Peter Druckers 7 Quellen der Innovation

Eine Anleitung für die systematische Suche nach Innovations-gelegenheiten

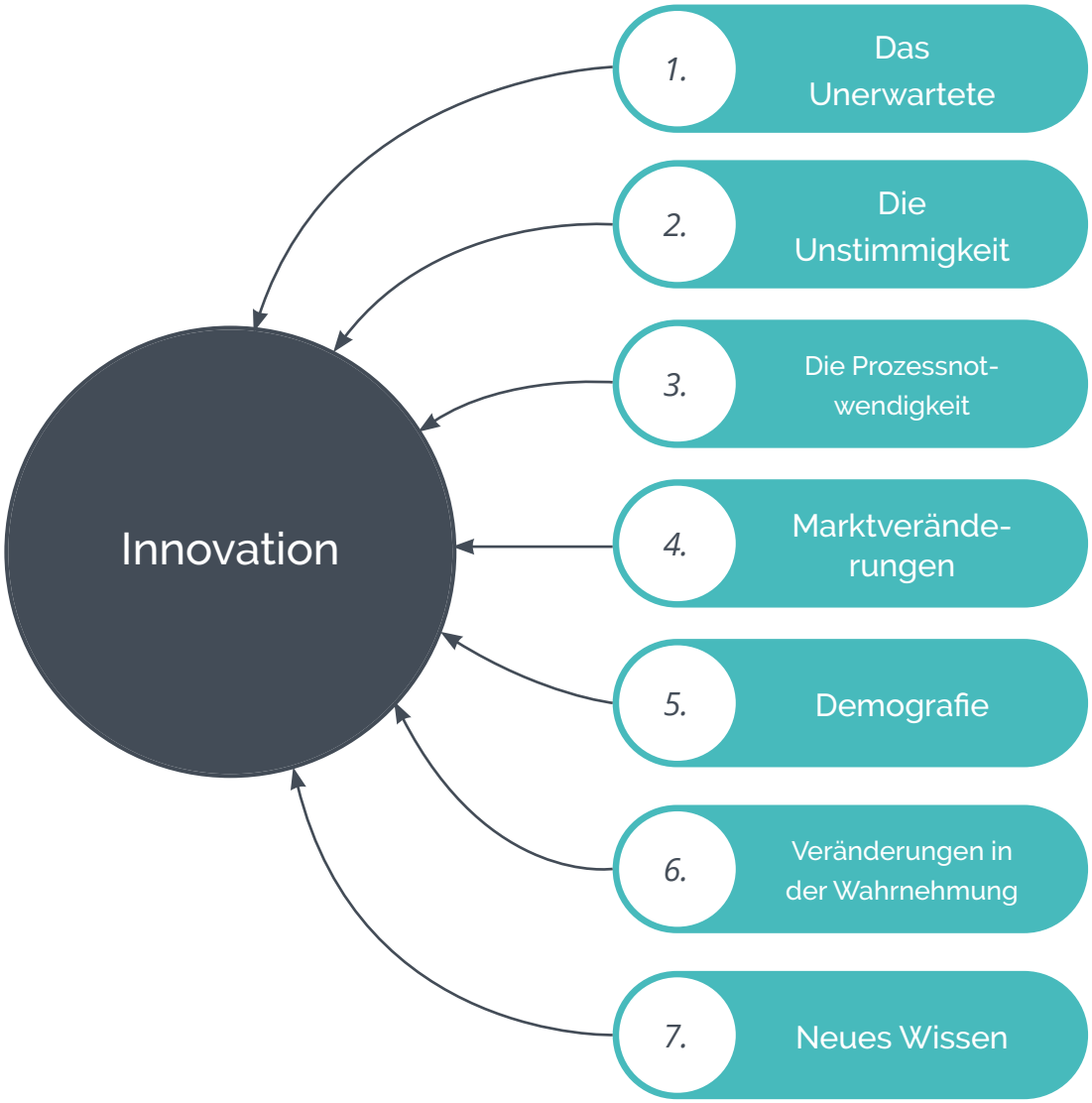
Peter Druckers 7 Quellen der Innovation

Eine Anleitung für die systematische Suche nach Innovationsgelegenheiten

Der amerikanische Ökonom Peter Drucker war einer der einflussreichsten Managementdenker. Er hat die wichtigsten Entwicklungen in Wirtschaft und Management vorhergesehen und mitgestaltet. Er gilt als Pionier der modernen Managementlehre und als origineller und unabhängiger Denker.

Als Orientierungspunkte für die systematische Suche nach Ideen hat er die 7 Quellen für innovative Gelegenheiten beschrieben:

Quelle: Peter F. Drucker (1985): Innovation and Entrepreneurship



1.
Das Unerwartete (The Unexpected)

Innovationen entstehen oft unerwartet – durch Zufall. So sind zahlreiche Innovationen in der Geschichte der Menschheit reine Zufallsprodukte, die entstanden, während man eigentlich nach etwas anderem gesucht hat.

Auch Alfred Nobel entdeckte durch einen Zufall 1875 das Dynamit.

Als eine Ladung Nitroglycerin, mit dem er zu der Zeit experimentierte, auslief und sich mit Kieselpulver verband, haben die beiden Stoffe eine formbare Masse gebildet, Dynamit.

Ein anderes Beispiel sind Post-its. 1968 versuchte Spencer Silver einen neuen Superkleber zu entwickeln. Heraus kam allerdings das Gegenteil – eine klebrige Masse, die sich leicht wieder von Flächen entfernen ließ. 1974 nutzte sein Kollege Art Fry diese Masse zur Entwicklung der berühmten Post-its.

2.
Die Unstimmigkeit (The Incongruity)

Die Unstimmigkeit zwischen dem Zustand, wie er sein sollte, und dem Zustand, wie er ist, kann ebenfalls zu Innovationen führen. Die Beobachtung von Fehleinschätzungen oder Fehlinterpretationen anderer Marktteilnehmer bietet häufig die Gelegenheit bessere Lösungen zu entwickeln und anzubieten.

Als Ikea in den 80er Jahren erste Filialen in den USA eröffnete, war man sehr überrascht vom Absatzerfolg einiger Vasen. Allerdings beruhte der Verkaufserfolg nicht auf der amerikanischen Vorliebe für Blumen, sondern auf dem Bedürfnis nach großen Trinkgläsern – eine klassische Fehleinschätzung der Geschäftsleitung.

3.
Die Prozess-Notwendigkeit (The Process-Need)

„Die Not ist die Mutter der Erfindungen“ und somit die Mutter der Innovationen. Veränderungen am Markt, in der Industrie oder im Unternehmen führen häufig zu neuen Herausforderungen. Beispielsweise müssen neue Kundenbedürfnisse bedient werden oder bestimmte Inputs stehen nicht mehr für die Produktion zur Verfügung. Damit entsteht die Notwendigkeit, neue Strukturen, Prozesse oder Produkte zu gestalten.

Auf diese Weise entstand das Mikroskop. Es wurde aus der Notwendigkeit heraus entwickelt, tiefer in die mikrobielle Welt einzutauchen.

4.
Marktveränderungen (Industry and Market Structure Change)

Industrie und Markt befinden sich im ständigen Wandel. Regulierungen ändern sich, neue Kundenbedürfnisse entstehen oder Konkurrenten bringen neue Produkte auf den Markt. Diejenigen, die diese Veränderungen zuerst beobachten, erkennen möglicherweise Gelegenheiten zur Einführung neuer Produkte oder Dienstleistungen.

Ein Beispiel hierfür ist der Beginn des Smartphone-Zeitalters. Als Apple 2007 das erste moderne Smartphone auf den Markt brachte, entstand plötzlich eine völlig neue Branche für App-Entwicklungen jeglicher Art.

5.
Demografie
(Demographics)

Verschiedene Bevölkerungsgruppen haben jeweils eigene Lebensstile und Bedürfnisse. Verändern sich diese Gruppen im Zuge des demografischen Wandels, so kann das dazu führen, dass bestimmte Bedürfnisse in den Vordergrund rücken, die eine Quelle für entsprechende Innovationen sein können. Beispielsweise steigt der Anteil der älteren Menschen in den Industrieländern konsequent und somit steigt auch die Nachfrage nach Produkten zur Erhaltung der Bewegungsfähigkeit.

1978 entwickelte die schwedische Krankenpflegerin Aina Wifalk eine Gehhilfe auf Rädern, auch Rollator genannt, die körperlich beeinträchtigten Menschen durch den Alltag helfen sollte. Seitdem wurde das Konzept stetig weiter entwickelt. Ein Beispiel dafür ist der Carbon Ultralight des dänischen Unternehmens byACRE. Die Kohlefaserelemente sorgen für ein geringes Gewicht des Rollators und durch die Faltbauweise lässt er sich einfach einklappen und transportieren.

Quellen:
http://svensktuppfinnaremuseum.se/aina-wifalk/
https://www.byacre.com/de/design-konzept/carbon-ultra-light-rollator-design/
Bild:
https://www.byacre.com/press-release-carbon-ultralight-rollator-wins-red-dot-design-award/

6.
Veränderungen in der Wahrnehmung (Changes in Perception)

Auch eine veränderte Wahrnehmung der Dinge kann Innovationen hervorrufen.

Früher wurde dem Übergewicht keine besondere Beachtung geschenkt. Man aß, weil es schmeckte und gesundheitliche Nachteile waren größtenteils unbekannt. Die gesellschaftliche Wahrnehmung hat sich diesbezüglich jedoch in den letzten Jahrzehnten stark verändert. Heute wird Fettleibigkeit als ungesund angesehen und die Menschen haben jetzt das Bedürfnis, schlanker und somit gesünder zu leben. Diese veränderte Wahrnehmung bildete die Grundlage für die Markteinführung einer Vielzahl an gesunden und kalorienarmen Lebensmitteln.

7.
Neues Wissen
(New Knowledge)

Neue Erkenntnisse sind ebenfalls Quellen für Innovationen. Neues Wissen ebnet den Weg für neue Produkte und Dienstleistungen, die manchmal lebensverändernd sein können. Hier ist insbesondere das Gesundheitswesen als forschungsintensive Branche zu nennen. Neue Medikamente, neue Technik oder neue Behandlungsmethoden sind oft das Ergebnis jahrelanger wissenschaftlicher Arbeit.

Natürlich existieren auch noch weitere Quellen für Innovationen, die über den Ansatz von Peter Drucker hinausgehen. Innovationen können genauso gut aus Leidenschaft oder Abenteuer oder sogar aus einem Hobby heraus entstehen.

ELLIPSE

Dieses Dokument entstand im Rahmen des Projekts

ELLIPSE – Locating and Leveraging the Intrapreneurship Potential of Small Enterprises

In Kooperation mit

TECHNOLOGIETRANSFER UND INNOVATIONSFÖRDERUNG MAGDEBURG GmbH

OTTO VON GUERICKE UNIVERSITÄT MAGDEBURG

Gefördert aus Mitteln des Europäischen Sozialfonds und des Landes Sachsen-Anhalt im Rahmen des Programms „Sachsen-Anhalt transnational“

HIER INVESTIERT EUROPA
IN DIE ZUKUNFT UNSERES LANDES.
www.europa.sachsen-anhalt.de

SACHSEN-ANHALT

EUROPÄISCHE UNION
ESF
Europäischer Sozialfonds