



Foto: Orange Business Services

# Mit Co-Innovation die digitale Transformation meistern

**GEMEINSAM IDEEN ENTWICKELN** Damit Unternehmen am Markt bestehen, sich weiterentwickeln und die eigene Vision verfolgen können, müssen sie innovativ sein. Um Innovation ins Unternehmen zu bringen und zu implementieren, helfen Inputs und Starthilfe von extern. Orange Business Services unterstützt Unternehmen bei ihrer Innovationsentwicklung mit einem grossen Ecosystem und viel Industrie- und Business-Know-how.

**W**as im schnelllebigen Geschäftsumfeld seit Jahren gilt, wurde während der Corona-Krise noch deutlicher: Unternehmen, die sich der Digitalisierung stellen und innovativ bleiben, sind im Vorteil. So sorgen automatisierte Prozesse während reduzierten Arbeitsmöglichkeiten dafür, dass weniger manuelle Arbeit nötig ist, um den Betrieb aufrecht zu erhalten. Und optimierte Arbeitsabläufe

ermöglichen in der Logistik und im E-Commerce, dass die Unternehmen effizienter liefern und auch sprunghaft ansteigende Nachfragen verarbeiten können. Innovation bleibt aber zu jeder Zeit wichtig, damit sich Unternehmen im Markt behaupten. Mehr Effizienz, mehr Nachhaltigkeit, mehr Geschäftserfolg oder die Verhinderung von Disruption: Die Gründe, um die Innovation im eigenen Unternehmen voranzutreiben, sind mannigfaltig.

## MIT CO-INNOVATION GEMEINSAM IDEEN ENTWICKELN

In vielen Grossunternehmen sorgen Innovationsmanager dafür, dass die Organisation am Puls der Zeit bleibt und visionäre Ideen entwickelt und verwirklicht werden. Oft greift die interne Innovationsentwicklung jedoch zu kurz, wie Philipp Ringgenberg, Head of Business Consulting and Innovation Europe bei Orange Business Services (OBS), und seine Teams immer

wieder erfahren. «Innovation wird viel zielgerichteter und erfolgreicher, wenn nicht nur interne Spezialisten involviert sind, sondern auch externe Innovationsexperten mit entsprechendem Know-how und breitem Erfahrungsschatz», erklärt er. Dabei sei eine strukturierte und gemeinsame Vorgehensweise wichtig. «Wir unterscheiden drei Stufen, wie Innovation stattfinden kann», sagt Philipp Ringgenberg. «Erstens als Verbesserung, Optimierung oder Weiterentwicklung eines bestehenden Produkts, zweitens als eine wesentliche Veränderung und Neuerung des Produkts, drittens als eine disruptive Neukonzeption eines Produkts mit dem Ziel, einen neuen Markt zu gestalten.» Die Technologie spielt dabei eine wichtige Rolle, ist aber nicht der Treiber für die Entwicklung. Die Digitalisierung beschleunigt die Innovation zusätzlich. «Neue Geschäftsideen entstehen nicht in den IT-Abteilungen, sondern immer mit Einbezug der Business-Verantwortlichen», sagt Philipp Ringgenberg. Es gehe darum, gemeinsam mit dem Kunden herauszufinden, wie ein Problem gelöst wird beziehungsweise wie ein besseres Resultat erzielt werden kann.

Co-Innovation reicht von der Kreierung einer Vision über Brainstorming zur Ausarbeitung einer konkreten Idee und deren Implementierung im Unternehmen. Dabei entstehen Fragen, die unternehmensintern oft nicht beantwortet werden können: Welche Ideen können wie weiterverfolgt und ausgearbeitet werden? Welche Partnerfirmen können dabei helfen? Wie wird die Innovation in der vorgegebenen Zeit realisiert? Deshalb setzen viele nationale und internationale Organisationen auf die Unterstützung von Co-Innovatoren wie OBS und erhalten damit Zugriff auf die nötige Erfahrung und ein riesiges Ecosystem. Mit dieser Strategie sinkt die Time-to-Market, und auch die finanzielle Investition für ein neues Produkt bleibt meist deutlich tiefer. Das Ecosystem von OBS stellt eine wichtige Basis für viele Innovationen dar, von denen Unternehmen profitieren können. 6000 Personen aus der Orange Group sind mit Innovation, Research und Analyse für Kundenprojekte und Co-Innovation beschäftigt. Dazu kommen über 500 junge, kreative Unternehmen, die im sogenannten Orange-Fab-Programm beteiligt sind. Dabei handelt es sich um ein weltweites Netzwerk an sorgfältig ausgewählten Start-ups, das sehr viel Potenzial für Zusammenarbeit und neue Ideen birgt. Die Zusammenarbeit mit externen Partnern ist meist nur temporär nötig. So werden in der Initialphase externe Skills und Talents

## INTERVIEW MIT PHILIPP RINGGENBERG, HEAD OF BUSINESS CONSULTING AND INNOVATION EUROPE BEI ORANGE BUSINESS SERVICES (OBS)

### WIE ENTWICKELT OBS ZUSAMMEN MIT DEN KUNDEN INNOVATIONEN?

OBS hat ein Co-Innovations-Framework entwickelt, in dem in einer iterativen, agilen Herangehensweise Innovationsprojekte verfolgt werden. Dabei gehen wir eigentlich immer gleich vor: Wir versuchen zu verstehen, was das Bedürfnis, die Frage, das Problem des Kunden ist. Vorschneide Ideen verwerfen wir und gehen einen Schritt zurück, um herauszufinden, was denn wirklich genau der Kern des Problems ist.

### WO DRÜCKT DENN OFT DER SCHUH IM BUSINESS?

Auslöser ist häufig ein Kostendruck, das Bedürfnis nach mehr Effizienz oder die Suche nach neuen Geschäftsideen. Der Wunsch, gewisse Dinge anders zu machen als bisher, ist oft mit Automatisierung von Prozessen verbunden. Das ist eine Voraussetzung, um effizienter und kostengünstiger produzieren zu können. Aktuell geht es auch darum, etwa Produkte im Onlineshop anbieten zu können, weil man sonst schlicht nicht mehr mit den Kunden in Kontakt bleiben kann.

### REICHEN INTERNE INNOVATION MANAGER IN DEN UNTERNEHMEN NICHT AUS, UM NEUE GESCHÄFTSIDEEN ZU ENTWICKELN?

Innovation scheitert oft, wenn die Ideenfindung zu technisch angegangen wird. Das ist leider häufig der Fall, wie wir beobachten können. Es fehlt die Expertise von aussen und die Erfahrung mit vielen ähnlichen Fällen. Projekte scheitern auch, weil ein Ecosystem fehlt, mit dessen Unterstützung sich ein Vorhaben in möglichst kurzer Zeit realisieren lässt.

### WIE KANN EIN SOLCHES ECOSYSTEM KONKRET HELFEN?

Sehr oft ist das grosse Netzwerk, das OBS betreibt, ein wichtiger Grund für das Gelingen von Innovationsprojekten. Ein Beispiel ist unser Kunde, der Mühe hatte, den Warenbestand in seiner grossen Lagerhalle in seinem Softwaresystem aktuell zu halten. Zwar wurden die Barcodes der Produkte regelmässig manuell gescannt, doch war dies sehr aufwändig und nicht schnell genug. Nach einer Analyse zusammen mit dem Kunden und einem Partnerunternehmen haben wir eine automatisierte, integrierte und skalierbare Lösung mittels Drohnen entwickelt.

### DIE DROHNEN FLIEGEN IM LAGERHAUS HERUM?

Ja genau. Die Drohnen sind mit Videokameras ausgerüstet und fliegen jede Nacht die Regale ab und erfassen, welche Produkte in welcher Zahl vorhanden sind. Die Daten werden automatisch an die Datenbank gesendet und im ERP abgebildet, sodass immer eine aktuelle Bestandsinformation vorhanden ist. Dabei ist die eingesetzte Technologie nicht neu. Es gibt längst entsprechende Drohnen und auch Bilderkennung und Übermittlungsmöglichkeiten. Neuartig ist jedoch die Gesamtlösung, die nur dank dem Zusammenspiel im Ecosystem zustande kam.

### WIE LÄSST SICH EIN EFFIZIENZGEWINN EINER INNOVATION VORHERSAGEN?

Ein Pilotprojekt kann viel Aufschluss geben über den Nutzen einer Innovation. So haben wir ein Projekt für die Routenoptimierung eines Lieferdienstleisters zuerst mit nur 25 Fahrzeugen durchgeführt. Dabei kam ein automatisiertes, GPS-basiertes Routing-System zum Einsatz, das unterschiedlichste Datenquellen anzapft, um möglichst viele Informationen für die Berechnung der Routen zu erhalten. Es wurden Daten zu Verkehrslage, lokale Events, Wetter, Baustellen und Kundenwünsche gesammelt und ausgewertet. Was im Kleinen gut funktionierte, wird gerade auf die gesamte Flotte mit 5000 Fahrzeugen übertragen. Das Resultat ist eindrucksvoll: Die Fahrkilometer der Lastwagen und der CO<sub>2</sub>-Ausstoss konnten um 25 Prozent reduziert werden.



Philipp Ringgenberg, Head of Business Consulting and Innovation Europe bei Orange Business Services (OBS).

befristet beigezogen, um danach selbstständig agieren zu können. Neue Aufgaben und Technologien hingegen werden integriert und fest ins Unternehmen eingebunden,

um das Kerngeschäft mit neuen, effizienteren Lösungen, digitalisierten Prozessen oder nachhaltigen Arbeitsweisen erfolgreich weiterzubringen. ■