

Kreativ und integral mit reduzierten Risiken

Autor Christof Paul, erster Vorstandsvorsitzender der Allianz zur Förderung von Produkt-Innovationen in Deutschland e.V. (ProID), über erfolgreiche Produktentwicklung und welche Hürden auf diesem Weg zu nehmen sind.



Christof Paul, erster Vorstandsvorsitzender der ProID e.V.: „Das Geheimnis erfolgreicher Unternehmen sind meist bessere, nicht billigere Produkte.“

Eine starke Wirtschaft zeichnet sich durch innovative Unternehmen mit erfolgreichen Produkten aus. Neue Produkte, die begeistern, Funktionen verbessern oder Handhabung erleichtern. Viele Unternehmen schrecken aufgrund von Zweifeln an der Idee, Investitionen, langer Entwicklungsarbeit, Risiken, Patent- und Urheberfragen zurück. Erfahrene Unternehmen haben für diese Faktoren Entwicklungsprozeduren eingeführt, um Risiken zu reduzieren oder den Erfolg zu erhöhen. Bei Startups, kleinen Unternehmen oder wachsenden Mittelständlern ist diese Fähigkeit meist gering ausgebaut. Eine gute **Produktidee** kann gezielt und strategisch entwickelt oder der „Inspiration unter der Dusche“ überlassen werden. Die aufmerksame Beobachtung von Alltagsproblemen oder Gespräche mit den eigenen Kunden können der Ursprung von Ideen sein. Ebenso sich im eigenen Kreativprozess über unterschiedliche Methoden bewusst von Standardlösungen zu entfernen, ist eine erfolgreiche Quelle von neuen Produkten.

Eine „Revolution“ garantiert nicht den Erfolg. Häufig sind die guten und erfolgreichen Einfälle eine neue Kombination von vorhandenen und geprüften Technologien. Hierdurch lässt sich eben-

so das unternehmerische Risiko reduzieren. Eine brillante Idee kann wertlos sein, soweit keine **Vertriebskanäle** vorhanden sind oder sich aufbauen lassen. Mit einem selbsterklärenden Produkt ist diese Vermarktung einfacher als mit einem sehr erklärungsbedürftigen Produkt. Bei der **Produktentwicklung** ist ein integrales Vorgehen mit allen beteiligten Fachbereichen, wie Technik, Marketing, Vertrieb und Design effizient und kreativ. Die Idee wird so der Kritik im Team ausgesetzt, ein starker Austausch wird kultiviert, alle Beteiligten bauen eine Verbindung zum Produkt auf und die Produktoptimierung erfolgt auf diese Weise kontinuierlich. Eine klare **Strategie** für die Unternehmung, die Produkte und den Vertrieb leitet das Entwicklungsteam durch alle Entscheidungen und reduziert kostenintensive Schritte in ungewollte Richtungen. Diese Strategie beinhaltet Punkte von der Zielgruppe bis zur Qualität.

Das Geheimnis erfolgreicher Unternehmen sind meist bessere, nicht billigere Produkte. Das Unternehmensimage und die Unternehmenskommunikation sollte dieses transportieren. Bessere Produkte in Verbindung mit Service, Komfort oder Langlebigkeit werden viele Kunden durch höhere Produktpreise honorieren.

Die **Finanzierung** der Entwicklung sollte gesichert sein. Eine realistische Kosteneinschätzung von Risikoprüfung, Test, Zertifizierung, Produktionsvorlauf, Marketing usw. ist daher notwendig. Diese und weitere Bausteine sind die Basis einer erfolgreichen Idee, die bei optimaler Entwicklung und Vermarktung zur Innovation wachsen kann.

Verschiedene Aspekte zum Thema „Innovationen“ werden in den kommenden Ausgaben von markt und wirtschaft aufgegriffen. Der Verein ProID – Allianz zur Förderung von Produkt-Innovationen in Deutschland e.V. möchte in Zusammenarbeit mit markt und wirtschaft neue Produktideen und kreative Entwicklungen fördern und Unternehmer und Entwickler in NRW zu Neuem motivieren. Die regelmäßige Kolumne INNOVATION soll entsprechende Impulse setzen und Denkanstöße liefern. ■

KONTEXT

ProID e.V.

Die Allianz zur Förderung von Produkt-Innovationen in Deutschland wurde im Sommer 2012 gegründet. Die Vereinsidee entstand durch Industrial Designer Christof Paul und Architekt Paul Michael Pelken. Die beiden Entwickler sind sowohl in der Praxis, in Forschung und Hochschulen tätig. 2012 wurden sie in der ProID-Mitgliederversammlung zu Vorstandsvorsitzenden der Allianz gewählt. Die Gründungsmitglieder sind in Hochschulen und Unternehmen in unterschiedlichen Fachbereichen tätig – von der Elektrotechnik, über Ingenieurdienstleistungen bis hin zu Marketing und Umweltschutz. Durch Förderung junger Talente hat der ProID e.V. in 2012 und 2013 öffentliches Interesse

erzeugt. Die Talentförderung und ein exklusives Netzwerk sollen in den nächsten Jahren deutschlandweit ausgebaut und die exklusiven Mitglieder durch innovative Unternehmen erweitert werden. Aktuell befindet sich ProID in Gesprächen mit Unternehmen, Hochschulen, Ausbildungsstätten und Medienpartnern, die die Ziele der Allianz fördern möchten. Neben bereits etablierten Formen, wie z.B. Planspiele, Publikationen, Referentenvorträge oder Betriebsbesichtigungen, bilden gezielte Workshops die nächste Ausbaustufe des umfangreichen Förderkonzepts. ■

■ Weitere Informationen:
www.ProID-eV.de