

Innovativität gefragt

Wie innovativ sind Ruderer? Und in wie weit entwickeln Ruderer und Hersteller in kooperativer Arbeitsteilung Innovationen? Diese Fragen untersuchten Dipl.-Ing. oec. Thorsten Pieper und Dr. Frank Tietze innerhalb ihres Forschungsprojektes „Rudersportler als Quelle für Innovationen“.

In einer empirischen Studie der Technischen Universität Hamburg-Harburg wurde im vergangenen Jahr die anwenderseitige Entwicklung von technischen Innovationen (sogenannten „User-Innovationen“ oder Nutzer-Innovationen) in der Deutschen Rudersportgemeinschaft untersucht. Nutzer-Innovationen sind oftmals völlige Neuentwicklungen von Produkten bzw. Produktkomponenten und werden in Eigenregie oder Zusammenarbeit mit Herstellern teilweise bis zur Marktreife entwickelt.

In verschiedenen Branchen setzen Hersteller vermehrt auf die Zusammenarbeit mit innovierenden Nutzern, um deren Kundenbedürfnisse in ihren Produkten besser abbilden zu können. Zielsetzung der Untersuchung war es, ein Verständnis der Innovativität in der Deutschen Rudergesellschaft zu erlangen und zu verstehen, ob und inwieweit Ruderer und Her-

steller in kooperativer Arbeitsteilung Innovationen entwickeln. Dieser Artikel stellt Auszüge aus den Ergebnissen dieser Studie vor.

600 Teilnehmer

Die empirische Datenerhebung wurde per Fragebogen durchgeführt, der etwa vier Wochen im August/September 2011 online verfügbar war. Dieser richtete sich an alle Ruderer im deutschsprachigen Raum. Zur Teilnahme wurden mehr als 300 Clubs und Vereine, ein Großteil der Ruderverbände, die Mannschaften der Ruder-Bundesliga sowie der erweiterte Kader der Nationalmannschaft eingeladen. Die Vereine wurden gebeten, den Link zur Umfrage in ihren Bootshäusern, den Vereinszeitschriften, auf ihren Internetseiten oder über interne E-Mail-Verteiler und Web-Foren bekanntzugeben. Dies führte zu einer außerordentlich erfreulichen Teilnahmebereitschaft mit mehr als 600 vollständig

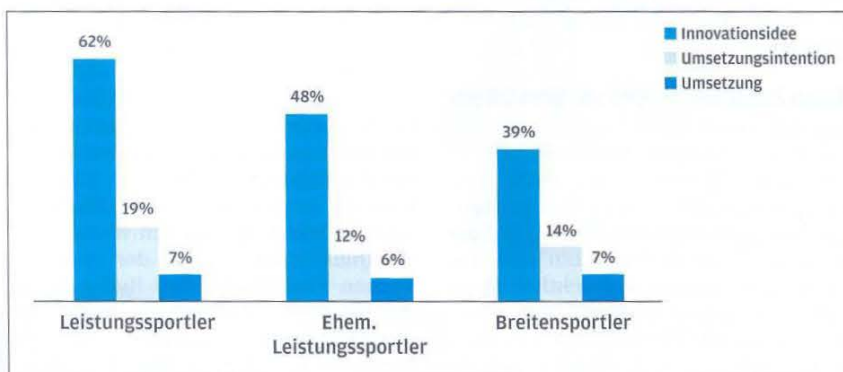
ausgefüllten Fragebögen, die sich zu 70 Prozent auf männliche und 30 Prozent auf weibliche Probanden aus allen Bundesländern verteilen.

In der Datenanalyse wurde nach Rudergruppen differenziert. 14 Prozent aller Teilnehmer waren aktive Leistungssportler. Als Auswahlkriterium dafür galt die Teilnahme an deutschen und internationalen Meisterschaften im Jahr 2010. 26,7 Prozent der Teilnehmenden zählen sich gemäß ihrer Selbsteinschätzung zur Gruppe der ehemaligen Leistungssportler. Diese haben an den genannten Meisterschaften teilgenommen, jedoch ihre Karriere zum Zeitpunkt der Umfrage bereits abgeschlossen bzw. unterbrochen. Mit 59,3 Prozent stellte die Gruppe der Breiten- bzw. Freizeitsportler den größten Anteil der Stichprobe dar. Leistungssportler sind im Durchschnitt 21 Jahre alt und trainieren an fünf bis sieben Tagen pro Woche. Im Ver-

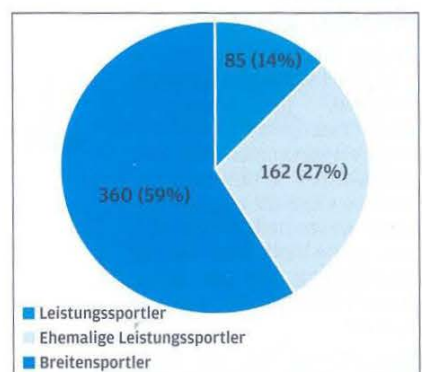
gleich dazu trainieren ehemalige Leistungssportler durchschnittlich an drei bis vier Tagen pro Woche bei einem Altersschnitt von 27 Jahren. Die große Gruppe der Breiten- bzw. Freizeitsportler ist bei einem durchschnittlichen Alter von 44 Jahren überwiegend an ein bis zwei Tagen in der Woche aktiv.

Kreativität gezeigt

Bei der Untersuchung der Innovativität der Ruderer wird zunächst die reine Kreativität, also die Ideengenerierung betrachtet. So gaben 45 Prozent der Befragten an, eine oder mehrere Ideen für technische Modifikationen bzw. Entwicklungen an Ruderbooten oder Equipment im Jahr 2010 gehabt zu haben. Ungefähr 14 Prozent aller Ruderer zogen ernsthaft eine Umsetzung ihrer Ideen in Betracht. Tatsächlich selbst umgesetzt haben ihre Ideen insgesamt sieben Prozent der Ruderer. Allgemein sehen im Rudersport somit vergleichsweise viele Aktive



Die Innovativität nach Rudergruppen aufgeteilt.



Umfrageteilnehmer (n = 607).

III HINTERGRUND

Das Forschungsprojekt

Für die TU Hamburg-Harburg führen Dipl.-Ing. oec. Thorsten Pieper im Rahmen seiner Dissertation und Dr. Frank Tietze (beide Ruderer im „Der Hamburger und Germania Ruderclub“) ein Forschungsprojekt zur nutzerseitigen Entwicklung Innovationen (sogenannte „User-Innovationen“) durch. Die in diesem Beitrag vorgestellte Studie im Rudersport stellt einen Teil dieses Forschungsprojektes dar, dessen Forschungsziel die Identifikation von Einflussfaktoren auf Innovationsaktivitäten unter spezifischen Kontextfaktoren ist.

Institut für Technologie- u. Innovationsmanagement an der Technischen Universität Hamburg-Harburg

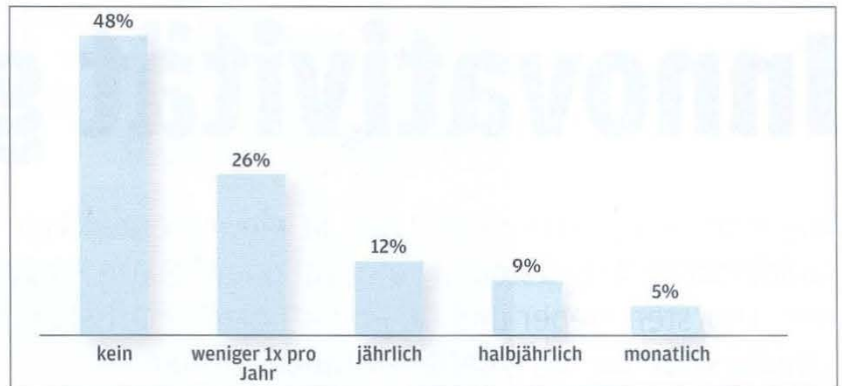
Das Hamburger Institut wurde 1998 unter der Leitung von Professor Dr. Cornelius Herstatt gegründet und fokussiert sich auf die Erforschung des Managements von Innovationsprozessen. Ziel ist die Identifizierung und Analyse von strategischen, organisatorischen sowie methodischen Fragestellungen, die den Erfolg von Innovationsvorhaben maßgeblich beeinflussen. In der Vergangenheit wurden an diesem Institut zahlreiche Studien über User-Innovationen verschiedenen Sportbereichendurchgeführt (zum Beispiel Mountainbiking, Kite-Surfing oder Segeln).

Weitere Infos: www.tuhh.de/tim

Innovative Ruderer gesucht!

Haben Sie bereits maßgebliche Modifikationen an Stemmbrettern, Bootsschwertern, Steuermannssitzen oder Riemen vorgenommen bzw. den Bootskörper verändert? Haben Sie vielleicht eigene Innovationen vermarktet? Wir würden gerne mehr über Sie, die Realisierung und die dabei aufgetretenen Probleme erfahren!

Kontaktieren Sie uns unter thorsten.pieper@tuhh.de oder 040-42878-3832



Kontakthäufigkeit von Ruderern mit Herstellern.

die Möglichkeit einer Verbesserung des bestehenden Ausrüstungsbestandes, können diese aus verschiedenen Gründen aber nicht selbst vornehmen. Die Ergebnisse der Untersuchung deuten darauf hin, dass die Eigentumsverhältnisse eine wesentliche Rolle spielen. Dies wird im Fortgang des Forschungsprojektes noch weitergehend untersucht. Im Vergleich zu anderen Sportarten zeichnet sich der Rudersport durch eine relativ teure Ausrüstung (Boote, Skulls, Riemen etc.) aus. Die Umfrageergebnisse zeigen, dass über 95 Prozent des Bootsmaterials in den Händen von Vereinen und Verbänden liegen und lediglich knapp fünf Prozent der Boote den Sportlern selbst gehören. Über 80 Prozent der Leistungssportler nutzen Boote, die den Vereinen bzw. Verbänden gehören, aber speziell für sie reserviert sind, wohingegen über 85 Prozent der Breitensportler sich das Bootsmaterial untereinander teilen.

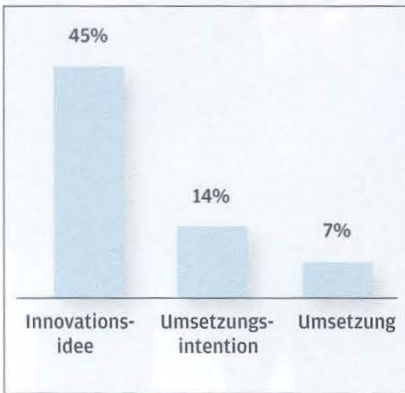
Der Anteil des eigenen Equipments liegt in diesen beiden Gruppen mit nur fünf bis sechs Prozent annähernd gleich. Diese Eigentumsquote stellt einen Unterschied zwischen dem Rudersport und einer Reihe von Sportarten, in denen ein größerer Anteil der Nutzer das Equipment selbst besitzt (zum Beispiel Kajak-, Ski- oder Radrennsport), dar.

Kaum Zusammenarbeit mit Herstellern

Der differenziertere Vergleich des Innovationsverhaltens von Ruderern ergibt, dass 62 Prozent der Leistungssportler und 39 Prozent der Breitensportler 2010 konkrete Ideen zur Verbesserung von Ruderbooten und des Equipments hatten. Hinsichtlich ihrer Umsetzungsintention zeigt sich allerdings, dass die Werte beider Gruppen sich deutlich annähern. Ein signifikanter Unterschied in der tatsächlichen Umsetzung von Innovationsideen

ist zwischen den drei Gruppen kaum mehr zu erkennen. Es ist zu vermuten, dass Leistungssportler sich zwar aufgrund ihrer intensiveren Beschäftigung mit dem Equipment und den hohen Anforderungen, die sie an das Material stellen, mehr mit Lösungsmöglichkeiten für technische Probleme beschäftigen, diese jedoch aus verschiedenen Gründen nicht lösen können. Denkbar ist hier eine hohe zeitliche Belastung im Trainingsalltag beziehungsweise auf Regatten, eine gewisse Skepsis von Mannschaftskollegen bezüglich Modifikationen, die beschriebene Eigentumsproblematik im Rudersport oder die strengen Wettkampfgeregeln, die die Gestaltungsspielräume beim verwendeten Material stark einschränken. Wirken die spezifischen Rahmenbedingungen des Umfelds hemmend auf mögliche Innovationsaktivitäten der Ruderer, so kann sich eine Zusammenarbeit mit Ausrüstungsherstellern anbieten. Diese Zusammenarbeit ist unter Umständen auch für die Hersteller selbst interessant, da sie die Möglichkeit erhalten, ihre Produkte aus Kundensicht zu hinterfragen und zu bewerten.

Die Ergebnisse zeigen allerdings, dass im Rudersport rund die Hälfte der aktiven Sportler keinen Kontakt zu Herstellern hat. In sehr intensivem (monatlichem) Kontakt stehen etwa fünf Prozent der Befragten. Differenziert nach Nutzergruppen haben Leistungssportler, vermutlich durch ihre überdurchschnittliche Intensität der Sportausübung, weitaus häufiger Kontakt zu den Herstellern. Die Kontakthäufigkeit sagt jedoch wenig über die Qualität hinsichtlich der systematischen Einbindung von Ruderern in die Produktentwicklungsprozesse der Hersteller aus. Vielmehr muss die konkrete Einbindung der Nutzer in die einzelnen Phasen solcher Prozesse betrachtet werden.



Innovativität von Ruderern.

Im Allgemeinen gliedert sich eine Produktentwicklung in die Phasen der Ideen- und Konzeptvalidierung sowie der Entwicklung und dem Test von Prototypen bis hin zur Vermarktung des Produkts. Laut der Umfrageergebnisse wurden hier 98 Prozent der teilnehmenden Ruderer noch nie von den Herstellern in eine systematische Ideen- und Konzeptvalidierung eingebunden. Knapp acht Prozent der Befragten waren zumindest bereits an Tests von Booten und Bootszubehör beteiligt.

Signifikante Unterschiede zwischen den Rudergruppen bestehen nicht. Dies lässt die These zu, dass es sich im Bereich des Rudersports um einen klassischen Markt mit herstellergetriebenen Entwicklungsvorhaben handelt. Anscheinend haben die Hersteller sich die Ruderer als Anwender ihres Equipments bisher noch nicht systematisch als Innovationsquelle erschlossen, so wie es in anderen Sportbranchen (zum Beispiel Kite-Surfen oder Mountainbiking) bereits üblich ist.

Nur Bruchteil der Ideen umgesetzt

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die Studie unter Ruderern im Ergebnis ein vielen anderen Branchen gleichwertiges Innovationspotenzial seitens der Nutzer widerspiegelt. Leistungssportler und Breitensportler setzen in gleichem Maße innovative Ideen um, wohingegen Leistungssportler deutlich mehr Innovationsideen entwickeln. Allerdings können Ruderer aufgrund der beschriebenen Rahmenbedingungen oftmals nur einen Bruchteil ihrer Ideen umsetzen. Dies ist unter anderem ein spezifisches Merkmal des Rudersports, da verglichen mit Trendsport-

arten, wie Skate-, Snowboarden oder Windsurfen ein vergleichsweise konservativer Markt besteht, in dem Modifikationen auch aufgrund von hohen Equipmentkosten und des mangelnden Eigentums nicht verfolgt werden können. Dies wirkt hinsichtlich technischer Neuerungen somit verständlicherweise innovationshemmend.

Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass trotzdem Hersteller auch im Rudersport die Möglichkeit hätten, mittels einer systematischen Kundeneinbindung, kreative oder innovierende Ruderer zu identifizieren und in Zusammenarbeit mit ihnen neue Lösungen zu entwickeln. Dies ist beispielsweise mit Innovationsworkshops und Symposien am Rande von Regatten, Rudertagen, Lehrgängen, Wanderrudertreffen oder ähnlichem sinnvoll und auch praktisch durchführbar. Die Ergebnisse aus solchen Veranstaltungen wären unter anderem für die Kundenzufriedenheit sowie die internationale Wettbewerbsfähigkeit der Ruderer und Herstellerfirmen von Bedeutung.

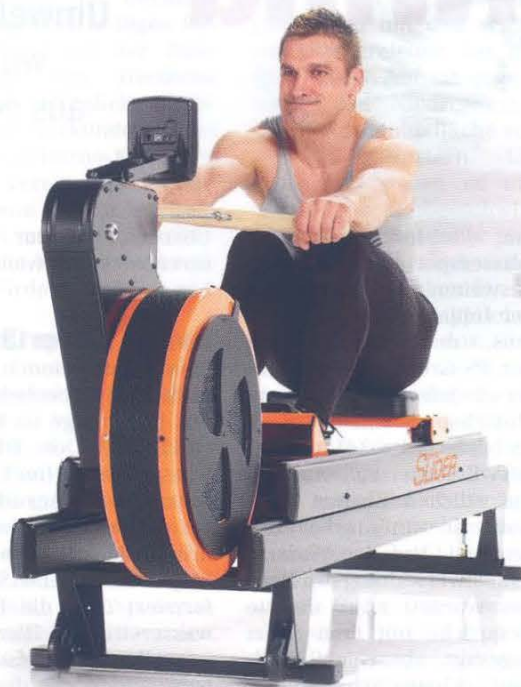
**DIPL.-ING. OEC. THORSTEN
PIEPER UND DR. FRANK TIETZE**



Rudergeräte für Profis

- Dynamischer Ergometer
- Geringere Belastung für die Gelenke und den unteren Rückenbereich

Gratis-Katalog:
www.oartec.de



NEU
www.oartec.de

Oartec Slider
1.499,- Euro

