

Innovation mit System

Ein Product Innovation Process (PIP) der Produkte schneller zum Markt und Teams in die Verantwortung bringt.

Innovation mit System bei Faller Packaging

Ein Product Innovation Process (PIP) der Produkte schneller zum Markt und Teams in die Verantwortung bringt.

Innovationen sollten kein Zufall sein. Wer heute wirksam neue Produkte oder Services entwickeln will, braucht mehr als kreative Ideen – er braucht ein belastbares Innovationssystem. Viele Unternehmen investieren in Einzelinitiativen, doch ohne klare Governance, fundierte Priorisierung und bereichsübergreifende Zusammenarbeit bleiben Potenziale ungenutzt. Innovation versandet im Tagesgeschäft – statt Wachstum zu generieren.

Die entscheidende Frage lautet daher: Wie gelingt es, innovative Ideen aus der Organisation heraus so weiterzuentwickeln, dass daraus greifbare Ergebnisse entstehen – nutzerzentriert, wirtschaftlich tragfähig und strategisch relevant?

Die Challenge

Auch bei Faller Packaging war der Wille zur Innovation spürbar – doch es fehlte an Struktur, Verantwortung und Umsetzungsstärke. Ideen entstanden in unterschiedlichen Bereichen – vom Produktmanagement über R&D bis hin zu Marketing und Business Development. Was fehlte, war ein einheitlicher Rahmen, um diese Ideen strategisch zu bewerten, teamübergreifend weiterzuentwickeln und bis zur Marktreife zu bringen.

Frühere Ansätze – ob Stage-Gate-Prozess, Innovationsteams oder externe Impulse – scheiterten an mangelnder Verankerung im Unternehmen.

Es gab keine klare Governance, keine Ressourcensteuerung und keine operative Durchschlagskraft. Innovation war nicht skaliert, sondern punktuell – und damit nicht geschäftsrelevant.

Die Konsequenz: Vielversprechende Ansätze blieben oft in der Konzeptphase stecken, Entscheidungen verliefen schleppend, und Innovation wurde nicht als integraler Teil der Wertschöpfung behandelt.

Unser Ansatz

Wir entwickeln mit Faller Packaging einen **unternehmensweiten Innovationsprozess** – strategisch verankert, methodisch fundiert und operativ wirksam. Ausgangspunkt ist der Anspruch, Innovation nicht länger als punktuelle Initiative zu behandeln, sondern als strukturellen Bestandteil der Organisation zu verankern. Dazu übersetzen wir gemeinsam mit dem Bereich Marketing & Innovation den Wunsch nach mehr Innovationsfähigkeit in ein belastbares System: den **Product Innovation Process (PIP)**.

Im Zentrum des Prozesses steht der "Sweet Spot of Innovation", ein Denkraum aus vier Bewertungsdimensionen (Contextuality, Desirability, Feasibility und Viability), die jede Idee entlang des Prozesses durchlaufen muss. →

So stellen wir sicher, dass nur solche Ansätze weiterverfolgt werden, die strategisch passen, echte Probleme lösen, technisch machbar sind und wirtschaftlich tragfähig werden können. Dieser Bewertungsrahmen ist nicht nur Orientierungshilfe, sondern durchzieht alle sechs Phasen des PIP – von der ersten Idee bis zur Markteinführung.

Der Prozess beginnt mit dem niederschweligen Sammeln und Mobilisieren **(1. Identify & Mobilize)** von Ideen aus allen Bereichen des Unternehmens.

In der anschließenden Beschreibung **(2. Describe the Challenge)** der Herausforderung werden Zielgruppe, Problemverständnis und strategische Passung geschärft.

Wird die Idee priorisiert, formiert sich ein interdisziplinäres Team, das sich vertieft mit dem Problem auseinandersetzt **(3. Penetrate the Problem)**, erste Hypothesen testet und Lösungsskizzen entwickelt.

Darauf aufbauend entsteht ein erster Prototyp **(4. Create a Prototype)**, mit dem frühes Feedback aus Markt oder Organisation eingeholt werden kann.

Im nächsten Schritt entwickelt das Team daraus ein Minimum Viable Product **(5. Develop a MVP)** – inklusive Geschäftsmodell, Business Case und Validierung im Echtbetrieb.

Bei positiver Bewertung wird das Produkt schließlich in den Markt überführt und in den operativen Betrieb übergeben **(6. Market Launch)**.

Alle Phasen sind mit klar definierten Gates verbunden, an denen das Strategic Committee auf Basis standardisierter Kriterien über das weitere Vorgehen entscheidet. So entsteht ein belastbares Governance-Modell, das Entscheidungen beschleunigt und Verantwortung dort verankert, wo sie hingehört. Product Owner aus dem Produktmanagement übernehmen die Führungsverantwortung für einzelne Innovationsvorhaben, unterstützt durch interdisziplinäre Teams aus relevanten Fachbereichen.

Parallel bauen wir die methodische Befähigung auf: In kompakten Trainings vermitteln wir zentrale Werkzeuge wie Value Proposition Canvas, Empathy Maps oder Prototyping. Wir coachen Projektverantwortliche on the job, stehen als Sparringspartner zur Verfügung und begleiten Teams in den ersten Pilotprojekten durch alle Phasen.

Der Mehrwert

Mit dem Product Innovation Process wird Innovation bei Faller Packaging planbar, steuerbar und wirtschaftlich wirksam. Ideen durchlaufen einen klar definierten Prozess, der Transparenz schafft, Entscheidungen beschleunigt und Ressourcen gezielt einsetzt.

Die Organisation weiß jederzeit, wo ein Projekt steht und welche Kriterien es erfüllen muss – das erhöht Verbindlichkeit und reduziert Reibungsverluste. →

Gleichzeitig entstehen marktfähige Lösungen schneller und fokussierter: Der strukturierte Aufbau, kombiniert mit agiler Arbeitsweise und Nutzerzentrierung, führt zu messbaren Ergebnissen – etwa bei neuen Produkten wie dem CTI Temperature Label oder innovativen Serviceangeboten für Großkunden. Die Zahl umgesetzter Ideen steigt, Time-to-Market sinkt, Kundenbedürfnisse werden präziser adressiert – mit direktem Einfluss auf Wachstum und Differenzierung im Wettbewerb.

Der PIP entfaltet dabei Wirkung weit über einzelne Produkte hinaus: Er verändert Zusammenarbeit, klärt Verantwortlichkeiten und schafft Raum für unternehmerisches Denken. Führung wird greifbar, bereichsübergreifende Zusammenarbeit zur Selbstverständlichkeit, Innovationsarbeit vom Ausnahmefall zur täglichen Realität. Und nicht zuletzt: Die Organisation erlebt, dass neue Ideen nicht versanden – sondern echte Chancen auf Umsetzung haben. Genau das stärkt Vertrauen, Engagement und Zukunftsfähigkeit.

**“Der PIP hat uns gezeigt:
Innovation entsteht nicht durch
Glück, sondern durch Klarheit.
Klarheit über Prozess, Rollen,
Richtung und Relevanz.
Und genau das gibt Teams
den Mut, neue Wege
zu gehen.”**

– Kerstin Löffler,
Vice President Marketing,
Corporate Communications & ESG



Faller
PACKAGING

Kunde:
Faller Packaging

Bereich:
Marketing & Innovation,
Produktmanagement,
Business Development

Branche:
Pharma, Verpackung

Eingesetzte tnn-Bausteine:

#Transformationsdesign #Innovationsprozess
#AgilesArbeiten #Scrum #TrainingOnTheJob
#Enablement #TeamCoaching #Strategiearbeit
#Methodentraining #Organisationsentwicklung
#OKR