



Liebe Leserin, lieber Leser

Um erfolgreich zu sein, müssen Unternehmen ständig in neue Innovationen investieren. Im ersten Beitrag erfahren Sie, welche Herausforderungen beim Innovationsprozess bestehen, welche Innovationskennzahlen eingesetzt werden können und wie der Erfolg des Innovationsprozesses bewertet werden kann.

Durch die Schliessung von Betrieben aufgrund staatlicher Anordnung zur Eindämmung der Corona-Pandemie ergeben sich zahlreiche Fragen rund um die Beurteilung der Arbeitszeit der Mitarbeitenden. Im zweiten Beitrag geben wir einen Überblick über die kennzahlenorientierte Beurteilung von Arbeitszeit und Feriensaldi.

Seit nun mehr als einem Jahr leben wir mit einem Virus, das zwar nicht direkt sichtbar, aber in unserem Leben täglich spürbar ist. Im dritten Beitrag ziehen wir Bilanz nach einem Jahr Homeoffice und Social Distancing.

Sie haben sicher Ihre eigenen Erfahrungen mit der neuen (Arbeits-)Normalität gemacht. Ich stelle mir zum Beispiel gerne frische Blumen in mein Homeoffice. Das gab mir besonders während der Wintermonate Energie.

Im letzten Beitrag finden Sie einen Excel-Tipp, der Ihnen zeigt, wie Sie einen Text in verschiedene Spalten aufteilen.

Ich wünsche Ihnen viel Durchhaltevermögen für die nächste Zeit.

Sabine Bernhard, Product Managerin
Finanzen & Steuern WEKA

Innovationsmanagement – die Top-KPI

Damit Unternehmen langfristig erfolgreich sein können, braucht man innovative Lösungen. Aber wie kann sichergestellt werden, dass der Erfolg einer Innovation auch richtig gemessen wird?

■ Von Prof. Dr. Claus W. Gerberich

Was ist Innovationsmanagement?

Innovation ist ein äusserst komplexes Thema, vor allem wenn es um die quantitative Messung von Innovationen und ihren Erfolg geht. Der **Innovationserfolg** hat einerseits viele Einflussfaktoren und Ursachen und andererseits viele Auswirkungen auf andere Prozesse und auch bestehende Produkte. Das macht eine zahlenmässige Darstellung herausfordernd. Final ist immer der Markterfolg entscheidend.

Die acht Felder der Innovation

Innovation ist heute mehr als nur die Produktinnovation. Innovation muss ganzheitlich gesehen werden. Nur dann wird der Kunde einen messbaren Nutzen haben und anhand seiner Präferenzen entscheiden können. Die acht Felder der Innovation zeigen, dass heute Innovation alle Bereiche des Unternehmens tangiert (siehe Abb. 1).

Herausforderungen in der Messung des Innovationserfolgs

Die Ursachen und die Wirkung eines Innovationserfolgs sind vielschichtig. Davon sind viele schwierig zu quantifizieren. Zu beantwortende Fragen sind beispielsweise:

- Welchen Einfluss hat Innovation auf den Markenwert und das Image, und wie stark fließt dies wiederum in die Kaufentscheidung beim Kunden ein?
- Wenn eine Innovation umsatzstark ist, wie viel von dessen Umsatz hätte man auch mit dem bestehenden Produktportfolio erzielen können?
- Wie viel ist ein angemeldetes Patent wert, auf dessen Basis kein Produkt auf den Markt folgte, aber die Konkurrenz blockiert wurde?
- Inwieweit bringen die erworbenen und aufgebauten Kompetenzen durch die Entwicklung in anderen Bereichen einen wirtschaftlichen Vorteil?

Wie man erkennen kann, ist Innovation ein weitgreifendes Thema, das Erfolgswurzeln in vielen Ebenen verzweigt hat und auch seine Fäden in viele weitere Bereiche einspinnt. Somit wird die Erfolgsmessung eine komplexe Herausforderung. Dazu kommt noch, dass viele Wirkungen zeit- und ortsversetzt sind. Zum Beispiel kommen Erträge aus Innovationen oft erst nach einigen Jahren Anlauf oder Zusatzumsätze entstehen bei anderen Produkten durch Synergien. Der Effekt kann dann durch finanzwirtschaftliche Grössen wie

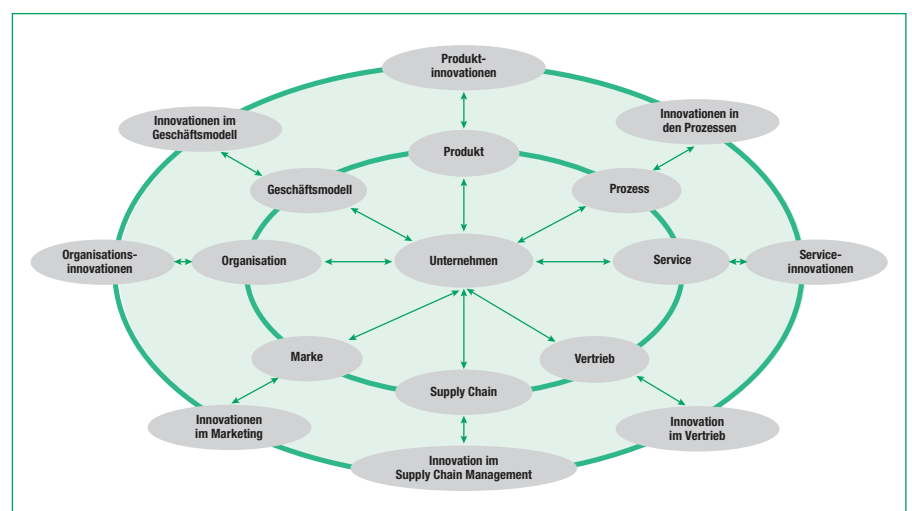


Abbildung 1: Die acht Felder der Innovation



Umsatzzuwachs durch neue Produkte oder die EBIT-Verbesserung durch neue Produkte oder Erschliessung neuer Marktsegmente gemessen werden.

Relevanz von Innovationskennzahlen

Obwohl die Messung von Innovation komplex ist, ist das genau der Grund, sich damit auseinanderzusetzen. Es gibt eine hohe Anzahl von Kennzahlen, und sie haben alle ihre Aussagekraft und damit auch ihre Steuerungsmöglichkeit. Sie geben Hinweise, Tendenzen und Transparenz in Bezug auf die Innovationstätigkeit und somit Impulse, wo man die Hebel ansetzen kann. Dabei ist auch die strategische Orientierung relevant. Es sollte immer eine Verbindungen zwischen dem strategischen Zweck der Innovationstätigkeit und deren Kennzahlen geben.

Somit ist die Messung der Innovationsleistung ein sehr relevanter Teil des **Innovationsmanagements**. Ganz nach dem Zitat des österreichischen Management-Pioniers Peter Drucker: «Was man nicht messen kann, kann man nicht lenken.» Rein finanzwirtschaftliche Grössen reichen nicht aus.

Logik der Innovationskennzahlen

Die Ebene ist der Ort von Wirkung und Einfluss. Entweder bezieht sich eine Kennzahl auf ein einzelnes Projekt und damit auf eine einzelne Innovation, das heisst, ein Produkt oder eine Dienstleistung. Oder die Kennzahl betrifft das gesamte Unternehmen. Daher ergibt sich eine Messung auf:

- Projektebene – Projekterfolg oder Projektrentabilität
- Prozessebene – Effizienz und Effektivität der Innovationsprozesse

- Unternehmensebene – Wertbeitrag und Wertsteigerung

Eine weitere Klassifikation ist nach der Art des Gemessenen, dabei unterscheidet man die Messung von:

- Input: Hier werden vor allem materielle (Budgets, Mitarbeiter), aber auch immaterielle Inputs (Wissen, Know-how) gemessen.
- Prozess/Throughput: Kennzahlen zum Pro-

zess messen vor allem die Performance der Innovationsorganisation. Hier steht die Messung und Steigerung der Performance im Vordergrund

- Output: Der Output ist unmittelbar mit dem Nutzen verbunden, das heisst, was wird durch Innovation bewirkt, geliefert oder beeinflusst? Dies ist der Projekterfolg oder die Gewinnung neuer Kunden durch innovative Produkte.

	Input	Prozess	Output
Projektebene	• Kosten pro Projekt • Zeitaufwand pro Projekt	• Projektdauer • Time-to-Market • Planabweichungen in Bezug auf Projektkosten, Personalaufwand und Zeit (kontinuierliche Messung)	• Erreichung der Projektziele in Bezug auf Kosten, Zeit und Qualität • finanzieller Nutzen der Innovation • Amortisationsdauer • Return on Investment
Unternehmensebene	• Anzahl eingereicherter Ideen • Anzahl freigegebener Ideen bzw. gestarteter Projekte • geförderte F&E-Kosten (absolut und in %) • Anzahl geförderter Projekte (absolut und in %) • Innovations-/F&E-Ausgaben (absolut und in % zum Umsatz) • Patentkosten • Anzahl Innovationsmitarbeiter (F+E, Innovation, Produktmanagement ...)	• % Projekte in vorgegebener Zeit abgeschlossen • % Projekte im vorgegebenen Kostenrahmen abgeschlossen • durchschnittliche Abweichungen der Innovationsprojekte in Bezug auf Zeit • durchschnittliche Abweichungen der Innovationsprojekte in Bezug auf Kosten • durchschnittliche Projektdauer • Anzahl abgebrochene Innovationsprojekte (absolut und in %) • Anzahl abgebrochene Innovationsprojekte nach Stage • Anzahl Innovationsprojekte nach Stage	• Anzahl neuer Produkte und Dienstleistungen • Anzahl neuer Produkte und Dienstleistungen nach Kategorie, z.B. inkrementell/radikal • finanzieller Nutzen aller umgesetzten Projekte und Innovationen (Umsätze, Einsparungen etc.) • Return on Innovation (Innovationsausgaben zu finanzieller Nutzen) • Umsatz mit neuen Produkten und Dienstleistungen (jünger als drei bis fünf Jahre, abhängig von der Schnelligkeit der Branche) • Gewinn mit neuen Produkten und Dienstleistungen • Messung der Kundenzufriedenheit in Bezug auf Innovation (z.B. durch Umfragen)

Messung der Innovationskennzahlen, Quelle: RKW Studie Innovationsmanagement 2019



Strategische Innovationskennzahlen

Strategische Innovationskennzahlen bezeichnen Masszahlen, die zur Quantifizierung von Sachverhalten im Zusammenhang mit der Entwicklung der *Innovationsstrategie* sowie zur Identifikation, Bewertung und Auswahl von Ideen im Innovationsprozess dienen. Die Strukturierung der strategischen Innovationskennzahlen kann anhand der Phasen des Innovationsprozesses ausgerichtet werden, wobei sich die strategischen Innovationskennzahlen auf die ersten drei Phasen und die operativen Innovationskennzahlen auf die vierte und fünfte Phase des Innovationsprozesses beziehen. Im Rahmen dieses Beitrags werden weitverbreitete strategische Innovationskennzahlen der ersten drei Phasen des Innovationsprozesses vorgestellt.

Kennzahlen zur Entwicklung der *Innovationsstrategie* sind Bestandteil der strategischen Analyse im Rahmen der ersten Phase des Innovationsprozesses. Im Rahmen dieser Phase steht die Entwicklung der *Innovationsstrategie* im Mittelpunkt. Kennzahlen zur Entwicklung der Innovationsstrategie dienen dazu, wichtige Sachverhalte im Rahmen des Entwicklungsprozesses der Innovationsstrategie zu quantifizieren und somit zur Deckung des Informationsbedarfs während der Analysephase beizutragen. Bevor die Berechnung einzelner Kennzahlen in diesem Bereich dargestellt wird, werden die zugrunde liegenden Ziele der Kennzahlen vorgestellt. Der Innovationsumsatzanteil gibt Auskunft über den wirtschaftlichen Innovationserfolg. Der Umsatzanteil durch Innovationen in neuen Märkten stellt die Analyse des strategischen Markteintrittsverhaltens in den Mittelpunkt. Die relative Marktanteilserhöhung dient als Vergleichswert mit der Konkurrenz im Rahmen des externen Benchmarking. Dabei werden die Marktanteile (MA) vor und nach dem Markteintritt (ME) verglichen. Die Gewinnabweichung wird zur Beurteilung der Gewinnprognose im Rahmen des internen Benchmarking herangezogen (siehe Berechnung 1).

Kennzahlen zur Generierung von Ideen

Kennzahlen zur Generierung von Ideen beziehen sich auf die zweite Phase des Innovationsprozesses. Die Phase befasst sich mit der Identifikation von neuartigen Lösungsansätzen in zuvor definierten Bereichen. Kenn-

Kennzahl	Berechnung
Innovationsumsatzanteil	$= \frac{\text{Umsatz durch innovative Produkte bzw. Dienstleistungen}}{\text{Gesamtumsatz}}$
Umsatzanteil durch Innovationen in neuen Märkten	$= \frac{\text{Umsatz durch Marktneuheiten}}{\text{Gesamtumsatz}}$
Relative Marktanteilserhöhung	$= \frac{\text{Eigener MA nach ME}}{\text{MA grösster Wettbewerber nach ME}} - \frac{\text{Eigener MA vor ME}}{\text{MA grösster Wettbewerber vor ME}}$
Gewinnabweichung	$= \frac{\text{Ist-Gewinn durch innovative Produkte bzw. Dienstleistungen}}{\text{Plan-Gewinn durch innovative Produkte bzw. Dienstleistungen}}$

Berechnung 1: Strategische Innovationskennzahlen

zahlen zur Generierung von Ideen ermöglichen eine Bewertung des Potenzials und der Ergebnisse im Zusammenhang mit der Ideengenerierung.

Bevor die Berechnung einzelner Kennzahlen in diesem Bereich dargestellt wird, werden die zugrunde liegenden Ziele der Kennzahlen vorgestellt. Die durchschnittlichen Innovationsvorschläge pro Mitarbeiter bewerten die Innovationskraft der Mitarbeiter eines Unternehmens und somit das Potenzial zur Generierung von neuartigen Lösungsansätzen. Die Kennzahl der Innovationsweiterbildungstage pro Mitarbeiter kann im Gegensatz dazu als Frühindikator z.B. für die Ideengenerierungsqualität verwendet werden (siehe Berechnung 2).

Operative Innovationskennzahlen

Operative Innovationskennzahlen bezeichnen Masszahlen, die zur Quantifizierung von Sachverhalten im Zusammenhang mit der Umsetzung und Markteinführung von Innovationen dienen. Die Strukturierung der operativen Innovationskennzahlen kann anhand der Phasen des Innovationsprozesses ausgerichtet werden, wobei sich die operativen Innovationskennzahlen auf die vierte und fünfte Phase und die strategischen Innovationskennzahlen auf die ersten drei Phasen des Innovationsprozesses beziehen (siehe Berechnung 3).

Die operativen Innovationskennzahlen zeigen und messen den Projektfortschritt.

Kennzahl	Berechnung
Durchschnittliche Innovationsvorschläge pro Mitarbeiter	$= \frac{\text{Anzahl Innovationsvorschläge}}{\text{Anzahl involvierter Mitarbeiter}}$
Innovationsweiterbildungstage pro Mitarbeiter	$= \frac{\text{Anzahl Weiterbildungstage der Mitarbeiter im Themenbereich Innovation und Innovationsmanagement}}{\text{Anzahl Mitarbeiter}}$

Berechnung 2: Kennzahlen zu Generierung von Ideen

Kennzahl	Berechnung
Fortschrittsgrad	$= \frac{\text{Realisierte Meilensteine seit Projektbeginn}}{\text{Gesamtheit zu realisierender Meilensteine}}$
Time to Market	$= \frac{\text{Erfassung der Zeitspanne von der Ideengenerierung bis zum Beginn der Marketingphase}}{\text{Gesamtheit zu realisierender Meilensteine}}$
Personalanteil in Innovationsprojekten	$= \frac{\text{Anzahl an Innovationsprojekten beteiligter Mitarbeiter}}{\text{Anzahl der Mitarbeiter im Unternehmen}}$
Relative Prozesszeitverkürzung	$= \frac{\text{Realisierte Prozesszeitverkürzung durch Innovationen}}{\text{Alte Prozesszeit}}$

Berechnung 3: Operative Kennzahlen



Innovationskennzahlen auf Projektebene

Innovationen werden durch Innovationsprojekte generiert. Daher sind hier die klassischen Projektkennzahlen relevant. Diese messen den Projektfortschritt und den FTE-Einsatz und die angefallenen Kosten (siehe Abb. 2).

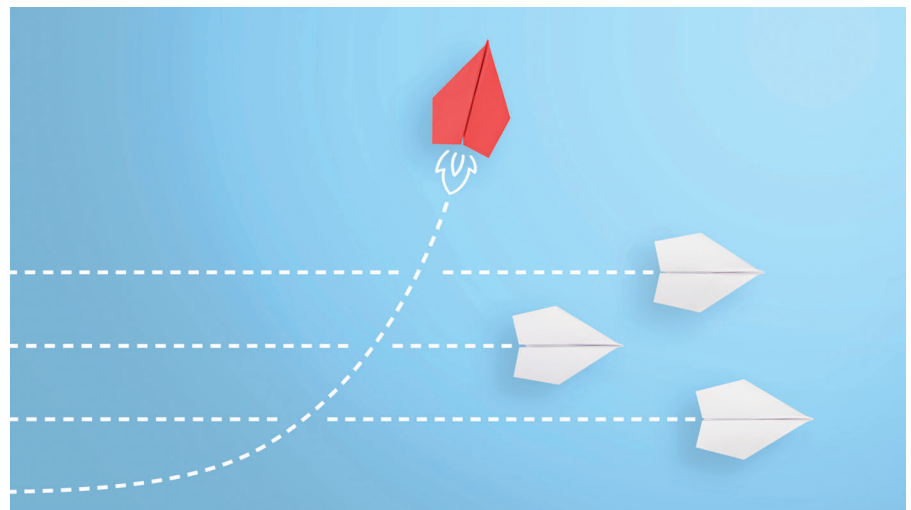
Auf Projektebene sollte man in vier Ebenen integriert steuern, um damit top-down, aber auch bottom-up die Zusammenhänge zu erkennen.

- auf der Projektportfolio-Ebene (Gesamt-Innovationsprogramm)
- auf der Programm-Management-Ebene (Ebene neue Technologie)
- auf der Projektmanagement-Ebene (Ebene digitaler Zwilling)
- auf der Ebene des operativen Linienmanagements (Ebene Datenmanagement digitaler Zwilling)

Kennzahlen auf der Ebene Projekt messen die Zwischenergebnisse des Projekts mithilfe von Frühindikatoren, um den Stand der Arbeit zu dokumentieren. Dadurch wird die Prüfung ermöglicht, ob die Anforderungen hinsichtlich Zeit, Kosten, Projektumfang und Qualität erbracht werden können.

Demnach wird klassisch der Projekterfolg anhand der Termineinhaltung, der Kosteneinhaltung und der Erfüllung der geplanten Leistungsziele definiert.

Festzustellen aus Sicht der Praxis ist jedoch, dass häufig aus der Perspektive des Managements (Sponsor des Projekts) der Pro-



jekterfolg aus betriebswirtschaftlicher Sicht hinzukommt. Also, ob das Projekt auch den betriebswirtschaftlichen Nutzen einführt, wie der Business Case ursprünglich vorgesehen hat. Auch, ob die Erwartungen der Stakeholder (insbesondere des Kunden/der Nutzer) erfüllt wurden, ist eine wichtige Perspektive.

Organisationen müssen hier genau festlegen, welche (Unternehmen > Bereichs > Projekt-) Ziele und welche korrespondierenden Erfolgsfaktoren eine entscheidende Rolle spielen, bevor Kennzahlen definiert werden.

Fertigstellungsgrad

Verhältnis der zu einem Stichtag erbrachten Leistung (Fertigstellungswert oder auch Earned Value) zur Gesamtleistung (Planwert oder Planned Value).

$$\text{Fertigstellungsgrad} = \frac{\text{erreichter Ist-Wert}}{\text{Plan-Wert}}$$

Fertigstellungswert

Der Wert von geleisteten Arbeiten zu einem bestimmten Stichtag wird über den Fertigstellungswert berechnet. Nach DIN 69903 werden unter dem Fertigstellungswert «die dem Fertigstellungsgrad entsprechenden Kosten eines Vorgangs, Arbeitspakets oder Projekts» verstanden.

$$\text{Fertigstellungswert} = \text{geplante Kosten} \times \text{aktueller Fertigstellungsgrad}$$

Kennzahlen-/Messsysteme zur Messung des Projektfortschritts

- Ampelmanagement
- Meilenstein-Trendanalyse
- Earned-Value-Analyse
- Projekt-Scorecards (Project-Balanced-Scorecard in Anlehnung an die BSC-Balanced-Scorecard-Methodik)
- Kennzahlensysteme in COBIT
- Fortschritt in agilen Projekten

Kennzahlen zur Messung von einzelnen Projekten bzw. Innovationen sind eng mit dem Projektmanagement und der finanziellen Nutzenrechnung verzahnt.

So messen Sie den Erfolg Ihres Innovationsmanagements

Wann ist ein Innovationsprozess effizient? Was zeichnet ein erfolgreiches Innovationsmanagement aus?

Dazu dient der Stage-Gate-Prozess nach Cooper. Der Innovationsprozess wird in verschiedene Phasen/Stages unterteilt, und nach jeder Phase gibt es ein Tor (Gate) an dem mit-

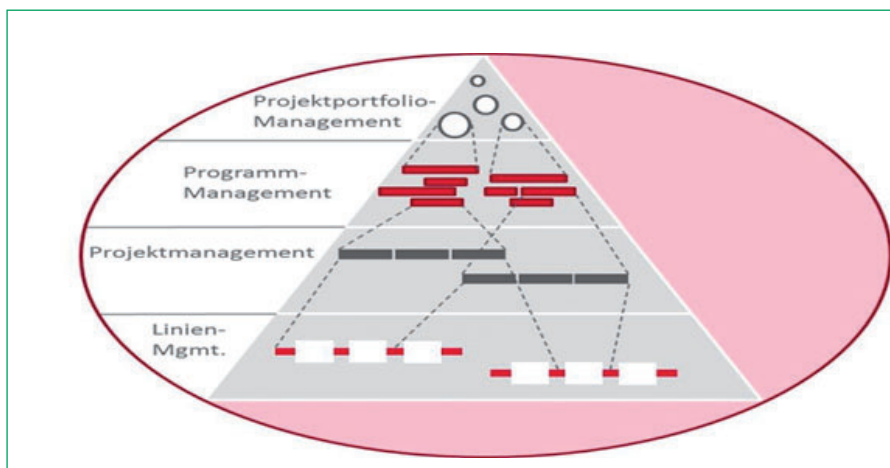


Abbildung 2: Die vier Projektebenen



tels KPI gemessen wird, ob die relevanten Ziele erreicht wurden. Wenn die KPI erfüllt sind, kann das Projekt in die nächste Phase gehen (siehe Abb. 3).

Unternehmen bewerten den Erfolg ihrer Innovationsaktivitäten mit unterschiedlichen Kennzahlen. Die einen fokussieren auf die Quantität, also die Anzahl der Ideen. Die anderen setzen sich mit der Qualität der Ideen auseinander. Naturgemäß sind quantitative Kennzahlen leichter zu ermitteln als qualitative. Denn dort ist die Datenbasis gegeben, bei qualitativen fehlt diese jedoch sehr häufig. Auch die Qualität des Innovationsprozesses oder des Ideenmanagementprozesses kann durch Kennzahlen gemessen werden.

Quantitative Kennzahlen für den Innovationsprozess

Mithilfe quantitativer Kennzahlen messen Sie die Faktoren Ihres Innovationsmanagements, die sich durch Zahlen klar belegen lassen. Zu den wichtigsten gehören:

Anzahl eingereicherter Ideen innerhalb eines bestimmten Zeitraums

Wie viele neue Ideen entstanden innerhalb eines Unternehmens oder eines Bereichs während eines definierten Zeitraums? Dieser Zeitraum kann eine Kampagne sein, die über

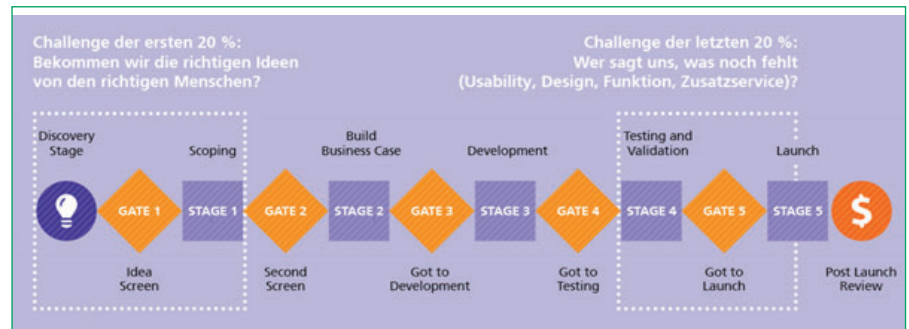


Abbildung 3: Die verschiedenen Phasen des Innovationsprozesses

mehrere Wochen durchgeführt wurde. Oder die Anzahl der Ideen über einen fest definierten Zeitraum, beispielsweise innerhalb eines Jahres.

Ideen pro Mitarbeiter/-in

Diese Zahl berechnet die Anzahl von Ideen in Bezug auf die Mitarbeiterzahl innerhalb eines Bereichs oder eines Unternehmens und lässt sich immer nur in Verbindung mit den strategischen Zielen eines Unternehmens genau definieren. Es gibt Unternehmen, die Qualität statt Quantität als Zielvorgabe für den Innovationsprozess definiert haben. Diese Unternehmen sind gut beraten, qualitative Kennzahlen zu definieren.

Durchlaufgeschwindigkeit

Diese Zahl gibt Auskunft darüber, wie lange

Ideen durchschnittlich in einer bestimmten Stufe verweilen. Wie lange dauert es, bis jemand auf eine Idee reagiert? Wie lange dauert es, bis eine Idee von Experten begutachtet und schliesslich angenommen oder abgelehnt wird? Dieser Wert gibt Auskunft über die Effizienz eines Innovationsprozesses. Wenn Autorinnen und Autoren von Ideen zu lange auf ein Feedback oder eine Begutachtung warten, kann dies zu Frustration führen. Umgekehrt motiviert es Mitarbeitende, wenn sie auf ihre Ideen schnelles fachlich fundiertes Feedback erhalten. In der Praxis ergibt es Sinn, die Durchlaufzeiten von Ideen für jedes Themengebiet separat zu analysieren. Es liegt in der Natur der Sache, dass die Umsetzung einer Geschäftsmodellidee länger dauert als die eines Verbesserungsvorschlags.





Aktivitätsindex

Innerhalb einer aktiven Community ist der Aktivitätsindex ein sehr bedeutender Indikator dafür, auf wie viel Interesse eine Idee stösst. Er setzt sich aus folgenden Werten zusammen: Aufrufzahl der Idee im Vergleich zu anderen Ideen, Anzahl der Kommentare bei dieser Idee im Vergleich zu anderen Ideen sowie Verweildauer auf der Ideenseite im Vergleich zu anderen Ideen. Die Aktivitäten des Ideenautors werden hierbei nicht gemessen.

Nicht immer ergibt sich aus einer hohen Anzahl von Ideen oder aus einem hohen Aktivitätsindex automatisch eine hohe Ideenqualität. Deshalb ist es im Innovationsmanagement erforderlich, neben den rein quantitativen Kennzahlen qualitative Kennzahlen für den Innovationsprozess zu definieren.

Qualitative Kennzahlen für den Innovationsprozess

Die qualitativen Kennzahlen im Innovationsprozess geben Auskunft darüber, wie durchdacht Ideen und Vorschläge sind. Das heisst: Wie detailliert wurden Ideen beschrieben? Wie intensiv wurden weiterführende Fragen beantwortet? Wie werden Ideen von anderen Nutzerinnen und Nutzern sowie Expertinnen und Experten bewertet? Hier finden Sie eine Auflistung der wichtigsten qualitativen Kennzahlen für den Innovationsprozess und Ihr Innovationsmanagement:

Ideentiefe

Dieser Wert gibt Auskunft darüber, wie weit die Ideen ausgearbeitet wurden. Wie viele Autorinnen und Autoren von Ideen haben die Vertiefungsfragen ausführlich beantwortet? Sind die Ideen nur erste Vorschläge, oder haben sich die Autorinnen und Autoren bereits Gedanken über die Umsetzung oder das potenzielle Risiko gemacht? Der Qualitätsindex von Ideen zeigt dies auf. Ein niedriger Qualitätsindex besagt, dass maximal ein Viertel der Konzeptfelder ausgefüllt wurde. Ein mittlerer Qualitätsindex zeigt auf, dass die Hälfte der Fragen beantwortet wurde. Ein hoher Qualitätsindex liegt vor, wenn mindestens drei Viertel aller Fragen beantwortet wurden. Ein sehr hoher Qualitätsindex liegt vor, wenn alle zusätzlichen Fragen beantwortet wurden. Dieser Qualitätsindex kann für jede Idee einzeln angezeigt werden. In der Übersicht erhalten

Ideen- und Innovationsmanager Auskunft darüber, wie hoch der durchschnittliche Qualitätswert von Ideen in den unterschiedlichen Themengebieten und Bereichen ist.

Bewertungen durch Nutzern und Experten:

Um Ideen optimal zu bewerten, werden sie von Nutzern und Experten nach unterschiedlichen Kriterien bewertet. Die Kriterien entsprechen dabei dem Erfahrungshorizont, den die Beurteilenden mitbringen.

Nutzer bewerten Ideen nach anderen (in der Regel weniger) Kriterien, als Experten es tun. Hieraus ergeben sich unterschiedliche Kennzahlen: Wie hoch ist das Bewertungsniveau von Ideen insgesamt? Wie hat sich das Bewertungsniveau innerhalb von mehreren Monaten verändert? Diese Werte geben Hinweise auf mögliche Massnahmen, um das Ideenmanagement bzw. Innovationsmanagement eines Unternehmens zu verbessern. Sinkt beispielsweise das Bewertungsniveau von Ideen innerhalb eines bestimmten Bereichs kann es sinnvoll sein, Mitarbeitende in Fragen wie «Wie formuliere ich eine gute Idee?» verstärkt zu schulen.

Fazit KPI Innovationsmanagement

Das Innovationsmanagement und der Innovationsprozess sind das Herzstück für die Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit und des ertragsstarken Wachstums des Unternehmens. Daher ist dies die Basis für die Zukunftsfähigkeit des Unternehmens und entscheidet über Erfolg oder Misserfolg. Daher sind die relevanten KPIs die zentralen Grössen zur Steuerung des zukünftigen Erfolgs.

Daher reichen rein finanzielle Grössen nicht aus, sondern müssen durch strategische und operative Kennzahlen ergänzt werden, sodass mittels Frühindikatoren rechtzeitig und aktiv eingegriffen werden kann, wenn man sieht, dass die Ziele nicht erreicht werden können.



AUTOR

Prof. Dr. Claus W. Gerberich,
Studium des Maschinenbaus und der Betriebswirtschaft in Karlsruhe, Mannheim und am MIT Cambridge/Boston. Er führt Trainings und Beratungen durch und hat sich dabei auf die Bereiche Unternehmensführung und -strategie sowie Controlling spezialisiert.

Geschäftsdokumente automatisiert austauschen.

Abacus E-Business –
die Software für den elektronischen Dokumentenaustausch

Abacus Forum
E-Rechnung
09.06.2021,
virtueller Event
Anmeldung:
abacus.ch/forum



Ihr Nutzen mit Abacus E-Business

-  Erweiterung der Auftragsbearbeitung mit einem vollständig integrierten Webshop sowie Nutzung von Web-Ticketing
-  Sparen Sie Zeit und Kosten durch die automatische Verbuchung der Belege
-  Alle E-Dokumente werden automatisch ins Abacus E-Dossier revisionskonform abgelegt

Weitere Informationen
finden Sie unter:
abacus.ch/e-business

 **ABACUS**