

IQX

Frühjahr 2025

INHALT

Wissens- und Ideenmanagement gemeinsam stärken.....	2
Wissensmanagement beim AK Nord.....	4
Wo sind nur die Ideen geblieben?.....	6
BeraCom bei LinkedIn.....	8
Innovation hört nie auf - IQX auf der Copetri in Mainz.....	9

Quelle: AdobeStock-Cristina Conti

WISSEN WIE'S GEHT: WISSENS- UND IDEEN- MANAGEMENT GEGENSEITIG STÄRKEN

Wissen ist Macht, diesen Spruch kennt wohl jeder. Anwendbar ist er auf viele Bereiche im Leben – besonders auch in der Unternehmenswelt. Denn in der heutigen Welt, die von Schnelllebigkeit, Wandel und Fluktuation geprägt ist, ist fundiertes, gut aufgebautes Wissen für Unternehmen nicht leicht zu erlangen und erst recht nicht leicht zu behalten.

Ein starkes Wissensmanagement kann der ausschlaggebende Wettbewerbsvorteil sein, der Unternehmen auf das nächste Level hebt. Besonders effektiv wird dieses Wissensmanagement, wenn Synergien genutzt werden. Das Zusammenspiel mit dem Ideenmanagement ist hier ein sehr gutes Beispiel.

Wissensmanagement als Fundament für Ideen

Ein gutes Wissensmanagement stellt sicher, dass vorhandene Informationen leicht zugänglich sind und optimal genutzt werden können. Da neue Ideen oft auf bereits bestehendem Wissen aufbauen, ist dies für das Ideenmanagement besonders wichtig. Hier wird eine Eigenschaft der Ressource Wissen besonders deutlich, denn: „Wissen ist das einzige Gut, das sich vermehrt, wenn man es teilt.“ Diesen Satz hat Marie von Ebner-Eschenbach schon im 19. Jahrhundert formuliert. Wissen in Form von Erfahrungen und Erkenntnissen kann also nur an Wert gewinnen, wenn es richtig dokumentiert und leicht zugänglich gesichert wird.

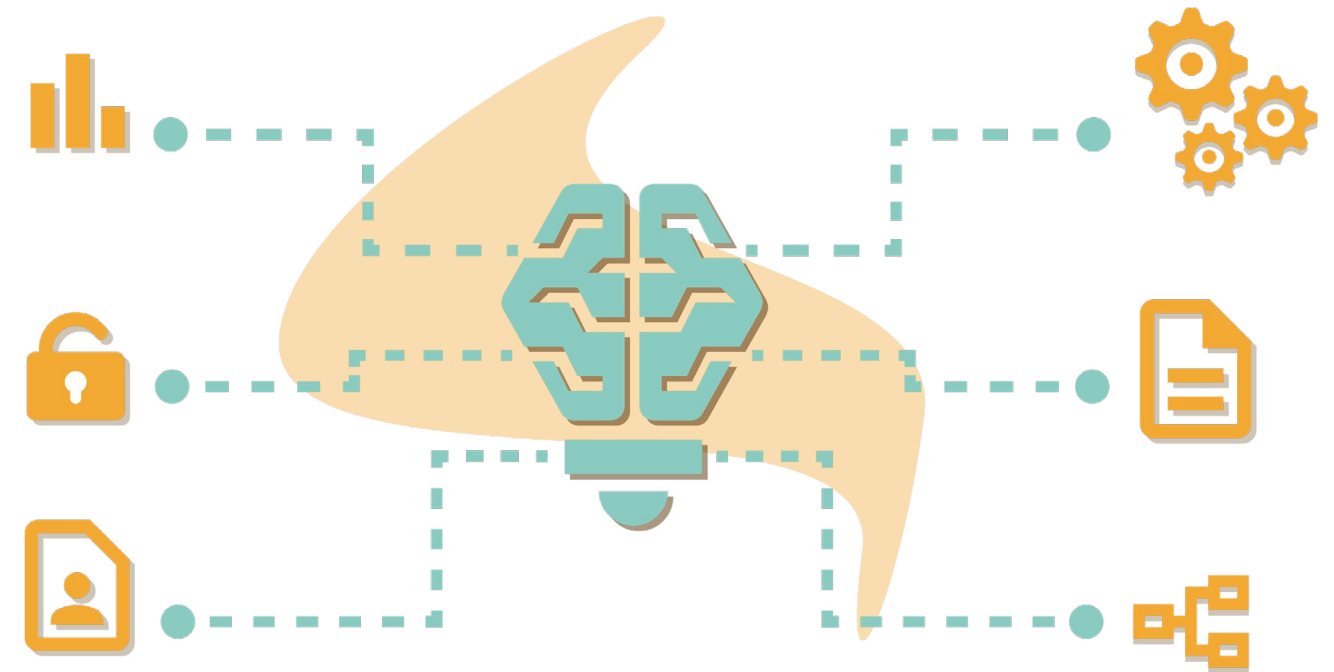
In der Praxis des Ideenmanagements heißt das, dass Mitarbeitende vor allem dann zahlreiche und gute Vorschläge einreichen können, wenn sie Zugriff auf frühere Ideen, bewährte Methoden und relevante Forschungsergebnisse haben. Moderne digitale Plattformen – zunehmend unterstützt durch KI – ermöglichen es, Wissen zentral zu speichern, zu kategorisieren und mit Ideenmanagementsystemen zu verknüpfen.

KI-gestützte Such- und Empfehlungssysteme helfen dabei, relevante Inhalte schneller zu finden und sinnvolle Querverbindungen zwischen bestehenden und neuen Ideen herzustellen. Dies kann besonders für Unternehmen, die bereits im März die 500-Ideen-Marke knacken, einen erheblichen Mehrwert bieten.

Ideenmanagement als Treiber für neues Wissen

Während das Wissensmanagement bestehendes Wissen strukturiert, bringt das Ideenmanagement frische Impulse in die Organisation. Durch gezielte Kampagnen oder offene Ideenplattformen können Mitarbeitende dazu ermutigt werden, neue Lösungen für bestehende Herausforderungen zu entwickeln.

Diese kreativen Prozesse führen oft zu neuem Wissen, das wiederum ins Wissensmanagement integriert werden kann. So entsteht ein kontinuierlicher Zyklus, in dem neues Wissen generiert, dokumentiert und für zukünftige Innovationen genutzt wird.



Technologie als Schlüssel zur Integration

Um Wissens- und Ideenmanagement effizient zu verknüpfen, sind moderne Softwarelösungen unerlässlich. Unternehmen setzen zunehmend auf digitale Plattformen, die beide Bereiche miteinander verbinden. Hier sind die Wege kurz und unkompliziert, sodass Mitarbeitende schnell auf relevantes Wissen und vorangegangene Ideen zugreifen können.

Kollaborative Tools ermöglichen also eine nahtlose Zusammenarbeit zwischen Abteilungen. So entstehen keine Lücken im Prozess der kontinuierlichen Verbesserung und Innovation innerhalb des Unternehmens, auch wenn sich Organisationsstrukturen ändern, Unternehmensstrategien weiterentwickelt werden oder es zu Personalwechsel kommt.

Synergien für mehr Erfolg

Wissensmanagement und Ideenmanagement ergänzen sich ideal und sollten somit nicht als streng getrennte Disziplinen betrachtet werden. Während das eine für die strukturierte Bewahrung und Nutzung von Wissen sorgt, ermöglicht das andere die kontinuierliche Generierung neuer Ansätze und Lösungen.

Künstliche Intelligenz verstärkt diese Synergien, indem sie Unternehmen dabei hilft, Wissen effektiver zu organisieren, Innovationen gezielt zu fördern und eine dynamische, lernende Unternehmenskultur zu schaffen. Unternehmen, die beide Bereiche strategisch miteinander verknüpfen, schaffen eine innovationsfreundliche Umgebung, die ihren Erfolg langfristig sichert. Die richtige Technologie und eine offene Unternehmenskultur sind dabei entscheidende Erfolgsfaktoren.

*„Wissen ist das einzige Gut,
das sich vermehrt, wenn man es teilt.“*

Marie von Ebner-Eschenbach

WISSENSMANAGEMENT BEIM AK NORD

Wie schaffen wir es unser Wissen voll auszuschöpfen, wie können wir es am besten teilen und wie können wir uns so gegenseitig voranbringen?

Nicht nur bei Beracom beschäftigen wir uns mit dem Thema Wissensmanagement, auch bei der letzten Ausgabe des AK Nord stand das Wissen im Mittelpunkt. Denn genau dafür ist der Arbeitskreis schließlich da: Um sich mit Kolleginnen und Kollegen aus dem Ideen- und Innovationsmanagement auszutauschen, aktuelle Fragestellungen zu diskutieren und neue Lösungsansätze zu entwickeln. Doch welches Wissen ist uns wirklich wichtig? Und wie gehen wir damit am besten um?

Welches Wissen ist uns wichtig?

Zunächst wurde diese erste Frage im Rahmen eines Workshops erörtert. Das Ziel war es einen Überblick darüber zu schaffen, bei welchen Aspekten des Ideenmanagements der Austausch mit Kollegen für die Mitglieder besonders wertvoll ist. Gearbeitet wurde hier mit einem Mix aus digitalen Umfragen, Gruppenarbeiten und eigens angepassten Methoden des agilen Arbeitens. Das Ergebnis: Neben Kennzahlen und Softwarelösungen, ist vor allem auch der Einsatz und die Motivation von Gutachtern ein wichtiges Thema.



Wie gehen wir am besten mit unserem Wissen um?

Nach dem Workshop ging es weiter mit einem spannenden Vortrag von Nicole Lehnert, Chefredakteurin der Zeitschrift „Wissensmanagement – Das Magazin für Digitalisierung, Vernetzung & Collaboration“. Sie unterstrich wie wichtig Wissensmanagement gerade jetzt ist. Demografischer Wandel, hohe Wechselbereitschaft und Digitalisierung waren hier die entscheidenden Schlagwörter. Nach einer detaillierteren Einführung in das Thema Wissen und Wissensmanagement schlug sie auch immer wieder die Brücke zum Ideenmanagement. So hatten die Teilnehmer die Chance das zu tun, was den AK Nord so ausmacht: Diskutieren. Wann sind wir am ehesten gewillt, Wissen weiter zu geben? Was hält uns davon ab? Wie können wir den Transfer von Wissen vorantreiben?

Der Gastgeber des AK Nord Treffens

Zu Gast waren wir diesmal bei DMG Dental Material Gesellschaft mbH. Die Workshops und Vorträge fanden in der hauseigenen „Denkbar“ statt. Ein großer Raum, der mit unterschiedlichen Arbeitsecken aber auch Tischtennisplatte und Billardtisch zum Diskutieren und Entwickeln neuer Ideen wortwörtlich gemacht ist. Eine Unternehmensbesichtigung stand auch wieder mit auf der Tagesordnung. Hier wurde unter anderem DMGs innovative 3D-Druck-Technik und ein Übungsraum einschließlich verschiedener Werkzeuge und Materialien vorgeführt.



Erfahrungen und Herausforderungen im Ideenmanagement

Am Nachmittag rückten dann noch zwei konkrete Themen in den Vordergrund: nicht-monetäre Ideen und Kampagnen. Wie setzen die vertretenen Unternehmen diese beiden Punkte im Zuge ihres Ideenmanagements um, was funktioniert gut, wo gab es „Painpoints“ oder Herausforderungen? Die Erkenntnis aus diesem Workshop war vor allem: Auch das Ideenmanagement steht nicht still. Immer wieder kommen neue Trends auf. Wie man mit diesen umgeht, wie man sie am besten umsetzt oder von was man am besten die Finger lässt, das lernt man meist nur durchs ausprobieren – und dadurch, dass Kollegen einen an den eigenen Erfahrungen und dem eigenen neugewonnen Wissen teilhaben lassen.



WO SIND NUR DIE IDEEN GEBLIEBEN?

*Tausende Mitarbeitende, aber nur 20 Ideen im Jahr?
Wie kann das sein?*

Ein erfolgreiches Ideenmanagement lebt von der Beteiligung der Mitarbeiter. Doch in vielen Unternehmen bleibt das Potential ungenutzt, weil sich nur ein Bruchteil der Belegschaft aktiv einbringt. Woran liegt das? Grob kann man die Ursachen in drei Punkten zusammenfassen:

- *Unkenntnis über das System und dessen Funktionsweise*
- *Fehlende Anreize*
- *Frustration nach vergangenen Einreichungen durch lange Durchlaufzeiten oder mangelnde Wertschätzung*

Für Unternehmen ist es essenziell die richtigen Maßnahmen zu finden, um diesen Problemherden entgegen zu wirken und Mitarbeitende gezielt zur Teilnahme am Ideenmanagementprozess zu motivieren.

Bewusstsein schaffen und Aufmerksamkeit generieren

Unternehmen nutzen verschiedenste Möglichkeiten, um mit ihren Mitarbeitenden zu kommunizieren: Newsletter, Sharepoints, Intranet... an all diesen Schnittpunkten kann und soll auch das Ideenmanagement beworben werden. [Der Link zur Ideenmanagementsoftware sollte prominent und leicht zu finden sein.](#) Außerdem sind Kampagnen probate Mittel, um mehr Aufmerksamkeit zu schaffen.

Ein Monat der Nachhaltigkeit, eine Woche zur Arbeitssicherheit oder Aktionen zu spezifischen Arbeitsbereichen oder Produkten – [Kampagnen liefern nicht nur Denkanstöße für potenzielle Einreicher, sondern auch die ideale Gelegenheit, die Werbetrommel für das Ideenmanagement zu rühren.](#) Sie bieten außerdem einen guten Anlass, Infomaterial bereitzustellen oder sogar Schulungen anzubieten.

Anreize kreieren, die wirklich gut ankommen

Der wohl am häufigsten genutzte Anreiz im Ideenmanagement ist die [Geldprämie](#). Ein kleiner Bonus auf der Gehaltsabrechnung – wer sagt da schon nein?

Gerade wenn man versucht, mehr Sichtbarkeit für das Ideenmanagement zu schaffen, sind Geldprämien aber unsichtbar und wirken anonym. Viele Unternehmen setzen daher auf [Sachprämien](#). Wenn eine Kollegin nach dem Einreichen einer besonders tollen Idee einen Grill überreicht bekommt, kriegt das schließlich das ganze Team mit, und vielleicht sogar die Nachbarabteilung. Doch auch Sachprämien haben ihre Nachteile. Oft fehlt es an Variabilität und Individualisierung. Außerdem legt das Steuerrecht den Sachprämien einige Hürden in den Weg.

Als dritte Möglichkeit würdigen Unternehmen besonders tolle Ideen und ihre Einreicher oft durch spezielle [Veranstaltungen](#) und [Auszeichnungen](#) z. B. zur „Idee des Monats“ oder „Idee des Jahres“. Mit einem [Punktekonto](#) wird noch mehr Flexibilität in das System gebracht. Mitarbeitende können selbst entscheiden, welche Prämie sie bevorzugen.

Welche Art der Prämie, welche Art des Anreizes die richtige ist, hängt dabei vom Unternehmen, seiner Größe, seiner Branche, und vor allem von den Mitarbeitenden ab. Ein Unternehmen trifft die beste Wahl dann, wenn es seine Mitarbeitenden kennt und Anreize gezielt auf sie abstimmt.

Reduzierung von Frustrationspunkten

Ärgerlich ist, wenn Mitarbeitende, die in der Vergangenheit viele und gute Ideen eingereicht haben, plötzlich aus den Einreicherlisten verschwinden. Offensichtlich sind sie über das Ideenmanagement gut informiert und sind – ob intrinsisch oder extrinsisch – motiviert, Verbesserungen vorzuschlagen. Häufig ist der Grund hier, dass sie der Prozess bei früheren Einreichungen frustriert hat, und sie dieses Ärgernis nicht mehr auf sich nehmen wollen. Die Frustration kommt meist von ungenügender Wertschätzung oder langen Durchlaufzeiten der Ideen. Mit fehlender Wertschätzung ist hier nicht die Wertschätzung des Unternehmens, welche oft in Form von Prämien gezeigt wird, gemeint, sondern die der Kollegen und vor allem der Vorgesetzten.



Quelle: AdobeStock-Daria

Hier geht's weiter →

Gerade bei dezentral organisierten Ideenmanagementprozessen, wo die Idee zunächst an die eigene Führungskraft weitergereicht wird, wirkt sich die Einstellung der Vorgesetzten zum Ideenmanagement schnell auf das Team aus. Wenn Führungskräfte das Bearbeiten, Begutachten und Bewerten von Ideen als zusätzliche Arbeitslast empfinden, hält sich die Begeisterung über neue Vorschläge im System meist in Grenzen. Dies äußert sich schnell in abwertenden Kommentaren, einer gedrückten Stimmung oder eben auch einfach in langen Durchlaufzeiten von Ideen, weil die Führungskräfte offene Aufträge schlicht nicht bearbeiten. So werden Einreicher schnell abgeschreckt, sich noch einmal die Mühe einer Ideeneinreichung zu machen.

Wichtig ist, dass alle am Ideenmanagementprozess beteiligten Personen motiviert sind mitzumachen und das Vorhaben voranbringen wollen. Ob durch ein eigenes Prämiensystem, die Gestaltung der Arbeitsverträge oder die Kultur des Unternehmens und das Engagement der Management-Ebene, Hauptsache alle ziehen an einem Strang.

Was zählt:

Ein erfolgreiches Ideenmanagement erfordert mehr als nur eine hohle Struktur – es braucht klare Kommunikation, attraktive Anreize und eine wertschätzende Unternehmenskultur. **Nur wenn Mitarbeitende wissen, wie sie Ideen einreichen können, davon profitieren und sich ernst genommen fühlen, wird das volle Innovationspotenzial ausgeschöpft.** Unternehmen, die diese Faktoren gezielt verbessern, schaffen eine lebendige Ideenkultur und sichern sich langfristig Wettbewerbsvorteile.

Sie möchten frischen Wind in Ihr Ideenmanagement bringen und mehr Mitarbeitende dazu motivieren sich mit Verbesserungsvorschlägen zu engagieren? Sprechen Sie uns an! Wir beraten Sie gerne, wie Sie mehr Aufmerksamkeit für Ihr Ideenmanagement schaffen können und welche Anreize in Ihrem Unternehmen wirklich wirken.

Sie erreichen uns unter:
+49 (0)40 / 54 72 41 – 30
iqx@beracom.de



BERACOM BEI LINKEDIN

Spannende Artikel zu aktuellen Themen, Veranstaltungsankündigungen und interessante Einblicke - bleiben Sie immer auf dem Laufenden und folgen Sie BeraCom auf LinkedIn.

*mit einem
Klick zu BeraCom*

INNOVATION HÖRT NIE AUF

So geht auch die Copetri Convention in die nächste Runde und wir sind wieder mit dabei.

Copetri, das steht für Community, People, Transformation und Innovation. Über 250 Expertinnen und Experten treffen sich gemeinsam mit 4.500 klugen Köpfen, um sich auszutauschen, gemeinsam an Lösungen zu arbeiten und Best-Practice Cases vorzustellen. BeraCom ist gemeinsam mit der Plattform für Innovation Deutschland (PFID) wieder mit von der Partie. An unserem Stand wird es zum Beispiel Lesungen aus dem Buch Cross Innovation der PFID geben und die Möglichkeit, sich mit den Autoren direkt auszutauschen. Außerdem veranstalten wir spannende Workshops unter anderem zu den Themen „KI und Transformation“ und „Mindset und Psychologie in Cross Innovation Teams“.

Neben Workshops, Panels und Buchlesung ist auch der Stand an sich ein absolutes Highlight mit Exponaten aus der Welt der Robotik und Virtual Reality. Gleichzeitig zeigen wir, wie moderne Innovationskultur heute aussehen kann – mit frischen Impulsen rund um Ideenmanagement, Zukunftstechnologien und natürlich IQX. Wir freuen uns auf inspirierende Gespräche und den Austausch zu neuen Denkanstößen, Methoden und Möglichkeiten, gemeinsam Innovation voranzutreiben.

Haben wir Ihre Neugier geweckt?

Die Messe findet am **3. und 4. Juni in Mainz** statt. Weitere Informationen finden Sie [hier](#)

Natürlich haben Sie als BeraCom Kunde die Möglichkeit, **vergünstigte Tickets** zu ergattern. Mit dem Code COCON25-PFID-20 sparen Sie 20%!

Sichern Sie sich Ihre Tickets [hier](#)
Vielleicht hat ja auch eine Kollegin oder ein Kollege Interesse? Leiten Sie den Link gern weiter!

Das erwartet Sie:

- » Lesungen & Austausch zum Buch „Cross Innovation“
- » Panel „Transformation meets Innovation“
- » Workshops zu KI, Cross Innovation, Mindset & Transformation
- » Exponate aus Robotik & VR



SIE HABEN NOCH FRAGEN?

Sie wollen mehr über IQX erfahren?
Besuchen Sie: **IQX**

Wir sind sehr gerne für Sie da:

+49 (0)40 / 54 72 41 - 30
iqx@beracom.de