

# Ideenreich: Verkaufsschlager aus dem Hut gezaubert

Innovationsdesigner müssen Bedürfnisse aufspüren und neue Produkte entwickeln – und in vielen Disziplinen zu Hause sein

Von Peter Ilg

Die Versagerquote bei Produktneueinführungen ist hoch. In der Konsumgüterindustrie erweisen sich acht von zehn neuen Produkten als Flop und verschwinden deshalb schon bald wieder von der Bildfläche. Michael Schmidt meint, die Gründe dafür zu kennen: „Die Entwicklung von neuen Produkten sollte nicht in der Forschungs- und Entwicklungsabteilung eines Unternehmens beginnen, sondern in den Köpfen potenzieller Kunden.“

Weil dem leider nicht so ist, tauchen nach seiner Meinung so viele evolutionäre und viel zu wenig revolutionäre Innovationen am Markt auf. „Die meisten Unternehmen verbessern ihre Produkte bis zur Perfektion, ohne an neue zu denken.“ Das Not-Invented-Here-Syndrom bezeichnet Schmidt als den größten In-



Das Snowboard war eine Innovation, die genau das Bedürfnis junger Leute getroffen hat.

FOTO: DPA

novationskiller. „Was nicht aus der eigenen Firma kommt, kann auch keinen Wert haben.“

Doch es gibt auch Unternehmen fernab dieser Ignoranz, die beauftragen dann Leute wie Schmidt, von der Bedürfnisforschung, über Markteinführungskampagnen bis hin zur Produktion etwas völlig Neues aus dem Hut zu zaubern. „Innovationsdesigner sollten Märkte und Trends kennen, fürs Design Interesse an Mode, Farben, Materialien haben und sie müssen Produkte so konstruieren können, dass sie auch herstellbar sind.“ Das alles setzt interdisziplinäres Wissen voraus.

Michael Schmidt hat Maschinenbau und anschließend Industrial Design studiert. Dann machte er sich selbstständig mit „Neuland Industriedesign“. Die Firma gibt es noch heute, doch Schmidt hat 2000 mit seinem Freund Johann Füller die Hyve AG in München gegründet. Heute ist er dort als Vorstand tätig. „Unser Ansatz: Leute mit neuen Ideen finden und diese mit Unternehmen zusammenzubringen.“ Hyve begleitet Innovationen von A bis Z als Dienstleister für Unternehmen.

„Zunächst brauchen wir eine Idee.“ Doch die kann nicht über klassische Marktforschung gestützt werden, denn wenn es ein Produkt noch nicht gibt, kann der Markt nicht antworten. Beispiel Snowboard. Surfer und Skater wollten denselben Spaß wie auf dem Wasser oder in der Halbpipeline auch im Schnee haben. Aus dieser Idee ist das Snowboard entstanden und heute ein Verkaufsschlager.

Surfer und Skater werden in der Fachsprache von Marketingstrategen Early Adopters genannt. Sie gehören zu den ersten, die neue Ideen übernehmen und daher die eigentlichen Innovatoren sind. Schmidt sucht solche Menschen, beispiels-

## Innovationsdesigner

Ausbildung: Studium der Ingenieurwissenschaften und Design  
Status: angestellt, weil Innovationsdesign Teamarbeit ist  
Arbeitsmarkt: Nachfrage stark steigend, weil Produktzyklen kürzer und daher immer mehr Innovationen notwendig werden  
Verdienst: Einstiegsgehalt um die 40 000 Euro jährlich  
Weitere Informationen: Bundesverband Deutscher Markt- und Sozialforscher [www.bvm.org](http://www.bvm.org), Hyve – the Innovation Company [www.hyve.de](http://www.hyve.de)

weise in Communities im Internet. „Wir beobachten Interessensgruppen und werten die Ergebnisse anschließend über Software-Tools aus.“

Ist die Idee für eine Innovation geboren und auch der Kunde vom Erfolg überzeugt, folgt die Produktentwicklung. Parallel dazu laufen Markteinführungskonzepte an. „Auch in diesem Punkt tun sich die meisten Unternehmen schwer, mit Neuem an die Öffentlichkeit zu gehen, bevor nicht alles hieb und stichfest ist.“ Hyve gehörte mit zu den ersten in Deutschland, die Open Innovation betrieben haben, also im Entwicklungsprozess mit potenziellen Käufern zusammenarbeiten mit dem Ziel einer kundengerechten Produktentwicklung. Was logischerweise die Floprate von 80 Prozent deutlich senkt.

Innovationsdesigner haben den Prozess in der Hand, von der Bedürfnisforschung über die Kommunikationsteilnahme in Communities, der Produktentwicklung, dem Design und der Markteinführung bis hin zur Produktion. „Unser Job setzt sich aus mehreren Berufen zusammen: Ingenieur, Designer und Marktforscher. Und er funktioniert nur im Team, weil wir für diese und andere Bereiche jeweils absolute Spezialisten brauchen.“ Insgesamt 60 Mitarbeiter hat Hyve, davon sind sieben Innovationsdesigner mit ähnlichen Ausbildungen wie Schmidt.

Das Snowboard hat Hyve zwar nicht erfunden, dafür den leichtesten Koffer der Welt, der gefederte Räder hat und aus einem neuartigen Material besteht, auf das die unterschiedlichsten Stoffe in der Produktion leicht aufgezogen werden können. „Die Pflicht war der Koffer, die Kür das Patent für den Kunden obendrauf.“ Derzeit arbeiten die Innovationsdesigner an Leuchten, Haushaltsgeräten und Kosmetikartikeln. Aber das alles ist wie immer streng geheim.



Erfolgreich: Michael Schmidt hat Maschinenbau und dann Industrial Design studiert.

FOTO: PRIVAT

## Unternehmensbefragung

### Gute Aussichten für Bachelor-Absolventen

Die Unternehmen sind mit den Fähigkeiten der neuen Studienabsolventen weitestgehend zufrieden. Deshalb starten Bachelors meist auf den gleichen Positionen wie Diplom-Absolventen und erzielen auch vergleichbare Gehälter, wie eine Unternehmensbefragung durch die Institut der deutschen Wirtschaft Köln Consult zeigt. So arbeiten die Bachelors klassischerweise zuerst als Sachbearbeiter oder Projektmitarbeiter. In diesen

Einstiegspositionen zahlt die Hälfte der Unternehmen den Bachelor-Ingenieuren zwischen 30 000 und 40 000 Euro, knapp 40 Prozent bieten sogar ein Jahreseinkommen von bis zu 50 000 Euro. Grundsätzlich würden alle Bachelor-Absolventen zum Projektleiter, Abteilungsleiter oder Fachgebietsleiter aufsteigen können – selbst dann, wenn es beim Berufseinstieg fachlich oder bei den sozialen Kompetenzen noch Defizite gab. (pg)



Mit dem Bachelor haben junge Ingenieure gute Chancen.

FOTO: FOTOLIA

ANZEIGE

Dort mitarbeiten, wo heute schon die Zukunft entwickelt wird.



Rohde & Schwarz zählt dank seines umfassenden Know-hows sowie der Innovationskraft und des außerordentlichen Engagements seiner Mitarbeiter/innen zu den weltweit anerkannten Technologie- und Marktführern im Bereich der drahtlosen Kommunikation. Wir entwickeln zukunftsweisende Produkte für viele Wachstumsmärkte wie z. B. Mobiltelefonie, Funktechnik oder digitales Fernsehen und sind in über 70 Ländern der Welt aktiv. Wir schätzen Persönlichkeiten, die den gleichen Anspruch haben wie wir: Zu den Besten zu gehören.

Unser Werk in Memmingen (Allgäu) ist für die Bestückung elektronischer Baugruppen, Mikrowellentechnik, die Endfertigung, den Endtest und die Auslieferung der meisten Rohde & Schwarz-Produkte zuständig. Aber auch Kunden außerhalb der Rohde & Schwarz-Firmengruppe können auf das große Know-how des Werks zurückgreifen.

Verstärken Sie unseren Standort in Memmingen zum nächstmöglichen Zeitpunkt als

### Softwareingenieur (m/w)

für das Konfigurationsmanagement unserer Funkkommunikationssysteme RSDMB/12/020

### Testingenieur (m/w)

für Softwareintegrationstests von Funkkommunikationssystemen RSDMB/12/021

### Entwicklungsingenieur (m/w)

für Hochfrequenzmess- und Prüftechnik RSDMB/11/087

für Prüftechnik von digitalen elektronischen Baugruppen RSDMB/12/011

für Prüftechnik von elektronischen Baugruppen (Schwerpunkt: ICT/Flying-Probetest) RSDMB/12/012

für die Realisierung von Kundenprojekten RSDMB/11/042

für Hochfrequenzschaltungen RSDMB/12/019

für Hochfrequenzmesstechnik (Schwerpunkt: Metrologie) RSDMB/12/023

### Konstruktionsingenieur (m/w)

für die Realisierung von Kundenprojekten RSDMB/11/043

### Konstrukteur (m/w)

für das mechanische Design im Bereich elektronische Prüftechnik RSDMB/12/022

Unsere detaillierten Stellenausschreibungen finden Sie unter: [www.career.rohde-schwarz.com](http://www.career.rohde-schwarz.com)

Interessiert? Dann schicken Sie uns bitte Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen unter Angabe der jeweiligen Kennziffer an Rohde & Schwarz Messgerätebau GmbH, Frau Dorothea Joachimsthaler, Personalabteilung, Rohde-und-Schwarz-Straße 1, 87700 Memmingen, Telefon +49 8331 10-81115.

  
**ROHDE & SCHWARZ**