Open Innovation – wer hat's erfunden?

4 Voraussetzungen, mit denen Sie mehr Innovation mit Ihren Lieferanten erreichen

Wer bei der Überschrift an unsere Nachbarn aus der Schweiz denkt, der liegt richtig. Beim Global Innovation Index 2019 liegen die Eidgenossen auf Platz 1 und Deutschland nur auf Platz 8. Und aus eigenen Projekterfahrungen bei Wertanalysen oder Produktkostenoptimierungen kann ich sagen, dass die Schweizer sehr gut darin sind, fortschrittliche Ideen von Lieferanten aufzunehmen.

Auf Neudeutsch würde man sagen, dass die Schweiz der „Hidden Champion der Open Innovation" ist („hidden" nicht nur wegen der hohen Berge). Aber ehrlich gesagt, ist „Wer hat's erfunden?" nur ein pfiffiger Werbeslogan für ein Kräuterlutschbonbon und Open Innovation eine erlernbare Methode, die nur Erfolg bringt, wenn man sie systematisch anwendet.

Nachfolgend 4 pragmatische Punkte, die wesentlich dazu beitragen, dass Open Innovation mit Lieferanten auch bei Ihnen erfolgreich wird.

1. Bereitschaft zur Suche und zur Aufnahme von Ideen

Wenn der Wille nicht da ist, eine Idee von außen aufzunehmen, dann kann diese noch so gut sein, es wird nicht klappen. 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. Aus Erfahrung weiß ich, dass insbesondere junge Ingenieure damit unverkrampfter umgehen, ihre Probleme zu skizzieren und externe Vorschläge aufzugreifen.

Aber auch der Einkauf ist gefragt. Seine Hauptaufgabe besteht darin, neue Technologien, Werkstoffe und Fertigungsmethoden ausfindig zu machen.

Das heißt, beim Lieferanten sein und auch dort schauen, wo nicht die eigenen Produkte stehen, oder aber auf Messen in Technologieforen neue Ansätze identifizieren. Am besten gemeinsam mit den Kollegen aus der Technik.

2. Nur wer versteht, kann Vorschläge machen

„Lieferanten dumm zu halten, ist dumm." Denn dann können diese auch keine Vorschläge einbringen, wie etwas innovativ gestaltet werden kann. Somit ist es essenziell, dass Sie dem Lieferanten erklären, welchen Zweck seine Komponenten oder Baugruppen in dem Produkt haben.

Ein effektives Instrument hierfür ist es, dieses in Funktionen zu erklären. Und wenn Sie dann noch hingehen und ein herstellerneutrales Funktionslastenheft daraus machen, können Sie auch die Ideen der anderen Lieferanten anzapfen und den Radius der Ansprechpartner erheblich erweitern.

Hierbei noch ein kleiner Tipp: Fragen Sie den Lieferanten nicht nur, ob er dafür eine Lösung hat, sondern auch was gegebenenfalls in der F&E-Pipeline dafür vorhanden ist oder ob er dafür nicht ein neues Produkt entwickeln will.

3. Wer knebelt, bekommt nachher keine Innovation

Wer seinen Lieferanten in bester Lopez-Manier geknebelt hat, der kann getrost davon ausgehen, dass er nicht derjenige sein wird, dem der Lieferant seine neueste Erfindung mitteilt. Und selbst wenn Sie anständig waren und bisher Ihre Lieferanten gut behandelt haben, ist es immer noch ein Sprung, dass er Ihnen die technische Neuerung in einem frühen Stadium von sich aus mitteilt. Denn das ist Open Innovation – und nicht die Einbestellung zum Kostenoptimierungs-Rapport.

Dieser Paradigmenwechsel im Umgang miteinander ist meiner Meinung nach der Nucleus, der auch Zeit im respektvollen Umgang miteinander benötigt. Versuchen Sie, dem Lieferanten auf Augenhöhe zu begegnen.

Das kann auch im Zuge einer Kostenanalyse erfolgen, wenn die vom Einkauf erstellte Kalkulation nicht auf Biegen und Brechen vom Lieferanten erreicht werden muss. Vielmehr sollte die Kalkulation als gemeinsamer Einstiegspunkt in eine qualifizierte Kostendiskussion dienen, warum das eine oder andere auf einem höheren Niveau liegt als gedacht.

4. Sorgen Sie für strukturierte Berührungspunkte

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 die Schaffung von strukturierten Berührungspunkten.

Ob diese immer gleich das Open-Innovation-Web-Portal sein müssen, sei dahingestellt. Wir haben die Erfahrung gemacht, dass kleine Technologie-Tage anstelle von Mega-Lieferantentagen die Umgebung hierfür schaffen.

Technology-Speed-Dating sowie einfache Schwarz-Weiß-Spielregeln im Umgang zwischen Einkauf, Entwicklung und Lieferant sind hier die Stichwörter, um strukturierte Berührungspunkte zu schaffen.

Fazit: Wer diese Punkte über einen längeren Zeitraum beherzigt, der wird durch Open Innovation mit Lieferanten Erfolg haben. Und dann könnte Deutschland auch im Innovations-Ranking weiter nach vorne kommen – ganz ohne Schweizer Kräuterlutschbonbons.

Autor: Frank Sundermann

Frank Sundermann ist geschäftsführender Gesellschafter der Unternehmensberatung Durch Denken Vorne Consult GmbH, die innovative Beratungsansätze bietet und Unternehmen bei der Digitalisierung im Einkauf unterstützt.