

# PbS Innovation



## Nutzung kreativer Ressourcen in der Produktentwicklung

Der Innovationsdruck für Unternehmen wächst. Durch die starke Dynamik der Märkte, in denen der Konsument als Treiber eine wichtige Rolle spielt, werden in immer schnellerem Rhythmus markt- und kundengerechte Innovationen gefordert. So kommt es zu kürzeren Produktlebenszyklen, zu geringeren Reaktionszeiten und zur weiteren Ausdifferenzierung der Märkte. Damit wird es für Unternehmen immer schwieriger neue Produkte hervorzubringen. Das wesentliche Unterscheidungsmerkmal zum Wettbewerb bleibt oft nur noch der Preis.

Innovationspotenziale müssen erschlossen werden

- Intern: Zum Beispiel durch den kreativen Austausch von Mitarbeitern verschiedener Unternehmensbereiche
- Extern: Durch die Einbeziehung von Konsumenten (Lead User, Early Adopters), Experten oder kreativen Profis

PbS Innovation bietet einen strukturierten Prozess von der kreativen Ideenfindung bis zur Produktentwicklung an. Ziel ist es,  
- schnell und effizient  
- neutral in der Bewertung  
- unter Einbeziehung der internen Potentiale  
- und unter Berücksichtigung der Konsumentensicht (von Anfang an)

**echte Innovationen** zu entwickeln.

Denn der Erfolg einer Innovation hängt maßgeblich vom **Innovationsgrad** ab.

## Produktentwicklung auf der Basis integrierter Methoden

Der durch PbS gesteuerte Innovationsprozess nutzt unternehmensinterne Potenziale ebenso wie Wissen und Kreativität relevanter externer Quellen. Er verzahnt Marktforschung und Produktentwicklung systematisch, um den Ideenfluss zu fördern und in zukunftssträchtige Bahnen zu lenken.

**Diese Integration von Marktforschung und Beratung sowie der internen und externen Sicht zeichnet PbS Innovation aus.**

**Ergebnis** dieses integrierten Innovationsprozesses:

- Entwicklung eines vertieften Marktverständnisses
- Generierung von Ideen mit professionellen Kreativitätsmethoden
- Filterung, Bewertung und Prüfung von Ideen und ihre Umsetzung in Konzepte
- Test von Konzepten durch Konsumenten / Nutzer

## Produktentwicklungen aus der Perspektive des Marktes

Produktentwicklungen werden in vielen Unternehmen aus einer Innensicht heraus getrieben und bearbeitet. Die Marktsicht, der Kunde, steht häufig erst am Ende des Prozesses.

Gerade durch die Perspektive des Kunden aber entstehen in den frühen Phasen des Innovationsprozesses förderliche, kreative Impulse:

- Der „Horizont“ wird erweitert; man bekommt einen neuen Blickwinkel
- Innovationen orientieren sich am Markt und damit an den Wünschen und Bedürfnissen der Konsumenten/ Endverbraucher.

Optimalerweise ist ein „Innovationsteam“, bestehend aus Vertretern der relevanten Funktionsbereiche (F&E, Marketing, Produktentwicklung usw. = "Cross Functional Team") beim Kunden für den Innovationsprozess verantwortlich und begleitet diesen.

Der Prozess beginnt mit einer Phase der „Ideenfindung“ bestehend aus drei Modulen



An die Phase der „Ideenfindung“ schließt sich die „Ideenprüfung“ mit ebenfalls 3 Modulen an:



Im Gegensatz zu anderen Innovations-Strategien wird der bestehende Kunde bei diesem Vorgehen von Anfang an mit einbezogen. Am Ende des Prozesses kommt die Sicht des Zielkunden hinzu.

## Der Ablauf von PbS Innovation

Das PbS-Angebot wird nach dem Briefing - entsprechend der Wünsche und Bedürfnisse des Unternehmens maßgeschneidert.

Es kann den gesamten Produktentwicklungsprozess oder nur einzelne Module umfassen - je nach Bedarf und Schwerpunktsetzung.

## PbS Innovation erhöht die Erfolgsquote

Aus Forschungen wissen wir, dass

- ca. 70 % der Konsumenten, die sich Innovationen wünschen, eine echte Qualitäts- und Leistungsverbesserung fordern.
- 2/3 aller Innovationen im 1. Einführungsjahr scheitern, 60% davon am Konzept.

- die Vermarktung bzw. Kommunikationsleistung einen Mangel an Qualität oder Leistung nicht kompensieren kann
- der Erfolg eines Konzeptes maßgeblich durch den Grad der Innovation und durch die Marke bestimmt wird.

PbS Innovation berücksichtigt diese Erkenntnisse.



**Marktanalyse & Beratung**

PbS AG  
Infanteriestraße 19 Haus 4a  
D-80797 München

tel + 49 - 89 - 30 65 82 - 0  
fax + 49 - 89 - 30 65 82 - 101  
mail pbs@pbs-ag.de  
web www.pbs-ag.de