

Smart Home ist in der Branche ein wachsendes Segment und bietet noch viel Platz für weitere Innovationen.

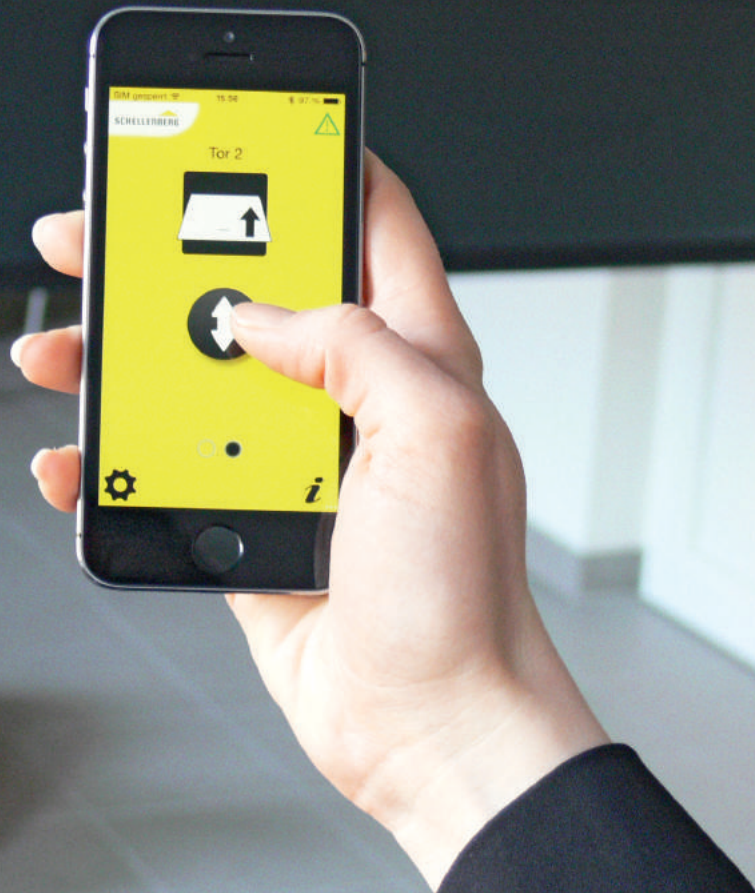


Foto: MAU

Erfolgreich innovativ sein

Als DIY-Lieferant möchte man erfolgreich sein und sich von seiner Konkurrenz abheben. Innovationen ermöglichen dies. Dennoch schaffen es nur einige, wirklich innovativ zu sein. Eine Studie hat untersucht, warum.

Innovationen schaffen Wettbewerbsvorteile. Sie schützen vor einer Auslistung durch den Handel und steigern die Kundenzufriedenheit. Doch wie geht man vor, um innovativ zu sein? Genau dies versuchte die Studie „Erfolgsfaktoren von Innovationen in der Haus- und Gartenbranche“ herauszufinden.

Durchgeführt wurde die Studie von der Unternehmensberatung Suberg Strategy Consultants. Von März bis Juli 2015 wurden 52 Hersteller aus der Haus- und Gartenbranche zu ihrer Innovationskraft befragt. Die Teilnehmer kommen aus den Bereichen DIY-Produkte, Gartengeräte, SHK (Sanitär, Heizung, Klima), Baugeräte sowie Baustoffe und erzielten einen durchschnittlichen Jahresumsatz von 310 Mio. Euro.

Von diesen 52 Herstellern sagten zwar 80%, dass Innovationen sehr wichtig für den Erfolg des eigenen Unternehmens

sind. Dennoch war nur ein Drittel zufrieden mit der eigenen Innovationskraft. Zudem antwortete ein Drittel der Befragten, dass Innovationen der letzten drei Jahre nur einen Umsatzteil von unter 5% ausmachen. Umgekehrt waren Unternehmen mit einem hohen Umsatzanteil mit ihrer eigenen Innovationskraft deutlich zufriedener.

Doch was machen die zufriedenen Unternehmen anders? Sie gaben an, dass sie in fest definierten Suchfeldern nach besonders aussichtsreichen Ideen suchen. Zusätzlich holen sie sich Anregungen aus anderen Branchen und versuchen gezielt, von diesen zu lernen. Die gefundenen Ideen werden zudem in einer standardisierten Ideendatenbank erfasst.

Auch Sven Suberg, Geschäftsführer der gleichnamigen Unternehmensberatung, gibt zur Kenntnis: „Die Innovationskraft der Unternehmen hängt maßgeblich

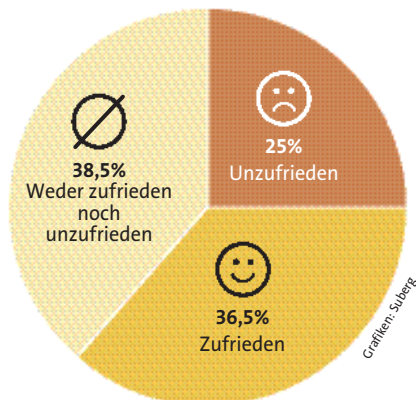
von ihrem Innovationsprozess ab. Mit anderen Worten: Der Erfolg kann durch eine Weiterentwicklung des Prozesses deutlich gesteigert werden.“

Klare Kriterien definieren

Innovative Unternehmen bewerten ihre Ideen häufig mit vorab definierten Kriterien. Die Ideen werden mithilfe eines standardisierten Formulars zusammengefasst, um sie dadurch vergleich- und bewertbar zu machen. Dies bedeutet, dass die Ideen bestimmte Punkte erfüllen müssen, um später als Innovation weiterentwickelt zu werden.

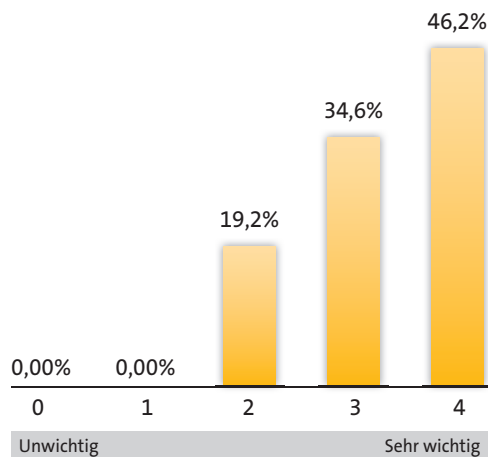
Dennoch laufen einige der befragten Unternehmen Gefahr, wichtige Innovationsfelder zu vernachlässigen, da sie ihre eigene Branche als besonders innovationsarm definieren. Es kommt zu einer selffulfilling Prophecy: Wer Innovatio-

Wie zufrieden sind Sie mit der eigenen Innovationskraft?



Nur 36,5% der befragten Hersteller sind zufrieden mit der eigenen Innovationskraft.

Wie wichtig sind Innovationen für den unternehmerischen Erfolg?



Das Innovationen zum unternehmerischen Erfolg beitragen, wird von der Herstellern als wichtig empfunden.

Kommentar

Fasst man die Studie zusammen, bietet sie einen Leitfaden für Unternehmen, die innovativ werden wollen. Leider geht aus ihr nicht hervor, was die abgesteckten Kriterien, die Definitionen der Suchfelder sind oder wie man hemmende Faktoren am besten umgeht. Die Studie zeigt nur auf, was erfolgreiche Unternehmen machen, aber nicht, wie sie es machen. Zur Orientierung reicht dies, um Ziel anzukommen, aber nicht.

Fabian Forer

nen für unwahrscheinlich hält, wird sie nicht finden. Die Aussage spiegelt jedoch nicht die Wahrheit wider. Die Haus- und Gartenbranche hat zahlreiche Innovationen in diesem vermeintlich innovationsarmen Segment zu bieten: automatische Rasenmäher, leichte Blumenerde, Photovoltaikglasscheiben sowie das wachsende Smart-Home-Segment.

Über den Tellerrand schauen

Als größte Herausforderung für die Haus- und Gartenbranche wird das Finden von aussichtsreichen Ideen angesehen. Problem ist, dass die meisten Unternehmen laut der Studie von Suberg Strategy bei der Ideenfindung in ihrem eigenen Umfeld suchen. Um neue Ideen zu finden, sollten vermehrt auch Personen von außen, wie Kunden, Lieferanten oder Branchenexperten, mit einbezogen werden. Zusätzlich können Markttests genutzt werden, um spätere Innovationen zu bewerten. Hier gilt es jedoch aufzupassen, da die Aussagekraft der Markttests nicht immer befriedigend ist. Es gilt, die Innovationen möglichst realistisch zu testen, um spätere Misserfolge zu vermeiden. Grundsätzlich sollten Hersteller der Haus- und Gartenindustrie mehr Energie in die Ideengewinnung investieren.

Die Unternehmen, die Innovationsprojekte aktiv durchführen, kämpfen meist mit verschiedenen Faktoren, die den Innovations-

prozess behindern. Am häufigsten wurde von den Befragten zu wenig Zeit, ein zu dominantes Tagesgeschäft und zu viel Bürokratie im eigenen Unternehmen genannt. Diese Faktoren sind meist hausgemacht und lassen sich abstellen. Es sollte für einen professionellen Innovationsprozess nicht an falscher Stelle gespart werden.

Weiterhin zeigt die Studie, dass innovative Unternehmen ihren Innovationsprozess mittels systematischer Lernschleifen auf Optimierungspotenziale untersuchen, um so effizientere und effektivere Innovationsprozesse zu ermöglichen. Ein weiterer Punkt, der meist im Innovationsmanagement missachtet wird, ist eine umfassende Erfolgsanalyse nach der Markteinführung. Dabei sollten gerade Misserfolge nicht außer Acht gelassen werden. Denn nur eine schonungslose Analyse der Misserfolge schafft die Basis für zukünftige Erfolge.

FF ■

Suberg Strategy Consultants

Suberg Strategy Consultants ist eine unabhängige, auf Wachstumsprojekte spezialisierte Unternehmensberatung. Sie unterstützt führende Unternehmen dabei, Wachstumsstrategien zu entwickeln, die Vertriebseffizienz zu steigern sowie Innovationspotenziale zu erschließen. Schwerpunkt ist die erfolgreiche Umsetzung eines gemeinsam entwickelten Konzepts.

100% Vertriebslösungen

FÜR DIE DIY-BRANCHE



- MERCHANDISING
- WAREN-VERRÄUMUNG
- POS-BETREUUNG
- DISPOSITION
- ERST-EINRICHTUNGEN
- REGALUMBAUTEN

GMV - seit 1987 für Sie am Markt.

In Deutschland, Schweiz, Benelux und weiteren europäischen Ländern.

Wir freuen uns auf Ihren Anruf:
 Telefon 0 71 31.79 79 00
 info@gmv-absatzservice.de
 www.gmv-absatzservice.de

GMV
 BAUMARKT
 SERVICES.