

These 5: Kunden werden zu Mitarbeitenden

Wertvolles Kundenwissen

Als Kunden kennen wir die Stärken, Schwächen und Probleme eines Unternehmens. Dieses Wissen macht uns für Unternehmen wertvoll. Unternehmen versuchen dieses Wissen verstärkt zu nutzen. Durch das Engagieren von Kunden kann ein Unternehmen flexibel auf das situativ beste Wissen zurückgreifen – ohne langfristige Verträge abschliessen zu müssen. Mögliche Aufgaben für «Kundenmitarbeitende» fallen in der Vermarktung (Bekanntmachung eines Produktes, einer Idee, eines Unternehmens), der Produktentwicklung (Verbesserungspotenziale benennen, Innovationen andenken), der Unternehmensentwicklung (Prozesse beurteilen, Prozessinnovationen sammeln) und im Wissensmanagement (Marktforschung, Trends aufspüren) an.

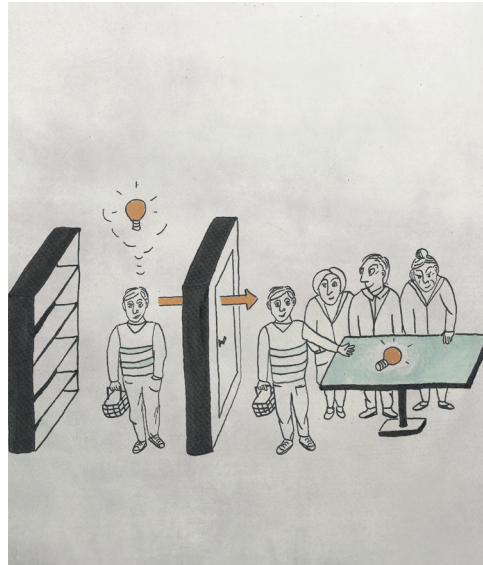


Illustration: Julia Weiss

logik um: Innovation ist nicht mehr technologie-, sondern marktgetrieben, die Treiber sind nicht mehr die Manager, sondern die Kunden. Indem Kunden die Innovationen hervorbringen, sparen Unternehmen Ressourcen und reduzieren gleichzeitig das Floprisiko neuer Ideen.

Kunden wollen belohnt werden

Mitarbeitende Kunden werden für ihre Ideen bisher in Form von Reputation und Aufmerksamkeit meist nur immateriell entschädigt. Eine finanzielle Entschädigung bleibt aber aus oder ist im Verhältnis zu realisierten Erträgen verschwindend klein. Kunden werden es sich in Zukunft nicht mehr gefallen lassen, wenn sie ohne Entschädigung ein Produkt oder ein Unternehmen weiterentwickeln. In diese Richtung zielt die Initiative der Migros, bei der die Erfinder der neuen Terra-Chips mit einem Prozent an deren Umsatz beteiligt werden.

Kunden sind die zukünftigen Manager

Die Integration der Kunden wird sich auf die Steuerung des Unternehmens ausweiten. Kunden werden vermehrt Einfluss auf die Unternehmen

ausüben wollen, die sie mit ihren Kaufentscheidungen am Leben erhalten. Zudem verfügen Kunden häufig das für die Weiterentwicklung eines Unternehmens wichtigste Wissen. Erste Beispiele für die Kundensteuerung zeigen sich in Form von Kundenparlamenten, Kundenräten (z. B. SBB oder SRG SSR) oder in der Abstützung von Unternehmensentscheidungen auf der Befragung der Beteiligten. Der zunehmende Wunsch nach Selbstbestimmung zeigt sich auch dort, wo Kunden ausserhalb von Unternehmen Produkte entwickeln. So kreieren zum Beispiel auf «unserAller» die Nutzer neue Produkte und suchen dann Unternehmen, welche diese produzieren und vertreiben. Nicht zu vergessen sind alle Initiativen, bei denen ausserhalb der Marktlogik Produkte im Do-It-Yourself-Prinzip hergestellt und geteilt werden. Die gerade entstehenden 3D-Drucker werden dieser Bewegung zusätzlicher Kraft verleihen.

Kunden als Kapitalgeber

Eine andere Möglichkeit der zukünftigen Kundenmitarbeit zeigt sich im finanziellen Bereich. Kunden werden an den Erfolgen «ihrer» Unternehmen beteiligt sein wollen. Diese Idee ist in Genossenschaften schon lange verankert. Eine andere Form der zukünftigen finanziellen Einflussnahme durch Kunden ist das Crowd Funding (vgl. z. B. startnext, 100 days). Dabei legen «Fans» Geld zusammen, um Investitionen zu tätigen. Zum Beispiel könnten Patientenorganisationen und Betroffene die Forschung an einer bestimmten Krankheit fördern. Oder aber die Fans eines Fernsehkanals finanzieren zusammen die Produktion einer neuen, teuren TV-Show.

Von Dr. Joël Luc Cachelin. Die Artikelserie basiert auf der Studie «Die Zukunft des Arbeitsmarkts – 12 Diskussionsthesen zur Entwicklung der Arbeitsmärkte für Hochqualifizierte», herausgegeben von der «Wissensfabrik» (wissensfabrik.ch) sowie Nellen und Partner (nellen.ch). Ansprechpartner ist Christian Ernst.

Internet fördert Kundenintegration

Das Internet erleichtert diese neue Form der Zusammenarbeit zwischen den Unternehmen und ihren Kunden. Zum einen kann die Arbeit schnell und einfach ausgeschrieben werden. Zum anderen brauchen die Kundenmitarbeitenden nicht mehr als ihre Ideen, einen Computer und einen Internetanschluss, um sich an einem Projekt zu beteiligen. Das Internet schafft Transparenz, wer wie in welchem Projekt mitgearbeitet hat. Data Mining ermöglicht es, die im Hinblick auf das generierte Wissen aktivsten und wertvollsten Kunden zu identifizieren. Das ist die Grundlage, um sie stärker an das Unternehmen zu binden.

Neue Innovationslogik

Diese Integration der Kunden wird auch als «Open Innovation» bezeichnet. In den letzten Jahren sind zahlreiche Plattformen entstanden, auf denen Unternehmen die Öffentlichkeit zur Mitarbeit aufrufen (z. B. atizo). Unternehmen nutzen auch eigene Internetseiten, um mit ihren Kunden zusammen zu arbeiten (z. B. Starbucks, Lego, Migros). Das Internet kehrt die gängige Innovations-

CAS .NET Enterprise Applications 2012/13
Technologische, methodische Kernkompetenzen für Entwurf/Realisierung verteilter Systeme und die praktische Umsetzung

Datum: Freitag, 24. August 2012

Dauer: 20 Tage Ort: HSR Rapperswil/Zürichsee

Info: HSR Hochschule für Technik Rapperswil

www.hs-zh.ch/weiterbildung/, Tel. +41 55 222 4921

Hotel- und Krisenmanagement (ZLG/CAS)

Zertifikatslehrgang: Mobilität und Krisen erfolgreich managen durch professionelle Planung und Vorbereitung

Datum: Mittwoch, 12. September 2012

Dauer: 09.30 bis 18.00, 12x Mittwoch Ort: ZHAW, 8400 Winterthur

Info: ZHAW Kompetenzzentrum für Sicherheits- und Risikomanagement, www.hs-zh.ch, Tel. 058 934 77 30

MAS Integriertes Risikomanagement

Master of Advanced Studies in Integrated Risk Management mit 100% praxisorientierten Zertifikatslehrgängen (ZLG/CAS)

Datum: Donnerstag, 13. September 2012

Dauer: 6 Semester Ort: ZHAW, 8400 Winterthur

Info: ZHAW Kompetenzzentrum für Sicherheits- und Risikomanagement, www.hs-zh.ch, Tel. 058 934 77 30

Ein Master für die Umwelt

Möchten Sie sich als Spezialist/in für einen modernen Umweltschutz einsetzen? Dann sind Sie bei uns richtig.

Datum: Montag, 17. September 2012

Dauer: 2 Semester Ort: Muttenz, BL

Info: MAS in Umwelttechnik und -management an der FHWW, Muttenz, www.fhnw.ch/lifesciences, Tel. +41 61 467 42 42

MAS Human Computer Interaction Design Univ./FH

Weiterbildung Master of Advanced Studies in Human Computer Interaction Design (HCI)

Datum: Freitag, 5. April 2013

Dauer: 3 Jahre Ort: Uni Basel/Rapperswil

Info: Infoabend am 20.8.2012 in Basel, 31.8.2012 in Rapperswil, www.hs-zh.ch/weiterbildung/, Tel. +41 55 222 49 21

MAS in Software Engineering PhD

Weiterbildung in modernen Software-Engineering-Methoden und -Technologien. Das MAS-SE wird modular angeboten.

Datum: Dienstag, 9. April 2013

Dauer: 4 Semester Ort: HSR Rapperswil/Zürichsee

Info: Infoabend am 12.9. und 25.9.2012 in Rapperswil

www.hs-zh.ch/weiterbildung/, Tel. +41 55 222 4921

Spezialkurse und viele weitere Kurse ...

www.alpha-seminare.ch

