

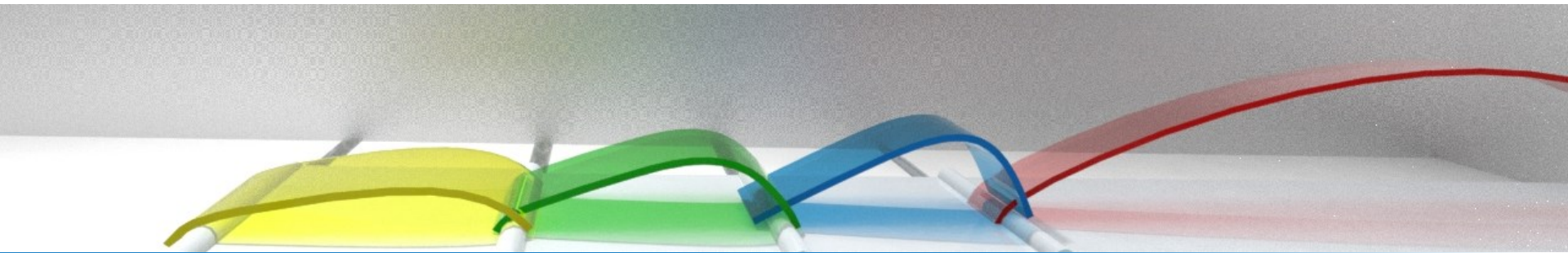
Kunden begeistern mit Neuheiten



**Mit 3 einfachen Schritten entstehen
aus Ideen erfolgreiche Lösungen
und dies mit geringem Einsatz
an Kapital und Zeit.**

Inhalt

Über den Autor	3
GranQuer Methode	7
Phase 1 : Strategie	10
Phase 2 : Konzept	13
Phase 3 : Entwicklung	16
Fazit	19
Aktiv werden	22



Über den Autor



Das Thema „Innovation -wie geht das?“ beschäftigt den Autor Eckhard Gransow seit mehr als 25 Jahren. Die Kenntnisse und Erfahrungen hat er in Artikeln in Zeitschriften und Büchern, sowie in Vorträgen bei Weiterbildungsseminaren veröffentlicht. In seiner langjährigen Tätigkeit als Führungskraft in der Vor- und Serienentwicklung in einem Konzern der Sanitärbranche nutzte und testete er die aktuellen Methoden und Prozesse für die Entwicklung innovativer Produkte.

Auf Basis des theoretischen Wissens und der langjährigen praktischen Erfahrungen im Innovationsbereich sowie den Anforderungen der Industrie hat E. Gransow die GranQuer Methode entwickelt, mit dem Ergebnis, dass mit 3 einfachen Schritten erfolgreiche Neuheiten entstehen.

Die zahlreichen Studien und Untersuchungen aus dem Industriebereich zeigen, dass im Durchschnitt von 100 Innovationsideen nur vier am Markt eingeführt werden und nur die Hälfte davon ist erfolgreich. **Die Erfolgsquote liegt damit bei etwa 2 Prozent der eingesetzten Ideen.**

Es gibt zusätzlich die Vorstellung, so schnell wie möglich zu sein und man lässt einfach aus Zeit- und Kostengründen wichtige Schritte aus. Doch das geht auf Kosten der Qualität des Endergebnisses und man stößt später auf Probleme, die viele Mehraufwände und Kosten mit sich bringen.

Im schlimmsten Fall sind die Mängel nicht korrigierbar, beispielsweise eine fehlende Funktion oder auch zu hohe Herstellungskosten.

3 Gründe, warum Sie weiterlesen sollten

1. Die Methode ist einfach und schnell umzusetzen
→ **Sicherheit im Ablauf**
2. Ein direkter Weg verursacht minimale Kosten
→ **Kontrollierter Prozess**
3. Eine frühe Ausrichtung führt zu erfolgreiche Lösungen
→ **Mehrwert für das Unternehmen**

Unternehmen und Organisationen sind durch die ständige Beschleunigung der Veränderungen in der Gesellschaft und auf den Märkten einem steigenden Druck zur Innovation ausgesetzt.

Der Marktdruck, die Kundenerwartungen und die Technologien fordern die Entwicklung neuer nutzer- und kundenorientierter Produkte.

Neue Ideen müssen deshalb immer schneller und mit weniger Risiko in den Markt gebracht werden.

Der Innovationsprozess ist ein intensiver Prozess, der sehr interdisziplinär und damit meist auch komplex abläuft. Das Ziel aller Innovatoren und vor allem des Managements ist es, so schnell wie möglich ans Ziel zu kommen.

Doch das ist oft bei den vielfältigen Aufgaben nicht so leicht: Strategiefindung, Ideen, Konzeption, Konstruktion, Tests, Marktbefragung, Beschaffung, Herstellung und Vermarktung.

Da kann man tief eintauchen, und sich dabei verzetteln und das Ziel aus den Augen verlieren.

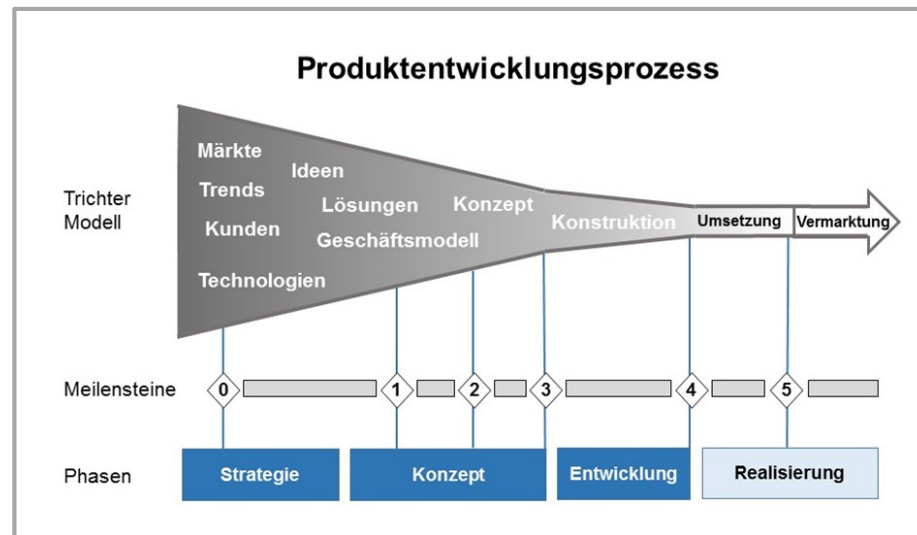
Die schlimmsten Innovationskiller sind:

- Kurzfristiges Denken und Handeln
- Mangelnder Mut für Neues
- Fehlende Ressourcen und Zeitdruck
- Keine klaren Ziele und Konzepte

GranQuer- Methode

Ein Innovationsprozess ist ein intensiver Prozess, der sehr interdisziplinär und damit meist auch komplex abläuft. Das Ziel aller Innovatoren und vor allem des Managements ist es, **so schnell wie möglich ans Ziel zu kommen**.

Viele bekannte Methoden sind sehr kompliziert und nur für Experten der Wissenschaft und für Konzerne geeignet. Zusätzlich werden die einzelne Themen tief und kostenintensiv bearbeitet. Dem **mittelständischen Unternehmen** fehlen aber die internen Ressourcen, die Erfahrung und die finanziellen Mittel.



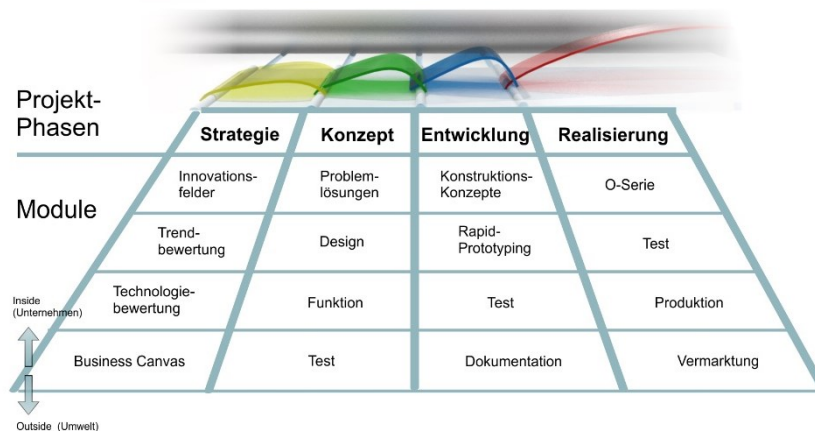
Die Methode GranQuer ist speziell für KMU entwickelt worden.

Es ist ein System mit den 3 Phasen, Strategie, Konzept und Entwicklung.

Auf Basis von bewährten Methoden, Prozessen und Kombinationen entstand die GranQuer-Methode, um kostengünstig und schnell Innovationen zu entwickeln. Das Ziel sind immer aus einer Idee im Markt erfolgreiche Produkte und Dienstleistung zu entwickeln, damit die Kunden begeistert sind, damit eine hohe Nachfrage entsteht.

Mit der ganzheitlichen Betrachtungsweise und dem **Best-Practice-Ansatz** wird aus einer Vision die optimale Lösung entwickelt.

Je nach Aufgabenstellungen werden die wesentlichen Bereiche bearbeitet, um Zeit und Kosten zu sparen. Der Einsatz von Experten und Lieferanten in der frühen Phase führt zu mehr erfolgreichen Neuheiten.



Jede einzelne Phase hat unterschiedliche Themenfelder, die bedarfsgerecht bearbeitet werden. Analysiert und bewertet wird jeweils das **Unternehmen** (inside) und das **Umfeld** (outside).

Erfahrene Experten können bei den einzelnen Schritten beraten und die Umsetzung aktiv betreuen und durchführen.

Mit dieser Methode erreichen Sie folgende Ergebnisse:

- Schneller ein erfolgreiche Produkt im Markt
- Geringere finanziellen Mitteln
- Hindernisse und Schwachstelle werden beseitigt
- Umfassendes Inside- und Outside- Radar

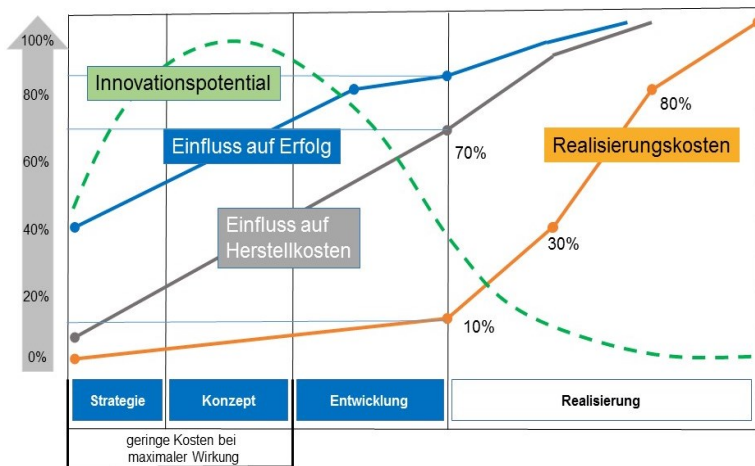
Phase 1 : Strategie



In der ersten Phase der Neuentwicklung beschäftigt man sich mit der Strategie. Der Marktdruck, die Kundenerwartungen und die Technologien fordern die Entwicklung neuer nutzer- und kundenorientierter Produkte.

Dazu entstehen dann im Unternehmen viele Ideen und Vorschläge, aber leider ohne Bewertung hinsichtlich der möglichen Umsetzung und der Zielrichtung. Es fehlen erfahrene Mitarbeiter und Zeit für die Bearbeitung solcher Fragen. Ein Planungssystem für neue Produkte und Innovationen ist nicht vorhanden. Zusätzlich ist Budget für eine langfristige Planung nicht genehmigt.

Kostenverlauf und Einfluss



Die Grafik zeigt den Kostenverlauf und die Einflüsse auf unterschiedliche Faktoren im Laufe des gesamten Prozesses, von der Idee bis zum marktreifen Produkt oder einer Dienstleistung.

In der **Strategiephase** fallen **minimale Kosten** an, aber hier wird über den Erfolg des Produktes entschieden. In der Produktfindungs- und Konzeptphase entstehen die Innovationen. Der Einfluss auf die Herstellkosten des Produktes liegt bei 50 %. Dies ist entscheidend für Umsatz und Gewinn. In der Entwicklungsphase geht es um die technische Realisierung und die Vorbereitung der Serienproduktion. Am Ende der Phase sind nur 10 % der Realisierungskosten für das Projekt verbraucht, aber 70 % der Herstellkosten sind festgelegt.

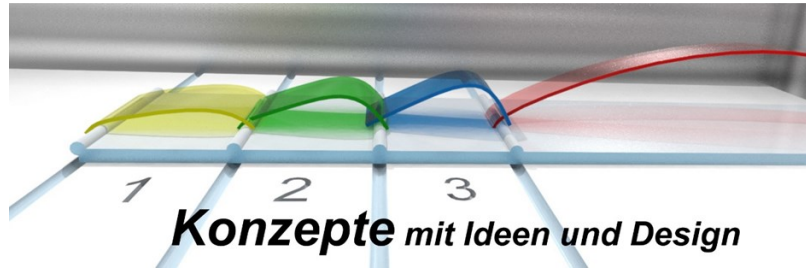
Hilfreich ist in dieser Phase die Nutzung der bekannten Werkzeuge in der Strategieplanung, wie für die Trend- und Technologiebewertung oder Tools für die Geschäftsmodelle. Sinnvoll ist es einen Budgetrahmen und einen Zeitplan schon in der frühen Phase zu erstellen. Da in der Regel die benötigten Fachkräfte und Spezialisten nicht im Unternehmen angestellt sind, gilt es rechtzeitig den **Einsatz von externen Experten** zu planen.

Die GranQuer - Methode beschleunigt die Weiterentwicklung der Ideen zu umsetzbaren Lösungen. In Workshops mit Experten werden zum Beispiel die unterschiedlichen Aktivierungsstufen bearbeitet.

In der Strategiephase erreichen Sie folgende Ergebnisse:

- **Langfristige Perspektiven und Visionen für das Unternehmen**
- **Einblicke, wie sich Märkte und Technologien verändern**
- **Geschäftsplan mit Entwicklungskosten**
- **Roadmap der zukünftigen Produkte**
- **Langfristige Handlungsempfehlungen**

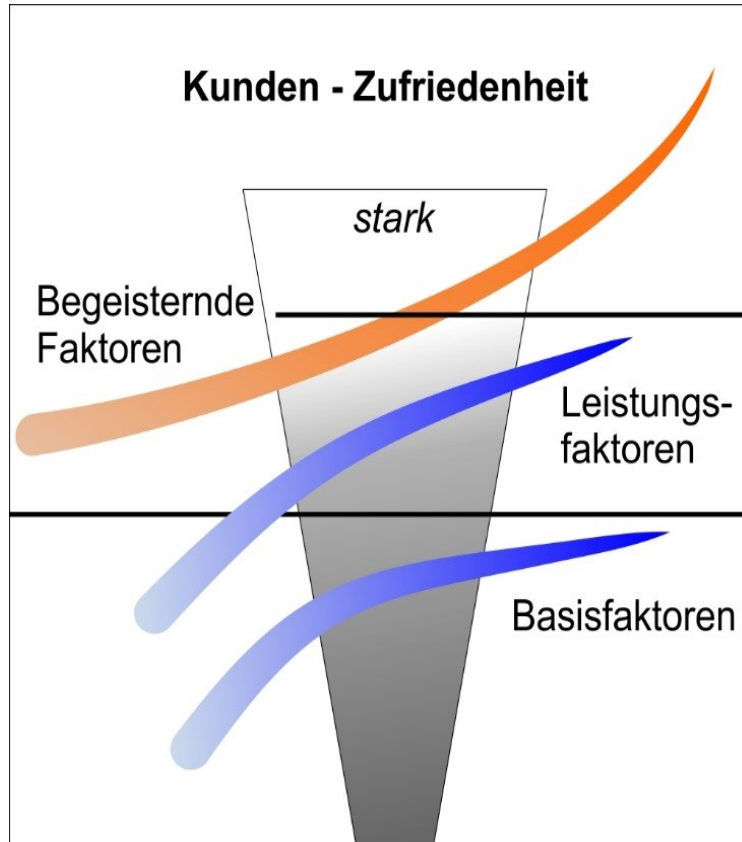
Phase 2 : Konzept



In der zweiten Phase der Neuentwicklung beschäftigt man sich mit den Konzepten. Aufbauend auf den Ergebnissen der ersten Phase werden die **Anforderungen des Marktes, der Kunden** und der **Technologien** tiefer spezifiziert.

Das Problem in dieser Phase ist, dass man ohne strategische Vorinformationen das Projekt startet. Bei sehr hohem Zeitdruck wird der erstbeste Lösungsansatz weiterentwickelt, ohne dass weitere alternative Konzepte erstellt und bewertet werden. Dabei spart man in der ersten Phase Geld und Zeit, aber mit dem hohen Risiko eines unverkäuflichen Produktes. Dies gilt auch für nicht getestete Funktionen, ein schlechtes Design und hohe Herstellkosten.

Kunden begeistern



Die Kunden erwarten, dass die Basisfunktionen zu 100 % erfüllt werden.

Mit Leistungsfunktion grenzt man sich vom Wettbewerb ab. Dies bedeutet mehr Leistung, aber dann günstiger.

Nur Faktoren die Kunden begeistern schaffen eine Alleinstellung.

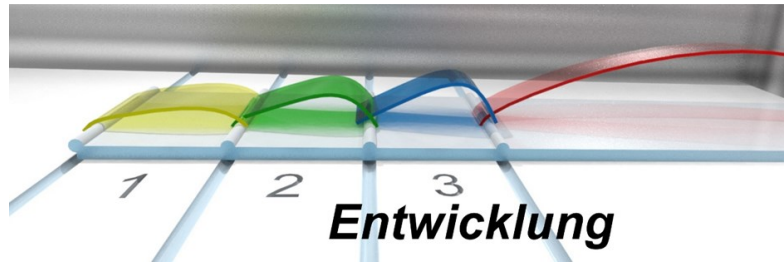
Aus Anforderungen und Ideen entstehen Problemlösungen, wie zum Beispiel Produkte oder Dienstleistungen. Unterschiedliche Konzepte werden hinsichtlich der Gestaltung der der Funktion bewertet.

Hilfreich ist in der Konzept-Phase, dass man viele alternative Lösungskonzepte erstellt, um durch bewertete Ideen das Risiko zu minimieren. Um wirklich erfolgreiche Lösungskonzepte zu ermitteln, ist es notwendig, die zukünftigen Kunden zu verstehen. Für hochwertige und nachhaltige Qualität müssen die technischen Lösungskonzepte getestet werden. Kostenermittlung und Patentrecherchen sind wesentliche Bestandteile für die Freigabe der Entwicklungsphase.

In der Konzeptphase erreichen Sie folgende Ergebnisse:

- **Durch den Test mit Kunden erhalten Sie ein erfolgreiches Design**
- **Funktion und Qualität werden durch unterschiedliche Prüfungen sichergestellt**
- **Herstellkosten und Schutzrechte sorgen für eine Alleinstellung im Markt**

Phase 3 : Entwicklung



In der dritten Phase der Neuentwicklung beschäftigt man sich mit der Entwicklung.

Aufbauend auf den Ergebnissen der zweiten Phase werden nun die ausgewählten **Konzepte weiterentwickelt.**

Die **Designentwürfe** überprüft man hinsichtlich Machbarkeit und Kosten. Mittels der **CAD-Konstruktion** können schnell Muster erstellt und getestet werden. Dies gilt auch für Hard- und Software.

Am Ende der Phase steht die Freigabe zur Serienproduktion.



Das **Problem in dieser Phase** ist, dass man ohne ausreichende Konzepte eine Konstruktionsentwicklung startet. Häufig fehlen dann auch eine langfristige Strategie und ein entsprechender Business Case. Das Ergebnis sind dann oft zu hohe Herstellkosten oder eine fehlende Marktakzeptanz.

Bei Innovationsprojekten findet man häufig ein geringes Wissen über Vermarktungspotentiale und mögliche Hindernisse im Ablauf. In dieser kosten- und zeitintensiven Entwicklungsphase müssen oft Arbeitsschritte wiederholt werden, weil die Vorarbeiten in der Konzeptphase nicht durchgeführt wurden.

Hilfreich in der Entwicklungs- Phase ist ein gutes **Projektmanagement** mit laufender Kontrolle des Budget und der Zeitvorgaben. Durch die frühzeitigen Absicherungen von Detaillösungen, Befragungen und Test vermeidet man aufwendige Schleifen und Wiederholungen. Das Einbinden von externen Konstrukteuren, Experten und Spezialisten reduzieren die Entwicklungszeiten.

In der Entwicklungsphase erreichen Sie folgende Ergebnisse:

- **Fotorealistische Produktdarstellungen aus dem CAD**
- **Funktionsmodelle zur Qualitätssicherung**
- **Designmodelle für Kundenakzeptanz**
- **Dokumentation für die Realisierung der Serienprodukte**

Fazit

Leistungsangebot				
Phasen	Strategie-Findung	Konzept-Entwicklung	Konstruktion	Realisierung
Module				
1	Ermittlung von Innovations-Feldern	Problemlösung Ideation	Konstruktions-Konzepte	O- Serie
2	Trendbewertung	Design	Rapid Prototyping	Test
3	Technologie-Bewertung	Funktion	Test	Produktion
4	Business Canvas	Test	Dokumentation	Vermarktung
Umsetzung je nach Bedarf mit kompetenten Projektpartnern				

- Der **kontrollierte Prozess** sorgt für Sicherheit im Ablauf, eine schnelle Umsetzung und garantierten Mehrwert für das Unternehmen.
- Je nach Aufgabenstellung werden die ausgesuchten Bereiche unterschiedlich intensiv bearbeitet und bei Bedarf die notwendigen **Experten** hinzugezogen.
- Mit den ausgesuchten Lösungen der ersten Stufe ist eine erfolgreiche Umsetzung in der Serienproduktion möglich.

Fazit

- Durch nachhaltiges Coaching und **Know-how der Experten** kann der Innovationsprozess in der Frühphase der Entwicklung durch diese externe Aktivierung sehr stark vorangetrieben werden.
- Anstatt aufwendig Know-how intern aufzubauen, bietet der flexible Einsatz externer Kompetenz viele Vorteile für die Entwicklung erfolgreicher Produkte.
- **Gransow-Innovation** begleitet den Prozess von der Idee bis zur serienreifen Dokumentation.
- Auch mit kleinen Schritten kann internes Wissen aufgebaut und finanzielles Risiko minimiert werden.
- Unser Methode beruht auf einen **ganzheitlichen Ansatz**. Ein **Inside- und Outside-Radar** erhöht die Sicherheit.
- Nach Analyse der Ist-Situation empfehlen wir die entsprechenden Aufgabenpakete. Wir unterstützen mit Beratung oder in der aktiven Umsetzung, sei es im Design oder in der Konstruktion.

Der Innovations-Entwicklungs-Prozess

Der gesamte Innovations-Entwicklungs-Prozess besteht aus **3 Phasen mit je 4 Modulen**. Jedes der 12 Module beinhaltet ca. **10 unterschiedliche Bereiche**.

So entstehen **über 100 Bereiche**, die bei der Entwicklung auf dem Radarschirm bleiben. Diese einzelnen Bereiche werden unterschiedlich intensiv bearbeitet.

In der Strategie-Phase im Modul „Business Case“ gibt es z.B. folgende Bereiche :

Kundenbedürfnisse	Die Kunden und deren Bedürfnisse müssen bekannt sein, um Umsatz zu generieren.
Wettbewerb	Zur Differenzierung zu den vorhandenen Marktbegleitern werden Alleinstellungsmerkmale benötigt.
Wertangebot	Bereits zum Projektstart sollte das Kundenangebot beschrieben sein.
Schlüsselressourcen	Die für die Umsetzung notwendigen Ressourcen an Technologien und Personal werden ermittelt.
Kostenstruktur	Das Wertangebot sollte hinsichtlich Herstellkosten und Preisakzeptanz analysiert sein.
Business Canvas	Mit einem frühzeitigen Geschäftsmodell wird das Risiko des Scheiterns minimiert. Es werden keine Zeit und kein Geld für Luftblasen investiert.

Aktiv werden

Jetzt wo Sie all dies wissen, fragen Sie sich vielleicht, ob und wie Sie diese Methode einsetzen können?

Wenn Sie dies herausfinden möchten, lade ich Sie zu einem **kostenfreien Erstgespräch** ein, um ihnen weiterzuhelfen.

Mehr erfahren Sie auf der Website:

www.gransow-innovation.de

oder Sie senden eine Mail an :

info@gransow-innovation.de