

Durch Denken Vorne Consult

Open Innovation – wer hat's erfunden?

Vier Punkte, um Open Innovation mit Lieferanten erfolgreich zu machen



Die Schweizer sind fix, wenn es darum geht, externe Ideen von Lieferanten aufzunehmen

Vielleicht denkt man beim Anblick der Bonbons an die Ricola-Werbung, den kleinen pflüchtigen Schweizer, der die Finnen in der Sauna daran erinnert, wer das erfunden hat. Alles nur Werbung? Nicht ganz!

Beim Global Innovation Index 2016 liegen die Eidgenossen auf Platz eins und Deutschland nur auf Rang zehn (siehe Link). Und aus eigenen Projekterfahrungen bei Wertanalysen oder Produktkostenoptimierungen könnte man festhalten, dass die Schweizer sehr fix sind, wenn es darum geht, externe Ideen von Lieferanten aufzunehmen. Neudeutsch würde man sagen, dass die Schweiz der „Hidden Champion der Open Innovation“ sind – „hidden“ nur wegen der hohen Berge. Aber ehrlich gesagt ist Ricola nur ein Kräuterlutschbonbon und Open Innovation auch nur eine erlernbare Methode, die Erfolg bringt, wenn man sie systematisch anwendet.

Nachfolgend vier pragmatische Punkte, die wesentlich dazu beitragen, dass Open Innovation mit Lieferanten zum Erfolg führt.

1. Bereitschaft zur Suche und zur Aufnahme von Ideen

Wenn nicht der Wille da ist, eine Idee von außen aufzunehmen, dann kann diese noch so gut sein. Also bedarf es als erstes der Bereitschaft, auch Externen Gehör zu schenken. Das ist nicht für jeden Entwickler einfach, insbesondere wenn er eigenbrötlerische Daniel-Düsentrieb-Allüren hat. Die oben erwähnten Projekte haben uns gezeigt, dass insbesondere junge Ingenieure damit unverkrampfter umgehen, ihre Probleme zu skizzieren und externe Ansätze aufzugreifen. Vielleicht hat die offene Kultur

Anzeige

LEDERER
Qualität verbindet

Bis zu **50%** zu Prozesskosten im Einkauf sparen!

Hochwertige Verbindungselemente und effizientes C-Teile-Management.

- Norm- und Standardteile
- Zeichnungsteile/Sonderwerkstoffe
- logistische Systeme/Kanban

www.lederer-online.com

von Facebook & Co. doch sein Gutes. Aber auch der Einkauf kann nicht nur mit Taschenrechner und Telefon weitermachen. Seine Aufgabe besteht eben auch darin, neue Technologien, Werkstoffe und Fertigungsmethoden ausfindig zu machen. Das heißt, beim Lieferanten sein, sich auf Messen die Füße platt laufen und auf Technologieforen Ansätze für das eigene Unternehmen erkennen.

2. Ideen entstehen dort, wo der Schraubenschlüssel ist

80er-Jahre Bürorraum, zwei Meter zwanzig Deckenhöhe, Neonlicht, keine Fenster. Wie soll hier die zündende Idee kommen? Ehrlich gesagt, gar nicht! Jetzt könnte man sagen, dass Ideen Freiraum brauchen und am besten ein Chalet in den Schweizer Alpen gebucht werden sollte – nicht schlecht, aber meist nicht durchsetzbar. Unser Tipp: Gehe man doch dorthin, wo der Schraubenschlüssel geschwungen wird, also direkt in die Fertigung des Lieferanten, um sich vom Monteur das Produkt erklären zu lassen – und nicht vom Entwickler, denn der soll ja Ideen bekommen. Kein CAD-System der Welt zeigt so schnell die räumlichen Bedingungen und die Kollisionenpunkte in 3D auf, wie

das wahre Leben. Und die Leute agieren und bewegen sich, anstatt in den bequemen, aber ausgelutschten Konferenzsesseln zu versinken.

3. Wer knebelt, bekommt keine Innovation

Wer seinen Lieferanten in bester Lopez-Manier geknebelt hat, kann getrost davon ausgehen, dass er nicht derjenige sein wird, dem der Lieferant seine neueste Erfindung mitteilt. Und selbst, wenn man anständig war und den Lieferanten bisher immer gut behandelt hat, ist es noch ein Stück Weg, bis er einem von sich aus eine technische Neuerung in einem frühen Stadium mitteilt. Aber genau das ist eben Open Innovation und nicht die Einbestellung zum Kostenoptimierungsrapport. Dieser Paradigmenwechsel hin zu einem respektvollen Umgang miteinander ist der Nucleus, der aber natürlich auch seine Zeit benötigt.

4. Für strukturierte Berührungspunkte sorgen

Open Innovation kann nur stattfinden, wenn sich Lieferant und Entwicklung treffen – wenn

Sender und Empfänger aufeinandertreffen und der Funke überspringt. Somit ist ein wesentlicher Erfolgsfaktor das Schaffen von strukturierten Berührungspunkten. Ob diese immer gleich das Open-Innovation-Web-Portal sein müssen, sei dahingestellt. Kleine Technologie-Tage anstelle von Mega-Lieferantentagen mit Preisverleihung schaffen womöglich die bessere Umgebung hierfür. Technology-Speed-Dating, Prüfunterstützung beim Lieferanten und einfache Schwarz-Weiß-Spielregeln im Umgang zwischen Einkauf, Entwicklung und Lieferant sind die Stichworte.

Wer diese Punkte über einen längeren Zeitraum beherzigt, der wird mit Open Innovation mit Lieferanten Erfolg haben. Und dann könnte der nächste Artikel vielleicht in Anlehnung an eine nordische Lutschpastille lauten: „Bist du zu wow, sind sie zu laut!“

Frank Sundermann

www.taw.de
www.globalinnovationindex.org

Anzeige

FMB SÜD
ZULIEFERMESSE MASCHINENBAU

AUGSBURG
15.-16.
FEBRUAR 2017

Besuchen Sie den neuen Branchentreffpunkt und informieren Sie sich unter:

konstruktiv. persönlich. kompakt. www.fmb-sued.de

Kompakten Input zum Thema bietet zum Beispiel der Afe-Workshop „Produktentwicklung und Open Innovation mit Lieferanten“ am 7.12.2016 in Wuppertal. Details unter



www.taw.de/afe-seminar/50810514P6