

2.6 Session 6 – Lead-User-Konzept

Nachdem ihr beim Startworkshop zum Arbeitskreis „Management von Produktentwicklungsabteilungen“ ein gemeinsames Verständnis zum „Open Innovation“ Begriff finden konntet, geht es folgerichtig an die praktische Umsetzung in der Realität. Im Zuge der laufenden Diskussion im eigenen Unternehmen wird nämlich beschlossen, dass im kommenden Jahr mindestens zwei Ideen in Produkte umgesetzt werden müssen, die außerhalb des Unternehmens entstanden sind. Einfach gesagt - schwer getan! Natürlich trifft es dich als Innovationsmanager mit dieser herausfordernden Aufgabe.

Im Gespräch mit deinen Kollegen ergeben sich für dich ernsthafte Zweifel, ob diese Zielsetzung erreicht werden kann. Auf der einen Seite ist es durchaus denkbar das Kunden, Lieferanten oder Partner gute Ideen haben, auf der anderen Seite ist es umso schwieriger an diese Ideen zu kommen. Des Weiteren stellt sich natürlich die Frage, auf welche Kunden bzw. Ideen soll man setzten, um langfristig am Markt erfolgreich zu sein. Außerdem können Kunden doch gar nicht wissen was sie in Zukunft wollen, wenn sie durch ihre Erfahrungen mit heutigen Produkten völlig eingenommen sind.



In diesem Zusammenhang notierst du dir spontan einige offene Fragen:

- Wie identifiziere ich die wichtigen Trends in meiner Branche?
- Welche Kunden sollen befragt werden?
- Wie komme ich zu einer neuen Idee?

Irgendwie kannst du dir keinen richtigen Reim auf die Sache machen. Ebenso gut könnte man ja Fragen, wie der nächste iPod aussehen sollte.

Quellen:

von Hippel 1988, S. 106-115.

Vertiefung:

von Hippel 2005, S. 19-32.

Herstatt/Sander 2004, S. 121-140.

Pre-Search:

Risiko / Risikomanagement

