

Steuerungsinstrumente für das Management von Innovationen bei T-Mobile

Lothar Harings,
Vorstandsmitglied TMO, HR

Kongress Menschen machen Innovationen

T-Mobile

T-Mobile – Das Unternehmensprofil und Zielsetzung

Unternehmensprofil:

- Mehr als 90 Mio. Teilnehmer in 11 Ländern bedient (2004)
- Über 20 Mrd. € Umsatz in 2004
- Mitarbeiteranzahl: 45.000 weltweit
- Das "One Company" Programm begann 2002



Unternehmensziel/Mission:

T-Mobile will be the most highly regarded **service company** with the passion to provide the **true freedom** to move **for everyone**.

Unternehmenskultur und -werte

Spiegeln sich in den
6 Guiding Principles

Leistungstreiber der TOP innovativen Unternehmen*

- Strategischer Fokus auf Zielkunden, BSC, Kundenzufriedenheit
- Klare, kommunizierte Geschäftsstrategie
- Effektive und schnelle Entscheidungskultur
- Nutzen des "Lessons learned"/Best Practice
- Lernen im Arbeitsumfeld und Teilen von Wissen

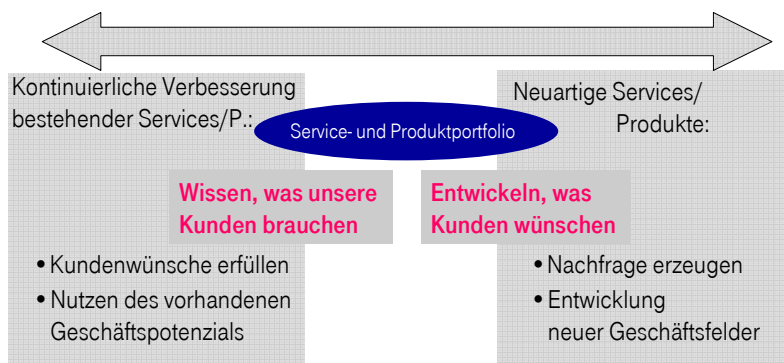
- Innovationskultur

3

*Auf Basis einer Studie von Synesis 2003.

Wir definieren Innovation als...

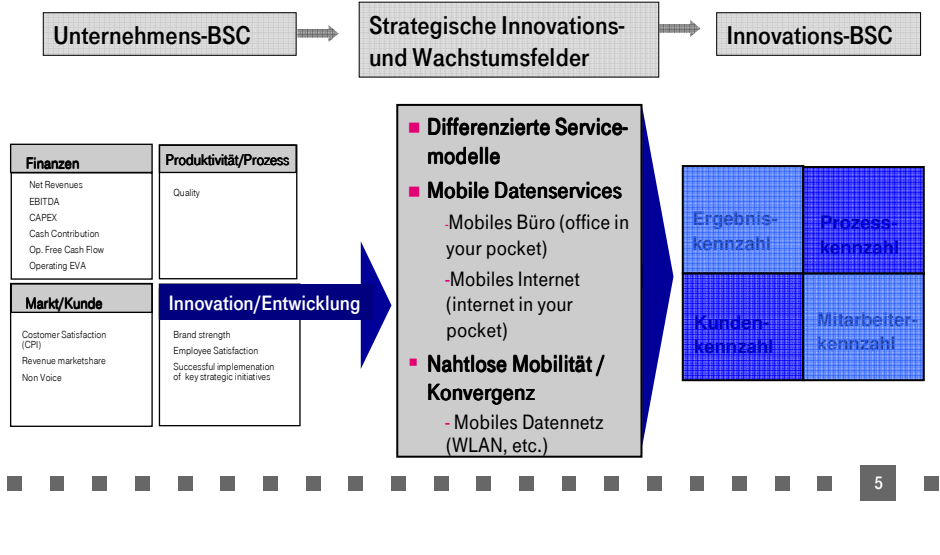
...Kundenorientierte Weiterentwicklung unseres Service- und Produktportfolios



4

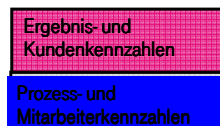
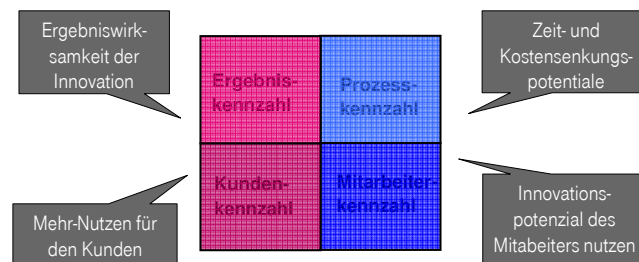
Strategische Steuerung der Innovation

Kaskadierung auf die Innovations-BSC T-Mobile



Grundlagen zur Steuerung von Innovation: KPI und Reporting

- Produkt- und Dienstleistungsinnovation vor dem Hintergrund: **Mehr-Nutzen für den Kunden**
- Quartalsberichte: Innovationsreporting anhand quantitativer (u. qualitativer) KPIs



→ nach außen gerichtet: Kundenfokus

→ nach innen gerichtet: Prozessverbesserung auf Basis der Kundenanforderung und Nutzen des Mitarbeiterpotenzials

6

Definierte und implementierte KPIs für T-Mobile

Ergebniskennzahlen	Prozesskennzahlen
<ul style="list-style-type: none"> • Net Present Value des Innovationsportfolios • Innovationsrate • R&D Intensität • Einsparungen (€) durch Verbesserungsvorschläge • Return on Investment neuer Produktlaunches 	<ul style="list-style-type: none"> • Anteil Innovationszielen • Time to Market • Ø Zeitdauer für die Bewertung von Innovationsvorschlägen • Anzahl MA in Innovationsprozessen • Channel Management: Anzahl durchlaufender Service-Entwicklungen
Kundenkennzahlen	Mitarbeiterkennzahlen
<ul style="list-style-type: none"> • Bewertung des Innovationsimages 	<ul style="list-style-type: none"> • Bewertung der Innovationskultur durch die Beschäftigten (T-Spirit Befragung) • Klarheit Innovationsprozess aus MA Sicht • Anzahl an Innovationsvorschlägen von Beschäftigten • Anzahl an angenommenen (realisierten) Innovationsvorschlägen • Anzahl Patente pro Mitarbeiter

7

Management von Innovation

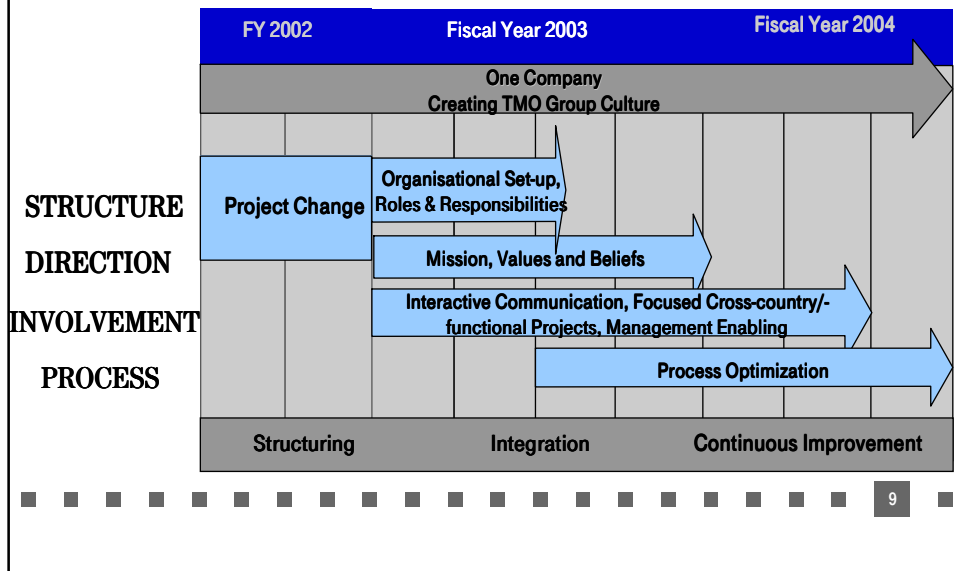
Steuern und Enabling durch IT, Prozesse und Kultur



8

*Auf Basis einer Studie von Synesis 2003.

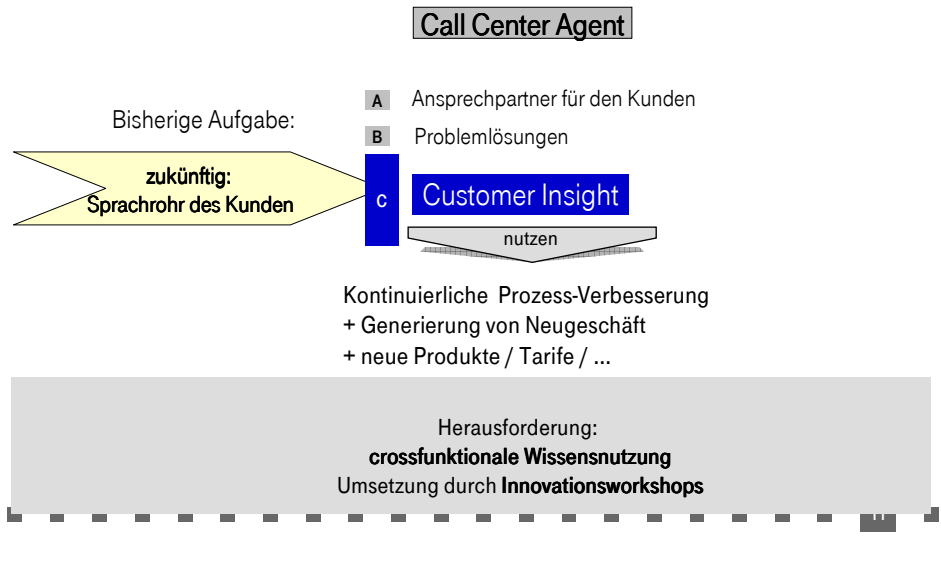
Strategie integrieren und leben: T-Mobile Story Roadmap "One Company"



Innovationskultur: Verankert in den Guiding Principles Beispielhaft für den Bereich Customer Service



Innovationskultur: Customer Insight sichern



Innovation im Unternehmen implementieren

Leistungstreiber der TOP innovativen Unternehmen*	Korrespondierend: Instrumente@ T-Mobile
<ul style="list-style-type: none"> • Strategischer Fokus auf Zielkunden, BSC, Kundenzufriedenheit 	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Unternehmens/Innovations-BSC, Zielemanagement, CPI
<ul style="list-style-type: none"> • Klare, kommunizierte Geschäftsstrategie 	<ul style="list-style-type: none"> ➔ One Company/T-Mobile Story
<ul style="list-style-type: none"> • Effektive und schnelle Entscheidungskultur 	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Decision Rights für Matrix- Org.
<ul style="list-style-type: none"> • Nutzen des "Lessons learned"/Best Practice • Lernen im Arbeitsumfeld und Teilen von Wissen 	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Projekt-Datenbank, Story telling/Share iT!, Knowledge Management (KM) ➔ Innovationsworkshops
<ul style="list-style-type: none"> • Innovationskultur 	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Guiding Principles

12

*Auf Basis einer Studie von Synesis 2003.

Backup

*Auf Basis einer Studie von Synesis 2003.

Knowledge Sharing - IT als Innovations-Motor Von der Projekt-Datenbank zur Wissensplattform für die T-Mobile Gruppe

