

# Open Innovation Partnership:

## Kooperative Produktentwicklung zwischen Lieferanten und Hersteller

Die Entwicklung innovativer Produkte sichert die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen in künftigen Märkten. Doch wie erreicht man dies bei hohem Kostendruck? Haben Abnehmer bislang den Kostendruck an ihre Lieferanten weitergereicht, etablieren sich heute zunehmend neue Kooperationsformen. Nur bei enger Vernetzung über den gesamten Innovationsprozess profitieren alle Partner.

Technologieorientierte Branchen (z.B. Maschinenbau, Automotive, Elektroindustrie) haben durchweg FuE-Ausgaben von 3 bis 7% vom Umsatz, die sich künftig auch absolut noch weiter erhöhen. Die Ursachen liegen in wachsender Produkt- und Technologiekomplexität und höherer Variantenvielfalt.

Den hieraus resultierenden Anforderungen kann nur durch ein zielgerichtetes und umfassendes Innovationsmanagement begegnet werden. Hierbei wird die Kooperation mit unternehmensexternen Partnern (Lead User, Systempartner, Schlüssellieferanten, Dienstleister) deutlich zunehmen. Dieses, im Gegensatz zur lange vorherrschenden „Closed-Innovation“-Haltung als Open Innovation bezeichnete Organisationsprinzip zielt auf die konsequente Berücksichtigung externer FuE-Ideen und Kompetenzen über den gesamten Entwicklungs- und Vermarktungsprozess. Mit Open Innovation gewinnt man aber nicht nur zusätzliche Ressourcen, sondern kann durch Kräftebündelung auch neue Marktstandards schaffen. Open Innovation setzt sich mittlerweile auf breiter Front durch (populäre Beispiele sind Boeing 777, Elektrofahrzeuge oder Linux). Sehr gute Erfahrungen haben wir im Bereich Maschinen-/Anlagenbau (Mechatronik) und Automotive gemacht. Eine besondere Rolle kommt dabei der engen Kooperation zwischen Produkthersteller und Schlüssellieferanten zu, der sogenannten Open Innovation Partnership (OIP).

In Anlehnung an den grundlegenden Open Innovation Gedanken zielt die OIP auf die aktive, gemeinsame Nutzung der bei den beteiligten Partnern vorhandenen Ressourcen, die für eine vernetzte Entwicklung und Vermarktung von Neuprodukten notwendig sind.

Eine auf OIP basierende kooperative Produktentwicklung bietet insbesondere die Vorteile des erhöhten fit-

to-market des Neuproduktes sowie der Reduzierung des time-and-cost-to-market. Diese Vorteile kommen aber nur zum Tragen, wenn einige erfolgskritische Anforderungen berücksichtigt werden.

So muss das Design der Entwicklungsprozesse der Partner aufeinander abgestimmt und vernetzt sein. Die Architektur des Neuproduktes sollte hinreichend modular und intelligent sein, um FuE-Ergebnisse aufnehmen zu können. Mitarbeiter der Partner sollten auf eine derartig enge Kooperation vorbereitet werden, um die notwendige Akzeptanz für unternehmensexterne Lösungen aufzubauen. Entscheidend sind sowohl die Fähigkeit als auch die Bereitschaft, externes Wissen aufzunehmen und internes Wissen zu teilen. Schließlich bestehen besondere Anforderungen an die Vertragsgestaltung (v.a. Patente, Intellectual Property, Geheimhaltung).

Bei richtiger Umsetzung ergeben sich stabile win-win-Situationen für alle beteiligten Partner.

**Autor: Dr.-Ing. Josef Wüpping**

**Dr. Wüpping Consulting GmbH**

**Lennerhofstraße 162**

**44801 Bochum**

**Telefon: + 49 (0)234 97835 - 0**

**E-Mail: [info@wuepping.com](mailto:info@wuepping.com)**

**[www.wuepping.com](http://www.wuepping.com)**