

Open Innovation ganz konkret: vom BVW zum Innovationsmanagement



Moritz Müller – Flughafen München GmbH
02. März 2017



Agenda

1

Der Flughafen München in Zahlen

2

Der Gedanke Ideen- und Innovationsmanagement

3

Stärkung der Innovationskraft: Endkunden einbeziehen

4

Die positive Entwicklung in Zahlen

Der Flughafen München in Zahlen

Aviation 51%



394.000 Flugbewegungen

100 Airlines

257 Destinationen

Aviation



AeroGround

Ca. 2.000 Mitarbeiter

356.000 Tonnen Luftfracht

~850t Cargo-Umschlag/Tag

Non-Aviation 49%



1.575 Hektar Gesamtfläche

Überdachte Freifläche MAC

650 Mio. für neuen Satellit

Real Estate



Commercial Activities

170 Shops, 50 Restaurants

Eigene Flughafenbrauerei

35.000 Parkplätze

→ € 1,25 Milliarden Umsatz (2015)

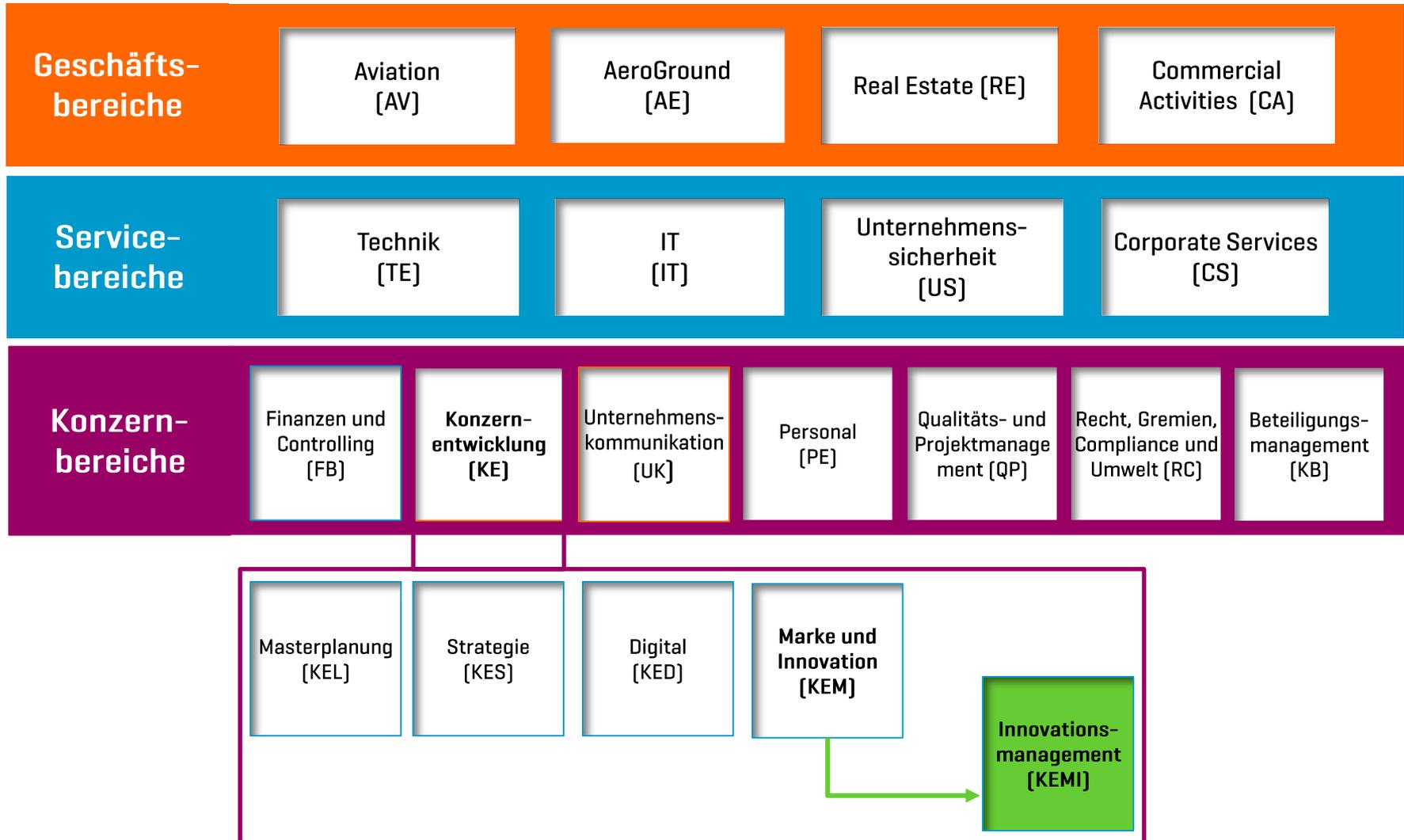
→ 42,3 Millionen Passagiere

32.500 Beschäftigte am Campus ←

Erster Fünf-Sterne-Flughafen Europas ←

3. Bester Flughafen der Welt (Skytrax 2015) ←

Flughafen München GmbH Organisationsstruktur



Agenda

1

Der Flughafen München in Zahlen

2

Der Gedanke Ideen- und Innovationsmanagement

3

Stärkung der Innovationskraft: Endkunden einbeziehen

4

Die positive Entwicklung in Zahlen

Der Flughafen München geht mit dem Ideenmanagement neue Wege

Bei unserem neuen Ideenmanagement „InnovationPilot“ wollten wir uns ganz klar von unserem bisherigen BVW abgrenzen um neuen, innovativen Ideen Raum zu geben. Weiterhin haben wir es uns als Ziel gesetzt, dass Prozesse neu gedacht werden, Bürokratie abgebaut und Prozesse interaktiver gestaltet werden.

Neue Zielgruppen

Konzernweit werden in Zukunft alle Mitarbeiter am Ideenmanagement partizipieren können. Zudem werden Geschäftskunden, Partner und Endkunden mit eingebunden.

Mehr Innovation

Wir wollen Innovationsideen fördern. Durch konkrete Fragestellungen zu bestimmten Themen (Ideenkampagnen) finden wir gezielt Ideen, Antworten und Lösungen.

Neue Prozesse

Durch verbesserte Prozesse sollen Einreichungsquote, Bearbeitungszeit und Umsetzungsquote deutlich verbessert werden.

Schnellere Umsetzung

In jedem Konzernbereich helfen Ideen-Botschafter die Umsetzung schneller durch eine dezentrale Bearbeitung und ein stärkeres Commitment zu realisieren.

Im neuen Ideenmanagement sollen Mitarbeiter motiviert werden Ideen einzureichen

Wir wollen Innovation und neue Ideen fördern – in allen Bereichen! Das neue Ideenmanagement soll weg vom versteiften betrieblichen Vorschlagswesen hin zu einer agilen, kreativen, kommunikativen und innovativen Plattform.

Die Ideenlotsen

Für 7 verschiedene Bereiche des Flughafens wurden sog. Ideenlotsen als Botschafter ernannt, die verantwortlich für eine schnelle Bewertung und ggf. auch Umsetzung der in ihrem Bereich eingereichten Ideen sind.

Führungskräfteziele

Führungskräfte haben ab sofort Zielvereinbarungen und müssen bestimmte Quoten im Bezug auf Einreichungsquote und Umsetzungsgeschwindigkeit erfüllen.

Neue Prämierung

Ein neues Prämierungssystem soll Mitarbeiter mehr motivieren. Jetzt werden nicht nur berechenbare Ideen prämiert, sondern auch attraktive Sachprämien für Ideen ohne berechenbaren Nutzen verliehen. Dies erfolgt über ein Punkteprämiensystem.

Geschäftsführung unterstützt

Herr Dr. Kerkloh, CEO des Flughafen München, unterstützt die Plattform aktiv – bspw. durch eine persönliche Email an alle Mitarbeiter zum Go-Live der Plattform.

Agenda

1

Der Flughafen München in Zahlen

2

Der Gedanke Ideen- und Innovationsmanagement

3

Stärkung der Innovationskraft: Endkunden einbeziehen

4

Die positive Entwicklung in Zahlen

Unsere Endkunden können ab sofort selbst aktiv bei der Gestaltung neuer Produkte und Services am Flughafen München mitwirken

Unsere Kunden wissen am besten welche Produkte und Dienstleistungen sie in Anspruch nehmen möchten. Daher möchten wir zusammen mit unseren Endkunden innovative Ideen diskutieren um uns dadurch weiterzuentwickeln und die bestmögliche Customer Experience zu schaffen.

Co-Creation

Der Kunde von heute möchte die Services und Produkte, die er konsumiert, selbst intensiver mitgestalten, als dies bisher möglich war. Ideen- und Crowdsourcing-Kampagnen ermöglichen eine sog. Co-Creation.

Mehr Kundennähe

Unser neues Ideenmanagement erlaubt es uns, unsere Kunden intensiver einzubeziehen und bietet ihnen Raum, mit Anderen ihre Ideen zu diskutieren. Wir schaffen so gemeinsam mehr Nähe zwischen uns und unseren Kunden.

Mehr Identifikation

Kunden identifizieren sich mehr mit Unternehmen und Produkten, wenn sie sich selbst als Teil des Ganzen fühlen. Die Partizipation in einer Ideenkampagne ist wichtiger Bestandteil dieses Identifikationsprozesses und unseres Markenverständnisses.

Den Kunden besser verstehen

Wenn uns unsere Kunden ihre Meinungen, Wünsche und Bedürfnisse mitteilen, dann verstehen wir sie auch besser und können diese wichtigen Erkenntnisse in zukünftige Entscheidungen einfließen lassen.



Hallo Moritz Muellerl

Aktuelle Sprache: de

[Startseite](#)

[Idee einreichen](#)

[Aufgaben](#) 2

[Reporting](#)

[FAQs](#)

[Neuigkeiten](#)

InnovationPilot

IDEEN UND INNOVATIONEN AM FLUGHAFEN MÜNCHEN



Aktuelle Kampagnen



Wer wartet schon gerne...



Highlight-Event am Flughafen München

Aktuelle Kampagnen



Nachhaltigkeit

Verbesserungsideen einreichen



Mitarbeiter



Flächen & Gebäude



Servicequalität & Passagierprozesse



Technische Anlagen & Fahrzeuge



IT



Abteilungsbezogene Ideen



Marke & Innovation

Neues



**Habe Mut, dich
deines eigenen
Verstandes zu
bedienen!**

Immanuel Kant

Neue Blogbeiträge

Nachhaltigkeit – ein sehr vielfältiges Thema, das in der Politik und Gesellschaft...

📅 18 Jan 2017 im Blog

Ab heute haben Sie die Möglichkeit in unserem Prämienshop vorbeizuschauen und sich...

📅 05 Dez 2016 im Blog

Vom „3D-Druck aus recyclebaren Flaschen“ über den „Support the locals in Retail...

📅 02 Dez 2016 im Blog

Liebe Community, uns haben sehr viele hervorragende Ideen für angenehmere Wartezeiten im...

📅 22 Nov 2016 im Blog

Neue Beiträge

💡 Blutspende-Tage: Das rote Kreuz klagt...

💡 Anlaufstelle für Gäste mit Flugangst...

💡 Verbesserung der E Invoicing Plattform...

💡 "Gutscheine" für den Flughafen: In...

💡 Serviceleistung für die Zuverlässigkeitsüberprüfung von...

Agenda

1

Der Flughafen München in Zahlen

2

Der Gedanke Ideen- und Innovationsmanagement

3

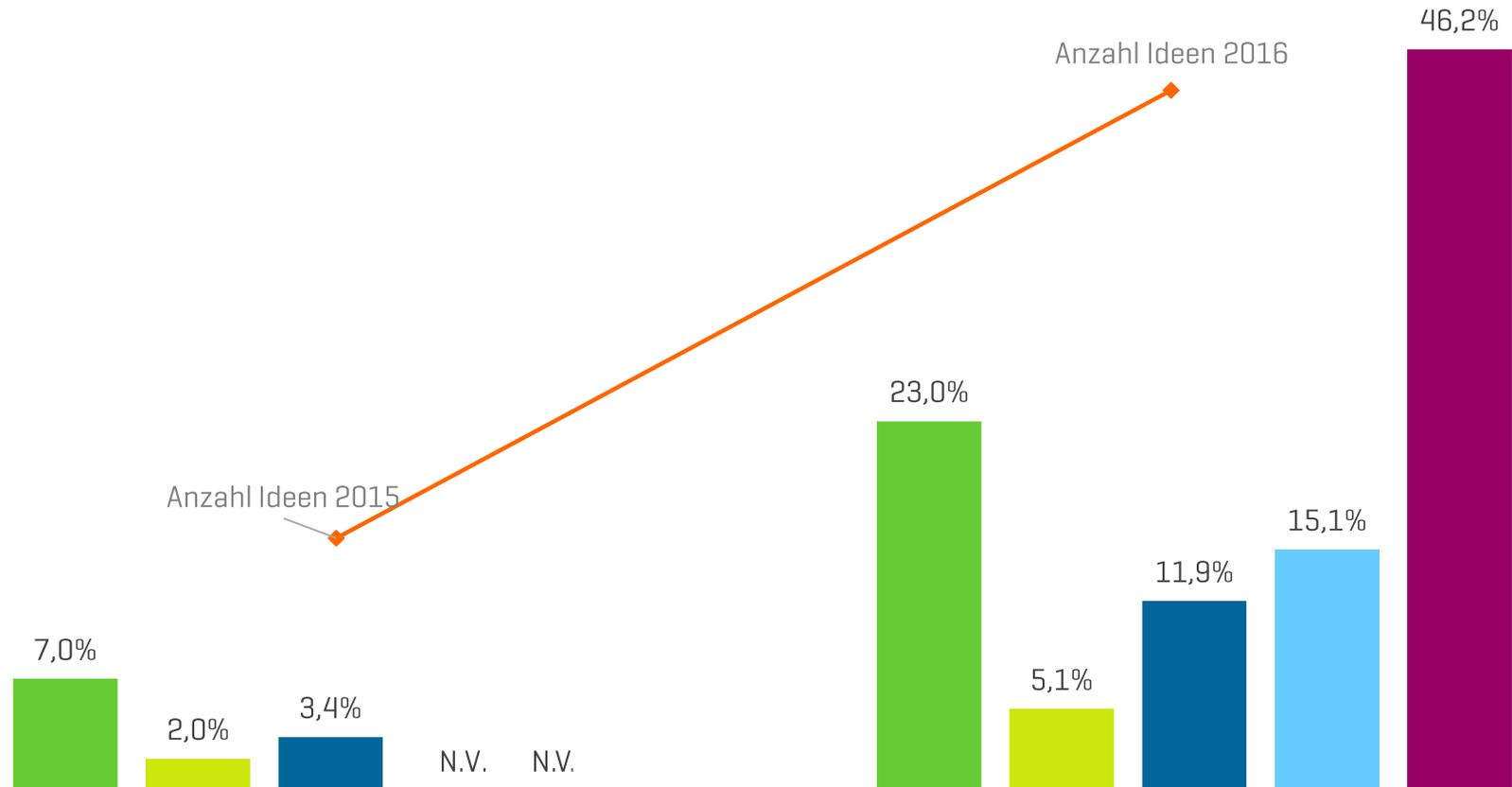
Stärkung der Innovationskraft: Endkunden einbeziehen

4

Die positive Entwicklung in Zahlen

Die Erfolge einer Umstellung klassischer BWV Prozesse und die stärkere Ausrichtung auf Innovationsideen und Collaboration zeigen sich deutlich

■ Einreichungsquote Gesamt* ■ Einreichungsquote** ■ Beteiligungsquote ■ Annahmequote ■ Realisierungsquote



Vielen Dank



Moritz Müller

Corporate Division Corporate Development
Innovation Management

Jan.Moritz.Mueller@munich-airport.de

+49 89 975 435 16

+49 162 274 42 03