

## Case Study Crowdsourced Innovation: „Was begeistert mich bei meinem Optiker?“



### Zusammen mit Nutzern Ideen für einen noch besseren Kundenservice entwickeln

In dieser Case Study zeigen wir Ihnen am Beispiel der Baumann Optik AG in Winterthur auf, wie auch mittelständische Unternehmen Crowdsourced Innovation nutzen können. Zusammen mit eigenen Kunden und Innovatoren aus bestehenden Communities hat Baumann Optik, in einem Projekt auf [www.crowderland.com](http://www.crowderland.com), Ideen für einen noch besseren Kundenservice kreiert. Die besten Ideen werden nun sukzessive umgesetzt.

#### Erfolgreiche Positionierung durch Spezialisierung

Die Aussichten der Augenoptikbranche sehen, auf Grund unserer alternden Gesellschaft, im

Allgemeinen rosiger aus. Immer mehr Menschen sind immer länger auf das Tragen von Brillen oder Kontaktlinsen angewiesen. Über die ganze Branche gesehen ist somit ein Umsatzwachstum sichtbar. Nicht in allen Betrieben wächst der Umsatz jedoch gleich stark. Es sind vor allem die großen Filialbetriebe und neuerdings auch der Direktvertrieb, welche überproportional zulegen. Auch die Digitalisierung hat vor der Augenoptikbranche nicht Halt gemacht. Neue Vertriebskanäle und die Möglichkeit Brillen im Internet virtuell anzuprobieren, verleihen auch dem Online-Handel Auftrieb. Für den Konsumenten sind vor allem das vergrößerte Angebot und der Preiszerfall bei Brillen und Kontaktlinsen ersichtlich.



Für mittelständische Betriebe ist die Lage aber alles andere als hoffnungslos: «Wer sich erfolgreich am Markt positioniert, beispielsweise durch eine Spezialisierung, durch ein vermehrtes Angebot an (optometrischen) Dienstleistungen, aber auch mit marktangepassten Preisangeboten, muss sich nicht fürchten. Vor niemandem.» sagt Thomas Heimbach Vorsitzender Zentralverband der Augenoptiker und Optometristen in Deutschland.



Abbildung 1: Sehanalyse im Labor bei Baumann Optik

## Projektziele und Herausforderungen

Mit diesem Projekt wollte Geschäftsführer Thomas Baumann neue Ideen gewinnen, wie das Einkaufserlebnis seiner Kunden noch gesteigert werden kann. Dabei liess er offen, ob die Ideen neue Produkte, Zusatzangebote, den Service oder die Beratung betreffen. Die Ideen sollten aber eine gewisse Differenzierungsmöglichkeit zur Konkurrenz zulassen. Idealerweise sollten sie Einkaufserlebnisse aus anderen Branchen, mit gleich- oder höherwertigen Produkten, wie z.B. beim Kauf eines Designer Modeartikels, hochwertigem Schmuck, individuell hergestellten Möbeln, beim Kauf eines Fahrrades oder gar eines Autos widerspiegeln. Diese sollten mit geringem Aufwand in die Welt der Optiker und Optometristen transformiert werden können. Die Herausforderungen waren dabei sicherlich aus den zahlreich eingegangenen Vorschlägen jene herauszufiltern, welche einerseits mit vertretbarem Aufwand umsetzbar

sind und andererseits zur Kundenzielgruppe passen. Dennoch sollten die Innovatoren nicht schon von Beginn an durch zu enge Vorgaben in ihrer Kreativität eingeschränkt werden.

## Umsetzung auf crowderland

Baumann Optik wollte sich bei der Ideengenerierung nicht nur auf interne Meinungen, sondern auch die Bedürfnisse, Wünsche und Ansichten von Kunden und weiteren externen Ideengebern stützen. Daher hat sich Baumann-Optik entschieden eine sogenannte Crowdsourced Innovation Kampagne auf [www.crowderland.com](http://www.crowderland.com) durchzuführen. Diese Projekte laufen ähnlich ab, wie man sie von physischen Ideen-Brainstorming-Workshops kennt, mit dem grossen Unterschied, dass sich beliebig viele Teilnehmer von überall auf der Welt zu jeder Tages- und Nachtzeit an der Ideenfindung beteiligen können. Oftmals entstehen durch die Kollaboration unter den Ideengebern, neue und sehr interessante Ideen, an welche das fragende Unternehmen selber gar nicht gedacht hat. Zudem kann sich der Auftraggeber durch gezielte Fragen ein besseres Verständnis über einzelne Ideen verschaffen und kann bei Bedarf auch lenkend Einfluss nehmen, falls die Ideen in eine falsche Richtung abdriften. Alle diese Charakteristika sind mit einer einfachen Umfrage nicht zu erzielen.

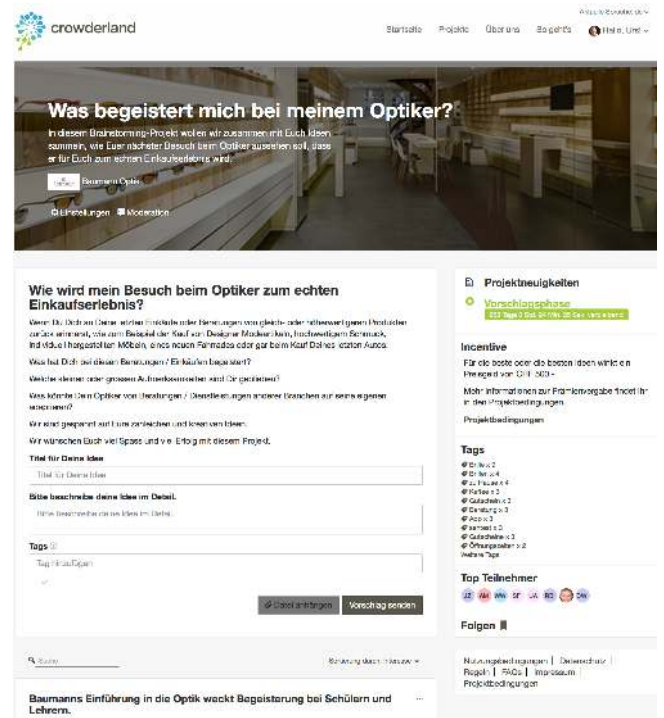


Abbildung 2: Crowderland Plattform zur Durchführung von Innovationsprojekten

Die Plattform-as-a-Service-Lösung «crowderland» von swintelligence ermöglicht es auch kleineren und mittleren Unternehmen Gebrauch von dieser äusserst wirkungsvollen Methode zu machen, wie sie sich normalerweise nur Grossunternehmen leisten können. Und dies ohne dabei grosse Investitionen in die Anschaffung von Software zu tätigen.

Swintelligence unterstützte die Baumann Optik AG dabei, die strategische Vorgehensweise zur Zielerreichung zu definieren, das Projekt auf «crowderland» aufzusetzen, die eingegangenen Beiträge auszuwerten und die richtigen Erkenntnisse aus den ausgewerteten Beiträgen zu ziehen.

## Der Projektverlauf

Nach einer kurzen Erörterung, was mit dem geplanten Crowdsourced Innovation Projekt erreicht werden soll, musste zunächst eine geeignete Fragestellung für die, über zwei Monate laufende Vorschlagsphase, definiert werden: «Wie wird mein Besuch beim Optiker zum echten Einkaufserlebnis?»

Um ein möglichst breites Publikum anzusprechen und möglichst viele Ideen zu generieren, setzten wir das Projekt gleichzeitig auf zwei verschiedenen Plattformen – www.crowderland.com und www.atizo.com – auf. Die eingegangenen Vorschläge wurden nach Beendigung der Vorschlagsphase zusammengeführt und ausgewertet. Dazu wurden die Ideen in 15 Hauptkategorien, wie etwa Anprobe, Beratung oder Produkt, eingeteilt und ähnliche Beiträge gruppiert. In der Ergebnispräsentation konnten wir nebst Vorschlägen mit umsetzbaren und zur Zielgruppe passenden Ideen, auch konkrete, weitere Schritte vorstellen.

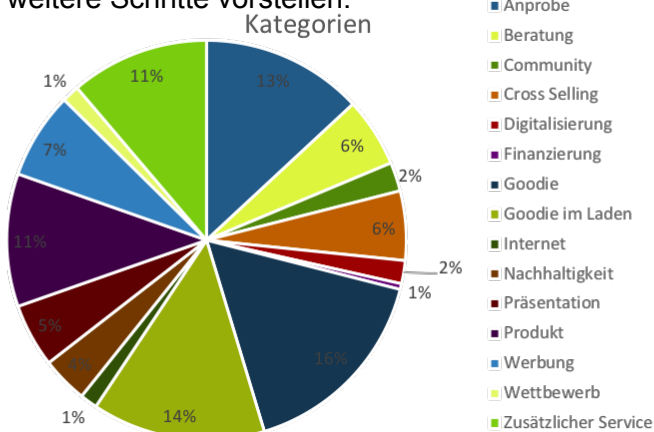


Abbildung 3: Kategorisierung der eingegangenen Ideen in der Projektauswertung

## Das Ergebnis

Über das gesamte Projekt steuerten die knapp 70 aktiven Teilnehmer, 214 neue Ideen und 60 Kommentare zu eingereichten Vorschlägen bei.

19 Innovatoren durften sich über die Prämierung ihrer Idee freuen und teilten sich die Gewinnsumme von CHF 1500 untereinander auf.

Geschäftsführer Thomas Baumann zeigt sich ob den vielen, qualitativ guten Ideen überrascht:

*«Es sind diverse, sehr gute, kreative und umsetzbare Ideen zusammengekommen, an welche mein Team und ich selber nicht gedacht hatten. Bei anderen Ideen wurden wir zudem in unseren Plänen bestärkt, dass wir uns auf dem richtigen Weg befinden. Ich finde es äusserst wichtig, externe Inputs entgegen und ernst zu nehmen, denn nur so können wir uns weiterentwickeln und unseren Kunden jenen Service bieten, welchen sie sich von uns wünschen.»*

*Nebst dem Angebot von qualitativ hochstehender, fachlicher Beratung und optometrischen Dienstleistungen ist die fortlaufende Verbesserung der Beziehung zu unseren Kunden genau jene Möglichkeit, mit welcher wir uns gegenüber dem Direktvertrieb, den Filialisten und natürlich dem Onlinehandel differenzieren können.*

*Wir werden in den nächsten Monaten sicherlich die eine oder andere Idee umsetzen.*

*Swintelligence hat uns eindrücklich aufgezeigt, wie man ein derartiges Projekt angeht und durchführt, damit das Ergebnis voll und ganz den Erwartungen entspricht. Dank swintelligence konnten wir ein solches Projekt überhaupt durchführen, denn für eine Anschaffung einer solchen SW und die alleinige Durchführung fehlen uns Knowhow und Ressourcen.*

*Ich würde dieses Projekt jederzeit noch einmal durchführen und kann die Dienstleistungen von swintelligence wärmstens weiterempfehlen.»*



Abbildung 4: Thomas Baumann Optometrist SBAO, Inhaber und Geschäftsführer von Baumann Optik in Winterthur



# swintelligence

## Vorteile von Crowdsourced Innovation

Durch die Verbindung von Open Innovation Ansätzen – also dem Einbezug von externen Ideengebern in den Innovationsprozess – mit dem Internet als Verbreitungsmedium, entsteht eine nie zuvor vorhandene Reichweite und Vielfalt an Ideen. Diese beschert dem firmeninternen Innovationsprozess eine wertvolle Anreicherung mit Ideen. Mittels Schwarmintelligenz aus der beliebig skalieren Community können neue, zuvor noch nicht beachtete Ideen entstehen oder bestehende Lösungen priorisiert werden. Die Einbindung von Nutzern, schon in einer sehr frühen Entwicklungsphase, hilft den Unternehmen ihre Kunden besser zu verstehen und minimiert somit das Risiko ein Produkt zu entwickeln, welches den Bedürfnissen der Nutzer gar nicht entspricht. Durch ihre aktive Mitarbeit am Produkt werden Nutzer zu Botschafter für Produkt und Marke.

## Unsere Dienstleistung

Swintelligence berät Sie, wie Sie Crowdsourced Innovation erfolgreich einsetzen und führt Sie vom Kick-Off bis zur Ergebnispräsentation durch Ihre Projekte. Unsere PaaS-Lösung „crowderland“ dient Ihnen dabei als Schnittstelle zwischen Ihrer Nutzergruppe und Ihrem Unternehmen und ermöglicht Ihnen den Zugang zu modernsten Kollaborationstools und bestehenden Communities.

Weitere Case Studies unter:

<https://swintelligence.com/projekte/>

swintelligence ermöglicht es Unternehmen, Endnutzer von Beginn an in ihre Innovationsprozesse einzubinden, um dadurch wertvolles Feedback und neue Ideen zu generieren.

Mit modernsten Kollaborations-Tools und Zugang zu einem Pool von Communities mit über 500'000 Mitgliedern begleiten wir Sie durch sämtliche Phasen in Ihrem agilen Innovationsprozess.

Nehmen Sie mit uns Kontakt auf: [info@swintelligence.com](mailto:info@swintelligence.com) oder +41 76 560 85 06

Zufriedene Kunden von swintelligence:

ATIZO360°

Sunrise

  
Translingua  
Mit Übersetzungen Zeichen setzen.

talentportal.ch

ARROW

  
BAUMANN  
Besser sehen. Schöner aussehen.

TRUMPF