

5.2.1.1 Maßnahmen für Kleinunternehmen

1. Förderung einer Unternehmenskultur mit starker Kundenorientierung, am besten durch die Rekrutierung von Schlüsselpersonen welche die Märkte kennen
2. Strategischer Aufbau eines Netzwerks aus Entwicklungspartnern (Universitäten, spezialisierten Dienstleistern), Vertriebspartnern (Schlüsselkunden, Marktexperten,...), rechtliche Generalisten und Ökonomen.
3. Schutz des geistigen Eigentums durch frühzeitige Patentierung zur Sicherung der Verwertung
4. Interdisziplinäre Tätigkeiten mit Experten des Netzwerks ausführen um schnell Erfahrungen zu sammeln und daraus zu lernen und die Unsicherheit in der Planung zu minimieren. Abgeschlossene Projekte bewerten und aus den Fehlern lernen.
5. Schaffung von formalen Strukturen durch die Definition einer Vision mit der Formulierung einer Strategie. Einführung von Prozessen und Erarbeitung von notwendigen Schnittstellen um eine effiziente Kommunikation zu ermöglichen.
6. Aus der Strategie sollen Ziele mit Hilfe einer Balanced Score Card abgeleitet werden und anschliessend mit jedem Mitarbeiter Maßnahmen zur Umsetzung vereinbart werden.

5.2.1.2 Maßnahmen für Grossunternehmen

1. Vermeidung einer internen Prozessorientierung, indem unternehmensweit der Kunde und der Markt ein starker Teil der Kultur sein müssen. Dazu müssen Schnittstellen geschaffen werden die alle unternehmerischen Bereiche in Kontakt mit dem Kunden bringen.
2. Aufbau eines weltweiten externen Netzwerks mit Marktzugang zu den strategisch relevanten Geschäftsfeldern. Suche nach Synergien aus der Kooperation mit komplementären Branchen. Z.B. Unterhaltungselektronik in der Fahrzeugindustrie.
3. Um radikale neue Produkte intern hervorzubringen muss man Freiräume schaffen und auch zweckungebunden Budgets zur Verfügung stellen. Freiräume müssen sowohl der Entwicklung als auch dem Marketing gewährt werden. Externe Kooperationen können helfen den Entwicklungsprozess zu beschleunigen.
4. Förderung der sekundären Erfolgsfaktoren durch Reorganisation in mittelgrossen, selbstständigen Einheiten mit kurzen Entscheidungswegen und Eigenverantwortung über die Ressourcen.
5. Budgetvorgaben sollten flexibel gestaltet werden. Durch Schaffung interner Freiräume, in welche zweckungebunden investiert wird, können kreative Personen frei forschen und unerwartete Erfolge hervorbringen.
6. Vermeidung von aufeinander folgenden formalen Schnittstellen durch die Implementierung direkter informeller Schnittstellen zwischen Schlüsselpersonen. Z.B. Entwickler – Kunde, Entscheidungsträger – Projektteam, Entscheidungsträger – Kunde. (siehe auch Abbildung 19)