



Tools der Innovationsmarktforschung - ein systematischer Überblick

Inhalt

- Einleitung / Aufgabenstellung / Ziele
- Innovation / Innovationsprozess
- Informationsquellen für die Innovationsmarktforschung
- Tools der Marktforschung („classic“)
- Tools der Innovationsmarktforschung
- Fazit: Innovation + Marktforschung
=> Innovationsmarktforschung ?

Was sind Innovationen ?

Welche Dimensionen beschreiben eine Innovation?

- inhaltliche Dimension (was ist neu?)
- Intensitätsdimension (wie neu? => also Grad der Neuartigkeit)
- subjektive Dimension (neu für wen?)
- prozessuale Dimension (wo beginnt und wo endet die Neuerung?)
- normative Dimension (ist neu auch gleich erfolgreich?)

Innovationsarten

- Produkt-Innovationen
- Prozess-Innovationen

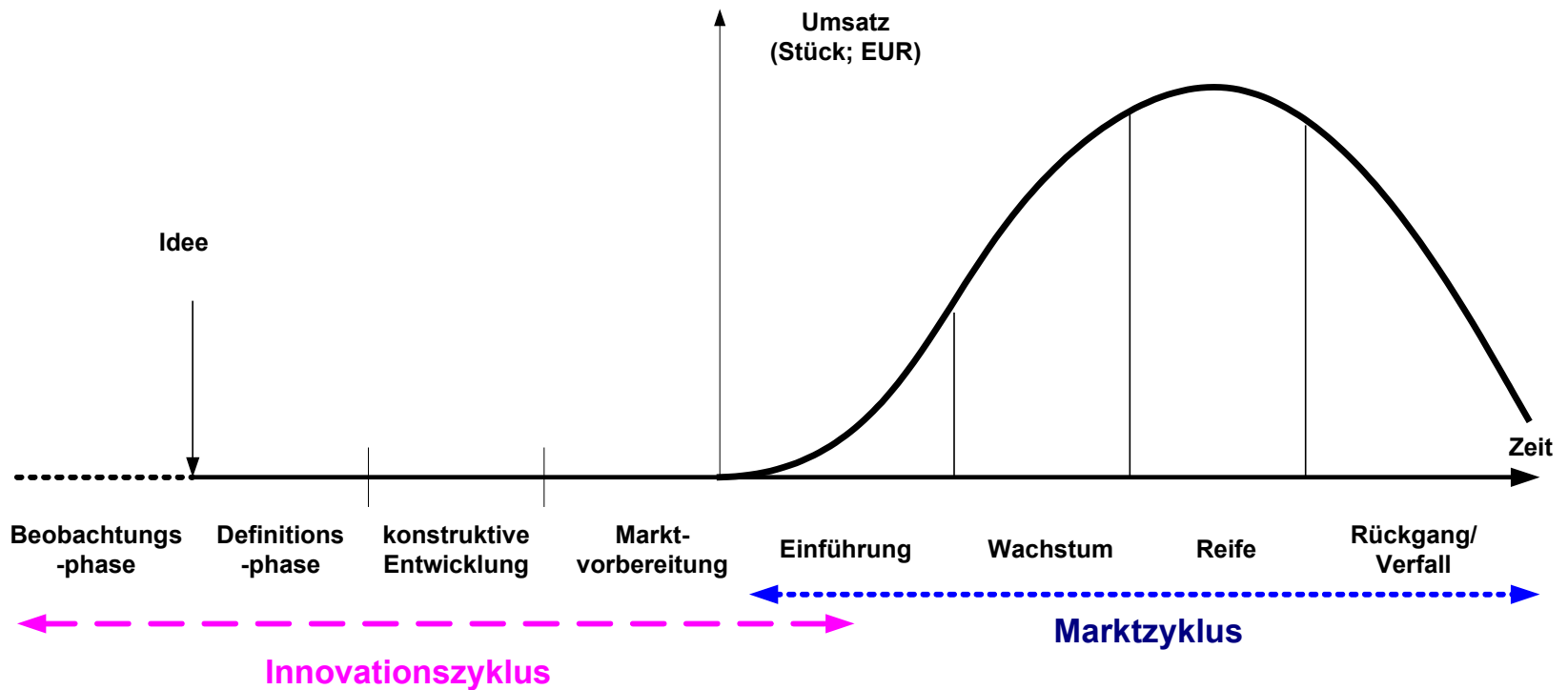
Produktinnovation

- Es geht hier um die Schaffung / Generierung **neuer Produkte** z.B. durch Einsatz neuer Fertigungsverfahren, durch neue Werkstoffe, durch neuartige Kombination von Produkten....
- Unter **Produktinnovation** kann also die Anwendung einer neuen Technologie bzw. eine neuartige Kombination auch von schon vorhandenen Technologien in konkreten einzelnen neuen Produkten verstanden werden.

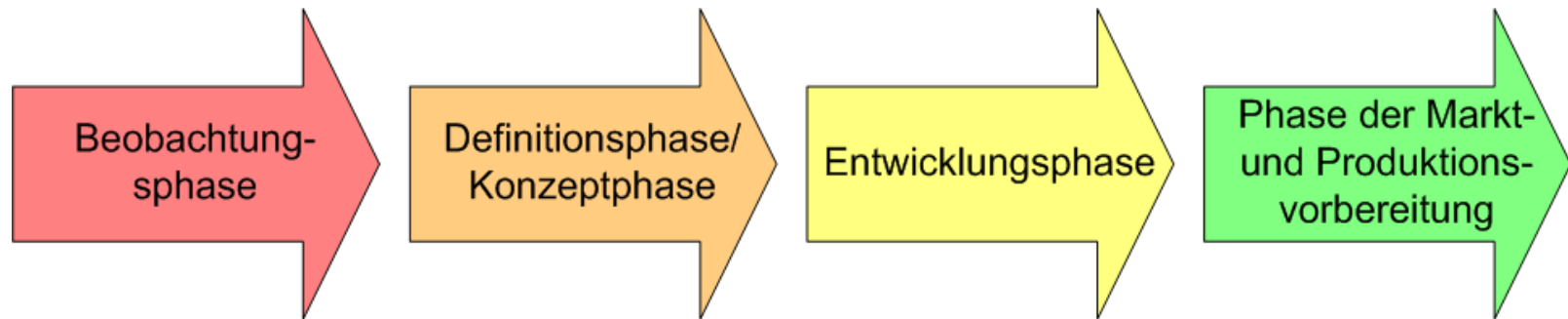
Innovationstypen nach Grad der Neuartigkeit

	Niedriger Innovationsgrad für den Hersteller	Hoher Innovationsgrad für den Hersteller
Niedriger Innovationsgrad für den Anwender	Verbesserungs- innovation	Technische Innovation
Hoher Innovationsgrad für den Anwender	Anwendungs- innovation	Radikale Innovation

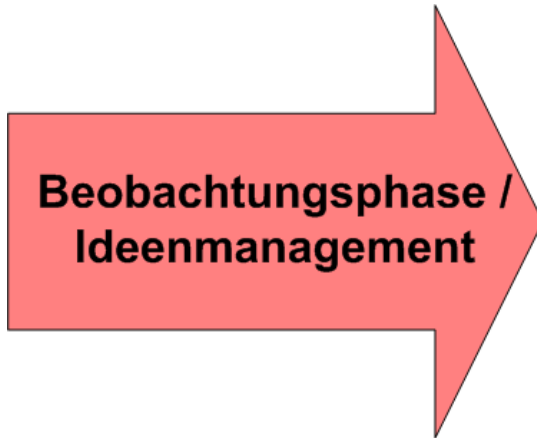
Erweitertes Modell des Produktlebenszyklus (PLZ)



Phasenmodell Produkt-Innovationsprozess



Innovationsprozess: Beobachtungsphase



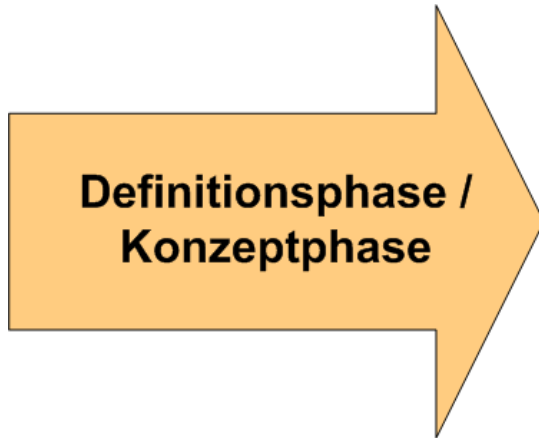
Meilenstein / Gate / Output:

=> ausgewählte Ideen, die weiter analysiert werden sollen

Aufgaben / To do:

- systematische Ideensuche (Markt- und Technologiebeobachtung; Patentrecherchen; ...)
- Ideengenerierung (z.B. Workshops)
- Ideen bewerten (Grob-Screening)
- Ideen auswählen (Projektselektion)

Innovationsprozess: Definitionsphase / Konzept-Phase



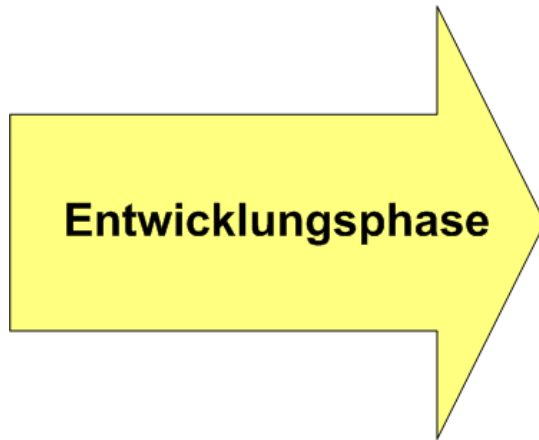
Meilenstein / Gate / Output:

- => Anforderungsprofil /
Produktkonzept
- => Business Case (Markt- und
Wirtschaftlichkeitsbetrachtung)

Aufgaben / To do:

- Analyse der
Produktanforderungen
(welche Anforderungen haben
der Markt / die Kunden an das
neue Produkt?)
- Technologie-, Markt- und
Wirtschaftlichkeitsbetrachtungen
- Feasibility-Studien /
Machbarkeitsanalysen
- Produktkonzept entwickeln
(Anforderungsprofil; Lastenheft;
Pflichtenheft)

Innovationsprozess: Entwicklungsphase / Design-Phase



Meilenstein / Gate / Output:

- => Technische Lösung
(Konstruktionszeichnung;
Formel; Rezeptur; ...)
- => Versuchs- und Labormuster
- => Prototypen
- => Freigabe Werkzeuge /
Aufbau Produktion

Aufgaben / To do:

- Konstruktive Entwicklung
technische Lösung erarbeiten
Produkt entwickeln (Design-
Regeln; Variantenmanagement;
Plattformkonzepte;)
- Produkt / Prototypen testen

Innovationsprozess: Marktvorbereitung



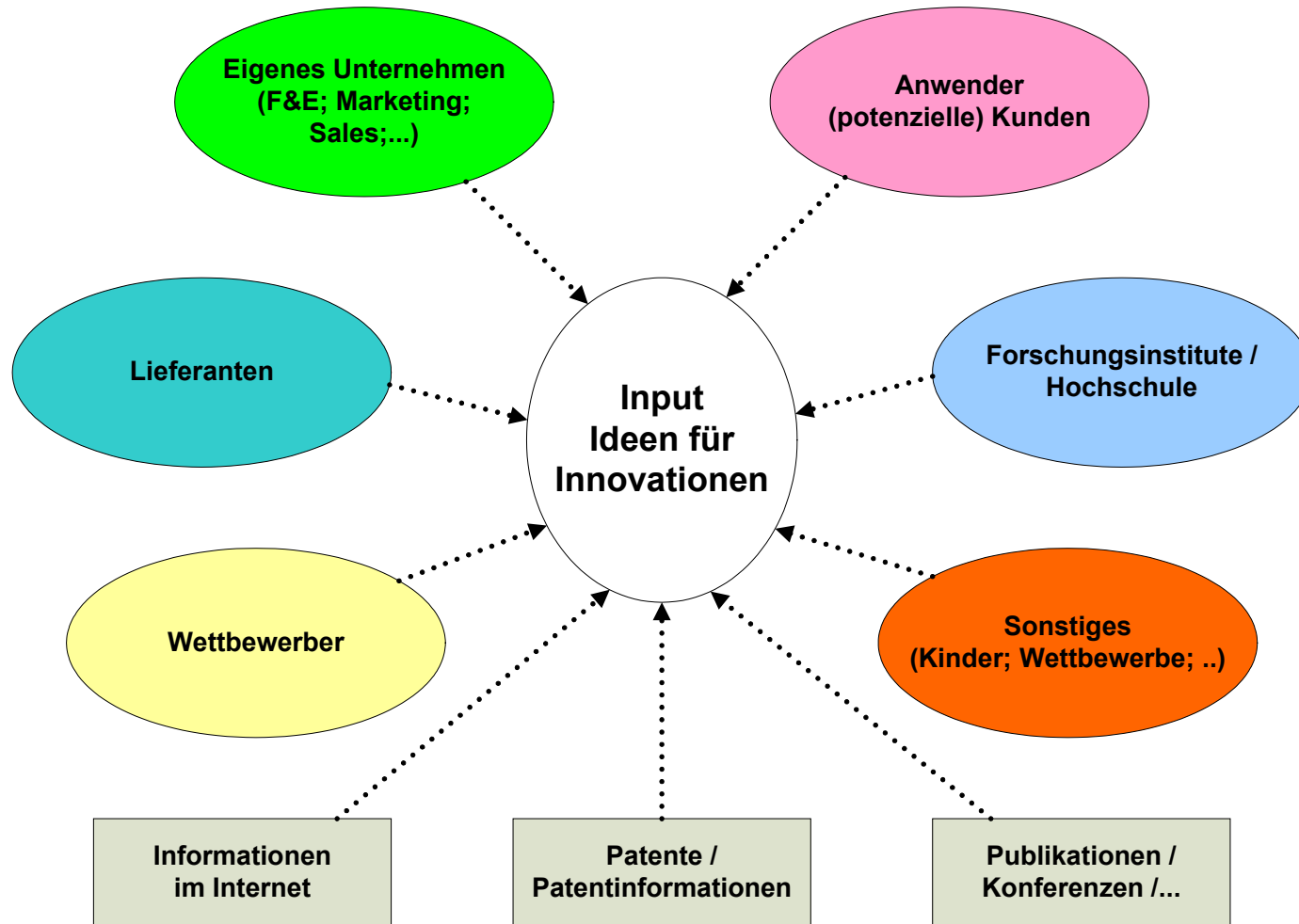
Meilenstein / Gate / Output:

- => Nullserie und Produktionsfreigabe
- => Lieferfreigabe / Vermarktungsfreigabe

Aufgaben / To do:

- **Produktion vorbereiten**
Produktionsstrategie festlegen
Prozesse und Produktion planen
(Investitionen; Betriebsmittel;
Werkzeuge; Logistik;.....)
 - **Marketing planen / Markteinführung vorbereiten**
Markttests; Lead User /
Pilotanwender gewinnen;
Marketingkonzept entwickeln;
Marketing-Kommunikation
vorbereiten; ...
- => Product Launch Package

Informationsquellen für Innovationen



Tools der Innovationsmarktforschung:

Klassische Marktforschungstools

- Sekundärforschung
- Befragungen (mündlich; schriftlich; telefonisch;...)
- Beobachtung
- Test / Experimente
- Panel
- Gruppendiskussion; Focus Group / Fokusgruppen
- Qualitative Marktforschung: Experteninterviews, ...
- Internet-Technologien; Online Befragung, Online Beobachtung;
- Prognose-Verfahren (z.B. Szenariotechnik; Delphi Technik...)

Tools der Innovationsmarktforschung: Technologie-Früherkennung

- Technologieprognosen / Technologieszenarien
- Trendanalysen
- Trendscouting
- Trendforschung
- Roadmaps; Roadmapping
- Siemens: „Picture of the future“
- ...

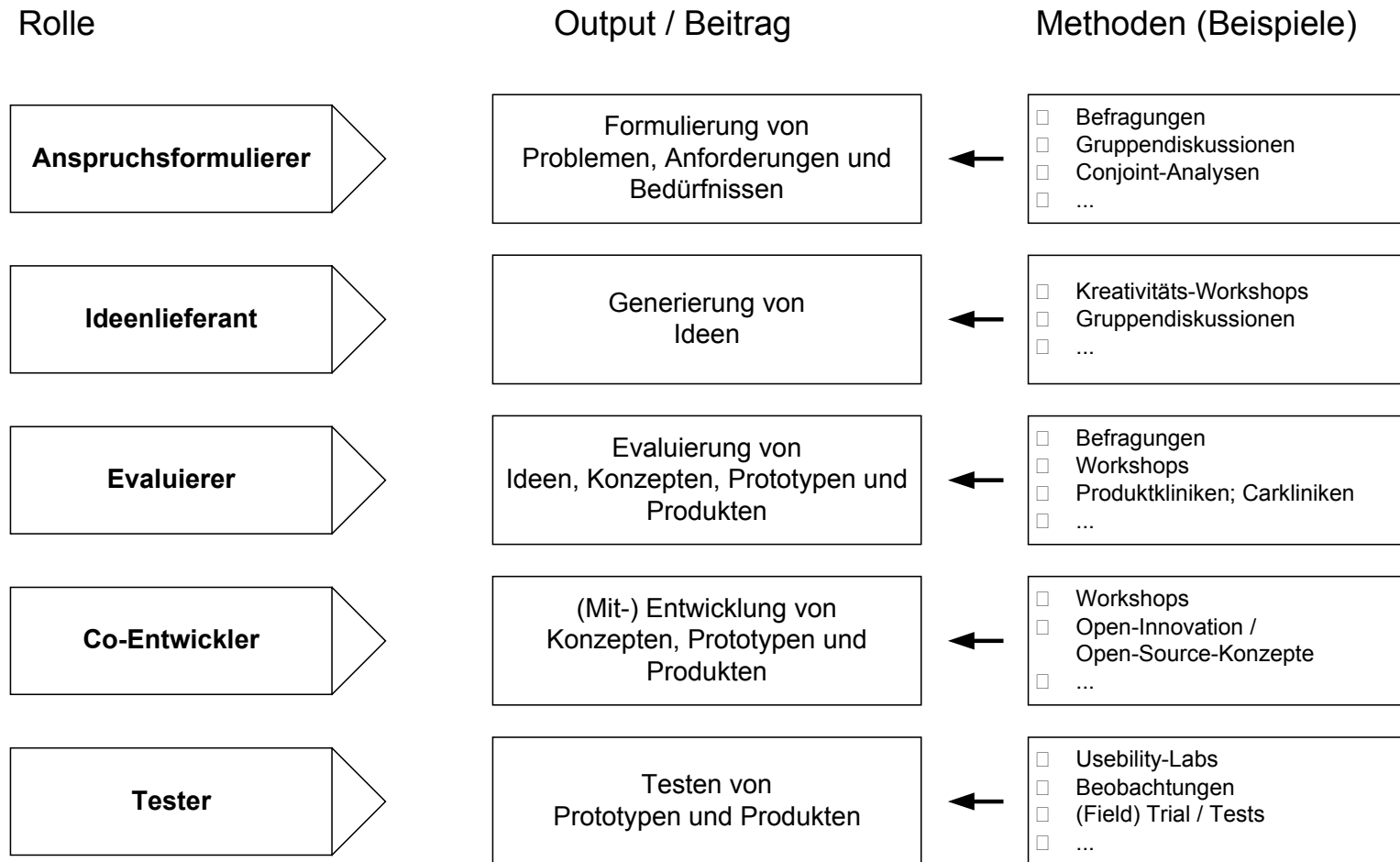
Tools der Innovationsmarktforschung: Unternehmensinterne / F&E-interne Methoden

- Quality Function Deployment QFD 1
- Funktionenanalyse / Wertanalyse
- Rapid Prototyping / Virtual Reality / VR-Testing
- Produktvergleiche und Reverse Engineering
- Empathisches Design
- Kreativitätstechniken
-

Tools der Innovationsmarktforschung: Einbeziehung von Anwendern / potenziellen Kunden

- Beschwerde- und Reklamationsmanagement
- Usability / Usability-Testing
- Produkt-Klinik / Car-Klinik
- Kundenforen; Kundenkonferenz; Kundenparlament
- Means-End-Ansatz bzw. Means-End-Analyse
- Conjoint Measurement (Präferenzforschung)
- Lead User Methode
- Konzept: Open Innovation
- Kunden als Entwickler in der Softwareindustrie (b-Versionen; Open-Source;..)
- Toolkits / Produktkonfiguratoren
-

Kundenintegration im Innovationsprozess



Tools der Innovationsmarktforschung: Suche nach vorhandenem Lösungswissen

- Patentanalyse
- Bibliometrie
- Bionik
- TRIZ-Methodik
- Spez. Suchmaschinen / Programme
(z.B. Invention machine;.....)
-

Tools der Innovationsmarktforschung: Integration von Zulieferer-Unternehmen

- Konzeptwettbewerbe
- Simultaneous Engineering Teams
- Personeller Austausch / Personalverflechtung
- Formelle Gespräche / Round Table-Veranstaltungen / Diskussionsforen und –plattformen
- Technology-Clubs (Netzwerke)
- Workshops mit Lieferanten
- Technology-Shows und Innovationsmessen (interne Zuliefermessen)
- Konzeptplattformen (z.B. Konzeptfahrzeuge in der Automobilindustrie)
- Interne Innovationsagentur (Zentrale Stelle für Innovationsideen)
-

Tools der Innovationsmarktforschung: Wettbewerberinformationen

- Konkurrenzanalysen
- Informationen von Händler / Absatzmittler / Service / Sales Engineers /....)
- Messemarktforschung
- Produktanalysen / Reverse Engineering
-

Tools der Innovationsmarktforschung: Nutzung von Internet-Technologien

(Auflistung in Anlehnung an Wobster):

- Foren; Blogs; Newsgroups;
- Internet Panel
- Toolkits / Produktkonfiguratoren
- Internet Brainstorming
- Internetbasierte Gruppendiskussionen
- Konzepttests
- interaktive Funktionstests (Softwareindustrie)
- Preisfindung (Auktionen / reverse auctions)
- virtuelle Testmärkte
-

Fazit: Innovationsmarktforschung

Innovationsmarktforschung
(Innovation Intelligence)

= Bereitstellung von spezifischen (Markt-)
Informationen für die einzelnen Phasen
im Innovationsprozess

Kontakt:

Prof. Dr. Uwe Höft

Fachhochschule Brandenburg

Fachgebiet Marketing / Innovation

Leiter des Masterstudiengangs Technologie- und
Innovationsmanagement (TIM)

Fon: ++49 (0)3381 355 - 203

Fax: ++49 (0)3381 355 - 299

E-Mail: hoeft [at] fh-brandenburg.de

Internet: www.fh-brandenburg.de/tim

Fachhochschule Brandenburg, Magdeburger Str. 50
D-14770 Brandenburg / Havel