

Seminar: Innovationsmanagement

Innovative Mitarbeiter fördern – Innovationsfähigkeit des Unternehmens steigern

Buchungscode
BU103

Über Innovationsmanagement wird viel geschrieben, aber so richtig zufrieden sind die Unternehmen selten. Innovationen sind aber wichtig, weil sich Unternehmen nur dann preislich vom Wettbewerb abheben können, wenn sie etwas Einzigartiges anbieten können. Das gilt insbesondere für den globalen Wettbewerb. Die meisten Industrieabläufe sind heute in Prozessen geregelt und so versuchen Manager auch, die Produktion von Innovationen mit klar geregelten Prozessen anzuregen. Spätestens aus der neueren Hirnforschung wissen wir, dass Kreativität und damit auch Innovationen anders entstehen. Innovationen entstehen häufig als Teamleistung, der Kern einer Innovation entstammt aber oft der Kreativität einzelner Köpfe. Die meisten von uns wissen es, dass die Muse selten beim Ausfüllen einer Excel-Tabelle küsst, sondern eher dann, wenn

- ich Lust habe, was auszuprobieren
- ich jemandem helfen will
- ich Lust habe, was mit anderen zu machen
- Nach einem Projekt schauen wir mit Begeisterung und Engagement darauf, was wir beim nächsten Mal anders machen würden.
- Ich mich darüber ärgere, etwas ständig wiederholen zu müssen oder
- Archimedes in die Badewanne steigt.

Ziele / Nutzen

Das Seminar liefert Ihnen vielfältige Ansätze über das Wissen, wie Innovationen entstehen, was sie begünstigt und fördert. Daran anknüpfend erlernen Sie, sich selbst oder andere Innovationstreiber zu motivieren und somit ins Handeln zu bringen. Sie schaffen eine kreative Aufbruchsstimmung und setzen die richtigen Reize für ein innovatives Umfeld. Und letztlich behalten Sie die Ergebnisse und Wirkungen Ihres Innovationsmanagements mit den passenden Mess- und Controlling-Methoden jederzeit im Auge.

Termine

08.03.2016	Göttingen	490,00 EUR*	› Buchen
02.09.2016	Göttingen	490,00 EUR*	› Buchen

* Alle Preise zzgl. USt.

[› Kein passender Termin dabei?](#)

Inhalte des Seminars Innovationsmanagement

Was ist eine Innovation und was nicht?

Gerne wird der Begriff „innovatives Produkt“ vom Marketing verwendet, auch wenn es sich lediglich um eine Produktverbesserung handelt. Bei einer echten Innovation geht es um einen qualitativen Sprung und einen neuen Nutzen für den Kunden

Der Einsatz innovativer Verfahren zur Herstellung eines Produktes heißt noch lange nicht, dass ein Produkt als innovativ wahrgenommen wird

Neben Produkten und Verfahren können Dienstleistungen, Prozesse, Vermarktung, soziales Verhalten usw. innovativ sein

Grundlagen der Innovationsfähigkeit

Eine Innovation stellt grundsätzlich etwas Etabliertes infrage. So sagte Henry Ford: „Hätte ich die Menschen gefragt, was sie wollen, hätte ich statt Autos nur schnellere Kutschen entwickelt.“

Innovationsfähigkeit benötigt das Potenzial zur Innovation und ein Klima, das Innovationen fördert. Für eine ertragreiche Ernte sind gute Samen und ein fruchtbarer Acker nötig. Ein guter Bauer unterstützt darüber hinaus gut ausbalanciert mit Wasser und Dünger

Gründungs- und Fehlerkultur fördern

Viele Projekte entstehen nur deshalb nicht, weil „es ja doch nicht funktionieren wird“. Innovationsprojekte starten mit dem Gedanken „lasst es uns probieren“. In solchen Projekten werden Fehler als Lernchancen gesehen

Balance zwischen Flexibilität und Prozessorientierung

Innovationen entstehen nicht in festgeschriebenen Prozessabläufen, es kann aber auch nicht jeder machen, was er will. Innovationsmanager unterstützen jede Phase mit den jeweils passenden Leitplanken

Innovationsschöpfung im Team mit Integration individueller Kreativität

Teams sind produktiv, wenn es ein gemeinsames Ziel gibt. Kreative Mitarbeiter denken oft unabhängig und es gilt, die sich daraus ergebenden unterschiedlichen Zielsetzungen mit den Rahmenbedingungen zu verzahnen

Umgang mit persönlichen Widerständen und bereichsspezifischen Erwartungen

Innovationen stellen Traditionelles und/oder Bewährtes in Frage. Je innovativer die Veränderung, desto stärker ist häufig der Widerstand. Manche Innovationen haben Auswirkungen auf verschiedene Unternehmensbereiche. Hier gilt es, die richtige Überzeugungsarbeit zu leisten

Einbeziehung von Kundenideen

Kunden kennen häufig die kaufverhindernden Schwächen und besonderen Stärken eines Produktes oder einer Dienstleistung. Die Kombination von Kundenideen mit eigenen Entwicklungen ermöglicht Innovationen auch aus Anwendersicht

Kompetenzprofile von Führungskräften und Mitarbeitern

Die Anforderungen an Führungskräfte sind hoch: sie sind für das Innovationsklima verantwortlich. Geeignete Führungskräfte fördern, fordern, und coachen den kreativen Mitarbeiter. Sie schützen das Team gegen Einflussnahme von außen, können zuhören und moderieren Krisen und Konflikte. Sie wissen, dass ein guter Bauer die Ernte nicht beschleunigen kann, indem er an den Blättern zieht

Echtes Controlling hat nichts zu tun mit autoritärer Kontrolle, sondern dem Abgleich des jeweiligen Ist-Zustandes mit den miteinander vereinbarten Soll-Werten der Messgrößen

In diesem Klima arbeiten Mitarbeiter motiviert. Innovative Mitarbeiter haben oft einen unabhängigen Geist und kämpfen für ihre Ideen. Es gilt aber gerade auch, die Ideenschätze der Mitarbeiter zu heben, die eine eher zurückhaltende Natur haben

Weitere Seminarinformationen

Teilnehmerkreis

Führungskräfte, Projekt- und Teamleiter, Unternehmer mit Wettbewerbsdruck sowie alle mit Aufgaben im Innovationsmanagement betrauten Mitarbeiter, die sich neue Inspirationen verschaffen möchten

Methodik

Trainer-Input und Impulsreferate mit zahlreichen Praxisbeispielen und Anwendungsübungen, moderierter und im Dialog geführter Erfahrungsaustausch, Einzel- und Gruppenarbeit zur Bearbeitung von Fallbeispielen der Teilnehmer, Feedback, Einbindung Ihrer Wünsche und Problemstellungen in das Seminar durch schriftliche Vorabbefragung

Abschluss

Teilnahme-Zertifikat der mtec-akademie an der PFH Private Hochschule Göttingen

Trainerin

› [Dr.-Ing. Meike Wiarda](#)

Seminarzeiten

9:00 – ca. 17:00 Uhr

Teilnehmerzahl

max. 12

Teilnahmegebühr

490 € zzgl. USt.

Dauer

1 Tag

Inklusivleistungen

Schulungsordner mit umfangreichen Seminarunterlagen, Pausengetränke, Mittagessen, Teilnahme-Zertifikat inkl. Dokumentation der Seminarinhalte

Termine

08.03.2016

Göttingen

490,00 EUR*

› [Buchen](#)

02.09.2016

Göttingen

490,00 EUR*

› [Buchen](#)

* Alle Preise zzgl. USt.

› [Kein passender Termin dabei?](#)



Wissenswertes zum Thema Innovationsmanagement

- › Innovationsmanagement: Ohne Fleiß - kein Preis!



Weitere Seminarempfehlungen zu Innovationsmanagement

- › Unternehmensstrategien entwickeln –
- › Methoden für strategische Unternehmensplanung
- › Business Model Generation - Innovative Geschäftsmodelle
- › Projektmanagement: Werkzeuge für das „Get things done!“
- › Kompaktseminar Urheber- und Patentrecht