

CASE STUDY

IDENTIFIKATION NEUER INNOVATIONSFELDER BASIEREND AUF FOOD-TRENDS

Wie die DMK Group mit ITONICS Radar und ITONICS Inspirator ein leistungsfähiges Trendmanagement unterstützt

Über die DMK Group

Die größte deutsche Molkereigenossenschaft DMK Group verarbeitet mit rund 7.700 Mitarbeitern an mehr als 20 Standorten in Deutschland und den Niederlanden Milch zu Lebensmitteln höchster Qualität.

Das Produktportfolio reicht von Käse, Molkereiprodukten und Ingredients über Babynahrung, Eis und Gesundheitsprodukte bis hin zu Spezialfuttermitteln. Marken wie MILRAM, Oldenburger, Uniekaas und Humana genießen

bei Verbrauchern im In- und Ausland großes Vertrauen und machen das Unternehmen zur festen Größe in seinen Heimatmärkten und ausgewählten Zielmärkten rund um den Globus.

Als viertgrößter Lieferant des deutschen Lebensmitteleinzelhandels und mit einem Umsatz von 5,6 Milliarden Euro gehört die DMK Group europaweit zu den führenden Unternehmen der Milchwirtschaft.

7.700

Mitarbeiter

in

100

Ländern

generieren

5,6 Mrd. €

Umsatz



„Ein strukturiertes Trendmanagement bildet die Basis für die Entwicklung innovativer Konzepte, die sich die Verbraucher wünschen. Deshalb suchten wir nach dem idealen Partner, der uns im Innovationsmanagement unterstützt, um Scouting, Vernetzung und Bewertung von Trends smarter zu gestalten.“

– Kristin Mitlewski, Innovation Manager / Corporate Strategy,
DMK Group

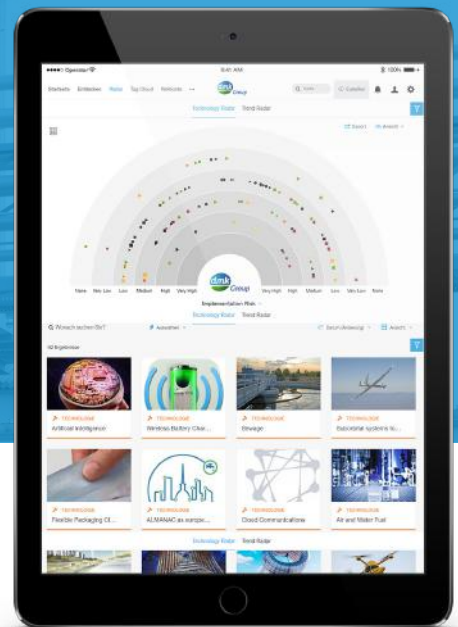


Abb.: ITONICS Trendradar

DIE HERAUSFORDERUNG

Frühzeitige Identifikation neuer Geschäftsmöglichkeiten auf der Basis relevanter Food-Trends

Marktsituation

- Harter internationaler Wettbewerb
- Stark schwankende Milchpreise
- Fast täglich neue Food-Trends
- Wechselnde Kundenbedürfnisse und -gewohnheiten
- Neue Technologien verändern die Marktsituation

DIE MISSION

Frühzeitige Identifikation neuer Geschäftsmöglichkeiten auf der Basis relevanter Ernährungstrends

DMK-Situation

- Begrenzte Ressourcen im Bereich Trendmanagement
- Zeitaufwändige Aggregation, Bewertung und Dokumentation der Scouting-Ergebnisse
- Manuelle Trendscouting-Aktivitäten
- Wissensaustausch innerhalb der Trendscouting-Community im Aufbau
- Fehlendes integriertes Netzwerk von internen Trendscouts



ZIELSETZUNG 1

Etablierung eines integrierten Trendmanagementprozesses vom Trendscouting bis hin zur Ableitung neuer Geschäftsmöglichkeiten



ZIELSETZUNG 2

Aufbau eines leistungsstarken Trendscouting-Netzwerks bestehend aus internen Trendscouts

DIE LÖSUNG

Der optimierte Trendmanagementprozess der DMK unterstützt durch eine kollaborative Online-Plattform



Trendscouting

Aggregation, Bewertung und Dokumentation

Empfehlungen für Business Units

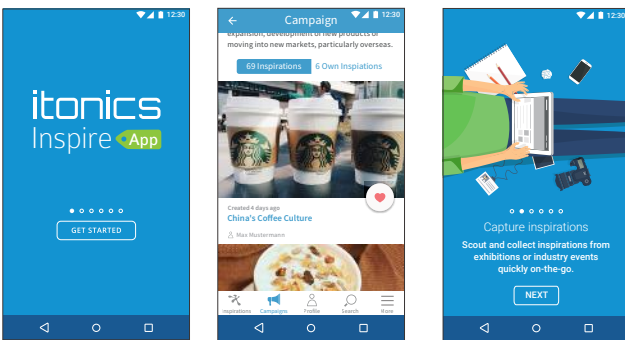


Abb.: ITONICS Inspirator App

Trendscouting

Trendscouts sammeln kontinuierlich Trends und Inspirationen z. B. auf Messen, Konferenzen und Branchenevents. Als Dokumentationswerkzeug nutzen die DMK-Trendscouts die mobile Anwendung ITONICS Inspirator. Durch die App wurde der interne Trendscouting-Prozess nachhaltig angekurbelt.

Aggregation, Bewertung und Dokumentation

Die Trendscouting-Ergebnisse der App werden automatisch mit der kollaborativen Online-Plattform ITONICS Radar verknüpft, wo sie in den nächsten Prozessschritten in Weak Signals und Trends verdichtet werden. Das gesammelte Trendwissen wird dann innerhalb der DMK-Trendmanagement aktualisiert, geteilt, kommuniziert, diskutiert, bewertet und analysiert.



Abb: ITONICS Trendradar

Handlungsempfehlungen für Business Units

Das DMK-Trendmanagement berät die Business Units anschließend bei der Identifikation neuer Handlungsräume auf Grundlage der Trendbewertung und -analyse. In diesen werden neue Produkte für verschiedenste Geschäftsfelder entstehen.

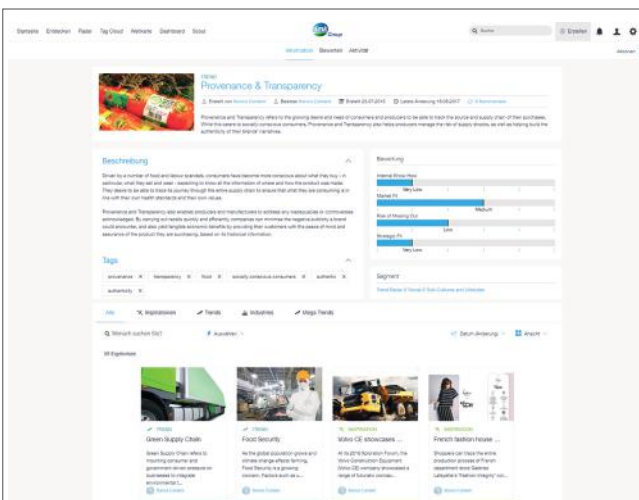


Figure: ITONICS Trend-Detailseite

Das DMK-Trendmanagement

Barbara Siegert

Head of Innovation / Corporate Strategy

Kristin Mitlewski

Innovation Manager / Corporate Strategy

David Reinhardt

Manager Innovation & Digital / Corporate Strategy

“Wir haben bei ITONICS nicht nur die Software sondern auch eine starke Kompetenz im Trendmanagement gefunden, die uns vollends überzeugt hat. Wir wollten nicht nur einen Softwarepartner, sondern jemanden, der Ahnung von der Materie hat.”

– Barbara Siegert, Head of Innovation / Corporate Strategy,
DMK Group

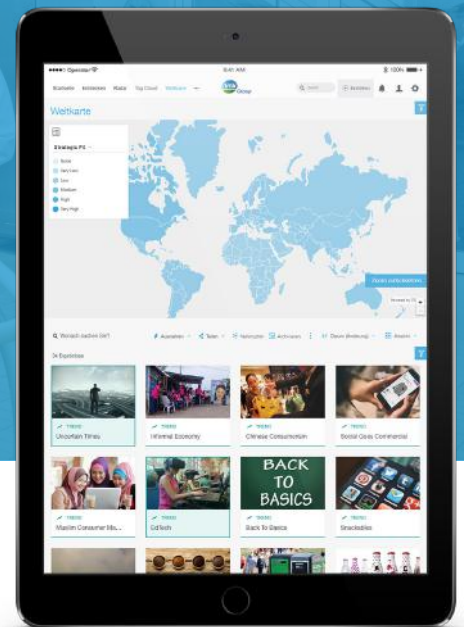


Abb: ITONICS Trendradar

DAS ERGEBNIS

Neues leistungsstarkes Trendmanagement bei der DMK Group

ERGEBNISSE ZIELSETZUNG 1

Etablierung eines integrierten Trendmanagementprozesses vom Trendscouting bis hin zu neuen Innovationsfeldern

- Zeitersparnis beim Erfassen, Aggregieren und Analysieren von Trendwissen
- Bessere und schnellere Empfehlungen zu Innovationschancen für die einzelnen Business Units auf Basis fundierter Trendkenntnisse
- Ein kleines Team kann nun mit Hilfe der kollaborativen Online-Plattform von ITONICS das gesamte Trendmanagement der DMK betreuen

WEITERE VORTEILE

- Nutzung der Trendinspirationen für Innovationsworkshops, um Kreativität zu fördern
- Etablierung einer gemeinsamen Sprache für Trends und Innovationen in allen Abteilungen
- Vernetzung des Trendmanagementprozesses mit den nachgelagerten DMK Business Units
- Bessere Visualisierung und Bewertung von Trends im gesamten Unternehmen

ERGEBNISSE ZIELSETZUNG 2

Aufbau eines leistungsstarken Trendscouting-Netzwerks aus internen Trendscouts

- Erfolgreiche Integration der internen Scouts, welche innerhalb definierter Kampagnen über 2.000 relevante Inspirationen gesammelt haben
- Bessere Identifizierung von Trends durch Integration von externem und internem Trendwissen
- Vernetzung von Trendwissen für die gesamte DMK-Community und Auflösung von Datensilos

AUSBLICK

- Die DMK verbessert auf Grundlage der ITONICS Innovationsmanagement Software den eigenen Trendmanagementprozess, insbesondere bei der Automatisierung und Visualisierung von Trends.
- Hierfür werden zukünftig gemeinsam mit ITONICS zwei Forschungsprojekte durchgeführt, um das Potenzial großer Datenanalysen und Crowdsourcing im Rahmen des Trendmanagements zu untersuchen.

2.000+
Inspirationen

in

5
Food-
Trendfeldern

ÜBER ITONICS

Die ITONICS GmbH ist der führende Anbieter von Softwarelösungen und Dienstleistungen im Innovationsmanagement. Das 2009 in Nürnberg gegründete Unternehmen beschäftigt rund 100 Mitarbeiter an vier Standorten.

Neben seinem Hauptsitz in Nürnberg unterhält ITONICS weitere Niederlassungen in Deutschland (Berlin), den USA (New York) und in Nepal (Kathmandu). Der End2End-Ansatz von ITONICS ermöglicht einen ganzheitlichen Innovationsprozess auf einer webbasierten Kollaborationsplattform.

Warum ITONICS

- **Strategischer Ansatz:** Die Methodik und Tools von ITONICS verbinden Strategie, Innovation und Umsetzung und können auch von einem kleinen Team gemanagt werden.
- **Maßgeschneiderte Lösung:** Die konfigurierbaren Softwaremodule können individuell an Ihre Bedürfnisse und Best Practices angepasst werden.
- **Partnerschaftliche Zusammenarbeit:** Unsere Best-Practice-Workshops, regelmäßige Health Checks, Benchmarks und Schulungen garantieren ein erstklassiges Innovationsmanagement.
- **Globales Engagement:** Wir machen globale Innovation Challenges und weltweite Technologie- und Trendscouting-Projekte möglich. Vertrauen Sie auf unsere umfassende Branchenexpertise, die von der Automobil-, Chemie- und Verteidigungsindustrie über Finanzdienstleistungen und Konsumgüter bis hin zu Regierungsbehörden und Forschungsinstituten reicht.
- **Vertrauen:** Der Schutz Ihrer Daten ist eine unserer wichtigsten Verpflichtungen. Die Zertifizierung nach ISO/IEC 27001:2013 unterstreicht dieses Bestreben.
- **24/7 Support weltweit:** Sie können sich rund um die Uhr auf unser Expertenteam verlassen und erhalten individuelle Unterstützung und Beratung.

Unsere Kunden



Deutschland

Nürnberg

Emilienstr. 9
90489 Nuremberg
T +49 911 600 60 550

Berlin

Wallstr. 15a
10179 Berlin
T +49 30 577 02 200

USA

New York

80 Pine Street, Floor 24
New York, NY 10005
T +1 212 7523011

Nepal

Kathmandu

Hanumansthan, Anamnagar
Kathmandu 44600, Nepal
T +977 1 4239294