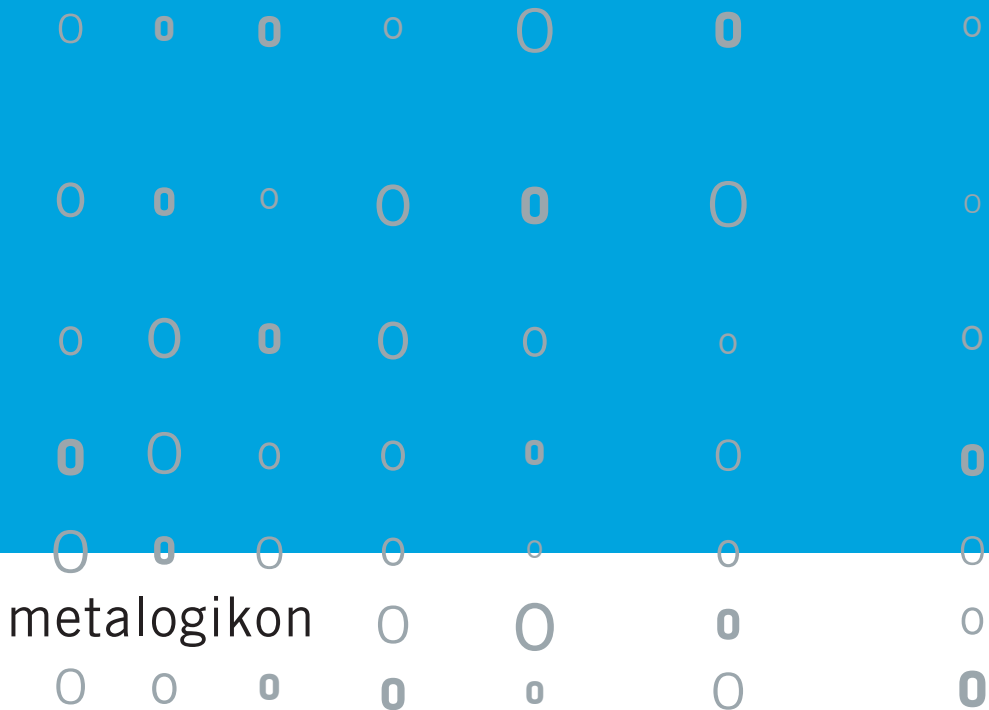


INNOVATIONSSUPPORT

für Ihr Unternehmen

Schwierige Zeiten sind gute Zeiten
für innovative Unternehmen.

NR 17



metalogikon

Innovation ist

jede neue Leistung (Dienstleistung, Produkt oder Verfahren), welche neuen Nutzen in der Gesellschaft stiftet. Deshalb ist neben dem (Er-)Finden einer neuen Leistung der wichtigste Aspekt von Innovation deren **Akzeptanz** durch jene Menschen oder Unternehmen, für die diese neue Leistung bestimmt ist: potenzielle interne oder externe Kunden. Jede Innovation ist somit ein **sozialer Prozess**, an dem sowohl Mitarbeiter der innovierenden Organisation als auch potenzielle Kunden teilhaben.

Innovation handelt von Neuem, von etwas noch nicht Vorhandenem, noch nicht Ausprobierem. Die Akzeptanz einer Innovationsidee ist daher immer ungewiss und unbekannt. Sie kann durchdacht und ihr Erfolg auch bis zu einem gewissen Grad geplant werden, aber Risiko und Unbestimmtheit bleiben immer vorhanden.

Das Ziel

Mit **INNOVATIONSSUPPORT** starten und unterstützen wir den Innovationsprozess in Ihrem Unternehmen dergestalt, dass jenem Innovationsvorhaben der Vorzug gegeben wird, das den **potenziell größten Markt** hat, wobei das Risiko der Nicht-Akzeptanz so klein wie möglich gehalten wird.

Symptome für brachliegendes Innovationspotenzial sind

steigende Flexibilitätsanforderungen, in Gang befindliche Fusionierungsprozesse, Kapazitätsengpässe, kritische Marktentwicklungen, Schnittstellenprobleme sowie Überforderungsphänomene.

Erschließen Sie das Innovationspotenzial Ihres Unternehmens

Es ist mit Sicherheit vorhanden. Allerdings ist es nicht durch wohlmeinende Appelle und auch nicht durch Kreativitätstage zu erschließen.

Innovationskraft in Ihrem Unternehmen entsteht durch eine Vorgehensweise, die das Erkennen und Schaffen eines neuen Marktes aktiv und unternehmerisch angeht und Akzeptanz durch interne oder externe Kunden schafft. Learning-by-Doing Ihrer Mitarbeiter ist dabei der Schlüssel.

Es geht um die Entwicklung der Innovationskraft Ihres Unternehmens

Unsere Erfahrungen zeigen, dass

INNOVATIONSSUPPORT

ein attraktives Verhältnis zwischen finanziellem Investment und Ertrag bietet, Innovationen mit hoher Akzeptanz bei Kunden gewährleistet, die Motivation und Eigeninitiative der Mitarbeiter positiv beeinflusst, zu einer Eigendynamik führt, welche die Innovationskraft des Unternehmens längerfristig sichert.

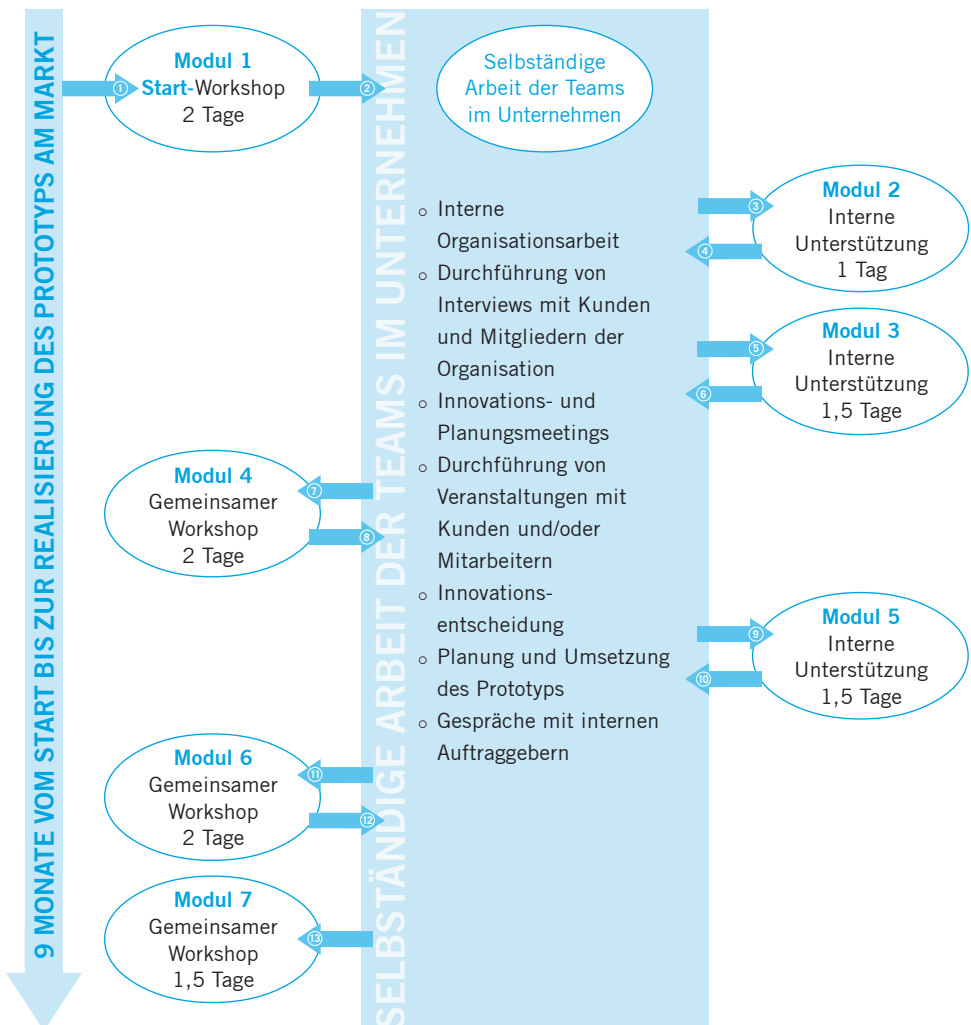
INNOVATIONSSUPPORT

ist ein in drei Unternehmen parallel laufender Prozess und erstreckt sich über **9 Monate**, vom Start bis zur Umsetzung der Innovation in Form eines ersten Prototyps am Markt. Während der neun Monate finden vier unternehmensübergreifende und drei interne Workshops mit Begleitung von BeraterInnen statt, die die jeweiligen Teams bei der Gestaltung, Planung und Durchführung der verschiedenen Schritte anleiten, beraten und unterstützen.

Jedes Unternehmen konstituiert ein Kern-Innovationsteam, das an allen Workshops teilnimmt. Die Unterschiedlichkeit der Teams, der Kulturen und Denkweisen ihrer „Heimatunternehmen“ ermöglichen, über die eigenen Horizonte hinaus zu blicken. Dieses

miteinander Lernen trägt zum gegenseitigen Erfolgsvergleich bei, der motiviert und zu Entschlossenheit und Selbstverantwortung führt. Die **Unterstützung** der BeraterInnen besteht im Zur-Verfügung-Stellen wichtiger Methoden und Arbeitsweisen für die einzelnen Phasen des Innovationsprozesses und hilft, das jeweils Wesentliche in den verschiedenen Phasen zu erkennen und zu fokussieren. Die Teammit-

glieder lernen, was für die **Durchschlagskraft** ihrer Teams notwendig ist, wie sie sowohl Kunden als auch die eigene Organisation in den Prozess des Innovierens einbeziehen und wie sie mit Reaktionen umgehen können. Sie lernen Innovationsmanagement unmittelbar und erfahren, was es heißt, **Führungsverantwortung** in einem strategischen Projekt mit hohem Risiko und mit hohem Potenzial zu übernehmen.



Die einzelnen Module

0. Vorbereitungsgespräche in Ihrem Unternehmen

- Intentionen der Geschäftsführung klären
- Grundsätzliche Zielsetzung des Projekts
- Zusammenstellung des Kernteams festlegen
- Verantwortung und Freiraum des Kernteams, sowie Kommunikationsforen festlegen

1. Kick-Off

(2 Tage) Gemeinsamer Workshop der Teams aller drei Unternehmen.

- Analyse der eigenen Innovationskultur und der Unterschiede zu den anderen Unternehmen
- Zusammenhang zwischen Strategie, Leitbild und Innovation herstellen
- Öffnen für neue Ideen
- Suchfelder für Innovationen erarbeiten
- Community of Practice etablieren

2. Langfristig bedeutsame aber kaum wahrnehmbare Potenziale und Trends aufspüren

- (1 Tag) Angeleitet durch je eine BeraterIn erarbeitet jedes der drei Unternehmen vor Ort
- Grundlegende Fragen und Antworten zur Zukunft der eigenen Organisation
 - Dialogische Interviews mit Stake-Holdern (Kunden, MitarbeiterInnen etc.)

3. Entscheidung für genau eine Innovationsidee

- (1,5 Tage) Angeleitet durch je eine BeraterIn erarbeitet jedes der drei Unternehmen vor Ort
- Welche Innovationsideen entstehen?
 - Welche Innovationsidee will das Unternehmen auf die Welt bringen?
 - Welchen Nutzen für die Gesellschaft will das Unternehmen damit erbringen?

4. Community of Practice Workshop

- (2 Tage) Gemeinsamer Workshop der Teams aller drei Unternehmen
- Wo steht jedes Team in seinem Innovationsprozess?

- Was lernen die Teams voneinander?
- Welche konkreten Schlussfolgerungen für die weitere Arbeit leiten sie davon ab?
- Weshalb und wie Prototyping?

5. Den Nutzen der neuen Dienstleistung, des neuen Produkts erschaffen

- (1,5 Tage) Angeleitet durch je eine BeraterIn erarbeitet jedes der drei Unternehmen vor Ort
- Prototyp I
 - Die eigene Organisation für die neue Leistung gewinnen.
 - Prototyp II
 - Erfahrungen sammeln, was potenzielle KlientInnen an der neuen Leistung begeistert und was nicht
 - Vom Prototypen zur finanziell gesicherten neuen Leistung

6. Community of Practice

- (2 Tage) Gemeinsamer Workshop der Teams aller drei Unternehmen
- Wo stehen die einzelnen Teams?
 - Wie gut ist die eigene Organisation für die erfolgreiche Umsetzung der Innovation vorbereitet?
 - Welche fördernden und hindernden Faktoren können wir erkennen?
 - Welche neuen Strukturen können den Erfolg der Innovation absichern helfen?

7. Community of Practice Abschluss-Workshop

- (1,5 Tage) Gemeinsamer Workshop der Teams aller drei Unternehmen
- Was lernen die Teams voneinander?
 - Welche konkreten Schlussfolgerungen für weitere Innovationen leiten sie davon ab?
 - Was von dem Innovationsprozess wird institutionalisiert?
 - Wie die Community of Practice weiterführen?

Bedingungen für Ihre Teilnahme am INNOVATIONSSUPPORT

Finanzielle Vereinbarung

Die Aufwendung für den **INNOVATIONSSUPPORT** setzen sich aus zwei Komponenten zusammen: Grundbeitrag und Erfolgshonorar. Der **Grundbeitrag** für die Teilnahme eines Teams enthält neben den Unterstützungsleistungen während des Prozesses auch alle Gespräche und Beratungen bei der Planung zur Teilnahme. Im Rahmen dieser Planung zur Teilnahme entwickeln wir gemeinsam mit Ihnen messbare Erfolgsindikatoren für das Innovationsprojekt, die in Geldwerten Ausdruck finden. Davon ausgehend vereinbaren wir mit Ihnen ein **Erfolgshonorar** für einen begrenzten Zeitraum, das sich an qualitativen bzw. quantitativen Kennziffern orientiert.

Durch das Erfolgshonorar ist es möglich, den Grundbeitrag niedrig zu halten.

Der Grundbeitrag wird vor dem Beginn des **INNOVATIONSSUPPORTS** in Rechnung gestellt.

Die Modalitäten des Erfolgshonorars werden ebenfalls vor Beginn vereinbart.

Größe der Teams

Ihr **Kernteam**, das bei den gemeinsamen Workshops teilnimmt, besteht aus maximal 6 Personen. Diese 6 Personen nehmen verbindlich an allen 7 Workshops teil. Ihr internes **Innovationsteam** kann aus weiteren Personen je nach Anforderungen oder Projektphase bestehen und nimmt an den 3 internen Workshops teil.

Zeit und Ort der Durchführung

Sobald drei Unternehmen ihre konkrete Teilnahme zusagen, werden der **Starttermin** des ersten Workshops und ein für alle teilnehmenden Unternehmen gut zu erreichender **Ort** festgelegt. Alle weiteren Termine und Orte werden im Startworkshop mit den Kernteams und den BeraterInnen vereinbart.

metalogikon ist Experte für das In-Gang-Setzen dynamischer, weitgehend selbstorganisierter Innovations- und Lernprozesse. **INNOVATIONSSUPPORT** ist die aktuellste Entwicklung auf der Grundlage unserer mehrjährigen Forschungs- und Beratungsarbeit zum Thema „Innovation und Lernende Organisation“.

Anmeldung

Für interessierte Organisationen bieten wir ein Vorgespräch an. Bitte kontaktieren Sie dazu

Deutschland

Martin Holfelder m.holfelder@metalogikon.com
+49-172-9248489

Siegfried Wien s.wien@metalogikon.com
+ 49-711-687 38 44

Österreich

Rudolf Attems r.attems@metalogikon.com
+ 43-1-524 73 36

Heinold Lindenthal h.lindenthal@metalogikon.com
+ 43-664-323 97 73

Christoph Mandl c.mandl@metalogikon.com
+ 43-1-892 37 36

Hanna Mandl h.mandl@metalogikon.com
+ 43-1-892 37 36-11

Josef M. Weber j.m.weber@metalogikon.com
+ 43-1-524 73 36

Die Anmeldung kann dann nach diesem Vorgespräch erfolgen. Weitere Informationen:
www.metalogikon.com

Referenzen (Auswahl)

Agilent Technologies GmbH, Deutschland

bandex GmbH, Österreich, Großbritannien

Daimler Chrysler AG – Research and Technology IT, Deutschland

Daimler Chrysler AG – Zentrale Rohbauplanung, Deutschland

Investkredit – Bank AG, Österreich

LeasePlan Fuhrparkmanagement GmbH, Österreich

Mühlböck Holz Trocknungsanlagen GmbH, Österreich

M-U-T Maschinen Umwelttechnik Transportanlagen GmbH, Österreich

VA TECH AG, Österreich

Wiener ArbeitnehmerInnen Förderungsfonds, Österreich

Aussagen von Innovationsteams

- ... die Früchte der Innovationen konnten sich sehen lassen – hauptsächlich getrieben durch die Markteinführung neuer Produkte konnten wir den Umsatz um 18% steigern.
- ... ein Freiraum zum Denken, der ungeahnte kreative Energien freigesetzt hat. Diese Horizonterweiterung führte uns zu bewusstem Wahrnehmen der Dinge von außen.
- ... ein nicht-hierarchischer Such- und Irritationsprozess, der zu Verständigung und Konsens in unserem Unternehmen geführt hat.
- ... wir haben den jährlichen Absatz von etwa 4 % des Gesamtumsatzes vor dem Projekt auf ca. 8 % nach dem Projekt gesteigert.
- ... eine davor nicht vorstellbare Herangehensweise in unserem Unternehmen.
- ... führte uns mit Hilfe heterogener Zielgruppen zu Antworten auf komplexe Fragestellungen in unserem Unternehmen.