



INNOVATIONSPREIS DER WIRTSCHAFTSZEITUNG

2018



Der Innovationspreis der Wirtschaftszeitung wird unterstützt von:



Ideen gesucht

OSTBAYERN. Bereits zum achten Mal schreibt die Wirtschaftszeitung 2018 den Innovationspreis aus. Die Carolinenhütte GmbH & Co. KG, die Maschinenfabrik Reinhausen, die PCO AG, die Sturm Blechverarbeitung & Systeme GmbH, die Osram Opto Semiconductors GmbH, die Krones AG sowie die CTS GmbH waren die bisherigen Preisträger. Wer sich für den Innovationspreis bewerben möchte, kann seine innovative Idee in einer E-Mail skizzieren und an innovationspreis@die-wirtschaftszeitung.de schicken.

Nominiert für den Innovationspreis: Ainöder GmbH

Nie mehr einen Trend verpassen

Künstliche Intelligenz, Big Data und Internet der Dinge – im dichten Dschungel neuer Technologien ist es gar nicht so einfach, den Überblick zu behalten. Der „Ainöder-Alarm“ beobachtet Technologietrends im Kundenauftrag.

Von Stephanie Burger

REGENSBURG. Drei Megatrends und 32 Zukunftstechnologien hat US-Marktforscher Gartner für 2018 identifiziert. Doch inwiefern beeinflussen globale Trends wie künstliche Intelligenz oder digitale Plattformen mein Unternehmen? Ist es die Blockchain, mit der ich mich befassen sollte, oder könnte Deep Learning mein Geschäftsmodell optimieren? Was bringt ein „digitaler Zwilling“ meiner Produktion? Jeder Unternehmer sieht sich mit Fragen dieser Art konfrontiert – und sie stellen sich in der digitalen Welt immer häufiger.

„Trendscouting“ lautet also die Aufgabe der Stunde, um am Puls der Zeit zu bleiben. Denn Trends und Marktentwicklungen frühzeitig zu erkennen und daraus die richtigen Schlüsse zu ziehen, ist existenziell wichtig, um sich langfristig am Markt behaupten zu können. Doch in der Unternehmensrealität sieht es oft so aus, dass das Kerngeschäft die volle Aufmerksamkeit absorbiert und für eine systematische Trendbeobachtung kaum Ressourcen übrig sind. Was noch erschwerend hinzu kommt: Das Aufspüren eines Trends ist nur der erste Schritt, der nächste besteht in seiner Interpretation – eine komplexe, spezifische Kompetenz erfordernde Angelegenheit.

Genau an dieser Stelle setzt der „Ainöder-Alarm“ an, eine Innovation der Ainöder GmbH aus Regensburg. Die softwarebasierte Dienstleistung sorgt dafür, dass Unternehmen nie mehr einen (Technologie-)Trend verpassen. Und nicht nur das – Auftraggeber erhalten eine unternehmensspezifische Trend-Auswertung, die exakt auf ihr Geschäftsmodell, ihre Branche und die für sie relevanten Märkte zugeschnitten ist. Geschäftsführer Andreas Ainöder erklärt die Besonderheit seiner innovativen Dienstleistung: „Die teuren Reports der großen Marktforschungsinstitute betrachten einen Trend aus ‚glo-



Ein Mitarbeiter analysiert die Entwicklung verschiedener Technologietrends.
Foto/Animation: Ainöder/Gorodenkoff - stock.adobe.com

balgalaktischer‘ Perspektive. Ohne individuelle Aufbereitung nützt das jedoch relativ wenig. In unserem Report hingegen ist diese Übersetzungsleistung bereits vollzogen und er geht über die Analyse hinaus, der Kunde bekommt eine konkrete Handlungsanweisung.“ Doch auch damit nicht genug: Der „Ainöder-Alarm“ generiert je nach Bedarf und Verwendungszweck fachliche Reports oder Entscheidungsvorlagen für das Management. „Unser Alarm kann mit verschiedenen Parametern wie Beobachtungszeitraum, Auswertungsintervall und -tiefe gebucht werden“, erklärt Ainöder. Ganz egal, ob ein wöchentliches oder monatliches Reporting gewählt wurde – sollte sich zwischen den festen Benach-

richtigungsterminen etwas hochbrisantes ereignen, so schrillt der „Ainöder-Alarm“ sofort.

Doch was steckt eigentlich technisch hinter der Innovation aus Regensburg? Im Kern ist es ein mit künstlicher Intelligenz gepaartes Softwaresystem, das auf einer umfangreichen Datenbank beruht, die von Algorithmen durchforstet wird. Damit die dafür nötige Technologiekompetenz stets up to date bleibt, kooperiert Ainöder mit einem polnischen Spezialisten für „Predictive Maintenance“ – darunter versteht man ein Verfahren, aus Mess- und Produktionsdaten etwaige Störungen vorherzusagen. Der „Ainöder-Alarm“ hat jedoch noch eine andere Komponente, wie der Geschäftsfüh-

rer erklärt. „Es ist keine Common-sense-Technologie. Spezialisten müssen das, was das System liefert, interpretieren.“ Hier liegt eine weitere besondere Stärke des Regensburger Unternehmens: Ainöder kann auf ein Spezialistenteam aus unterschiedlichen Branchen, wie zum Beispiel Smart Home, Internet der Dinge, Elektrotechnik, Computertechnologie, Automotive oder Mechatronik, zurückgreifen. „Unser großer Vorteil ist es, dass uns die geballte Beraterkompetenz unseres Unternehmens auch für das Trendscouting zur Verfügung steht. Jeder Berater ist auch Scout, er besucht Branchenevents und verfolgt die wissenschaftliche Entwicklung in seinem Fach. Unsere Reports sind im besten Sinne multiperspektivisch.“ Platziert wird der „Ainöder-Alarm“ auf Basis einer ausführlichen Erörterung der Unternehmensbedürfnisse. Ainöder vergleicht die Vorgehensweise mit der des Stilberaters: „Stellen Sie sich vor, Sie geben Ihre Kleidergröße, Vorlieben, Ihren businessstypischen Kleidungsstil und Ihren Hauttyp an. Wir schlagen Ihnen daraufhin ein komplettes Business-Outfit vor, das auf Basis neuester Modetrends, gepaart mit Ihren Vorlieben und beruflichen Bedürfnissen zusammengestellt wird.“

Mit der Auslagerung des Trendscoutings könne außerdem eine „typische“ Gefahr des firmeninternen Trendscoutings gebannt werden, ergänzt Ainöder. „Derjenige, der die Idee hat und ein Projekt anstößt, wird dann im Projektverlauf oft ‚mitgenommen‘, das heißt, er überführt seine Idee selbst in ein Konzept und begleitet sie bis zur Produktentwicklung. Das Innovationsmanagement verliert damit seine Speerspitze, es ist niemand mehr für die systematische Trendbeobachtung zuständig.“

Der „Ainöder-Alarm“ kennt übrigens zwei Auslöser – die Bedrohung und die Chance. In beiden Fällen liefert der „Ainöder-Alarm“ einen fundierten Report inklusive Lösungsansatz.