

[Beratertool](#) > [Toolbox Berater](#) > [Innovation](#)





Checkliste Innovation Handlungstipps und Anregungen

Die Innovationsfähigkeit von Unternehmen hängt angesichts des demographischen Wandels zunehmend davon ab, in wie weit es gelingt, die Potenziale der verschiedenen Alters- bzw. Beschäftigtengruppen im Betrieb für Innovationen zu nutzen. Es gilt vor allem, das **Potenzial der älteren Beschäftigten gezielt in Innovationsprozesse einzubeziehen** und entsprechende **Freiräume für Innovation** zu gewähren. Andererseits bietet die Alterung der Gesellschaft vielfältige Möglichkeiten für neue Produkte und Dienstleistungen. Um diese Chancen zu nutzen, sollten Betriebe **den demographischen Wandel explizit als Innovationstreiber in ihre Strategien einbinden**.

Überprüfen Sie gemeinsam mit Ihren Ansprechpartnern im Unternehmen anhand der folgenden Checkliste, welche Fragen und Aspekte für den Betrieb von Bedeutung sind. Ist es notwendig und sinnvoll, vor dem Hintergrund der absehbaren Veränderungen durch den demographischen Wandel bestimmte Themen anzupacken?



Halten Sie Ihre Überlegungen, Ideen und Ergebnisse im **Handlungsplan „Das demographiefeste Unternehmen“** im Bereich **Innovation** fest! Tragen Sie den konkreten **Handlungsbedarf** ein und formulieren Sie gemeinsam mit dem Unternehmen ein **Ziel**. Notieren Sie die **Maßnahmen**, die der Betrieb ergreifen soll, und tragen Sie ein, bis wann das Thema angepackt werden soll. Legen Sie unbedingt fest, wer dafür **verantwortlich** ist!

Die mit  und  gekennzeichneten Checklisten und Informationen können durch Mausklick direkt aufgerufen werden. Sie können sich die Dokumente aber auch auf der Seite „ Checklisten für Berater von A-Z“ bzw. „ Informationen für Berater von A-Z“ im Beratertool herunterladen.

© Modellprojekt „Mit älter werdenden Beschäftigten wachsen – AGE-Management in KMU“

Mit finanzieller Unterstützung des Landes Nordrhein-Westfalen und des Europäischen Sozialfonds





Nutzung des Potenzials Älterer in Innovationsprozessen

Verabschieden Sie sich von der Vorstellung, dass die Innovationsfähigkeit von Menschen mit zunehmendem Alter automatisch abnimmt. Das Innovationspotenzial der Beschäftigten lässt sich über das gesamte Berufsleben erhalten bzw. steigern.

Machen
wir schon

Sollten
wir machen

Keine
Bedeutung

Schaffen Sie eine „Innovationskultur“ in Ihrem Betrieb, die die speziellen Kompetenzen der Älteren (Methoden-Know-how, Geduld, Erfahrung, Besonnenheit, Übersicht etc.) wertschätzt und für Innovationsprozesse nutzt.

Identifizieren Sie regelmäßig die Schlüsselpersonen in Innovationsprozessen - nicht nur die Fachpromotoren, sondern auch die Personen, die Innovationsprojekte vorantreiben.

Nutzen Sie Synergien und setzen Sie z.B. auf eine gezielte Teambildung älterer und jüngerer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Innovationsprojekten und -prozessen. ✂ ⓘ

Schaffen Sie über die Teams hinaus informelle Möglichkeiten für einen regelmäßigen Austausch von Wissen, Erfahrungen, Ideen etc. Achten Sie darauf, dass sich alle Beschäftigtengruppen daran beteiligen.

Gewähren Sie Freiräume für die Entwicklung und Umsetzung neuer Ideen. Vermitteln Sie Ihren Beschäftigten, dass Innovationsprozesse Lernprozesse sind und gehen Sie mit Fehlern tolerant um.

Nutzen Sie nicht nur die Altersverschiedenheit, sondern die „Buntheit“ Ihrer Belegschaft insgesamt, um Impulse für neue Produkte und Dienstleistungen zu erhalten. Beziehen Sie die unterschiedlichen Gruppen (Alte, Junge, Frauen, Männer, Beschäftigte mit Migrationshintergrund etc.) in Ihre Strategieentwicklung ein.

Nutzen Sie das Betriebliche Vorschlagswesen, um die Ideen aller Beschäftigtengruppen abzugreifen – z.B. durch „Sonderwettbewerbe“ für bestimmte Themen oder Mitarbeitergruppen.

Vermeiden Sie eine Spezialisierung Ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Sinne einer Trennung bzw. Zuordnung von Jungen zu neuen und Alten zu alten Produkten und Technologien in Ihrem Betrieb.

Unterstützen Sie das Engagement – besonders auch der Älteren – Ihrer Beschäftigten in Arbeitskreisen, Fachverbänden etc. Nutzen Sie gezielt und systematisch die Kontakte sowie die Zugänge zu externem Wissen und neuen Impulsen, die dadurch entstehen.

✂ Teambildung im Innovationsprozess – Leitfaden

[\[http://www.age.aroew.spirito.de/data/checklist_it.pdf\]](http://www.age.aroew.spirito.de/data/checklist_it.pdf)

ⓘ Teambildung im Innovationsprozess – Handlungsempfehlungen

[\[http://www.age.aroew.spirito.de/data/innoteam_it.pdf\]](http://www.age.aroew.spirito.de/data/innoteam_it.pdf)

TIPP: Schaffen Sie eine Unternehmenskultur, die sowohl innovationsförderlich als auch demographiegerecht ist!



Demographischer Wandel als Treiber für Innovationen

Beachten Sie, dass sich der demographische Wandel möglicherweise auch auf Ihre derzeitigen Abnehmermärkte auswirkt. Wenn Sie z.B. in bestimmten Regionen Ihre Absatzmärkte haben, informieren Sie sich, wie sich die Bevölkerungsstruktur dort entwickelt. ⓘ

Machen wir schon
Sollten wir machen
Keine Bedeutung

Nutzen Sie Studien zum „Megatrend Demographischer Wandel“. Diese zeigen allgemeine Trends und Chancen auf und können Ihnen eine erste Orientierung bieten. Springen Sie aber nicht unreflektiert auf diese Trends. ⓘ ⓘ

Machen Sie sich klar, welche Auswirkungen das für Ihren Betrieb bzw. auf Ihre Produkte und Dienstleistungen hat. Wie sieht die zukünftige Altersstruktur Ihrer Kunden voraussichtlich aus? Verändern sich die Bedürfnisse und damit die Anforderungen an Ihre Leistungen

Überprüfen Sie, ob Ihre Produkte angesichts des demographischen Wandels zukünftig um Dienstleistungen ergänzt werden sollten (z.B. Installation und Einweisung/Schulung vor Ort bei komplexen technischen Produkten).

Beachten Sie die veränderten Erwartungen und Anforderungen der älter werdenden Zielgruppen. Analysieren Sie, ob sich Ihre Leistungen z.B. hinsichtlich Design und/oder Gebrauchsfunktionalität zukünftig verändern müssen.

Bedenken Sie, dass sich Ihre Vermarktungsstrategien und -wege möglicherweise grundlegend verändern werden. Legen Sie dabei besonderen Wert auf die Ansprache der Zielgruppe 50plus (diese erreichen Sie nicht mit „Seniorenteller“, „Seniorenreisen“ oder „Heizkissen“).

Achten Sie darauf, dass reifere Kunden ggf. auch beim Anbieter „lebenserfahrenere“ Ansprechpartner erwarten – speziell bei anspruchsvolleren Produkten und Dienstleistungen. Einige Unternehmen haben dieses bereits umgesetzt, indem sie ihr Verkaufspersonal auf die Zielgruppe 50plus abstimmen (z.B. auch durch entsprechende Schulung der MitarbeiterInnen).

Stellen Sie sich auf einen „langen Atem“ ein. Im „Seniorenmarkt“ ist die Akzeptanz und Zahlungsbereitschaft für neue Dienstleistungen noch nicht auf breiter Ebene vorhanden, sondern muss noch erst geschaffen werden.

ⓘ Portal der Bertelsmannstiftung zur demographischen Entwicklung in den Regionen [<http://www.wegweiserdemographie.de>]

ⓘ „Wirtschaftsmotor Alter“ (Studie; Kurzfassung) [http://www.age.aroew.spirito.de/data/wirtschaftsmotor_kurz.pdf]

ⓘ Internetportal „Wirtschaftskraft Alter“ [<http://www.wirtschaftskraft-alter.de>]

TIPP: Arbeiten Sie bei der Erschließung der Chancen des demographischen Wandels mit ExpertInnen zusammen, die sich auf diesen Bereich spezialisiert haben!