

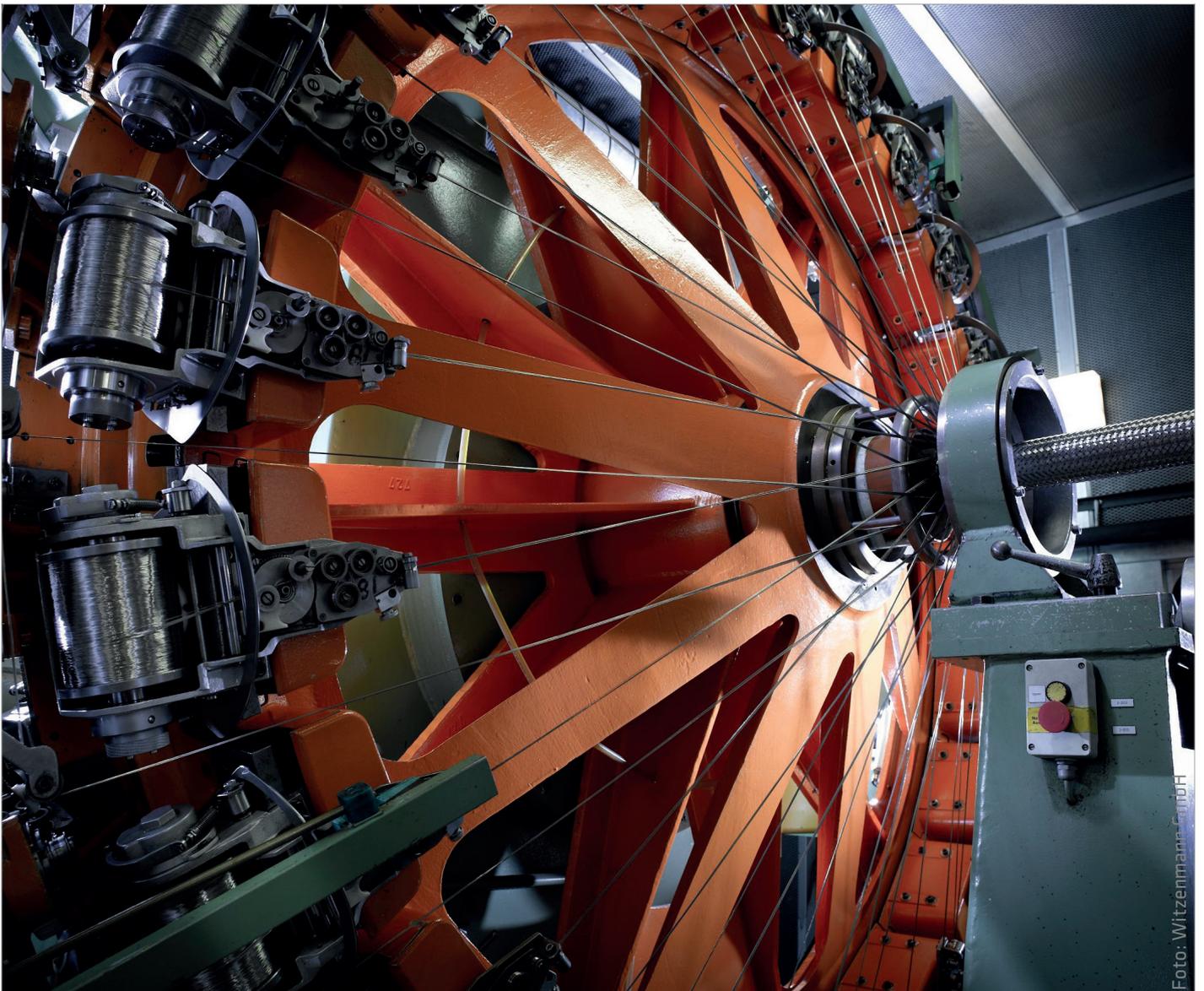
Case Study

HYPE  **MAKE IDEAS
WORK**

WITZENMANN
managing flexibility

Witzenmann

*Vom Trendscouting bis zur Umsetzung –
Der Innovationsprozess eines Hidden Champions*



WITZENMANN

managing flexibility

Unternehmen

- 1854 gegründetes Familienunternehmen aus Pforzheim
- Pionier in der Metallschlauch- und Kompensatorenindustrie
- Weltmarktführer im Bereich der flexiblen, metallischen Elemente für verschiedene Industrien: Automotive, Chemie, Medizin, Gebäudetechnik, Luft- und Raumfahrt
- 3.500 Mitarbeitern weltweit, 23 Tochterunternehmen
- 2.500 Patente in der Firmengeschichte
- Umsatz 2012: € 470 Mio.

Herausforderung

- Anspruch: Technologie- und Innovationsführerschaft im Markt
- Sicherung von Wettbewerbsvorteilen
- Neue Märkte und Anwendungen erschließen
- Notwendigkeit für ein systematisches, transparentes Innovationsmanagement

Ergebnis

- Vollintegrierter Innovationsprozess inkl. Trendscouting und Monitoring von Entwicklungsprojekten
- Unternehmensweite, einheitliche Plattform für Innovationen, Problemstellungen, BVW & KVP
- Sechsstellige Einsparungen durch Vorschläge
- Deutliche Effizienzsteigerung im Prozess durch Toolunterstützung

Ausgangssituation

Mit der Erfindung des flexiblen Metallschlauchs legte der Gründer der Witzenmann-Gruppe, Heinrich Witzenmann, 1885 den Grundstein für die Metallschlauch- und Kompensatorenindustrie und setzte mit dieser Erfindung innovative Maßstäbe für das Familienunternehmen. Als Weltmarktführer erzielte das Unternehmen aus Pforzheim bis heute über 2.500 Patente und machte mit seinem breiten Angebot an flexiblen metallischen Elementen, u.a. für die Automobilindustrie, Gebäudetechnik und Luft- und Raumfahrt, 2012 einen Umsatz von über 470 Millionen Euro.

Im Unternehmensleitbild der Witzenmann-Gruppe wird unter anderem die führende Rolle des Unternehmens als Technologie- und Innovationsführer im Bereich der flexiblen metallischen Elemente beschrieben. Diese Position soll vor allem durch die beständige Suche nach neuen Anwendungen für Witzenmann-Produkte gehalten werden. Zur Erreichung dieses Ziels wurde im Unternehmen ein systematisches Innovationsmanagement implementiert.

Lösung

Die Planung und Umsetzung des neuen, systematischen Ansatzes für das Innovationsprogramm bei Witzenmann begann 2007. Zentrale Zielvorgaben der neuen Lösung waren eine erhöhte Transparenz und die bessere Steuerbarkeit der Prozesse, beginnend mit der Analyse von Markttrends, über die Entwicklung von Produktideen bis hin zu deren Umsetzung. Neben dem Aufbau eines Innovationsmanagements wurde dem Team um Torsten Hotop, Leiter gewerblicher Rechtsschutz, auch die Verantwortung für das schon viele Jahre im Unternehmen bestehende betriebliche Vorschlagswesen (BVW) und den kontinuierlichen Verbesserungsprozess (KVP) übertragen. Schnell war klar, dass es einer modernen Softwarelösung bedurfte, um den Innovationsprozess zu unterstützen. Gleiches galt für das bislang papierbasierte BVW und den KVP. Als Torsten Hotop sich 2007 die Lösung von HYPE genauer ansah und erfuhr, dass es damit möglich ist, in einem einzigen Softwaresystem mehrere verschiedene Workflows parallel abzubilden, erkannte er die Chance darin: Eine gemeinsame, unternehmensweite Plattform für die Eingabe, Entwicklung und das Management von Innovations-, KVP- und BVW-Ideen. Noch 2007 entschied man sich für den Erwerb von HYPE und begann, Hotops Vision sukzessive über mehrere Ausbaustufen umzusetzen.

HYPE und Witzenmann

Im Rahmen der Neuausrichtung des Innovationsmanagements konsultierte man externe Berater. Nachdem feststand, dass eine neue IT-Lösung den Innovationsprozess in Zukunft unterstützen soll, folgte ein Benchmark möglicher Softwareanbieter mit dem Ergebnis, dass HYPE die für Witzenmann beste Lösung anbietet. Ein ausschlaggebendes Kriterium für die schnelle Entscheidung für die Lösung von HYPE war dessen Konfigurierbarkeit durch den Anwender, wodurch sich praktisch jede Form von Workflow abbilden lässt.

Mittlerweile ist HYPE ein fester Bestandteil im Innovationsmanagement von Witzenmann und unterstützt den gesamten Innovationsprozess. Das jährliche *HYPE Forum für Innovationsexperten* hat Thorsten Brecht, heutiger Leiter des Technologie- und Innovationsmanagements, sehr positiv aufgenommen: „Die Kundenvorträge und Gespräche mit anderen HYPE Anwendern bieten eine sehr gute Gelegenheit zum Austausch von Erfahrungen und Best Practice“, so Brecht.

Plattform im Detail

Am Anfang des Innovationsprozesses bei Witzenmann steht das Trendscouting. Dabei werden Markttrends durch kontinuierliche Marktbeobachtung herausgearbeitet, z.B. durch die Studie von Fachzeitschriften und Online-Foren oder durch Kundenbefragungen. Die identifizierten Einzeltrends werden im HYPE System gesammelt, zu Clustern zusammengefasst, bewertet und definierten Suchfeldern zugeordnet.



*Thorsten Brecht,
Leiter Technologie- und
Innovationsmanagement*

„Da der neue Innovationsprozess sich noch in der Entstehung befand und notwendige Änderungen und Erweiterungen nur eine Frage der Zeit waren, schätzten wir die einfache, schnelle Anpassbarkeit der Software sehr.“

Torsten Hotop, Leiter gewerblicher Rechtsschutz

Mit Hilfe von Ideenkampagnen wird das kollaborative Ideenmanagement inhaltlich mit dem Trendscouting verknüpft: Zu den aus Markttrends abgeleiteten Suchfeldern werden entsprechende Kampagnen durchgeführt, um gezielt mit Unterstützung aller Mitarbeiter nach innovativen Ideen für diese Bereiche zu suchen.

Um den Mitarbeitern die Teilhabe zu erleichtern und den Einsatz mehrerer, paralleler Plattformen zu vermeiden, hat man sich bei Witzenmann für einen Single-Point-of-Access entschieden: Die Plattform „Flexperte Innovation“ bietet für das Einreichen von Innovations-, KVP- und BVW-Ideen eine gemeinsame Eingabemaske. Darüber hinaus können auch erkannte Probleme ohne konkreten Lösungsvorschlag im System erfasst werden.

Mitarbeiter ohne Zugang zum Firmennetz können ihre Ideen und Probleme in Papierform einreichen. Diese werden dann nachträglich ins System eingespeist. Mit den Ideen wird auf der Plattform offen umgegangen. Das bedeutet, dass Ideen und deren aktueller Bearbeitungsstand für alle Teilnehmer sichtbar sind und diese diskutiert werden können. Dadurch können ggf. andere Kollegen zu eingereichten Problemen eine Lösung vorstellen. Das Team um Thorsten Brecht entscheidet im nächsten Schritt für jede neue Einreichung, um was für eine Art von Idee oder Problem es sich handelt, klassifiziert diese nach mehreren Kriterien und ordnet sie dem entsprechenden Workflow im System zu. Daraufhin werden die Kollegen informiert, die für die nächsten Schritte zuständig sind.

Vom Trendscouting bis zur Umsetzung



„Im Schnitt haben wir einmal jährlich einen gravierenden Verbesserungsvorschlag, welcher mitunter Einsparungen im sechsstelligen Bereich verursacht.“

Thorsten Brecht, Leiter Technologie- und Innovationsmanagement

Im Falle von BVW-Ideen sind das z.B. Nutzen- und Prämienberechnung, bei Innovationsideen z.B. Potentialanalysen oder Gutachten. Nach Abschluss der Ideenevaluation werden die vielversprechendsten Konzepte in den Projekt-Workflow – ebenfalls auf der HYPE-Plattform – übertragen. Hier findet das gesamte Prozessmanagement für die Umsetzung von Innovationsideen statt.

Ergebnis

Das Ziel – der Aufbau eines systematischen Innovationsmanagements mit transparenten Prozessen und klaren Entscheidungswegen – wurde erreicht. Heute wird der gesamte Innovationsprozess vom Trendscouting bis zur Umsetzung in HYPE gemanagt. Außerdem wurde auf der Plattform auch der Workflow für das Vorschlagswesen abgebildet. Aktuell befinden sich ca. 1000 Ideen im System, wovon es sich bei 240 um Innovationsideen und bei den anderen um BVW- oder KVP-Vorschläge handelt.

Aus Sicht der Mitarbeiter sind die einheitliche Plattform und Ideeneingabemaske ein Zugewinn an Benutzerfreundlichkeit, da sie alle Arten von Ideen in einem einzigen System einreichen können. Auch aus Sicht des Innovationsmanagements hat diese Gesamtlösung mehrere Vorteile: Es muss nur ein einziges System kennengelernt und betrieben werden, die zentrale Datenbank erleichtert das Suchen und Darstellen von Inhalten, das Erstellen von Reports und Analysen und die nahtlose Verknüpfung der einzelnen Workflows.

Das Interesse der Mitarbeiter am Ideenaustausch ist groß: Nach der Öffnung des Systems für die gesamte Belegschaft im Juni 2013 haben sich innerhalb kurzer Zeit 300 neue Nutzer angemeldet. Zeitgleich wurde eine erste Ideenkampagne durchgeführt. Innerhalb von drei Wochen wurden 30 Ideen eingereicht, von denen 11 nach der Evaluation nun weiterverfolgt werden. Mit den Ergebnissen der Kampagne ist Brecht sehr zufrieden und sieht das Instrument „Ideenkampagne“ als sehr vielversprechend an. Damit soll das Thema Innovation stärker in die Unternehmenskultur integriert und der Ideenstrom besser auf die durch das Trendscouting identifizierten Suchfelder gelenkt werden.

An neuen Plänen für den Einsatz von HYPE fehlt es auch nicht: Aufgrund der guten Erfahrung mit der Plattform soll diese nach und nach bei den 23 Tochterunternehmen von Witzenmann ausgerollt werden.



Hauptsitz

HYPE Softwaretechnik GmbH
Trierer Straße 70-72
53115 Bonn
Deutschland

Telefon +49-228-2276-0
www.hype.de

Niederlassung USA

HYPE Innovation, Inc.
1 Broadway, 14th floor
Cambridge, MA 02142
USA

Phone 1-855-GET-HYPE
www.hypeinnovation.com
