

## *Syngenta*

*Die Ausarbeitung von Ideen in einem strukturierten Innovationsprozess*



# Die Ausarbeitung von Ideen in einem strukturierten Innovationsprozess



## Das Unternehmen:

- Weltweit führender Agrarkonzern zur Förderung nachhaltiger Landwirtschaft durch innovative Forschung und Technologie

## Die Herausforderung:

- Mehr als 26.000 Mitarbeiter in 90 Ländern
- Erweiterung des Mitarbeiterkreises bei der Entwicklung von innovativen Konzepten
- Saatgutumsatz der Syngenta Seeds GmbH hat 40% Anteil am Umsatz der Syngenta International AG und ist von entscheidender Bedeutung für den langfristigen Erfolg der Gruppe
- Neuer Innovationsansatz bei Syngenta Seeds: Endkunden sollen bei der Entwicklung neuer Produkte einbezogen werden

## Das Ergebnis:

- Die HYPE-Software wurde implementiert, um Ideen aus den Kundenworkshops zu verwalten
- Ideen werden zusammengefasst und Schritt für Schritt durch den Innovationsprozess geleitet
- Es konnten über 800 neue Ideen erfasst und zu 13 Projektvorschlägen entwickelt werden
- Über 400 Mitarbeiter innerhalb des Geschäftsbereichs Saatgut sind nun am Innovationsprozess beteiligt

## Die Herausforderung:

Bei Syngenta, einem der größten Konzerne im weltweiten Agrargeschäft, wurde Innovation seit jeher großgeschrieben. Regelmäßig trafen Mitarbeiter der Entwicklungsabteilung von Syngenta Seeds, der Saatgutsparte des Konzerns, mit ihren Kunden in Workshops zusammen. Gemeinsam wurden Ideen für neue Produkte erarbeitet und anschließend manuell erfasst und verwaltet. Nach einiger Zeit entstand der Wunsch, diesen Ideenfindungsprozess über die Händler hinaus auszuweiten und auch die Erfahrungen der Endkunden mit einzubeziehen. Zusätzlich wollte man einen größeren Mitarbeiterkreis am Innovationsprozess beteiligen. So entstand der Bedarf für eine offene Innovationsplattform zur Saatgut-Entwicklung.

## Die Ausgangssituation:

Die Kreativität und das Know-how der Syngenta-Experten sollten noch effektiver genutzt werden und man entschloss sich im Jahr 2007 eine Ideenmanagementlösung einzuführen. Es wurde ein stringenter, effizienter und gleichzeitig vollständig transparenter Ideenmanagementprozess benötigt. Syngenta wollte die in Einzelhändler- und Verbraucher-Workshops generierten Ideen verbessern, Ideen online kombinieren und die Inhalte aus diesen Workshops schrittweise und mit den jeweilig erforderlichen Personen weiterentwickeln können.



© Syngenta, 2010

## Die Lösung:

Die Softwarelösung von HYPE wurde in einem Pilotprojekt mit 50 Teilnehmern bei Syngenta eingeführt. Ziel war es, zunächst erste Erfahrungen mit den Grundlagen des Online-Innovationsmanagements zu sammeln. Bereits erarbeitete Brainstormingresultate wurden erfasst und online gestellt, wodurch sie gesichert waren und mit anderen geteilt werden konnten. Nach erfolgreicher Pilotphase wurde die HYPE-Software im gesamten Geschäftsbereich Saatgut eingeführt und die Teilnehmerzahl wuchs sofort auf 400 Mitarbeiter an, die gemeinsam Ideen entwickelten. Zusätzlich begann Syngenta mit Online-Brainstorming zu experimentieren, um langfristig die Kundenworkshops zu ergänzen. Unabhängig davon, wo eine Idee entstand, sie wurde in der HYPE-Software erfasst und Schritt für Schritt weiterentwickelt: Idee – Mini-Konzept – Konzept – Projektvorschlag. Diese Entwicklungsstufen stellen sicher, dass nur die besten Ideen als Projekt umgesetzt werden

## **HYPE und Syngenta:**

Syngenta entschied sich 2007 dafür, HYPE als Partner für Innovationstechnologie ins Unternehmen zu holen. HYPE war in der Lage, den vorhandenen Innovationsprozess abzubilden und ihn durch die Flexibilität des Systems auch nach der Einführung weiter zu verfeinern und zu erweitern – und das bei laufendem Betrieb. Ein weiteres wichtiges Kriterium war, dass HYPE den kompletten Service aus einer Hand bieten kann: Von Schulung und Support für die Front-End-Lösung bis hin zum kompletten Konzeptmanagement.

---

**„Mit HYPE können wir größere Gruppen von Mitarbeitern einbeziehen, unabhängig vom Fachgebiet oder dem Standort, an dem sie sich befinden. Kreativität kann nun besser genutzt werden, und jeder kann sehen, was geschieht und weiß, an welchen Ideen wir gerade arbeiten.“**

Elena Ozeritskaya

Manager für Marketinginformation & Innovation  
Syngenta Seeds GmbH

---



Elena Ozeritskaya ist begeistert von der Transparenz und der Wirksamkeit der Lösung

## **Die Neuerungen im Detail:**

Das neue Innovationsmanagement bei Syngenta konzentriert sich auf zwei Schwerpunkte:

- Unterstützung der Kundenworkshops
- Kampagnenbasierte Ideengenerierung

Zur Unterstützung der Kundenworkshops werden die dort generierten Ideen mit HYPE erfasst und zu Mini-Konzepten entwickelt. Bilder werden hinzugefügt und Mitarbeiter können die Idee kommentieren. Die Mini-Konzepte werden anschließend online zu Konzepten weiterentwickelt. Hier findet eine Nutzenabwägung statt und die Top-Ideen werden als Projektvorschlag dem Innovationskomitee zur Überprüfung vorgelegt. Inzwischen wird mehr und mehr Online-Brainstorming durchgeführt. Mittlerweile gibt es über 40 Kampagnen, die teilweise auf Initiative des lokalen und internationalen Managementteams hin entstanden. Der Fokus der Kampagnen ist sehr unterschiedlich und bewegt sich zwischen neuen Produkteigenschaften, Prozessverbesserungen und Lösungen für die Optimierung der Beschaffung, des Marketing oder der Saatgut-Qualität. Einige Kampagnen richten sich an alle Teilnehmer, einige nur an ausgewählte Experten. Zu jedem Zeitpunkt gibt es eine so große Anzahl von Kampagnen, dass sich jeder Mitarbeiter Themen aussuchen kann, die ihn besonders interessieren.

# Die Ausarbeitung von Ideen in einem strukturierten Innovationsprozess

## Das Ergebnis

Das Vertrauen in das neue, zuverlässige Verfahren hat dazu beigetragen, die Ideen der Kunden noch effektiver umzusetzen. Dies festigt nachhaltig die Kundenbindung und stellt sicher, dass keine Idee verloren geht.



© Syngenta, 2010

Bisher wurden mit der Software von HYPE mehr als 800 Ideen bei Syngenta erfasst. Aus diesen 800 Ideen wurden insgesamt 48 Mini-Konzepte entwickelt, von denen 13 in Projektvorschläge umgesetzt wurden. Sobald die Machbarkeit dieser Projektvorschläge nachgewiesen wurde, werden sie zu neuen Produkten weiterentwickelt. Die Umsetzung von Ideen ist ein klarer Messwert für den Erfolg des Programms und HYPE war in der Lage, die Effizienz des Prozesses entscheidend zu erhöhen. Mini-Konzepte werden jetzt online entwickelt und die bessere Sichtbarkeit des Prozesses führt zu einer stärkeren Beteiligung und einer höheren Qualität der Konzepte. Der gesamte Prozess ist besser strukturiert und wesentlich einfacher zu verwalten. Dies führt zu einer effektiveren Auswertung der Inhalte und ist eine ideale Entscheidungsgrundlage bei der weiteren Entwicklung der Konzepte. Mitarbeiter werden für ihre Beiträge belohnt: Mit innovativen Erlebnissen und auch mit Sachpreisen wie beispielsweise einem iPod.



---

### North America Office

HYPE Innovation, Inc.  
1 Broadway, 14<sup>th</sup> floor  
Cambridge, MA 02142  
USA

Phone 1-855-GET-HYPE  
[www.hypeinnovation.com](http://www.hypeinnovation.com)

### European Headquarters

HYPE Softwaretechnik GmbH  
Trierer Strasse 70-72  
53115 Bonn  
Germany

Phone +49-228-2276-0  
[www.hype.de](http://www.hype.de)

---