

**HYPE** 

---

Schlüsselfaktoren für das  
**Kollaborative  
Innovations-  
management**

---

[www.hype.de](http://www.hype.de)

# Was ist Kollaborative Innovation?

## **Die Herausforderung:**

Organisationen haben schon immer versucht, das kollektive Wissen ihrer Mitarbeiter nutzbar zu machen. Seit vielen Jahren laden Vorschlagsbriefkästen Mitarbeiter dazu ein, dem Management ihre Ideen zur Prüfung vorzulegen. Oft sind diese Ideen jedoch weder an unternehmerischen Zielen ausgerichtet noch ausgereift. So liefern diese Initiativen selten bahnbrechende Ergebnisse. Wie kann man diese Situation verbessern?

## **Chancen:**

HYPE ist eine Innovationsmanagementplattform, die die Stärken von Social Software mit einem unternehmerischen Workflow verbindet. Mit der Plattform können Unternehmen schnell und einfach Kampagnen starten und Tausende von Benutzern zur kollaborativen Lösung einer bestimmten Aufgabenstellung oder eines Problems einladen.

Ideen werden verbessert, beworben, kombiniert und schließlich hinsichtlich ihres Potentials bewertet. Erfolgreiche Ideen, aus denen ein Business Case formuliert werden kann, werden zunächst zu Konzepten und schließlich zu Innovationsprojekten weiterentwickelt. An diesem Punkt beginnt die Umsetzung.

Die Plattform ermöglicht es, Ihre Kampagnen um strategische Innovationsfelder herum zu strukturieren – Suchfelder für neue Ideen – die dann in jeder Phase gemessen und nachverfolgt werden können. So stellen Sie gleichzeitig sicher, dass jede Initiative an Ihren Geschäftsinteressen ausgerichtet ist.

Mit Hilfe kollaborativer Innovation können große Organisationen schneller und in einem breiteren Themenspektrum innovativ sein, gleichzeitig aber auch sicherstellen, dass bestehende Prozesse zugunsten von Sorgfältigkeit und klaren Strukturen integriert werden.

## **HYPEs Empfehlungen:**

- Entwickeln Sie sich weiter: vom Vorschlagsbriefkasten über das Spreadsheet bis hin zur kollaborativen Innovation
- Involvieren Sie ihre Mitarbeiter bei Ihren größten Chancen
- Nutzen Sie unterschiedliche Sichtweisen für bessere Ergebnisse
- Erhöhen Sie die Sichtbarkeit Ihrer Innovationspipeline
- Integrieren Sie Innovationsmanagement überall, ungeachtet des Ortes, der Funktion oder der Sprache
- Verbinden Sie Top-Down-Anforderungen mit einem Bottom-Up-Lösungsansatz
- Schenken Sie Ihrem Unternehmen eine Stimme – auf allen Ebenen
- Verschaffen Sie Ihren Mitarbeitern Anerkennung und ermöglichen Sie eine offene Kommunikation, um so eine nachhaltige Innovationskultur zu etablieren

# Externe Lösung vs. Eigenentwicklung

## Die Herausforderung:

Sollten Sie, wenn es um Investitionen ins Online-Innovationsmanagement geht, ein fertiges Produkt kaufen oder Ihre internen Entwickler ein eigenes System aufbauen lassen? Die eine Option mag billiger erscheinen als die andere; die andere könnte schneller umsetzbar erscheinen. Was aber sind die zentralen Überlegungen bei dieser Entscheidung?

## Zentrale Überlegungen:

Entscheidend ist zunächst, dass hier viele verschiedene Facetten zu berücksichtigen sind. Es geht nicht einfach nur darum, was am schnellsten und was am billigsten ist. Machen Sie sich klar, welche Lösung die angestrebten Ergebnisse bringt. Dabei handelt es sich in den meisten Fällen um eine Steigerung im Innovationsbereich.

- **Orientierung an aktuellen Standards:** Business Software ist für Ihre Mitarbeiter weit weniger attraktiv als Social Software, wie sie sie aus dem Privatbereich kennen. Nutzen Sie diese Best Practices für ein starkes Engagement in Ihrem Innovationsmanagement.
- **Gesamtkosten:** Prüfen Sie, wie viel Sie eine Entwicklung – inklusive potentieller Änderungswünsche – letztendlich kostet. Auch hauseigene Lösungen müssen gewartet werden.
- **Full-Lifecycle-Funktionalität ist wichtig:** Innovationssoftware geht weit über das Crowdsourcing von Ideen hinaus. Es gibt keine Innovation ohne Umsetzung. Sie müssen also sicherstellen, dass die Software Sie dabei unterstützt, Ideen zu Konzepten und Projekten auszubauen und gleichzeitig die Sicherheit Ihrer gesamten Inhalte zu gewährleisten.

## HYPEs Empfehlungen:

- Der **unternehmerische Mehrwert** sollte immer Ihr oberstes Ziel sein; jegliche Kosten verblassen im Vergleich zu den Vorteilen einer erfolgreichen Umsetzung. Nokia Solutions & Networks generierte 1 Milliarde USD an zusätzlichem Gewinn, während Deutsche Post DHL über 250 Millionen USD einsparte – beide innerhalb nur eines Jahres.
- **Sie brauchen Menschen** die sich engagieren, um große Innovationen voranzutreiben. Achten Sie auf ein ansprechendes Interface, gute Usability und die leichte Zugänglichkeit, an die sich Ihre Mitarbeiter im Privatbereich längst gewöhnt haben. Da die Teilnahme am Ideenmanagement freiwillig geschieht, ist dieser Punkt umso wichtiger. Add-ons wie eine mobile App können das Engagement zusätzlich stärken.
- **Managen Sie Ihre Risiken** und ziehen Sie zuerst die Anmietung einer marktführenden Lösung in Betracht. Damit können Sie umgehend loslegen und herausfinden, wie Ihr Unternehmen auf ein firmenweites Innovationsmanagement reagiert.
- **Lassen Sie sich beraten.** Fachleute für unternehmensweites Innovationsmanagement können Ihnen helfen, die Teilnahmebereitschaft und den Geschäftswert über den reinen Softwareeinsatz hinaus zu steigern, etwa durch eine Verbesserung der Kommunikationsstrategie oder eine bessere Prozesssteuerung.

# Social Business Integration

## Die Herausforderung:

Ihr Ziel als Innovationsmanager ist es, möglichst viele Mitarbeiter ins Innovationsmanagement einzubinden. Soziale Unternehmensplattformen sind bereits heute integraler Bestandteil der Firmen-IT und bieten einen zentralen Ort, an dem Mitarbeiter Informationen finden und mit Kollegen teilen können. Integrieren Sie Ihr Innovationsmanagement einfach direkt in die soziale Plattform, anstatt ein zusätzliches Tool einzuführen.

## Vorteile:

Auf der sozialen Plattform Ihres Unternehmens stellen Mitarbeiter ihre Fähigkeiten und Interessen vor, diskutieren Herausforderungen und Möglichkeiten und teilen Informationen zu Best Practices, Wettbewerbern und aktuellen Projekten. Mit HYPE können Sie Innovationskampagnen innerhalb Ihrer sozialen Plattform starten. Sammeln Sie Ideen und erlauben Sie Benutzern zusammenzuarbeiten, indem sie auf den Ideen anderer aufbauen und sie weiterentwickeln. Sobald sich die besten Ideen herauskristallisieren, können Sie sie direkt in Ihr HYPE-System überführen und sie hier bis zur Umsetzung weiterverarbeiten. HYPE synchronisiert Statusdaten und Updates mit Ihrer Social Business Plattform, so dass die Benutzer jederzeit auf dem Laufenden sind. In HYPE verfügen Sie über alle Tools, die Sie brauchen, um Ideen nachzuverfolgen, zu messen und umzusetzen, während Sie gleichzeitig die Plattform nutzen, auf der Mitarbeiter ihre Zeit verbringen.

Zusätzlich verbessert die Integration Ihres Innovationsystems in die soziale Unternehmensplattform die Sichtbarkeit Ihres Innovationsprogramms und macht es so zu einem integralen Bestandteil der Unternehmenskultur.

## HYPEs Empfehlung:

- Nutzen Sie Ihre bestehende soziale Unternehmensplattform für Ihr Innovationsmanagement, um Ihren Nutzer Innovationsaktivitäten zu erleichtern
- Erzielen Sie mit Innovationskampagnen ein handfestes „Return on Engagement“
- Verringern Sie Zugangsbarrieren durch das Anbieten einer gemeinsamen Plattform
- Social Business Plattformen eignen sich nicht für Innovationsmanagement; sie dienen dem Sammeln von Input und der Fokussierung von Aufmerksamkeit
- Ideen zu managen ist der schwierige Teil; dafür brauchen Sie Struktur und Prozesse. Hier kann HYPE helfen.



HYPE Innovation App for IBM Connections



HYPE für Yammer



HYPE für SharePoint



HYPE für Jive

# Der Umgang mit Verteilten Teams

## Die Herausforderung:

Ihr Unternehmen arbeitet in unterschiedlichen Zeitzonen, Prozessen und Kulturen, mit unterschiedlichen Abteilungen überall auf der Welt. Jede Abteilung ist intern gut vernetzt, aber zwischen ihnen wird wenig Information ausgetauscht. Expertenwissen und Best Practices werden nicht mit dem gesamten Unternehmen geteilt. Und auch wenn jede Abteilung ein eigenes Innovationsprogramm hat, scheint die Gewinnung abteilungsübergreifender Ideen und Erkenntnisse unmöglich.

## Chancen:

- **Vernetzen Sie Ihre Teams** mit einer unternehmensweiten Innovationsplattform, um die einheitliche Sammlung und Verarbeitung von zentral und dezentral erfassten Ideen zu ermöglichen.
- **Eine gemeinsame Plattform** verschafft Ihnen einen Gesamtüberblick, so dass Sie weiße Flecken auf ihrer Innovationslandkarte identifizieren können. Richten Sie Ihre Innovationsinitiativen auf vernachlässigte Bereiche Ihres Geschäfts.
- **Nutzen Sie Kampagnen**, um Best Practice-Lösungen für häufige Probleme im gesamten Unternehmen bekannt zu machen.
- **Nutzen Sie in jeder Abteilung Innovationsrepräsentanten** vor Ort, um Neuigkeiten bekannt zu machen, die Motivation hoch zu halten und lokale Gelegenheiten für Innovationsaktivitäten zu identifizieren.
- **Nutzen Sie unabhängige Bewertungsteams**. Bewerber können entsprechend ihrer Spezialisierungen ausgewählt werden und online mitarbeiten; so wird eine Zusammenarbeit über unterschiedliche Orte und Zeitzonen hinweg möglich.
- **Geben Sie weit entfernten Teams eine Stimme**. Im Hauptsitz und beim Top Management Gehör zu finden, erhöht die Motivation.
- **Bieten Sie die Möglichkeit an, Ideen mobil einzureichen**. Mit einer App wie HYPE Mobile kann jeder teilnehmen, egal wo er oder sie sich befindet.

## Business Case:

### Herausforderung:

- Bombardier Transportation, ein führendes Unternehmen im Eisenbahnsektor, sieht sich schnell wachsendem und billig produzierendem Wettbewerb gegenüber
- Mehrere tausend Mitarbeiter, in sechs Abteilungen, global verteilt
- Notwendigkeit, Wachstum und Marktanteils zu gewährleisten
- Fokus: Intelligenter und innovativer sein als die Konkurrenz

### Ergebnis:

- Umsetzung einer unternehmensweiten Innovationsplattform, um mithilfe von Ideenkampagnen in allen sechs Abteilungen Ideen zu sammeln
- Steigerung der Teilnehmeranzahl um das 2,5-fache in sieben Monaten
- Mitarbeiter hatten die Möglichkeit, zusammen mit Kollegen in der ganzen Welt an wichtigen Innovationszielen zu arbeiten und ihr individuelles Expertenwissen einzubringen
- Eine 30-prozentige Verbesserung im Informationsfluss und beim Austausch von Ideen innerhalb eines Jahres

# Der Umgang mit großen Ideenmengen

## **Die Herausforderung:**

Vorauszusagen, wie viele Ideen Sie bei einer Online-Ideenkampagne erhalten, kann schwierig sein. Manchmal brechen alle Dämme und das Thema spricht eine viel größere Gruppe an als erwartet. Bei hoher Ideenqualität kann dies ein „gutes“ Problem sein. Softwaretools müssen in der Lage sein, Sie bei der Verarbeitung größerer Mengen unterschiedlicher Meinungen zu unterstützen. Überlegen Sie vor Kampagnenstart unbedingt, wie Sie Ihren Prozess anpassungsfähig gestalten

## **Möglichkeiten:**

Durch eine sorgfältig formulierte Frage können Sie die Menge der eingehenden Ideen kontrollieren. Weit gefasste Fragen sprechen mehr Leute an, und Sie können mit einer großen Zahl unterschiedlicher Ideen rechnen, die noch verbessert werden müssen, bevor sie nützlich werden. Wenn die Frage präzise und eng fokussiert ist, können Sie weniger, aber dafür hochwertigere Ideen erwarten.

Teilen Sie allen Teilnehmern von Anfang an die übergeordneten Bewertungskriterien mit. Wenn Ihr Publikum versteht, wonach Ideen beurteilt werden, werden die Einreichungen besser zu den Kampagnenzielen passen.

HYPE unterstützt einen automatisierten Community Graduation Filter, durch den die interessantesten und spannendsten Ideen innerhalb einer Community dem Management weitergeleitet werden und die Teilnehmer motiviert werden, Ihre eigenen Ideen unter Kollegen zu bewerben.

Verwenden Sie bei der Prüfung einen zweistufigen Ansatz: Filtern Sie Ideen zunächst mit einer einfachen Go/No Go-Entscheidung. Versuchen Sie, in dieser Phase 50-80% der Einreichungen auszuschließen. Schätzen Sie die verbleibenden und meistversprechenden Ideen anschließend qualitativ ein. Geben Sie bei beiden Stufen Feedback an alle Ideengeber. Überlegen Sie, wann Sie die Ideeneinreichung abschließen und mit Kommentierung und Bewertung fortfahren wollen. Teilen Sie Ihrem Publikum mit, dass es nun Gelegenheit hat, die besten Ideen auszuarbeiten und einer möglichen Umsetzung näherzubringen.

## **Business Case:**

- PSA Peugeot Citroen startete eine Kampagne und erhielt bei einer Beteiligung von über 7.000 Mitarbeitern mehr als 1.300 Ideen in weniger als acht Wochen. Mithilfe von Community Graduation konnte das Publikum die Aufmerksamkeit des Evaluationsteams auf die besten 200 Ideen lenken und so einen schnelleren Evaluationsprozess ermöglichen.
- Ein Öl- und Gasunternehmen im Mittleren Osten erhält von 39.000 teilnehmenden Usern 12.000 Ideen pro Jahr. Durch eine dezentralisierte Organisationsstruktur werden Ideen über die HYPE-Plattform zu den richtigen Leuten geleitet. So wird sichergestellt, dass Ideen schnell bearbeitet und durch die Innovationspipeline geführt werden.

# Verbesserung der Ideenqualität

## Die Herausforderung:

Die meisten Innovationsmanager wollen bei Ideen eher Qualität statt Quantität. Manche Programme stellen fest, dass die Mitarbeiterideen nicht zur Innovationsstrategie des Unternehmens passen. Andere Ideen sind für eine Umsetzung nicht detailliert genug oder lassen wichtige Aspekte wie technische Machbarkeit, Marktbedingungen oder verfügbare Ressourcen außer Acht. Und manchmal liefern Ideengeber eigene Ideen, aber beteiligen sich nicht an der Weiterentwicklung der Ideen anderer.

## Möglichkeiten:

- Fahren Sie Online-Ideenkampagnen, die nach Ideen zu spezifischen Problemlösungen oder zur Generierung neuer Möglichkeiten suchen
- Schärfen Sie durch Workshops, Videos oder Broschüren das Bewusstsein dafür, wie man gute Ideen mithilfe Ihrer Onlineplattform unterstützt
- Laden Sie funktionenübergreifende Teams ein, um die Vielfalt der Eingaben zu erhöhen
- Fordern Sie Ideengeber auf, ihre eigenen Ideen weiterzuentwickeln, sobald andere Kommentare und Verbesserungsvorschläge liefern
- Ermuntern Sie Teilnehmer, sich bei der Weiterentwicklung bestehender Ideen zu engagieren, indem sie Fragen aufwerfen, Verbesserungsvorschläge machen oder bestehende Lösungen oder Fachleute für bestimmte Themen aufzeigen
- Lassen Sie Sponsoren oder engagierte Nutzer die Diskussion durch Kommentare vorantreiben
- Lassen Sie die Community die interessantesten Ideen unterstützen, indem sie Nutzer mithilfe des HYPE Community Graduation Feature dazu ermuntern, ihre Kollegen um Kommentare und Bewertungen zu bitten
- Belohnen Sie gute Kommentare und betonen Sie, welche entscheidende Rolle ein Team bei der Entwicklung einer guten Idee spielt – nicht nur der ursprüngliche Ideengeber

## HYPEs Empfehlungen:

- **Leiten Sie Ihr Publikum mit Fragen:** Schreiben Sie spannende Fragen, um besser fokussierte Ideen zu generieren.
- **Vielfalt schafft hochwertigere Innovationen:** Ausgereifte Ideen sind meist das Ergebnis unterschiedlicher Perspektiven und Meinungen aus dem ganzen Unternehmen. Die interessantesten Ideen sprechen die Menschen am ehesten an. Laden Sie also ein breites Spektrum unterschiedlicher Teilnehmer ein.
- **Zusammenarbeit von Teilnehmern erhöht die Qualität:** Innerhalb jeder Teilnehmergruppe gibt es einige Kreative, während andere sich eher auf die Umsetzung konzentrieren oder sich zum Beispiel mit Risiken befassen. Wenn Sie diese unterschiedlichen Persönlichkeiten sowie unterschiedliche Kompetenzen und Standorte zusammenbringen, können Sie hochwertige Ideen bereits in einem frühen Stadium generieren.
- **Würdigen Sie nicht nur Ideengeber, sondern auch jene, die Ideen verbessern.** Eine Idee kann unrealisierbar bleiben, bis andere Teilnehmer die ursprüngliche Einreichung verbessert haben. Verschaffen Sie dem ganzen Team Anerkennung und Sichtbarkeit.

# Innovation Jenseits von R&D

## Die Herausforderung:

Es gibt viele Gründe, warum Unternehmen den Wirkungsbereich ihres kollaborativen Innovationsprogramms auf Bereiche der Businessoptimierung ausweiten. Die meisten Unternehmen zielen auf Effizienz und Effektivität und fragen parallel zu Innovationskampagnen Ideen zur Kostensenkung und Prozessoptimierung ab. Viele Organisationen möchten Wissen, Informationen und Expertise unternehmensweit austauschen, um schnell eine firmeninterne Wissensdatenbank aufzubauen. Zusätzlich ergibt sich häufig die Notwendigkeit, Fachleute über verschiedene Bereiche hinweg zu einer Reihe von Themen zu vernetzen, nicht nur zu Innovationen.

## Möglichkeiten:

- **Fördern Sie die Zusammenarbeit unter Mitarbeitern** aus unterschiedlichen Regionen und Abteilungen. Schaffen Sie eine unternehmensweite, allen offen stehende Plattform für Kampagnen oder zum Austausch von Ideen zu jedem Thema
- **Senken Sie nach Bedarf Kosten**, optimieren Sie Prozesse und tauschen Sie Best Practices aus
- **Innovation in allen Bereichen:** Wert entsteht nicht nur aus neuen Produkten und Serviceleistungen. Nutzen Sie Innovationstools auch, um Prozesse und Businessmodelle neu zu erfinden
- **Crowd consulting:** Nutzen Sie das Insiderwissen Ihrer eigenen Mitarbeiterschaft, bevor Sie externe Berater zur Identifizierung von Kostensenkungs- und Effizienzsteigerungspotentialen heranziehen
- **Binden Sie Mitarbeiter ohne Innovationsbezug** in Diskussionen zur Verbesserung und Entwicklung des Business ein
- **Binden Sie unterschiedliche Personengruppen ein**, um verschiedene Blickwinkel auf Ideen zu bekommen
- **Binden Sie Sales und Marketingexperten ein**, um die Ansprüche und Vorstellungen der Kunden besser zu verstehen

## Business Case:

- Casa Pellas ist ein vielseitiges Automotive-Konglomerat aus Nicaragua, das ein breites Spektrum an Dienstleistungsfirmen kontrolliert
- Das Unternehmen hat ein Firmenprogramm für Innovation und kontinuierliche Verbesserung aufgebaut, bei dem Teilnehmer zu jedem Thema Ideen einreichen konnten, um die eigene Firma voranzubringen
- Ein Hauptziel des Programms ist die Identifizierung von bahnbrechenden Ideen, die ein nachhaltiges Unternehmenswachstum gewährleisten
- Die Innovationsabteilung bietet Teams Hilfe bei der Erstellung formaler Businesspläne
- Hauptkriterien für die Evaluation von Ideen sind ihr Potential und der für die Umsetzung erforderliche Aufwand
- Qualität und der Grad der Ausarbeitung der Ideen sind sehr gut, so dass 50-60% der Ideen für die Umsetzung ausgewählt werden
- Innerhalb von 1,5 Jahren wurden 1.011 Ideen angenommen und 868 umgesetzt
- Dies beinhaltet 25 radikale Ideen, von denen drei allein über 1 Million USD an zusätzlichem Umsatz erbracht haben

# Erste Schritte Richtung Open Innovation

## Die Herausforderung:

Teile Ihres Innovationsprogramms zu öffnen und eine größere Vielfalt an Ideen auch von außerhalb des eigenen Unternehmens zu erfassen, ist ein natürlicher Entwicklungsschritt im Rahmen eines etablierten Innovationsmanagements. Wie sehen angesichts der enormen Möglichkeiten jenseits Ihres Unternehmens die ersten pragmatischen Schritte mit Kunden, Partnern und Zulieferern aus?

## Zentrale Gesichtspunkte:

Jedes Open Innovation Programm erfordert vom Innovationsteam ähnliche Überlegungen:

- **Fokusbereiche:** Welche Innovationsbereiche brauchen externen Support? Es ist wichtig, dass bei allen Beteiligten völlige Klarheit über die Ziele besteht.
- **Interner Support:** Welche internen Entscheidungsträger müssen berücksichtigt und in die Diskussion mit einbezogen werden? Lassen Sie sich so früh wie möglich rechtlich beraten – dies kann später Zeit sparen.
- **Zielauswahl:** Welche externen Gruppen oder Communities sind für Ihre Ziele am besten geeignet? Prüfen Sie Ihre Beziehung zu ihnen und den Grad potentiellen Eigeninteresses.
- **Kommunikation:** Wie erreichen Sie die richtigen Leute? Wissen Sie, wer diese sind, wie Sie sie ansprechen und einbinden können?
- **Taktik:** Wie vermarkten und bewerben Sie das Programm? Überlegen Sie, welche Gruppen welche Informationen mit wem teilen können.

## HYPEs Empfehlungen:

- **Fangen Sie klein an** – Suchen Sie Drittparteien, die ein eigenes Interesse an Ihrem Erfolg haben und zu denen Sie eine gute Beziehung haben. Hier können Sie am ehesten eine Beteiligung erwarten.
- **Seien Sie realistisch** – Bei Open Innovation gibt es viele Variablen und einige liegen außerhalb Ihrer Kontrolle. Beginnen Sie auf einem moderaten Level und testen Sie Ihren Ansatz.
- **Prüfen Sie Ihre bestehenden Verträge** – Mit einigen Drittparteien (zum Beispiel Zulieferern) werden bereits Verträge bestehen, die den Austausch von Informationen regulieren oder einschränken. Klären Sie, was bereits geregelt ist, bevor Sie neue Verträge aufsetzen lassen.
- **Berücksichtigen Sie das Back End** – Teilnehmer verlieren das Interesse an Ihrem Programm, wenn Sie kein Feedback zu nächsten Schritten und Erfolgen geben. Überlegen Sie sich, mit welchen Informationen Sie das Interesse am Prozess aufrechterhalten können.

HYPE unterstützt Open Innovation Programme für einige der weltweit innovativsten Unternehmen, u.a. für die Deutsche Telekom, Hershey's, Mattel, Nokia Solutions & Networks und Liberty Global.

# Über HYPE

## **HYPEs Full-Lifecycle Innovationsprozess**

Wir unterstützen Unternehmen mit unserer Software dabei, ihren Innovationsprozess umzugestalten: von der Generierung, Klassifizierung und Auswahl der Ideen über ihre Verfeinerung in Konzepten bis hin zur Weiterverfolgung von Umsetzung und Vermarktung in Projekten. Unser Innovationsprozess ist das Ergebnis von über einem Jahrzehnt Erfahrung aus internationalen Kundenprojekten in innovativen Unternehmen wie GE, P&G, Daimler, Airbus und General Mills.

## **HYPE Enterprise - Eine umfassende Innovationsplattform**

Unser Ansatz ist einfach: Wir bieten standardisierte Software-Features, mit denen Sie die individuelle Innovationsstrategie Ihres Unternehmens dennoch flexibel abbilden können. Unsere kundenorientierte Software ermöglicht einfaches und schnelles Erstellen und Managen von Kampagnen. Das Innovationsportal ist benutzerfreundlich und anpassbar. Und der Umfang unserer Plattform ist beliebig skalierbar: Sie lässt sich sowohl mit Back-Office-Anwendungen als auch mit

Enterprise-Social-Software wie SharePoint, IBM Connections, Yammer und Jive vernetzen. Das Ergebnis: Eine Full-Lifecycle Innovationsplattform, die Ihre Communities mit einbindet und Ihre Innovationen vorantreibt!

## **HYPEs Professional Service Team**

HYPE verfügt über ein hervorragendes Beraterteam mit internationaler Projekterfahrung: Wir helfen Ihnen, Ihr Innovationsprogramm innerhalb kürzester Zeit umzusetzen, Best Practices in Ihrem Unternehmen zu verbreiten, Ihre Prozesse auszubauen und Ihr Innovationsprogramm an sich ändernde Herausforderungen anzupassen. Wir beraten Sie beim Einsatz von Methoden, die sich bei unseren Kunden bewährt haben. Wir bringen unsere Kunden zusammen, damit sie voneinander lernen können. Mit unseren Werkzeugen managen Sie Ihre Kampagnen und machen den Wert Ihres Innovationsmanagements messbar.

## **Wie definieren wir Erfolg?**

- *Neuer Umsatz, der durch Innovationsprogramme unserer Kunden generiert wird*
- *ROI inklusive mittelbarer und unmittelbarer Einsparungen*
- *Langjährige Kundenbeziehungen*



Frank Henningsen,  
Executive VP Professional Services



Colin Nelson,  
Director of Strategic Consulting



Hutch Carpenter,  
Strategic Consulting Americas



HYPEs Professional Service Team

# Unsere Kunden

## Unsere Kunden über HYPE



**“ Unser Partner HYPE hat es uns ermöglicht, Innovationsprofis aus allen Bereichen mit einzubinden; so wird sichergestellt, dass es die vielversprechendsten Ideen in unser Innovationsprogramm schaffen, egal aus welchem Teil der Welt oder aus welcher Abteilung sie kommen.”**

*Martin Ertl, Chief Innovation Officer, Bombardier Transportation*



**“Die Innovationsprogramme von Nokia Solutions and Networks haben bis zum heutigen Tag 1,7 Mrd. USD neuen Umsatz eingespielt – mit Hilfe der HYPE-Plattform. NSN hat über 18.000 Benutzer in seiner Community, seit dem Einsatz der Innovationssoftware von HYPE 67 Kampagnen gefahren und über 4300 Ideen generiert.”**

*Fabian Schlage, Head of Idea and Innovation Management, Nokia Solutions and Networks*



**“Es geht nicht nur um Innovation, sondern auch um Förderung und Messbarkeit dieses Engagements. Die Anzahl der angenommenen Ideen auf unserer HYPE-Plattform hat zugenommen, weil jeden Tag bessere Ideen eingereicht werden. Wenn sich Ideen bewähren und zur Norm werden, werden die Leute weiter motiviert, neue Ideen einzubringen.”**

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

## Unsere Kunden

Afton Chemical • Airbus • Al Rahji Bank • Amway • Areva • Akzo Nobel • Atlas Copco • BAC • Ball Packaging • BASF • Bayer • Becton Dickenson & Company • Bernina • BGL Group • Bombardier • Borbet • BorgWarner • Bosch • Brose • Cargotec • Casa Pellas • Cassidian • Clorox • Continental • Daimler • Dakota Gas • Deutsche Post/DHL • Deutsche Telekom/T-Systems • DLR • EagleBurgmann • Edenred • Festo • Grünenthal • Freudenberg • Fujitsu-Siemens • General Electric • General Mills • General Motors • Getzner • GIRA • Head • Hormel • Hosokawa • Infineum • IT Ergo • Kanzan • KCI Medical • Kimberley-Clark • Knorr-Bremse • Kolbenschmidt Pierburg • Lanxess • Liberty Global • Mahle • Mann + Hummel • Mercedes-Benz • Merck • MM Karton • Mobiliar • NASA • Nokia Solutions & Networks • NRO • Olympus • OSRAM • Otto • Procter & Gamble • Parker Hannifin • PSA Peugeot Citroën • PricewaterhouseCoopers • Qiagen • RAFI • Raiffeisenlandesbank • Reckitt Benckiser • Renolit • Rheinkalk • RKW • Roche • Rohde & Schwarz • RWE • Saudi Aramco • SCA • Schott • Siemens • SIKA • Sipchem • STO • StoraEnso • Swisswcom • Techniker Krankenkasse • Tesa • The Hershey's Company • The Maids • Thomas Cook • Vestas • Viessmann • Volkswagen • Wacker Chemie • Wafios • WD-40 • Wieland • Witt-Gruppe • Witzenmann • Zehnder • Zeiss

## ***HYPE in Ihrem Unternehmen – Die ersten Schritte***

Kontaktieren Sie uns noch heute unter [info@hypeinnovation.com](mailto:info@hypeinnovation.com), um eine Live-Demo zu buchen und mehr über unsere preisgekrönte Software zu erfahren.

### **HYPE: Full-Lifecycle Innovationssoftware – Von der Idee bis zum Produkt**

HYPE unterstützt als Experte für Ideen- und Innovationsmanagement seit über zehn Jahren Unternehmen weltweit mit softwarebasierten Lösungen. Mit seiner leistungsstarken Plattform bietet HYPE eine Full-Lifecycle Lösung für das gesamte Spektrum des Ideen- und Innovationsmanagements. Von der Ideengenerierung und -bewertung bis hin zur intelligenten Ideenauswahl ermöglicht HYPE die Integration von Innovationsmanagement, Ideenmanagement, Kontinuierlicher Verbesserung und Front-End Portfoliomanagement. Unternehmen entscheiden sich für HYPE aufgrund der flexibel anpassbaren Software, der professionellen Beratungsteams und der langjährigen Erfahrung in der Bereitstellung von Unternehmenslösungen. Auf die Software „Made in Germany“ setzen bereits Innovationsführer wie GE, Procter & Gamble, Bombardier, DHL, Deutsche Telekom, BASF, Airbus, General Mills, Roche und viele weitere. HYPE ist mit Hauptsitz in Bonn und weiteren internationalen Niederlassungen weltweit vertreten.

Besuchen Sie unsere Website [www.hype.de](http://www.hype.de) und erfahren Sie, wie Sie mit HYPE Ihre wichtigsten Ressourcen – Mitarbeiter, Kunden, Partner und Zulieferer – zu einer dynamischen und aktiven Innovation-Community verbinden.



### ***Hauptsitz***

**HYPE Softwaretechnik GmbH**  
Trierer Straße 70-72  
53115 Bonn  
Deutschland

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

### ***Niederlassung USA***

**HYPE Innovation, Inc.**  
485 Massachusetts Avenue  
Cambridge, MA 02139-4018  
USA

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