

## Case Study



 Casa Pellas

# Casa Pellas

*Kostenreduktion und radikale Innovationen mit HYPE*



# Kostenreduktion und radikale Innovationen mit HYPE



## Das Unternehmen:

- Casa Pellas ist ein in Nicaragua ansässiges Automobilkonglomerat
- Die Gruppe betreut zahlreiche servicefokussierte Unternehmen, darunter auch ein Netzwerk von Toyota-Händlern und Kfz-Servicecentern

## Die Herausforderung:

- Bisher existierte kein unternehmensweites Innovationsprogramm – Innovationen wurden lediglich in einer Abteilung bearbeitet
- Mit dem kontinuierlichen Verbesserungsprogramm konnten nur kleine Ideen erfasst werden
- Die Strategie zum Erreichen der Wachstumsziele des Unternehmens erforderte einen neuen Ansatz
- Der bisherige Prozess erbrachte keine bahnbrechenden Ideen

## Das Ergebnis:

- Einführung und Integration einer unternehmensweiten Innovationsplattform und eines Kaizen-Systems
- In nur 18 Monaten setzte Casa Pellas 868 neue Ideen aus allen Unternehmensbereichen um
- 10-fache Steigerung der Ideeneinreichungen über alle Erwartungen
- Außergewöhnlicher ROI – über 1 Mio. USD Umsatz konnten alleine mit 3 radikalen Ideen erzielt werden

## Die Herausforderung:

Im Jahre 2008 beschloss das Führungsteam von Casa Pellas, ein formales Innovationsprogramm zur Förderung des Unternehmenswachstums einzusetzen. Durch ihre enge Geschäftsbeziehung mit Toyota und den Erfahrungen mit der japanischen Arbeitskultur hatte Casa Pellas hierzu bereits Kaizen-Techniken untersucht – eine in Japan entwickelte Methode, um die Unternehmensleistung zu steigern. Casa Pellas war von der Kaizen-Methode überzeugt und so war eine Ausdehnung von Innovationsaktivitäten auf dieser Basis naheliegend. Doch statt sich auf kleinere Verbesserungsschritte zu konzentrieren, sollte ein unternehmensweites Innovationsprogramm implementiert werden, das zu einen Durchbruch in der Ideengenerierung und so zu einem nachhaltigen Unternehmenswachstum führt.

## Die Ausgangssituation:

Casa Pellas ist ein Automobilkonglomerat, das eine breite Palette von Dienstleistungen anbietet, inklusive Fahrzeugverkauf und -service. Innovation ist einer der zentralen Unternehmenswerte. Mitarbeiter werden unternehmensweit ermutigt, Ideen einzubringen, die das Unternehmen stärken und verbessern können. Bevor der strukturierte Innovationsansatz eingeführt wurde, beschäftigten sich nur 180 Mitarbeiter in einer einzigen Abteilung mit dem Innovationsprozess, der zudem papierbasiert war. Ein Mitarbeiter konnte eine neue Idee bei einem lokalen Innovationsmanager einreichen, der diese in eine Übersicht eingab. Dieser Ansatz war zeitaufwändig, konnte nicht auf die Gesamtorganisation erweitert werden und brachte statt Ideen zur Generierung neuen Umsatzes nur kleinere Verbesserungen mit sich.

## HYPE und Casa Pellas:

Casa Pellas untersuchte einige verschiedene bewährte Innovationsmodelle und fand heraus, dass die Implementierung einer Innovationsmanagement-Plattform für das Generieren und Managen radikaler Innovationen von zentraler Bedeutung ist. Eine Software-Plattform ermöglicht allen Mitarbeitern, Ideen zu teilen, stellt sicher, dass keine Idee verloren geht und ist in der Lage, Ideen für beide Kernziele zu verwalten: Wachstum und inkrementelle Verbesserungen.

Zu dieser Zeit war Casa Pellas eng mit BAC verbunden, einem Schwesterunternehmen und HYPE-Kunden. Die Innovationsmanagement-Plattform von HYPE war bei BAC bereits erfolgreich implementiert. Nachdem sichergestellt war, dass die HYPE-Software alle Anforderungen erfüllt, entschied sich Casa Pellas für die Implementierung der gleichen Lösung. Casa Pellas war beeindruckt, in welchem Maße die Anwendung angepasst werden konnte und so die Abbildung des gesamten Innovationsprozesses ermöglichte.



## **Die Lösung:**

In der ersten Phase wurde nur eine kleine Anzahl von Mitarbeitern für die Arbeit mit dem neuen Innovationsprozess geschult, inklusive der Information, wie und warum sie teilnehmen sollten. Während dieses Trainings wurde das Bewusstsein gesteigert, wie wertvoll und wichtig das Teilen von Ideen für das Unternehmen ist, um erfolgreich zu bleiben. Bereits Ende 2009 nutzten 6 Abteilungen die Anwendung. Im Februar 2010 wurde HYPE unternehmensweit bei 1.000 Mitarbeitern in allen 18 Abteilungen implementiert. Jeder Mitarbeiter konnte seine Ideen einreichen, entweder in gezielten Kampagnen oder im Rahmen des offenen Prozesses, bei dem Ideen zu allen Themen willkommen waren. Casa Pellas organisierte Workshops für alle Mitarbeiter, um den Innovationsprozess zu erläutern. Einige Abteilungen kamen erst später hinzu, andere standen dem Programm anfangs skeptisch gegenüber. Nachdem der Wert der eingereichten Ideen offenbar wurde, stieg die Beteiligung und Unterstützung des Programmes an. Um die mitwirkenden Mitarbeiter zu erkennen und zu motivieren, bietet Casa Pellas eine Reihe verschiedener Incentives wie z. B. Gutscheine für den Supermarkt an. In regelmäßigen Abständen können sich die „Top-Scorer“ ihre Belohnung aus einer Liste auswählen. Außerdem prämiiert das Unternehmen jährlich die 10 innovativsten Mitarbeiter. Wird eine Idee, die als „radikale Innovation“ eingestuft wurde, schließlich erfolgreich umgesetzt, erhält der Mitarbeiter ein Preisgeld.

## **Die Neuerungen im Detail:**

Die meisten Mitarbeiter nehmen an den vom Unternehmen initiierten Ideenkampagnen teil. Casa Pellas unterscheidet zwei Kampagnentypen: Globale Kampagnen, die alle 6 Monate laufen, und abteilungsbezogene Kampagnen, die dann gefahren werden, wenn sie benötigt werden. Die Kampagnen legen den Fokus entweder auf einen Bedarf oder ein Thema. Im Durchschnitt werden 4 abteilungsbezogene Kampagnen pro Jahr durchgeführt, jeweils initiiert von der Ideen suchenden Gruppe. Während des Ideenbewertungsprozesses werden Ideen vom lokalen Innovationsleiter bewertet und – sofern sie die entsprechenden Kriterien erfüllen – als „radikales Konzept“ klassifiziert. Anschließend durchlaufen Ideen einen Validierungsprozess, der von der Innovationsabteilung geleitet wird. Dieses Team liefert eine detailliertere Bewertung und bestätigt, ob eine Idee als ein radikales Konzept eingestuft werden kann. Als nächstes erstellt die R&D-Abteilung einen Businessplan zur Implementierung, bevor die Idee wieder an das Innovationskomitee zurückgegeben wird. Die Geschäftsleitung inklusive des Vorsitzenden überwacht in regelmäßigen Abständen den Fortschritt und trifft weitere Entscheidungen. Casa Pellas hat außerdem einen weiteren Prozess zur beschleunigten Ideenbearbeitung vorgestellt. Sobald eine Idee aufgenommen wurde, unterstützt eins der 13 Innovationskomitees den Prozess zur Bewertung der Idee. Sie wird dann entweder für die entsprechende Abteilung angepasst oder unternehmensweit eingesetzt. Das Komitee benennt abschließend einen Leiter, der für die Umsetzung der genehmigten Idee sorgen soll.



*Rebeca Rivera,  
Innovation & Kaizen Manager bei  
Casa Pellas*

---

**„HYPE bietet allen unseren Mitarbeitern einen Weg, von überall und ohne große Einarbeitung, ihre Ideen zu teilen. Das Tool lässt sich in hohem Maße konfigurieren und passt zu unserer Arbeitsweise. Es sorgt dafür, dass die wertvollen Ideen an die richtigen Stellen gelangen und umgesetzt werden können.“**

---

## Kostenreduktion und radikale Innovationen mit HYPE



TOYOTA



SUZUKI



HINO



YAMAHA



### Das Ergebnis:

Casa Pellas konnte durch den Wechsel von kleinen, abteilungsweiten Aktivitäten hin zu einem unternehmensweit eingesetzten softwaregestützten Programm einen drastischen Anstieg bei der Anzahl und Qualität von eingereichten Ideen verzeichnen. Die Technologie gab dabei einerseits die Möglichkeit zu firmenweiten Vernetzung, aber zentral war vor allem die Unterstützung des gesamten Prozesses. Mit dem alten, papierbasierten System wurden nur 18 % der Belegschaft erreicht. Von den nicht mehr als 97 eingereichten Ideen wurden 41 genehmigt und nur 23 Ideen implementiert. Keine dieser Ideen erfüllte die Kriterien des Unternehmens für radikale Innovationen. Nach der Umstellung wurden bis zum 30. September 2011 bereits 2.061 Ideen eingereicht und 1.011 genehmigt. 868 Ideen konnten umgesetzt werden, von denen 6 als radikale Ideen eingestuft wurden. Drei dieser radikalen Ideen alleine brachten über 1 Mio. USD neuen Umsatz.

Sehr zur Freude von Casa Pellas befinden sich gerade 19 neue radikale Innovationen in der Pipeline. Eine ist die Einführung eines neuen Services, bei dem Kunden ihr Fahrzeug am Arbeitsplatz oder zu Hause reparieren lassen können, was den aktuellen Markt auf revolutionäre Weise verändern kann. Es gab auch noch weitere bedeutende Auswirkungen, wie z. B. die positive Veränderung der Kultur innerhalb der Organisation. Mitarbeiter sind offener und interessierter an Innovationen und möchten Teil des Prozesses sein. Diese bedeutende und nachhaltige Veränderung kommt nicht nur dem gesamten Unternehmen zugute, sondern auch den Kunden von Casa Pellas.



### North America Office

HYPE Innovation, Inc.  
1 Broadway, 14<sup>th</sup> floor  
Cambridge, MA 02142  
USA

Phone 1-855-GET-HYPE  
[www.hypeinnovation.com](http://www.hypeinnovation.com)

### European Headquarters

HYPE Softwaretechnik GmbH  
Trierer Strasse 70-72  
53115 Bonn  
Germany

Phone +49-228-2276-0  
[www.hype.de](http://www.hype.de)