



Bild: Freepik.com. Dieses Cover wurde mit Ressourcen von Freepik.com erstellt.

PANIWO White Paper Serie: White Paper No. 2 | April 2022

# Ideenmanagement-Software

## Ein Vergleich

Elisabeth Bergfeder – Universität Rostock  
Marcus Triller – Universität Rostock  
Michael Fellmann – Universität Rostock

Dieses Forschungs- und Entwicklungsprojekt wird im Rahmen des Programms „Zukunft der Arbeit“ (FKZ 02L17C610) vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) und dem Europäischen Sozialfonds (ESF) gefördert und vom Projektträger Karlsruhe (PTKA) betreut. Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung liegt beim Autor

## Ideenmanagement als erfolgskritisches Instrument zur Aktivierung ungenutzter Potenziale und Dynamisierung von Innovationsprozessen

2,4x

höher ist der wirtschaftliche Gewinn von Unternehmen, die eine konsistente Innovationsstrategie verfolgen. [3].

Die gegenwärtige Situation, durch die sich Unternehmen konfrontiert sehen, ist durch eine massive Beschleunigung von Veränderungsprozessen sowohl in unserem wirtschaftlichen als auch gesellschaftlichen Leben geprägt. Getrieben wird dieser Wandel im Wesentlichen durch fundamentale Veränderungen in den Bereichen Klima, Gesundheit und in diesem White Paper von besonderer Bedeutung: (Informations-) Technologie. Diese beschleunigte Veränderung – Digitalisierung, Transformation oder auch Disruption – findet nicht nur abstrakt in den Unternehmen statt, sondern stellt eine reale Herausforderung für diese dar [1].

Um auf den dynamischen und globalen Märkten bestehen zu können, ist eine kontinuierliche Innovationstätigkeit und -fähigkeit unabdingbar. Nur so sind Unternehmen in der Lage, dem externen Innovationsdruck gerecht zu werden, ihre Organisation anpassungsfähiger zu gestalten, um besser und schneller auf die Umwelтанforderungen zu reagieren und langfristig die notwendige Wettbewerbsfähigkeit zu erzielen und zu erhalten [2].

Innovationsbestrebungen können sich auf unterschiedliche Bereiche beziehen: Prozesse, Technologien oder auch Produkte und Dienstleistungen.

Unternehmen sehen sich also mit der Aufgabe konfrontiert, aus der Vielzahl an Projektmöglichkeiten die geeignetste und aussichtsreichste Auswahl zu treffen. Darüber hinaus stehen Unternehmen vor der Herausforderung der ausgewogenen Ressourcenallokation. Im Mittelpunkt steht dabei der Balanceakt zwischen der richtigen Projektanzahl und den zur Verfügung stehenden Ressourcen [4]. Eine Studie der Bertelsmann Stiftung [5] zeigt:

**Unternehmen mit einem ausgeprägten Innovationsfokus sind produktiver und erfolgreicher.**

Ein strategisches Instrument, um die Innovationsstärke von Mitarbeitenden (MA) und in der Folge des Unternehmens zu fördern, zu nutzen und zu steuern, sind IT-gestützte Ideenmanagementsysteme (IDMS) [6]. Sie helfen den Unternehmen, ihre Innovationslücke zu schließen (siehe Abb. 1).

Die Bandbreite an digitalen Instrumenten zum Ideenmanagement ist groß. Mit Blick auf das Angebot wird deutlich, dass sich die Grundideen der Systeme grundsätzlich decken. Im Mittelpunkt steht die Stimulierung von MA, ihre Kenntnisse und Erfahrungen über substanzielle, operative Aufgaben hinaus einzubringen und sie zum verantwortungsbewussten Mitdenken zu motivieren. Durch einen Unternehmen-umspannenden Ansatz soll die Gruppenintelligenz genutzt werden, um fach- und abteilungsübergreifend Ideen zu generieren und Einzelideen zu umsetzungsreifen Gemeinschaftsideen weiterzuentwickeln. Den MA wird so die Möglichkeit geboten, mit ihrem Ideenpotenzial aktiv am Unternehmenserfolg mitzuwirken.

**Abbildung 1**

Ist der marktweite I.-druck höher als die unternehmenseigene I.-stärke entsteht

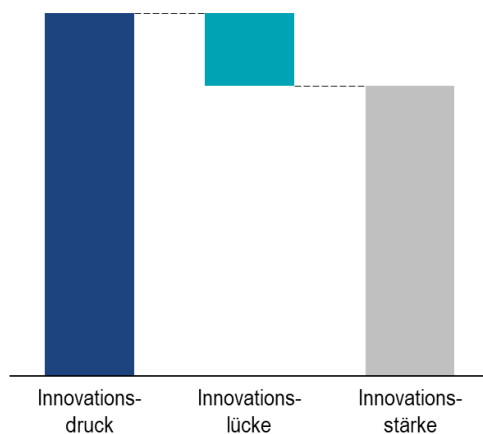









Abbildung 2 | Übersicht zum Funktionsumfang der untersuchten Anbieter

Anbieter	Funktionsbereiche							
	Ideen-kampagne	Open Innovation	Bewertungs- & Kommentierungsfunktion	Autom. Benachrichtigung	Indiv. Rollen- & Berechtigungskonzepte	Reportingfunktion	Cloud-Lösung	SAP Addon
	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✗
	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✗
	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗
	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗
	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✗
	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗

Grundlegende Funktionen

Stand: 28.03.2022

Dieses White-Paper bietet einen Überblick über einige angebotene IDMS-Werkzeuge, beansprucht jedoch keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Es enthält eine Übersicht über das Funktionsangebot unterschiedlicher Anbieter (siehe Abb. 2). In die Auswahl einbezogen wurden dabei sowohl größere, bereits länger am Markt etablierte Anbieter wie auch kleinere Anbieter. Die Informationen zu den Leistungsangeboten wurden den Webseiten der Anbieter entnommen.

Die ausgewählten Ideenmanagementsysteme sind alle auf dem deutschen Markt erhältlich, auf den gewerblichen Gebrauch ausgerichtet und in deutscher Sprache verfügbar. Alle Anwendungen sind in ihrer Funktionstiefe nicht übermäßig komplex,

sodass ihre Nutzung für einen „durchschnittlichen“ MA uneingeschränkt möglich sein sollte.

Die Übersicht des Softwarevergleichs legt ihren Fokus auf die Nutzerperspektive. Die Funktionsbereiche wurden so gewählt, dass sie die Tools in prägnanter Art und Weise darstellen. Interessierte Leser\*innen unseres Whitepapers sollen zum einen die grundlegenden Funktionen von IDMS-Tools kennenlernen. Zum anderen werden aber auch Möglichkeiten innovativer Prozessgestaltung und technischer Implementierungsoptionen aufgezeigt.

Die Plattformen, die in die Betrachtung einbezogen wurden, unterstützen alle das innerbetriebliche Ideenmanagement. Dabei setzen sie auf die Integration sozialer Softwarekomponenten, die die firmeninterne

Koordination von Ideen und abteilungsübergreifende Kooperationen vereinfachen und zeitgleich forcieren sollen.

Der allgemeine Prozess des Ideenmanagements, der durch alle Tools verfolgt wird, lässt sich vereinfacht in vier Phasen darstellen:

- Idee einreichen
- Feedback sammeln
- Idee prüfen
- ggf. Idee realisieren

Grundsätzlich sollen alle MA dazu motiviert werden, ihre Ideen einzureichen. Ein zusätzliches Instrument stellt dabei die **Ideenkampagne** dar. Sie richtet sich an ein explizites Problemfeld, dessen Lösungsfindung auf einen bestimmten Zeitraum beschränkt ist. Durch solche Kampagnen werden nicht nur zahlreiche innovative Impulse gesammelt, sondern auch die Motivation der MA gestärkt. Die Möglichkeit der Durchführung von Kampagnen wird durch alle Provider angeboten, ob modular hinzubuchbar oder unmittelbar durch ihre Softwarelösungen abgedeckt.

Um den Kreis der Beteiligten, die in die Ideengenerierung berücksichtigt werden, weiter zu vergrößern, ermöglicht der Großteil der Betreiber die Nutzung des Konzepts **Open Innovation**. Damit wird der Prozess nach außen geöffnet und auch externe Gruppen, wie bspw. Kund\*innen, Lieferanten oder Berater\*innen können in den Ideengenerierungsprozess einbezogen werden.

Bei der Sammlung von Feedback werden alle MA angehalten, eingereichte **Ideen zu bewerten** und zu **kommentieren**. Die Bewertung kann dabei unkompliziert durch die Vergabe von z.B. Likes oder Sternen umgesetzt werden. Kommentierungen können eine Zustimmung spezifizieren oder auch Anregungen zu einer Verbesserung der Idee liefern. Alle betrachteten Tools ermöglichen sowohl das Bewerten als auch Kommentieren von Ideen. Die Prüfung der Ideen werden i.d.R. durch unternehmensinterne

Gutachtende vorgenommen. Diese Rolle kann z.B. Führungskräften oder Expert\*innen zugewiesen werden. Die Individualisierung des **Rechtensystems** und **Rollenstrukturen** kann bei allen Softwareanwendungen umgesetzt werden.

**Benachrichtigungen**, die vom System automatisiert an die Beteiligten versendet werden, um bspw. über einen Bearbeitungsstand zu informieren oder an offene Aufgaben zu erinnern, werden ebenso ganz umfänglich unterstützt.

Das Ideencontrolling wird durch alle Tools mithilfe einer **Reporting-Funktion** erleichtert, indem den Nutzenden zahlreiche Kennzahlen zur Verfügung gestellt werden, mit denen sich die Erfolgskraft des unternehmenseigenen Ideenmanagements verfolgen und beurteilen lässt.

Die meisten Ideenmanagementsysteme, die in die Untersuchung einbezogen wurden, bieten zudem **cloudbasierte Anwendungslösungen** an.

Der Funktionsbereich **SAP Addon** hebt sich von den vorherigen Funktionsbereichen ab. Es wurde aber bewusst in den Vergleich einbezogen. Durch die qualitativen Befragungen im Rahmen des Forschungsprojekts PANIWO wurde deutlich, dass MA von der Nutzung vieler verschiedener Anwendungen absehen und zum Teil frustriert sind, ständig zwischen Anwendungen wechseln zu müssen. Zudem wurde bemängelt, dass die Anwendungen häufig nicht ineinandergreifen und es so zu Doppelarbeit kommen kann. Die Einbindung des Ideenmanagements in eine bestehende SAP-Softwareumgebung kann diese Probleme jedoch lösen. Das target Idea Management System nimmt somit in der Betrachtung eine Sonderrolle ein. Es ist die einzige Software in diesem Vergleich, deren Ideenmanagement SAP-Daten und -Technologie unmittelbar einbeziehen und in der bekannten SAP-Umgebung integriert und benutzt werden kann.

Generell gilt es, sich bei der Auswahl der IDMS im Vorfeld zu überlegen, welche Zwecke sie erfüllen müssen und welchen Stellenwert das Ideenmanagement im Unternehmen insgesamt einnehmen soll. Entsprechend dieser Vorüberlegungen sollte eine Vorauswahl von unterschiedlichen Software-Anbietern getroffen werden.

Unternehmen, die vor der Entscheidung stehen ein System zum Management ihrer Ideen einzusetzen, sollten vorab mit den favorisierten Anbietern in Verbindung treten, um sich über deren Systeme umfassend informieren zu lassen. Eine Entscheidung nur auf Basis der Informationen der Webseiten oder der Demoversionen kann nicht empfohlen werden.

Wichtig ist es zudem, den eigenen Bedarf zu kennen und diesen den Anbietern zu schildern, um gemeinsam individuelle Lösungen zu erarbeiten und das bestmögliche Angebot für das eigene Unternehmen zu entwickeln. Auch Beratungsangebote, die über die Nutzung eines Tools hinausgehen, sollte in die Betrachtung einbezogen werden.

## Literatur

- [1] Hanelt, A., Bohnsack, R., Marz, D. und Antunes Marante, C. (2020). A Systematic Review of the Literature on Digital Transformation: Insights and Implications for Strategy and Organizational Change. *Journal of Management Studies*, 58(5), S.1159-1197.
- [2] Reiter-Palmon, R., de Vreede, T. und de Vreede, G.J. (2013). Leading Interdisciplinary Creative Teams: Challenges and Solutions. In S. Hemlin, C. M. Allwood, B. R. Martin und M. D. Mumford, (Hrsg.), *Creativity and Leadership in Science, Technology, and Innovation* (S. 240–267). New York, NY: Routledge.
- [3] Am, J.B., Furstenthal, L., Jorge, F. und Roth, E. (17. Juni 2020). Innovation in a crisis: Why it is more critical than ever. McKinsey & Co. <https://www.mckinsey.com/business-functions/strategy-and-corporate-finance/our-insights/innovation-in-a-crisis-why-it-is-more-critical-than-ever>.
- [4] Cooper, R., Edgett, S. und Kleinschmidt, E. (1999). New Product Portfolio Management: Practices and Performance. *Journal of Product Innovation Management*, 16(4), S.333-351.
- [5] Pohl, P. & Kempermann, H. (Oktober 2019). *Innovative Milieus - Die Innovationsfähigkeit deutscher Unternehmen*. Bertelsmann Stiftung. [https://www.bertelsmann-stiftung.de/fileadmin/files/BSSt/Publikationen/GrauePublikationen/NW\\_Innovative\\_Milieus.pdf](https://www.bertelsmann-stiftung.de/fileadmin/files/BSSt/Publikationen/GrauePublikationen/NW_Innovative_Milieus.pdf)
- [6] Bansemir, B. und Neyer, A.K. (2009). From idea management systems to interactive innovation management systems: Designing for interaction and knowledge transfer, In H.R. Hansen, D. Karagiannis, & H. Fill (Hrsg.), *Proceedings of the International Conference of Business Informatics (Tagungsbände der WI 2009): Band 1* (S. 861-870). Österreichische Computer Gesellschaft.

## Kernaussagen

---

- 1. Die Grundidee von IDMS ist, dass das größte Ideen- und Innovations-Potenzial bereits innerhalb der Unternehmen liegt: bei den Mitarbeitenden.**
  - 2. Unter den Tools zeigt sich hinsichtlich der Abdeckung der Funktionsbereiche ein insgesamt homogenes Bild.**
  - 3. Der Funktionsumfang der IDMS-Anbieter beschränkt sich nicht nur auf den Verkauf von standardisierten Lösungen. Die Anwendungen können in einem bestimmten Rahmen individualisiert und an kundenspezifische Anforderungen angepasst werden.**
  - 4. Anbieter wie bspw. ITONICS, setzen zudem auf ein umfangreiches Beratungsangebot, das Kunden über die Software hinaus unterstützt, Innovationsstrategien optimal auszurichten.**
-

## Die Autoren:



**B.Sc. Wirtsch.-Inf. Elisabeth Bergfelder**  
*elisabeth.bergfelder@uni-rostock.de*



**M.Sc. Wirtsch.-Ing. Marcus Triller**  
Wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Informatik – Projekt PANIWO  
*marcus.triller@uni-rostock.de*



**Prof. Dr. Michael Fellmann**  
Professur für Wirtschaftsinformatik, insbes. Betriebliche Informationssysteme  
*michael.fellmann@uni-rostock.de*