

Wie erfüllen wir unseren Innovationsanspruch?

1. Innovation der derzeitigen Produkte sichtbar machen

AP: -> Punkt 1a: Produktmarketing

Robert, Julia

1a. Aufbau Produktmarketing

- Technology <-> Market <-> Business

AP: siehe 1

2. Innovations“trichter“

AP: Wolfgang

3. Transparenz

- Idee -> Roadmap -> Motivation für nächste Ideen
(Auch Ideen für Arbeitserleichterung)

AP:

4. Umsetzung - Raum für Innovation / Ideen

- Zeitbudget
- keine 100% Verplanung auf Projekte
- Aufnahme in Unternehmenskultur
- Gespräch mit Organisationsentwickler?

AP: Karl

5. „Idee“ heißt nicht nur Neues

- Verbesserung der Bedienung
- Neue Businessmodelle
- Addons
- ...

AP: siehe 2 & 4

6. Ermutigung für Ideen außerhalb der bestehenden Produkte/Technologien

AP: siehe 2 & 4

7. Teilnahme an Kongressen und Standardisierungsgremien

- Networking
- Partnermanagement

AP: Robert