Innovation.
So gesehen benötigt jedes Unternehmen seine eigene Definition dafür.

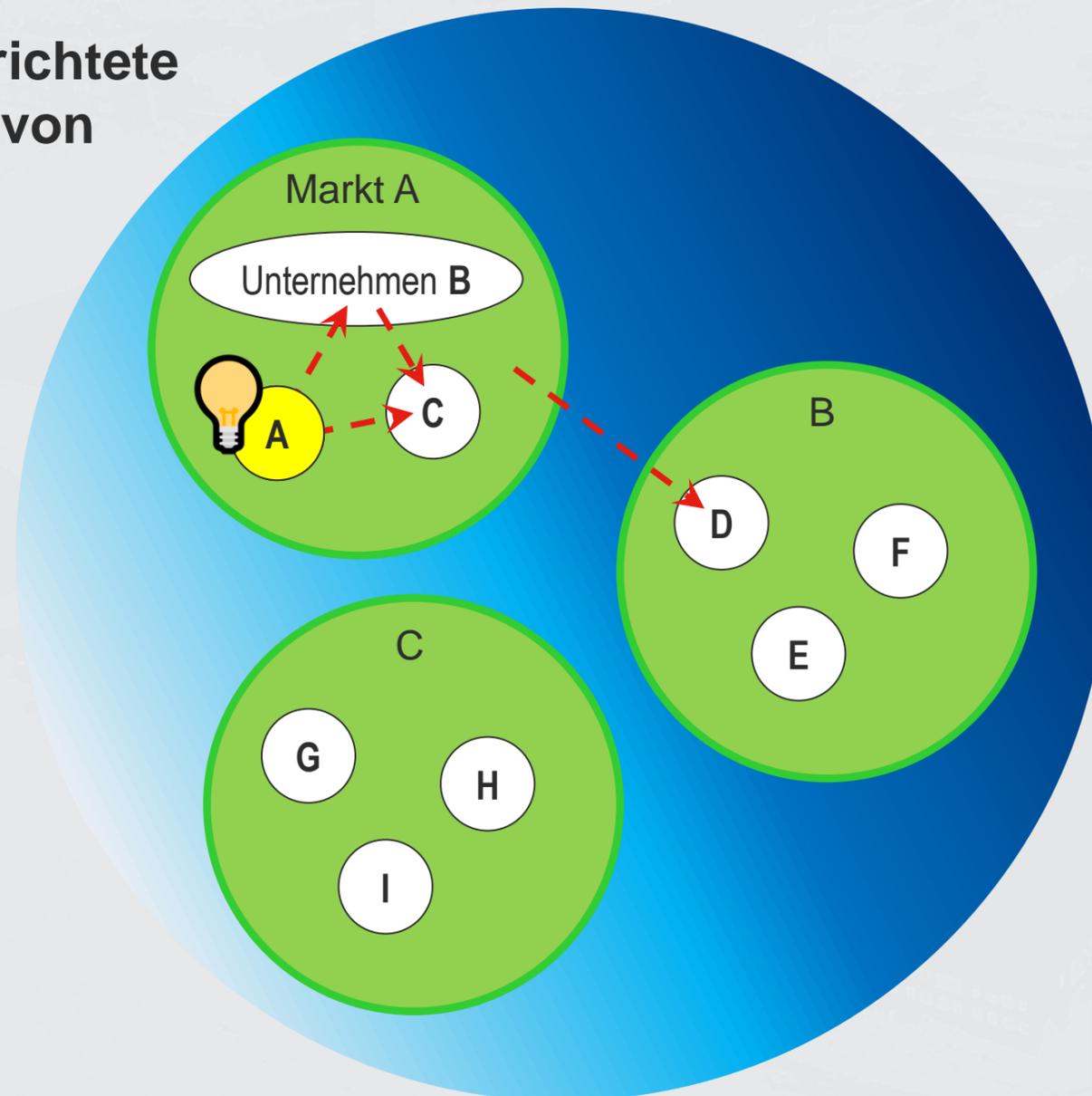
Mein Verständnis einer Innovation lautet wie folgt:

Eine Innovation ist eine Erfindung (*Produkt; Prozess*), die zu einem günstigen Zeitpunkt publiziert wird, zu dem die inneren und äußeren Bedingungen geschaffen sind, um sie wirtschaftlich erfolgreich einzusetzen (**Standardisierung**). Sie hebt sich von Alternativen ab, indem ihre wesentlichen Eigenschaften besser sind oder sie bei gleichem Nutzen signifikant kostengünstiger anwendbar ist, wodurch sie sich sukzessiv bis zur Mehrheit der Anwendungen durchsetzt.

Bis dieser Zustand eintritt, bleibt sie eine Erfindung, die bei einem ambitionierten und engagierten Management weiterhin das Potential dazu hat eine Innovation zu werden.

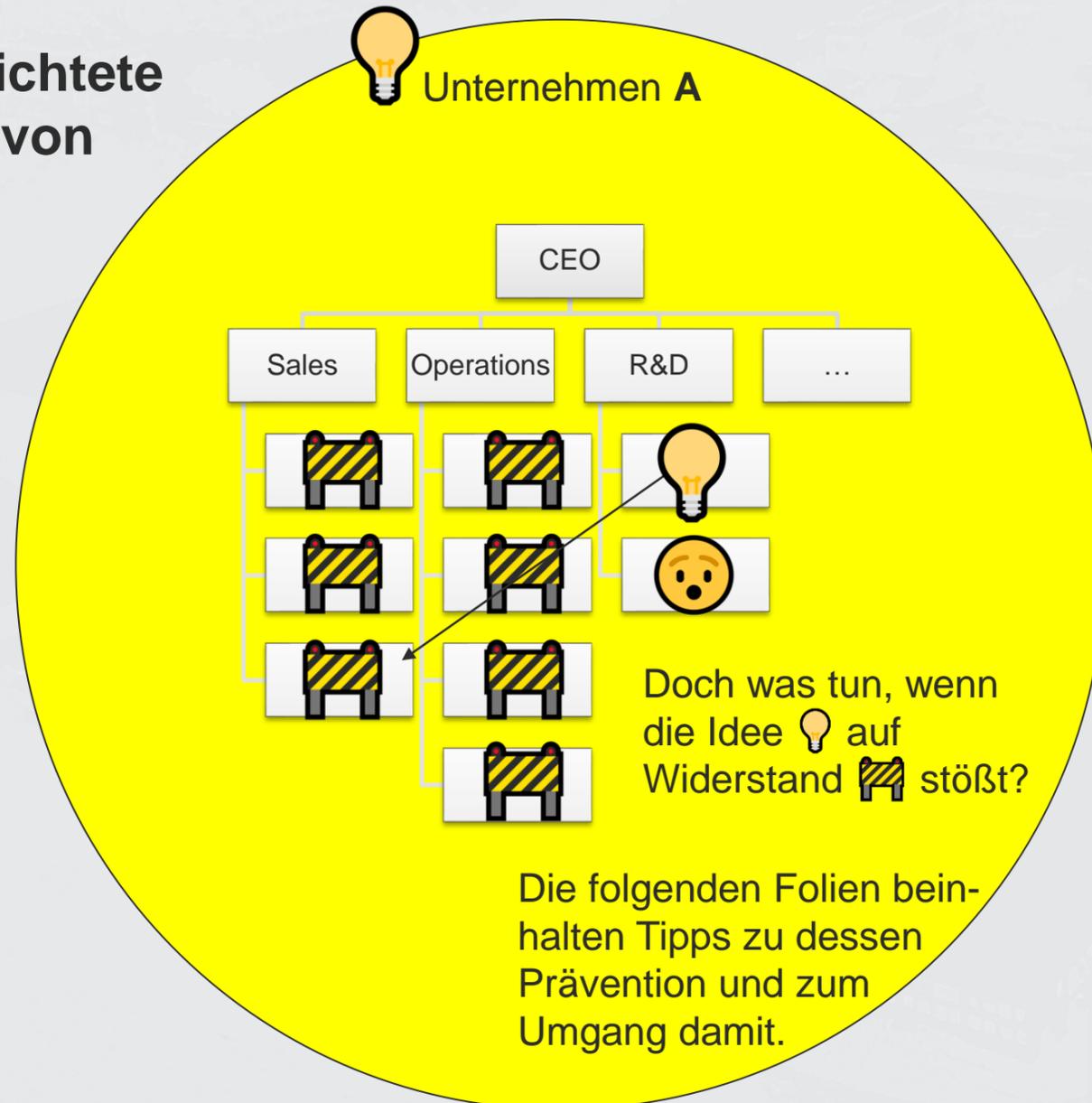


- nach außen gerichtete Wahrnehmung von Innovation
- nach außen gerichtetes Marketing als Verbreitungsbeschleuniger
- Gegenseitiger Antrieb
- Wettbewerb
- offensichtliche Mehrwerte für die Kunden

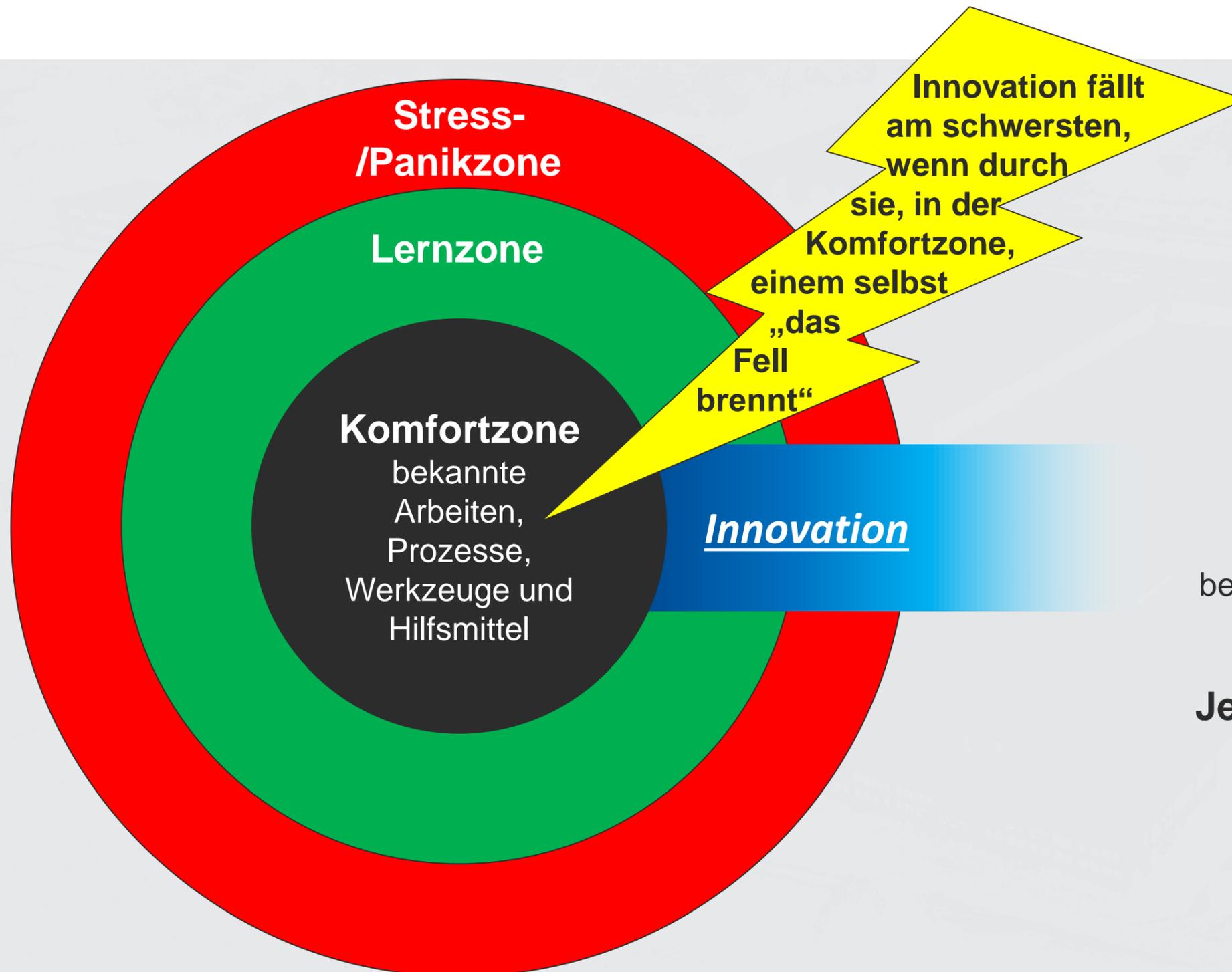


unpopuläre / geheime Innovation

- nach innen gerichtete Wahrnehmung von Innovation
- nach innen gerichtetes Marketing, um Unterstützung zu erhalten
- Wettbewerbsvorteil
- Mehrwerte für das Unternehmen und indirekt für die Kunden



Innovation beginnt außerhalb der Komfortzone!



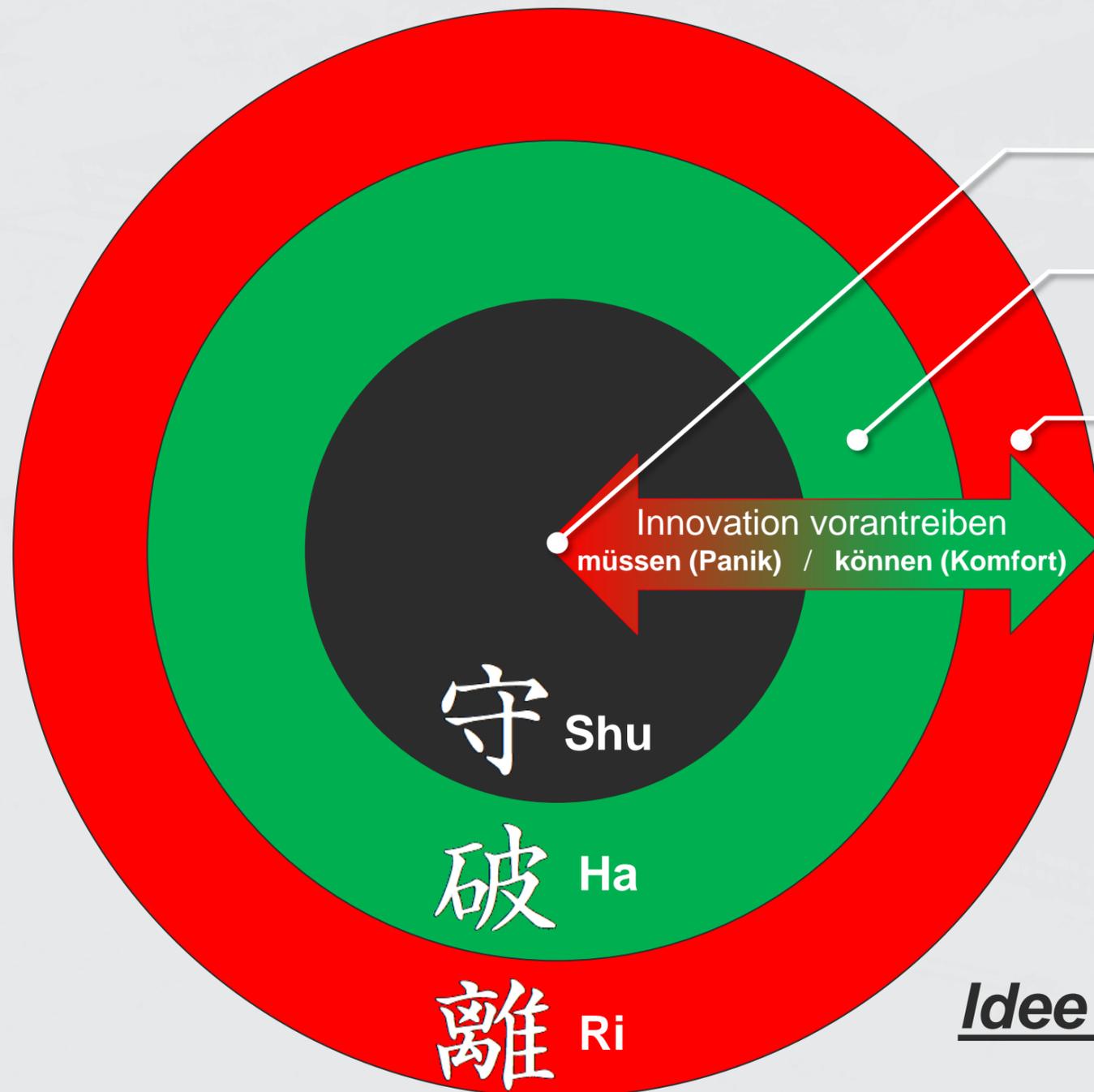
Ein Innovator



betrachtet die Sachlage **objektiv** von außen, blickt über den Tellerrand hinaus.

Jeder Mensch kann Innovator sein!

Als Innovator vom Lehrling zum Großmeister ✨



beinahe Lehrling

Gelerntes anwenden.
Innovationspotentiale erkennen.
Innovationsprozess bewusst durchführen.
Neues im Verborgenen erlernen und umsetzen.
Feedbacks von Erstanwendern einholen.

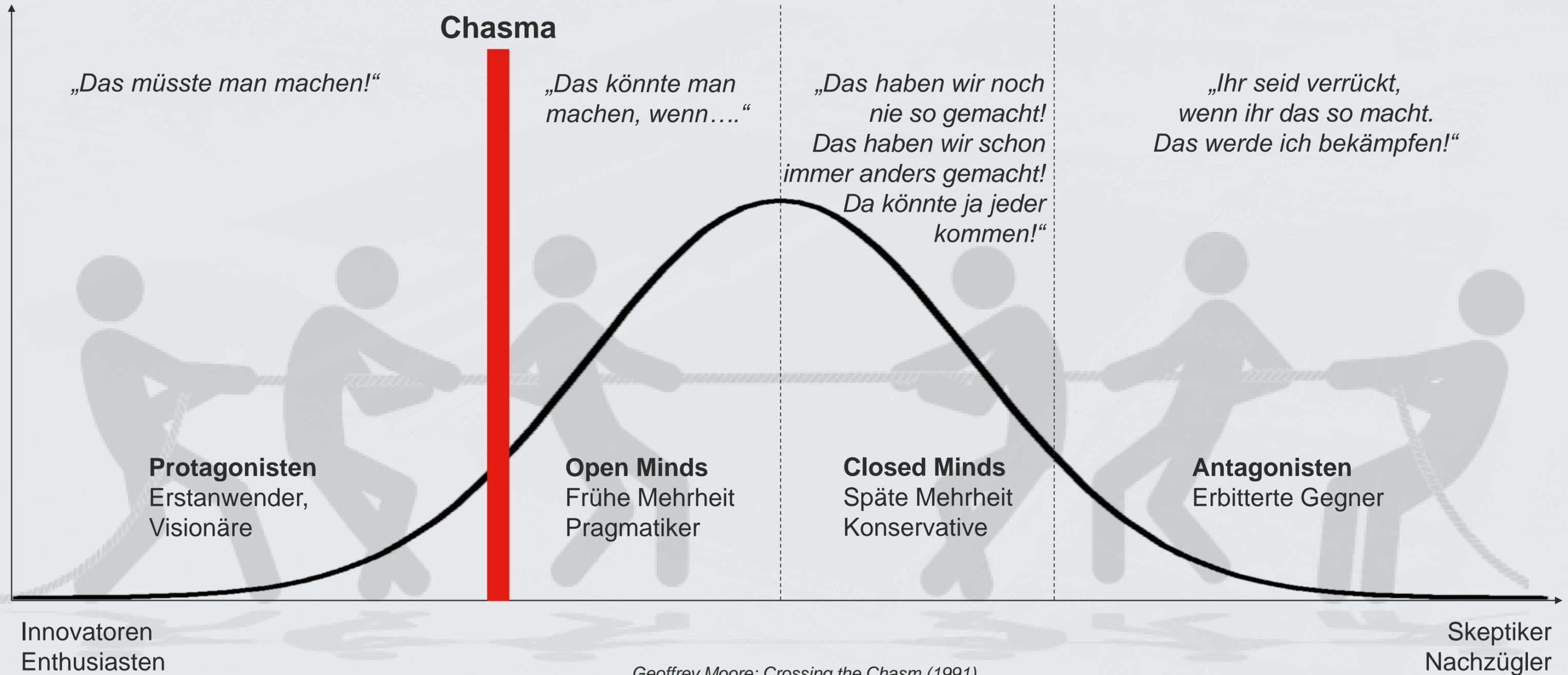
Mitmenschen die Arbeit mit dem Neuen lehren.
Konservative Mitmenschen überzeugen.
Für die Durchsetzung und den Erhalt kämpfen.
Ausbau der Innovation, erweitern der Lehre.

beinahe Großmeister

„Stillstand ist Rückschritt“

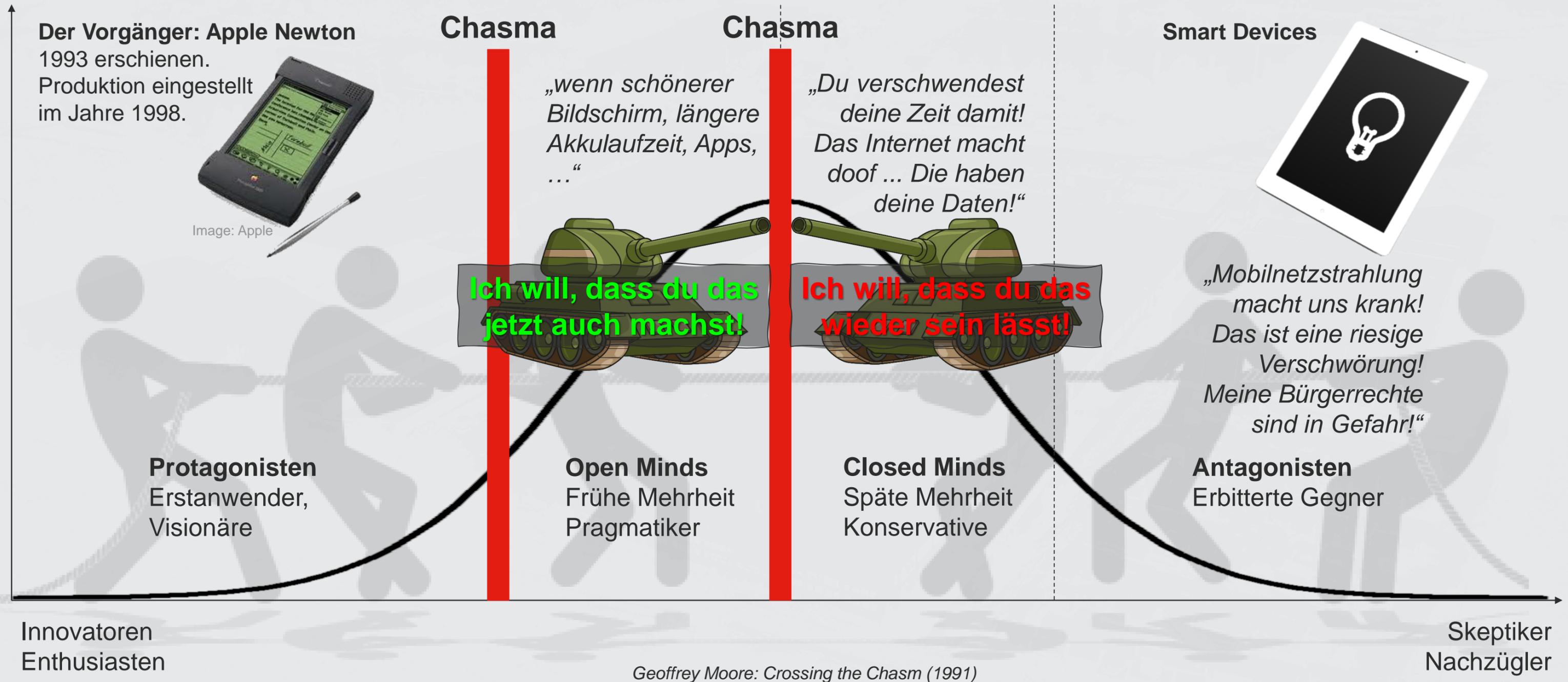
Idee → Erfindung → Standardisierung = Innovation!

Das allgemeine Problem des Neuen



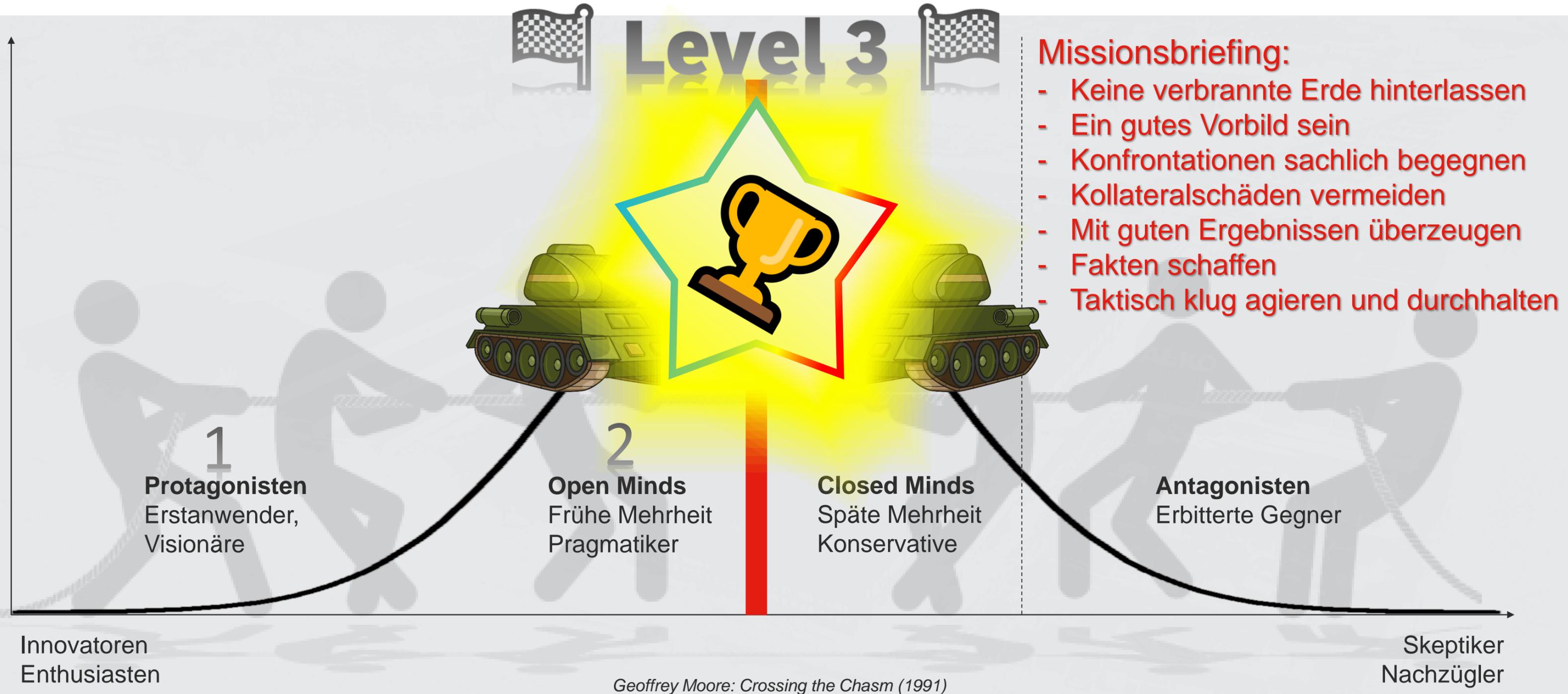
Das allgemeine Problem des Neuen

Am Beispiel von Smart Devices



Das allgemeine Problem des Neuen

„Du hast Level 3 erreicht!“



Das allgemeine Problem des Neuen



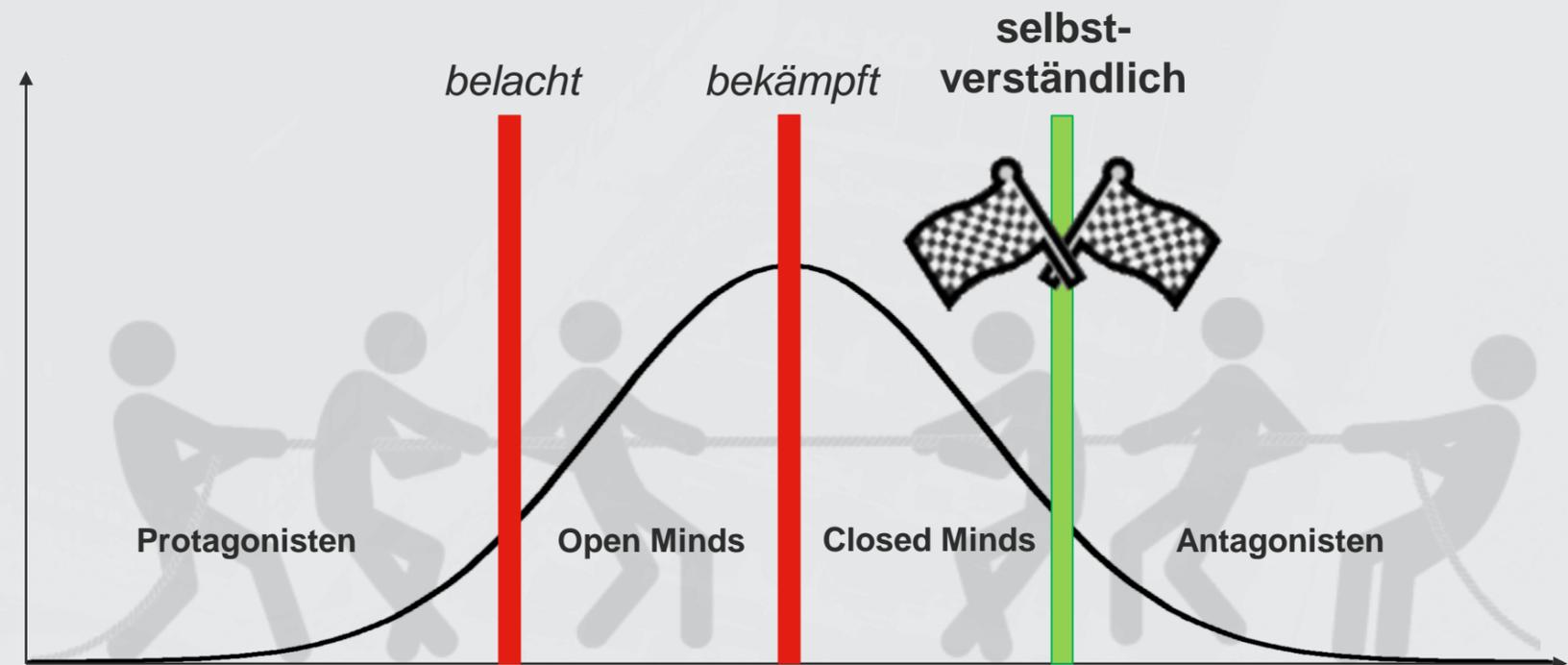
„Jede neue Idee durchläuft drei Entwicklungsstufen:

In der ersten wird sie *belacht*,
in der zweiten *bekämpft*,
in der dritten ist sie **selbstverständlich**.“

Arthur Schopenhauer
(1788-1860)

„Wenn der Wind der Erneuerung weht,
dann bauen die einen Menschen **Mauern**
und die anderen Windmühlen.“
- Konfuzius (~ 551 v. Chr. bis 479 v. Chr.)

„Erst *ignorieren* sie dich,
dann *lachen* sie über dich,
dann *bekämpfen* sie dich,
dann gewinnst du.“
- Mahatma Gandhi (1869-1948)





Habe den Mut, die Ausdauer und die Willenskraft dazu innovativ zu sein!