

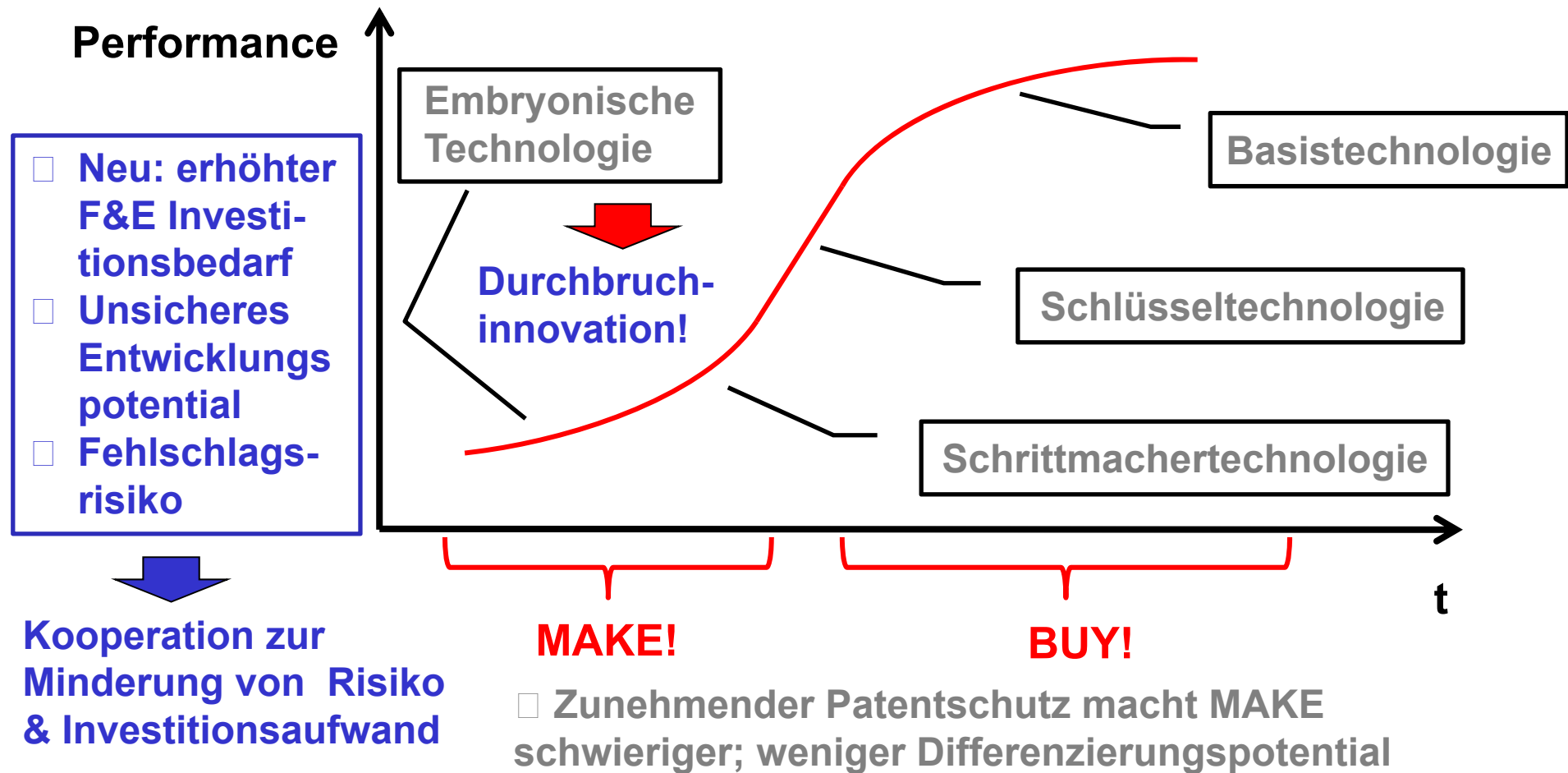
# Förderung von Durchbruchinnovationen – Zwei Wege der Kooperation

**Lucie  
Ayissi**



**Tom  
Kaiser**

## Make or Buy?





## Kooperation



### Lead User

- Definition
- Einbindung in den Innovationsprozess
- Vor- / Nachteile

### Unternehmenskooperation

- Analyse anhand einer realwirtschaftlichen F&E Kooperation

# Was versteht man unter Lead User?

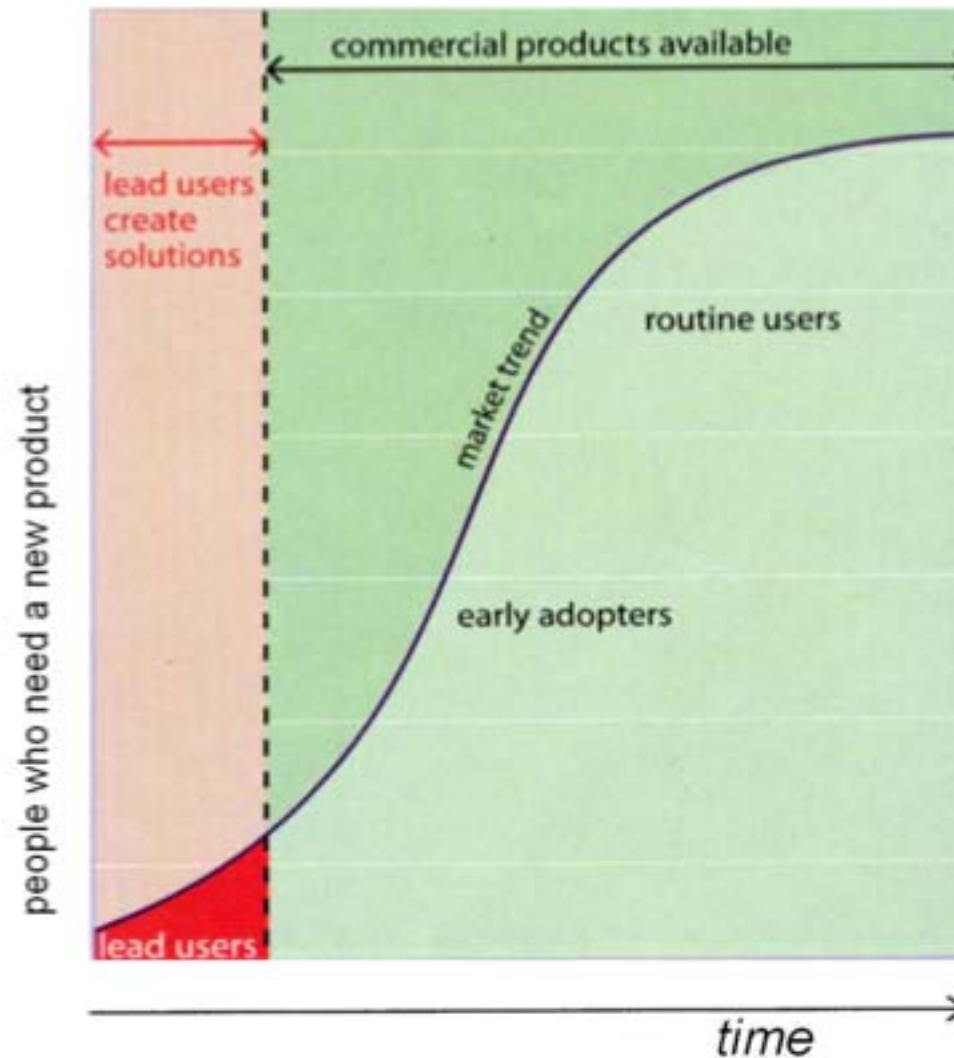
## Lead User

□ Firmen, Gruppen oder Individuen, die sich in einem Anwendungsfeld intensiv mit einem Problem auseinandersetzen, für das es auf dem Markt noch keine passende Lösung gibt. Sie sind fortschrittliche Anwender und erkennen zeitig die Bedürfnisse, die später vom Massenmarkt nachgefragt werden.

Diese Bedürfnisse nach neuartigen Produkte eilen die Nachfrage normaler Konsumenten oft Monate oder Jahre voraus.

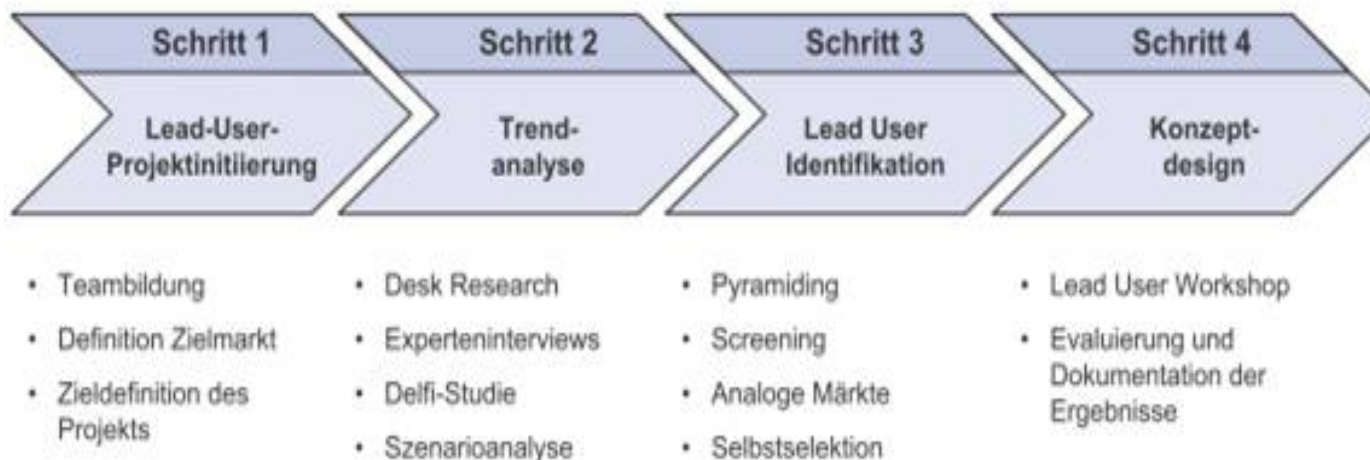
Als **Schlüsselressourcen für Innovationskonzepte** zu Beginn eines Innovationsprozesses profitieren Lead User sehr frühzeitig in starkem Maße von Innovationen, die die von ihnen vorher verspürten Bedürfnisse erfüllen können.

# Klassifikation der Nachfrager nach Rogers



## Ziel des Lead User Ansatzes

- Einbindung dieser trendführende Nutzer (Lead User) in den Entwicklungsprozess, um gemeinsam mit ihnen Ideen und Konzepte für neue Produkte zu generieren.



### Ablauf des Lead User-Ansatzes

**Berücksichtigung von Userbedürfnissen bei der Entwicklung neuer Produkte**  **Erhöhung der Markterfolgswahrscheinlichkeit.**

**Daher sind Lead User geeignet mit dem Unternehmen für die Erarbeitung einer Lösung bzw. einer Durchbruchinnovation zu kooperieren.**

**Die Einbindung von Usern in den Innovationsprozess bei Durchbruchinnovationen macht Sinn.**

**Inkrementellen Innovationen haben ein geringeres Fehlschlagsrisiko, da sie bereits etablierte Produkte /Prozesse nur geringfügig verbessern. Daher ist ein teurer Lead User-Einsatz i.d.R nicht nötig.**

**Lead User**  **Verringerung des Fehlschlagrisikos**



# Vor- / Nachteile

Vorteile	Nachteile
1- Identifikation von Kundenbedürfnissen und innovativen Lösungen	1- Der Kunde springt ab, Markt erweist sich als zu klein
2- Bessere Ermittlung der zukünftigen Marktentwicklungen	2- Verzögerung der Produkteinführung durch den Lead User
3- Gewinnung von Informationen über Wettbewerber	3- Höherer Zeit- und Personalaufwand
4- Verbesserung der Qualität durch Kundenorientierung	4- Informations- und Kommunikationsprobleme
5- Verbesserung von <ul style="list-style-type: none"> <li>- Funktionalität</li> <li>- Preis-Leistungsverhältnis</li> <li>- Service</li> </ul>	5- Identifikationsprozess <ul style="list-style-type: none"> <li>- Aufwendig</li> <li>- Kostenintensiv</li> <li>- Fehlerpotential</li> </ul>



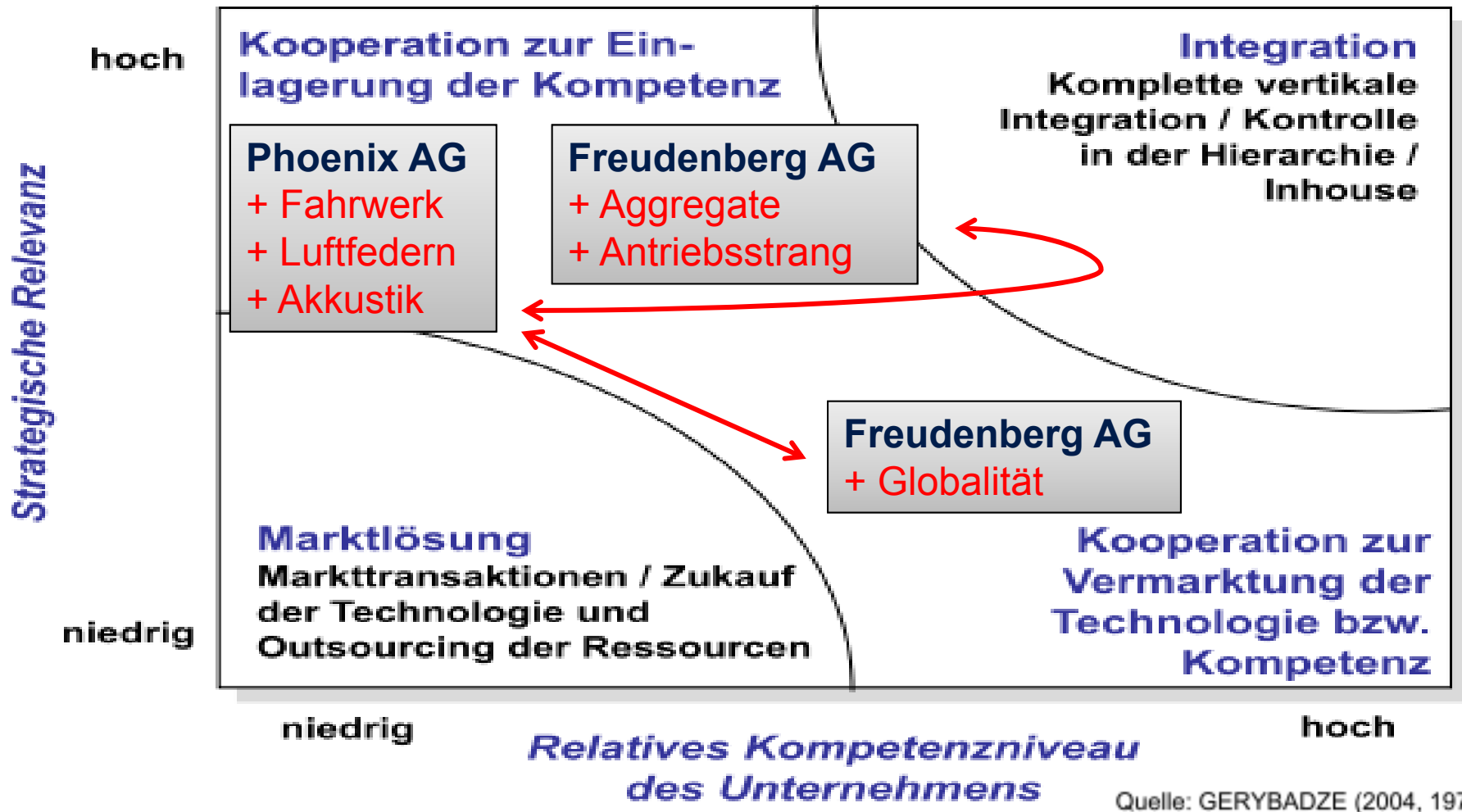
## Tiefe von Kooperationen



<http://wiki.ugotit.de/index.php/Kooperationsmanagement>

- **Textbeispiel Vibrakustik AG: Innovative Systemlösungen beim „Noise-Management“ im Fahrzeugbau**

# Unternehmenskooperation



## □ Strategischer Fit: Ausgleich asymmetrischer Kernkompetenzen

## Zusammenfassung

- ❑ **Minderung des Einzelrisikos & Investitionsaufwand**
- ❑ **Ausgleich und bessere Nutzung asymmetrisch verteilter**

### **Kernkompetenzen**

- ❑ **Schnellere Entwicklung von (Durchbruch-) Innovationen**  
**in Zeiten sich allg. verkürzender Produktzyklen**

- ❑ **Schnellere Schaffung und Verbreitung von**  
**technologischen Marktvorsprüngen**

- ❑ **Potentiell höherer wirtschaftlicher Erfolg (Gewinn)**

## Kooperation – Gemeinsam voran



<http://www.uwe-otto.de/spezial/kooperation/gestaltung/pic-kooperation3.gif>

## Textbeispiel: Vibrakustik AG

- Innovative Systemlösungen beim „Noise-Management“ im Fahrzeugbau

Asymmetrisch verteilte  
Kernkompetenzen

### Phoenix AG

- + Fahrwerkssystemkompetenz
- + Akustikkompetenz
- + Luftfedern

### Freudenberg AG

- + Aggregatesystemkompetenz
- + Antriebsstrangkompetenz
- + Globalität