

Open Innovation als Konzept zur Steigerung des Kreativitäts- und Problemlösungspotenzials

Autor: Prof. Dr.-Ing. Josef Decker, BVL Campus gGmbH, decker@bvl-campus.de

Innovationen sind die Basis für zukünftige Erfolge von Unternehmen. Nicht umsonst ist das Management von Innovationen ein Thema, das vielfach in der betrieblichen Praxis sowie in der Wissenschaft diskutiert und auf unterschiedlichste Art und Weise umgesetzt wird. Auch der Arbeitskreis „Innovationsmanagement in der Logistik“ der Bundesvereinigung Logistik hat sich bereits vor einigen Jahren intensiv mit Innovationsprozessen in der Logistik auseinandergesetzt und insbesondere auf methodische Vorgehensweisen und die praktische Umsetzung im Bereich der Logistik fokussiert.

Vom internen zum externen Innovationsprozess

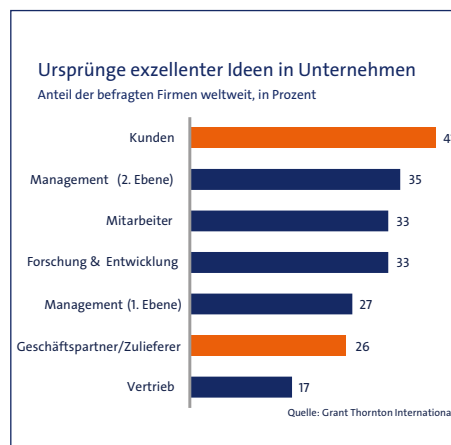
Gerade weil die Bedeutung von Innovationen kaum zu unterschätzen ist, werden Innovationsprozesse aber häufig ausschließlich unternehmensintern unter einer angemessenen Vertraulichkeit behandelt. Diese Position weicht sich jedoch zunehmend auf. Der Hintergrund ist, dass erkannt wurde, dass viele Kreativitätspotenziale, die außerhalb des Unternehmens liegen und zu innovativen und marktgerechten Produkten führen können, nicht genutzt werden (vgl. Abbildung). Andererseits bieten die technischen Möglichkeiten im Bereich Social Media wie auch die Nutzungsgewohnheiten der heutigen Netzcommunity hervorragende Voraussetzungen, um Wissen und Kompetenzen außerhalb des Unternehmens nutzbar zu machen. Ob das Design von Kleidungsstücken und Schuhen oder das Innenraumdesign von Cafés und Restaurants oder die Gestaltung innovativer Beleuchtungssysteme – dies alles sind Beispiele, bei denen in den vergangenen Jahren bereits „unternehmensexterne“ Kreativitätspotenziale mithilfe sozialer Medien erfolgreich nutzbar gemacht wurden.

Zum Konzept der Open Innovation

In Zusammenhang mit den genannten Innovationsprozessen wurde der Sammelbegriff „Open Innovation“ entwickelt. Darunter werden verschiedene Ansätze zur Öffnung von Innovationsprozessen und zur Nutzung externer Ressourcen verstanden. Im Folgenden sollen die Grundideen kurz vorgestellt werden und ein Blitzlicht auf die mögliche Bedeutung für Innovationen in der Logistik geworfen werden. Der Begriff „Open Innovation“ gibt bereits die Richtung vor. Das „Öffnen“ des Innovationspro-

zesses für Ideen und Anregungen von außen ist die Strategie, die dabei im Fokus steht. Die folgende Definition des Gabler Wirtschaftslexikons zeigt, dass es bei Open Innovation einerseits um die Nutzung des Wissens externer Personen bei der Lösung von Problemen gehen kann und andererseits um das Entwickeln neuer kreativer Ideen.

„...steht für die Öffnung von Innovationsprozessen für andere Stakeholder - im Normalfall den Kunden. Sichtbar wird der Prozess der Open Innovation für die Allgemeinheit v.a., wenn das Unternehmen im Rahmen eines sog. Crowdsourcings i.d.R. über das Internet seine Kunden aufruft, Lösungsvorschläge für Problemstellungen oder Produktinnovationen zu generieren.“ (Markgraf, D. in Gabler Wirtschaftslexikon)



Generell können „Outside-In“ und „Inside-Out“ Prozesse unterschieden werden. Bei Ersteren handelt es sich um die Integration externen Wissens in den eigenen Innovationsprozess. Dieses Wissen kann z.B. von Lieferanten, Kunden oder Universitätsinstituten stammen. Bei „Inside-Out“ Prozessen geht es hingegen um die Bereitstellung von Wissen, das im Unternehmen für die externe Nutzung generiert wurde.

Dies kann z.B. die Lizenzvergabe an Dritte für die Nutzung eigener Patente sein. Der generelle Unterschied zu klassischen „Closed Innovation“-Prozessen ist einerseits eine Veränderung in der Unternehmenskultur. Es muss akzeptiert werden, dass es außerhalb des Unternehmens Quellen von Wissen gibt, die für die eigenen Innovationsprozesse entscheidende Impulse

geben können. Andererseits verlangen geöffnete Innovationsprozesse eine völlig andere Art der Steuerung, verbunden damit, dass ggf. keine enge Kontrolle erfolgen kann.

Open Innovation in der Logistik

Im Bereich der Produktentwicklung (z.B. über Crowd-Sourcing Projekte) aber auch bei der Problemlösung für spezifische technische Fragestellungen haben sich Open Innovation-Prozesse bereits vielfach gut bewährt. Logistik als Querschnittsfunktion und Bindeglied zwischen den Partnern in der Supply Chain ist auf die Integration externen Wissens in die Lösung von Problemen oder die Entwicklung neuer kreativer Ansätze angewiesen. Dies geschieht in der Regel aber eher auf der Basis bilateraler Geschäftsbeziehungen als durch die Nutzung von in Netzwerken verteiltem Wissen. Zudem handelt es sich um Dienstleistungen, die mit Blick auf die Innovationsgenerierung nicht mit technischen Produkten zu vergleichen sind. Dennoch ist es sehr spannend, die Potenziale der Open Innovation für die Logistik näher zu beleuchten. Dies geschieht derzeit u.a. in einem IGF-Forschungsprojekt der Forschungsvereinigung BVL, das unter der Leitung von Prof. Wolfgang Kersten an der TU Hamburg Harburg durchgeführt wird.

Quellen:

- Dapp, Thomas F.: Die digitale Öffnung von Innovation und Wertschöpfung, in: Serhan, Ili (Hrsg.), 2012.
- Grant Thornton International, Innovation: the key to future success?
- Pfohl, Hans-Christian (Hrsg.): Innovationsmanagement in der Logistik - Gestaltungsansätze und praktische Umsetzung. Schriftenreihe Wirtschaft & Logistik der BVL, Deutscher Verkehrs-Verlag, Hamburg, 2007.
- Serhan, Ili (Hrsg.): Innovation Excellence – Wie Unternehmen ihre Innovationsfähigkeit systematisch steigern. Symposium Publishing GmbH, Düsseldorf, 2012.
- Springer Gabler Verlag (Hrsg.), Gabler Wirtschaftslexikon
- Projekt OI.log: Open Innovation in der Logistik

IMPRESSUM

Bundesvereinigung Logistik (BVL) e.V.

Schlachte 31, 28195 Bremen
Bereich Inhalte, Wissen, Forschung
Dr. Christian Groteemeier

Tel.: 0421 / 173 84 10 | groteemeier@bvl.de