

Digitale Transformation: Auch Innovationen erfinden sich neu!

Vor ziemlich genau einem Jahr kamen führende Innovationsforscher beim Branchentreffen in Budapest zu dem Schluss, das klassische Innovationsmanagement habe ausgedient. Zumindest aus akademischer Sicht. Doch wie sollen Neuerungen künftig entstehen? Vor allem das Schlagwort Design Thinking ist derzeit in aller Munde. Es gilt als revolutionäre Methode auf dem Weg zur Innovation. Doch was macht dieses Vorgehen so bahnbrechend? Worin unterscheidet es sich von bisher Dagewesenem? Und: Wie viel Neues steckt tatsächlich dahinter? Oder ist Design Thinking am Ende „nur“ alter Wein in neuen Schläuchen? Dieser Frage geht Matthias Nolden in seinem Artikel ab Seite 24 nach.

Das Thema Innovationen ist vor allem auch vor dem Hintergrund immer kürzerer Produktlebenszyklen und einem steigenden Wettbewerbsdruck hoch aktuell. Der Markt fordert ständig neue Angebote, die sich nur auf Basis optimierter Prozesse realisieren lassen. Auch hier bedarf es neuer Ideen und innovativer Ansätze. Das gilt umso mehr, als dass die digitale Transformation auf den Schultern der Unternehmen lastet. Den Wandel zu meistern, heißt: das Alte optimieren und gleichzeitig Neues erfinden. Damit das gelingt, ist ein hohes Maß an digitaler Innovationsfähigkeit gefragt. Was das bedeutet, wie sie sich umsetzen lässt – und welche Chancen Unternehmen daraus entstehen, das beschreibt Innovationsexperte Dr. Jens-Uwe Meyer in seinem Titelbeitrag ab Seite 19.

Wie wettbewerbskritisch die digitale Transformation für den Wirtschaftsstandort Deutschland ist, darauf weist auch Floris van Heijst von Microsoft hin. Er identifiziert sieben Faktoren, die den Weg ins digitale Zeitalter ebnen können. Denn, so der Titel seines Fachartikels ab Seite 8: „Ein Digitales Wirtschaftswunder ist möglich – aber kein Selbstläufer!“. Wichtig ist bei allen Wissensmanagement-Projekten der Faktor Mensch. Denn nur, wenn die Beteiligten hinter einem Vorhaben stehen, die Beweggründe und die Chancen verstehen, können sie einen

aktiven Part übernehmen und als Teil des Teams bei der Realisierung mitwirken.

Dieser Aspekt ist insbesondere für kleine und mittlere Unternehmen erfolgsentscheidend. Das hat unser Autor Timo Gehrlein mittels einer Expertenbefragung nochmals untermauert – und in diesem Zuge die größten Nutzungsbarrieren von Wissensmanagement-Systemen in KMU identifiziert. Warum Wissensmanagement-Projekte scheitern und was sie – im Gegenzug – erfolgreich macht, das beschreibt er in seinem Artikel „Wissensmanagement in KMU: Die wichtigsten Erfolgsfaktoren, die größten Stolpersteine“ ab Seite 27.

Wie erfolgreiche Wissensarbeit in der Praxis aussehen kann, das erfahren Sie in einem Praxisbericht der Werbeagentur New Communication. Das Unternehmen mit 45 Mitarbeitern hat gleich eine ganze Palette an Wissensmanagement-Tools umgesetzt und sich damit zur Exzellenten Wissensorganisation entwickelt. Ein Projekt mit vielen Impulsen für organisationales Wissensmanagement. Mehr dazu lesen Sie ab Seite 12.

Apropos Praxisberichte: Auch bei den 12. Stuttgarter Wissensmanagement-Tagen lernen Sie erfolgreiche Wissensmanagement-Vorhaben kennen und können sich mit den Projektverantwortlichen austauschen. Am 15. & 16. November berichten wieder namhafte Unternehmen von ihren Erfahrungen rund um die Ressource Wissen. Mit dabei sind in diesem Jahr unter anderem: Bosch, Engel & Völkers, das Europäische Raumflugkontrollzentrum, Fraport, die Hamburg Port Authority, die Lyonnese Group, die neuform Türenwerk Hans Glock GmbH & Co.KG sowie der Versandhändler Zalando. Alle Kongress-Highlights finden Sie unter www.wima-tage.de.

Übrigens: Abonnenten zahlen weniger! Als regelmäßiger Leser der Zeitschrift „wissensmanagement – Das Magazin für Führungskräfte“ sparen Sie bei einer Teilnahme an den 12. Stuttgarter Wissensmanagement-Tagen bis zu 300 Euro gegenüber dem regulären 2-Tages-Ticket.

→ Ihr Herausgeber



Oliver Lehnert

Oliver Lehnert