

Innovationen kommunizieren

**Leitfaden Innovationskommunikation –
Herausforderung und Bedeutung für Unternehmen**

Dr. Jörg Wetterau - Labor für Kommunikation (2024)

Was ist überhaupt eine Innovation?

- ▶ Die **Invention** ist die Erfindung und der erste kreative Schritt im Innovationsprozess.
- ▶ Die **Innovation** ist die Entwicklung einer Invention zu einem marktfähigen neuen Produkt - **der Markt schreit Hurra**
- ▶ Nach dem Ökonom Joseph Schumpeter (1934) müssen Inventionen in wirtschaftlichen Erfolg umgewandelt werden, um eine echte Innovation zu sein.
- ▶ Innovationen machen jährlich ca. 20 % des Umsatzvolumens von Technologieunternehmen aus.
- ▶ **Eine Innovation ist mehr als eine Idee – sie wird an einen wirtschaftlichen Erfolg gebunden.**



Innovationsfähigkeit von Unternehmen

- ▶ Nur **25 % der deutschen Unternehmen** zeichnen sich durch Innovationsfreude und Technologieführerschaft aus. (Bertelsmann-Studie, Oktober 2019)
- ▶ In fast 50 % werden Innovationen nicht aktiv oder bewusst vorangetrieben. Es fehlt eine Innovationskultur, die Mitarbeiter ermutigt, neue Wege zu gehen.
- ▶ Um zukunftsfähig zu bleiben sollten kleine und mittelständische Unternehmen (KMU) sowie Start-ups in ihre Innovationsfähigkeit und Innovationskommunikation investieren
- ▶ **Speziell die Innovationskommunikation wird in KMU & Start-ups als Wettbewerbsfaktor immer noch unterschätzt!**



Innovationskommunikation: Herausforderungen

- ▶ **Innovationen und Technologiekompetenz** sind entscheidende Faktoren im Wettbewerb um internationale Märkte.
- ▶ **Verständliche Kommunikation von innovativen Themen** wird immer wichtiger.
- ▶ Kommunikation und ihre **strategische Einbindung in Innovationsprozesse** bekommen eine wachsende Bedeutung.
- ▶ **Vorbereitendes Agenda-Setting für Innovationsthemen** – Themen aktiv besetzen, Betroffene überzeugen und sich positionieren.
- ▶ **Es gilt: Im Zeitalter des Überangebots an Informationen Aufmerksamkeit erzeugen – die digitale Währung des 21. Jahrhunderts.**

Innovationskommunikation: Ziele & Aufgaben

- ▶ Sie fördert Ihr **Image als Technologieführer** und positioniert Sie als innovatives Unternehmen und attraktiven Arbeitgeber.
- ▶ Sie schafft ein **Klima für Innovationen** in Ihrem Unternehmen und stärkt nachhaltig Ihre Innovationskraft.
- ▶ Sie macht **Ihr Produkt/Ihre Innovation/Ihre Technologie bekannter** und zeigt den gesellschaftlichen Nutzen.
- ▶ Sie stellt Ihr **technologisches Know-how und Ihre Kompetenz** glaubwürdig dar.
- ▶ Sie übersetzt Ihre **Fachsprache in verständliche Sprache** und erzeugt spannende, informative Geschichten und Anwender-Stories.

- ▶ **Nur wer versteht, kann auch überzeugt werden!**

Innovationskommunikation: Erfolgsfaktoren

- ▶ Zeigen Sie die Personen hinter der Entwicklung/Innovation - **Heldengeschichten**
- ▶ Schreiben Sie Anwenderreportagen über Kunden mit beispielhaften Erfolgen - **Erfolgsgeschichten**
- ▶ Verdeutlichen Sie den Nutzen und Wert Ihrer Innovation durch Infografiken & Schaubilder - **Bildergeschichten**
- ▶ Stellen Sie Ihre Innovation unterhaltend und spannend dar, durch Storytelling und Scrollytelling – **interaktive Sachgeschichten**
- ▶ **Nutzen Sie alle verfügbaren Medienkanäle und kommunizieren Sie Ihre Innovation crossmedial und zielgruppenspezifisch mit einem 360°-Blick!**

Innovationsmanagement braucht Innovationskommunikation

- ▶ Innovationsmanagement und Innovationsprozesse haben einen hohen Koordinierungsbedarf, um interne Widerstände zu überwinden und neue Ideen bis zur Marktreife entwickeln zu können.
- ▶ Innovationskommunikation begleitet und unterstützt diese Koordinationsfunktionen intern und extern.
- ▶ Als Querschnittsfunktion hilft Innovationskommunikation, dass wichtige Informationen immer zur richtigen Zeit an der richtigen Stelle in passender Qualität allen Beteiligten zur Verfügung stehen.
- ▶ **Innovationskommunikation hilft dem Innovationsmanagement, ein Klima für Innovationen zu schaffen und stärkt nachhaltig die Innovationskraft.**

Employer Branding braucht Innovationskommunikation

- ▶ In Zeiten des demografischen Wandels, Fachkräftemangels und weltweiter Krisen positionieren sich viele Unternehmen als attraktiver Arbeitgeber.
- ▶ Innovationsgetriebene Unternehmen sind als Arbeitgeber besonders attraktiv. Die Innovationsfähigkeit sollte daher in das Employer Branding einfließen.
- ▶ Innovationen sind Erfolg versprechende Themen der Unternehmenskommunikation. Damit stellen sich Unternehmen als innovative Vorreiter dar und können sich bei (potenziellen) KundInnen und bei (potenziellen) Beschäftigten positionieren.
- ▶ **Innovationskommunikation zählt auf die Unternehmens-, die Produkt- und die Arbeitgebermarke ein.**

Innovationskommunikation: Chancen & Risiken

Chancen

- ▶ **Mehr Aufmerksamkeit:** News-Charakter der Innovation als Nachrichtenwert.
- ▶ **Positionierung als attraktiver Arbeitgeber:** Innovationen machen zukunftssicher.
- ▶ **Bekannter werden:** Innovation als positiver Anlass, von sich reden zu machen.
- ▶ **Vertrauen schaffen:** Innovationen verständlich erklären schafft Transparenz.

Risiken

- ▶ **Angst vor Neuem:** Skepsis in der Öffentlichkeit bis hin zu Ängsten.
- ▶ **Mangelnde Anschlussfähigkeit:** Fehlende Nähe zu Megatrends.
- ▶ **Hoher Abstraktionsgrad:** Innovation ist komplex, schwer zu erklären.

Storytelling im B2B - Bereich

- ▶ B2B setzt auf **faktengetriebene Informationen**, nutzt aber auch emotionales Storytelling
- ▶ **Narrativer Charakter:** EntwicklerInnen machen die Entwicklung und AnwenderInnen den Nutzen einer Innovation, einer Technologie oder einer Produktentwicklung erlebbar (hohe Authentizität)
- ▶ **Framing:** Bei der Kommunikationsstrategie Framing nutzen, um eine Kernbotschaft als Leitthema durch verschiedene mediale Kanäle zu besetzen
- ▶ **Dramaturgie beim Storytelling:** Das Problem als Ausgangssituation benennen, wenn sich durch die zu beschreibende Technologie/Innovation oder durch die beteiligten Protagonisten eine Lösung für dieses Problem ergibt. **Kundenstory!**

Labor: Zutaten für Innovationskommunikation

- ▶ **Prägnante Pressemeldung** über Ihre neue Produktentwicklung
- ▶ **Kompetenter Fachartikel** mit Mehrwert für Ihre Kunden
- ▶ **Unterhaltsames Interview** mit ExpertInnen aus Ihrem Haus (z. B. als **Couch-/Café-Gespräch als Video & Podcast**)
- ▶ **Kurzweiliger TED-Talk** oder **abwechslungsreicher Vortrag** (z. B. Science Slam)
- ▶ **Spannende Heldengeschichten** über Ihre EntwicklerInnen (z. B. im Mitarbeitermagazin)
- ▶ **Interessante Anwenderstories** über Entwicklung und Nutzen Ihrer Innovation
- ▶ **Informative Blog-Artikel** auf Social Media, den die Community mitdiskutiert
- ▶ **Technologietage für Journalisten** – Blick hinter die Kulissen

Erfolgreiche Innovationskommunikation ...

- ▶ ... ist keine Arbeit, die mal so nebenbei erledigt werden kann!
- ▶ ... erfordert fachliches Know-how und Kompetenz!
- ▶ ... benötigt einen l a n g e n Atem!
- ▶ ... steigert l a n g f r i s t i g den Unternehmenserfolg!
- ▶ ... schafft Werte und Vertrauen intern und extern!
- ▶ ... erzeugt ein Klima für Innovationen im Unternehmen und stärkt die Innovationskraft!
- ▶ ... begleitet den kompletten Weg von der ersten Idee bis zum fertigen Produkt!

**Innovationskommunikation ist nicht alles,
aber ohne Kommunikation ist Ihre Innovation nichts!**

Checkliste I: Was wollen Sie erreichen mit Innovationskommunikation?

- ▶ Den Bekanntheitsgrad des Produkts / der Firma erhöhen?
- ▶ Sich als attraktiver Arbeitgeber für Fachkräfte positionieren?
- ▶ Sich als attraktives Start-up für Investoren interessant machen?
- ▶ Die Innovationsfähigkeit im Unternehmen erhöhen?
- ▶ Mitarbeiter von der Bedeutung von Innovation überzeugen und motivieren?
- ▶ Sich von Wettbewerbern durch Ihre Innovationsfähigkeit abgrenzen?

Checkliste II: Sind Sie gut aufgestellt für Innovationskommunikation?

- ▶ Haben Sie eine eigene Pressestelle bzw. PR/Öffentlichkeitsarbeit?
- ▶ Denken Sie schon im 360° Modus – Kommunikation crossmedial nach innen und außen?
- ▶ Haben Sie Innovationen, die Ihren Kunden geholfen haben und Probleme lösen?
- ▶ Haben Sie EntwicklerInnen, die eine Geschichte zur Innovation erzählen können?
- ▶ Haben Sie Kommunikationskonzepte zur Umsetzung Ihrer Maßnahmen?

- ▶ **Benötigen Sie professionelle Kommunikationsunterstützung?**

Nun komme ich ins Spiel

- ▶ Innovation ist, wenn Ihr Produkt den Weg zum Kunden findet. Für diesen Erfolg müssen Sie **auf Ihre Innovation aufmerksam machen** und den Nutzen für Ihre Kunden und die Gesellschaft zeigen.
- ▶ **Open Innovation:** Die Kommunikation zu Ihrer Innovation beginnt dabei nicht am Ende des fertigen Produkts, sondern steht schon am Beginn **des Innovationsprozesses**.
- ▶ Ich verstehe **Innovationskommunikation als strategischen Spielmacher**, der einen Transfer von Know-how ermöglicht und ein **Klima für Innovationen** schafft.
- ▶ Ich begleite und unterstütze Sie bei diesem Prozess von Beginn an – **mit allen Facetten der Innovationskommunikation und den richtigen Zutaten**.
- ▶ **Nur wer versteht, kann auch überzeugt werden.**



Was kann ich für Sie tun?

Zuhören - Fragen - Verstehen

- ▶ Gute Kommunikation ist wie ein gelungenes Experiment.
- ▶ Es kommt auf die passenden Zutaten und die richtige Strategie an, damit am Ende ein harmonisches und funktionierendes Produkt entsteht.
- ▶ www.labor-für-kommunikation.de
- ▶ Twitter: @kommlabor
- ▶ E-Mail: info@labor-fuer-kommunikation.de
- ▶ Mobil: 0171-9511472
- ▶ Dr. Jörg Wetterau – Chemiker, Kommunikator, Fachjournalist & Berater