

Entrepreneurship News Effectuation-Konferenz / Lyon

Von Michael Faschingbauer MBA

Keine Keynotes, keine Paper-Präsentationen: Die "First Effectuation Conference" an der renommierten Business School EMLYON stand im Zeichen der Co-Kreation. Wissenschaftler, Dozenten und Praktiker vernetzten ihre Erfahrungen und bearbeiteten aktuelle Fragen zum gemeinsamen Thema "unternehmerische Expertise". Leitung: Effectuation-Pioniere Sara Sarasvathy (Darden) und Stuart Read (IMD).

Möglichst viele Stakeholder an einen Ort zusammenzubringen und zu vernetzen war Anliegen von Philip Silberzahn, Professor am EMLYON und Gastgeber der Konferenz. Der Einladung nach Frankreich sind am 5. und 6. Dezember TeilnehmerInnen aus Deutschland, Österreich, Schweiz, Lichtenstein, Belgien, Dänemark, Finnland, Schweden, Großbritannien, den USA und Kanada gefolgt. Was passiert nun bei solch einer Konferenz, wenn weder traditionelle Keynotes noch Paper-Präsentationen im Frontalstil vorgesehen sind? Nun, in erster Linie an den Themen arbeiten, die den TeilnehmerInnen am Herzen liegen. Einen Schwerpunkt bildeten beispielsweise Peer-Reviews und Diskussionen zu laufenden Projekten. In Kleingruppen fand Erfahrungsaustausch zu aktuellen Forschungs- und Praxisfragen auf hohem Niveau statt.

Als äußerst fruchtbar erwies sich die gemeinsame Arbeit an Konzepten, um Effectuation zielgruppenspezifisch für StudentInnen, GründerInnen aber auch Führungskräfte und MitarbeiterInnen reifer Unternehmen zu vermitteln.

Dabei wurde nicht nur reflektiert, was darüber bereits gewusst wurde, sondern auch an den Grenzen des bestehenden Wissens gekratzt: Dort, wo noch Bedarf nach Forschung und Experiment besteht.

Was konnte man nun konkret aus Lyon mitnehmen? Große Ideen darüber, wie unternehmerisches Handeln die Welt verändert: Praktische Hinweise, an welchen Stellen es sich in Projekten zu feilen lohnt. "Hausaufgaben", zum Beispiel die Dokumentation erprobter Werkzeuge und Best-Practice-Beispiele. Einen 3-Urnen-Teaching-Kit zur Demonstration von Ungewissheit (wirklich!).

Neue Blickwinkel auf die Rolle von Effectuation in Organisationen, für Führungskräfte, in der Beratung. Eine Reihe neuer Forschungsfragen (die Arbeit geht nicht aus!). Und ganz wichtig: Die Energie und den Enthusiasmus einer wachsenden globalen Experten-Community.



Michael Faschingbauer, MBA und Mag. Gert Breitfuß, hauptberuflicher Lektor der Studienrichtung Innovationsmanagement vertraten Österreich bei der Effectuation-Konferenz in Lyon.

Neuer Captain - Johann Christof an der Studienrichtung Innovationsmanagement

Von Mag. Sandra Pilch

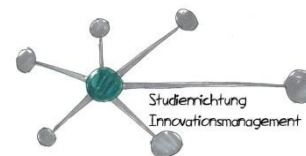


Innovationsmanager sollen über wirtschaftliche, technische und Management-Kompetenzen verfügen, durchsetzungstark, kreativ und teamfähig sein und sind dafür verantwortlich, dass Unternehmen auch morgen noch erfolgreich sind. Diesen Anforderungen stellen sich seit September 2011 jene 45 Studierenden des ersten Semesters, die es von über 130 Bewerbern geschafft haben, einen der begehrten Studienplätze im Bachelorstudium Innovationsmanagement zu bekommen.

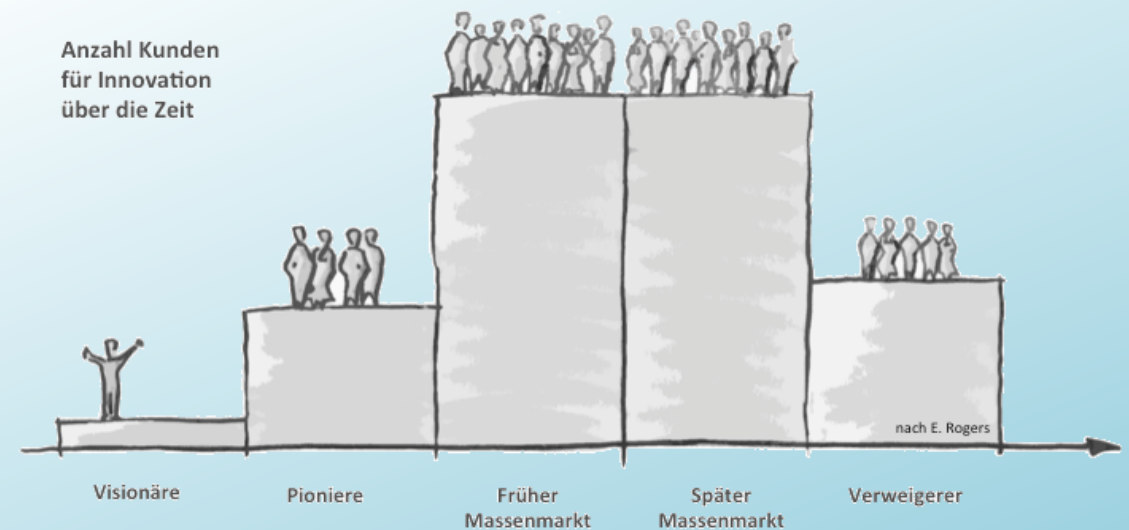
Als Captain und Mentor aus der Wirtschaft konnte Johann Christof, Vorstandsvorsitzender der Christof Holding AG, gewonnen werden. Selbst ausgezeichnet mit dem Wirtschaftspreis TOP of Styria 2009 im Bereich Innovationen, freut sich Herr Johann Christof ganz besonders die Funktion des Captains für den Studienjahrgang 2011 übernehmen zu dürfen und seine eigenen beruflichen Erfahrungen an den Jahrgang „Christof“ des Bachelorstudiums Innovationsmanagement weitergeben zu können.

Heute agiert die Christof Group (siehe QR Code) weltweit als Kooperation von 14 Einzelunternehmen mit über 1900 Mitarbeitern. Als Anbieter von Komplettlösungen arbeitet die Gruppe in Industriebereichen wie Petrochemie, Papier, Pharma, Chemie, Baustoffe, Energie- und Umwelttechnik.

Weitere Informationen finden Sie unter www.campus02.at/inno



QR Code: Decode with your smartphone or PC



„Irritierendes, Fragwürdiges, Widersprechendes“ - Strategische Zuordnung von Ideen am innolab

Von DI Andreas Rehklau, MBA

Die Beurteilung der technischen Neuheit ist ein wichtiger Baustein für den Wettbewerbsvorsprung. Dass dies bereits ein sehr komplexes Thema ist, zeigen genügend Beispiele. Zur Beurteilung, ob eine Idee am Markt erfolgreich sein wird, sind jedoch noch weitere Kriterien hilfreich. Doch diese scheinen auf den ersten Blick extrem diffus. Die Erfahrungen mit über 500 Klienten lassen einen ungewöhnlichen Schluss zu: Irritierende oder gar fragwürdige, ja zuweilen sogar widersprechende Aussagen und Erkenntnisse sind Signale für „Innovationsalarm“. Eigentlich ist dies sogar bereits im Patentrecht genutzt: Wenn ein Produkt etwa auf eine der Fachwelt nicht bekannte Art und Weise bewerkstelligt wird, dann erreicht es Innovationshöhe. Widerspricht ein Verfahren den bisherigen Erfahrungen ist die Chance groß, dass es schutzrechtrelevant wird.

Zudem haben durch das innolab durchgeführte Kundeninterviews zu Dienstleistungsneuerungen nicht selten „fragwürdige“ Ergebnisse ergeben: „Volle Zustimmung trifft auf breite Ablehnung.“ In solchen Fällen wird allein aufgrund der Unstimmigkeit die Unterstützung fortgeführt, um die Hintergründe zu klären.

Die Befragungen offenbaren dann nicht selten das Konsumentenverhalten: Was dem einen „modern“, ist dem anderen „hochfliegend“. Was für das eine Unternehmen „innovativ“ ist für das andere „viel zu weit weg“. Ein mögliches Modell, welches diesen Umstand erklärt, geht auf Everett Rogers zurück und ordnet unterschiedliche „Innovationstypen“ zeitlich und mengenmäßig ein (Rogers, E.: Diffusion of innovation. Glencoe: Free Press, 1962). Es werden die zukunftsblickenden Visionäre, die Neuerungen sogar vorbestellen, als die frühesten Kunden benannt. Es folgen die sog. „Pioniere, diejenigen die Neuigkeiten gerne annehmen und auch kaufen. Dann erst folgt der Massenmarkt, meist mit extremen Umsatzzuwächsen und der letztendlichen Marktdurchdringung.

Aus diesen Typologien heraus lassen sich Verhaltensweisen ableiten und z.B. Empfehlungen für eine Kundenbefragung erstellen sowie der Markteinstieg planen! Zielt ein Produkt auf ein junges Segment, das im High-Tech-Bereich angesiedelt ist, muss das Geschäftsmodell dementsprechend aufgestellt sein. Kundenzahl und Erlösstruktur müssen zu den „Visionären“ passen. Das innolab geht soweit, dass der Massenmarkt diesem Produkt nicht zusprechen sollte. So wird Widersprüchliches und widersprechendes als Prüfstein und zur Bewertung genutzt und dann sogar gezielt zur Produktplatzierung eingesetzt.

Das innolab forscht bereit seit zwei Jahren in der Technologadaption und -diffusion, besonderen Augenmerk gilt den frühesten Phasen und deren Bedingungen.

Kooperation: Kleidungsstück Holz

Von Katharina Heil, BSc

Holz ist in Österreich ein wichtiges Material, das in den unterschiedlichsten Branchen zum Einsatz kommt. In der Modebranche gibt es noch vergleichsweise wenige Anknüpfungspunkte mit Holz. Dies änderte nun ein innovativer Tischler. Unter dem Titel „Holz anschiemig machen“ entstanden spannende Taschen und Accessoires für Frauen und Männer.

In diesen edlen Stücken wurden nicht nur die technischen Aspekte berücksichtigt, sondern auch Werte wie Regionalität, Nachhaltigkeit, Individualität sowie Originalität. Trotzdem muss auch bei diesem Produkt der Bekanntheitsgrad systematisch gesteigert werden – eine große Herausforderung für Einzel-Erfinder und Designer ohne Budget für große Werbekampagnen.



So wurde eine Kooperation mit verteilten Aufgaben etabliert. Nun sind die Vertriebskanäle perfekt auf die Produktionsmöglichkeiten abgestimmt und der Bekanntheitsgrad wird mit innovativen, leistbaren Kampagnen gesteigert.

Im beschriebenen Projekt zeigen die Kommunikationskonzepte und die Positionierungsstrategie die ersten Erfolge. Die edlen Taschen aus unterschiedlichsten Holzarten, wie Apfelholz, Rosenholz oder der steirischen Eiche werden bereits bei renommierten Handelsunternehmen wie Kastner & Öhler in Graz verkauft. Im Februar 2012 startet zusätzlich der Online Shop.

Durch Unterstützung mit systematischen Innovationsmanagement und Kompetenzen aus dem Bereich User Centered Design entstand ein nobles, nachhaltiges und regionales Produkt, das eine Lücke in der Modewelt schließt.

Thomas Neuhold wendete sich mit einem Prototypen an das innolab, das ihm bei vielen Schritten in der Produktentwicklung und Umsetzung beratend beiseite stand.

Herrn Neuhold kooperiert mit der Firma well LINKED (siehe QR Code), die den Vertrieb organisiert und ausgestaltet.

<http://www.tn-wood.com>

QR Code: Decode with your smartphone or PC



Förderungsangebot nutzen

Von Mag. Michael Pichler

Für ErfinderInnen, Neugründer und KMUs gibt es eine Vielzahl an Förderungsmöglichkeiten: Zuschüsse für Investitionen, Beratungs- oder Qualifizierungskosten, zinsgünstige Kredite oder Haftungsübernahmen. Allein die Steirische Wirtschaftsförderungsgesellschaft (SFG) unterstützt mit 23 Förderungs- und Finanzierungsprogrammen rund 30.000 Unternehmen.



Neben Landesförderungen können auch Förderungen von Bund und Gemeinden in Anspruch genommen werden; auch EU-Förderungen werden über österreichische Förderungsstellen abgewickelt.

Erfahrungswerte zeigen, dass die Förderungsmöglichkeiten oft nicht zur Gänze ausgeschöpft werden. Aufgrund der breiten Palette an Programmen und Förderungsstellen werden manchmal Förderungsmöglichkeiten schlicht übersehen. Zudem ist eine Einreichung auch mit gewissem Aufwand verbunden, der manchmal von NeugründerInnen und UnternehmerInnen gescheut wird.

Im Rahmen des neuen kostenlosen Förderungs-Quick-Checks unterstützt die Möstl & Pfeiffer Steuerberatungs GmbH im vielfältigen Bereich der Förderungen. Sie eruiert einfach und schnell Förderungsmöglichkeiten für Ihr geplantes Projekt und begleiten Sie bei allen Schritten für die erfolgreiche Abwicklung Ihres Förderungsansuchens.

Alle relevanten Informationen von Förderungsgebern werden für Sie eingeholt, dabei auch indirekte Förderungen aufgezeigt (zum Beispiel steuerliche Begünstigungen).

Ihnen wird bei der Formulierung Ihres Antrages geholfen und auf fristgerechte Einreichung geachtet - Ihr Projekt wird auf Wunsch bis zur Auszahlung begleitet.

Bitte beachten Sie, dass Ansuchen vor Beginn der zu fördernden Maßnahmen gestellt werden müssen.

Die Möstl & Pfeiffer Steuerberatungs GmbH wurde im Jahr 2001 in Graz gegründet. Sie sind ein steirisches Beratungsunternehmen mit Einbindung in das internationale Deloitte-Netzwerk.



mipichler@deloitte.at
www.moestl-pfeiffer.at

innolab ein Institut der Studienrichtung Innovationsmanagement der FH CAMPUS 02
8010 Graz T 0316 6002-132
www.innolab.at innolab@campus02.at

innoday 2011/12 für SchülerInnen der Stadt Graz

Von Ewald Hötzl, BAC

Die Stadt Graz unterstützt durch die Abteilung für Wirtschafts- und Tourismusentwicklung, wie bereits im Vorjahr, die Förderung von Grazer SchülerInnen zu jungen, dynamischen, innovativen und unternehmerischen BürgerInnen. Besonders starker Kooperationspartner in diesen Aktivitäten ist einerseits das Team des innolabs rund um DI Andreas Rehklau, andererseits die Studienrichtung Innovationsmanagement.

Die SchülerInnen ab der 10. Schulstufe tauchen im Rahmen des Workshops in die Welt der Kreativitätstechniken ein.

Das Team der Studienrichtung Innovationsmanagement / innolab unterstützt die SchülerInnen gezielt mit bestimmten Methoden in der Ideenfindung bzw. -entwicklung. Die SchülerInnen lernen Gedankenfreiräume kennen und anzuwenden, zum Abschluss präsentieren sie ihre Ideenkonzepte im Plenum.

Am 12. Oktober fand der „Innoday 2011/12“ an der Fachhochschule CAMPUS 02 statt. Von 08:30 bis 13:30 stand die Entwicklung neuer Produkt- und/oder Dienstleistungsideen mit den modernen Methoden des Innovationsmanagements im Mittelpunkt des Denkens und Arbeitens der teilnehmenden SchülerInnen der Modeschule Graz und der BHAK Grazbachgasse.

Die SchülerInnen bildeten Teams, die unter Anleitung der Coaches ihre Ideen entwickelten, diese Ideen in Form von Plakaten visuell darstellten und am Ende des Tages allen anderen TeilnehmerInnen in der Aula präsentierten. Schluss- und Höhepunkt des „Innoday“ stellte die Beurteilung der präsentierten Ideen durch alle TeilnehmerInnen dar. Jede/r SchülerIn investierte sein jeweils gleich hohes Investitionsbudget in die unterschiedlichen Ideen der anderen Teams. Ein Team der Modeschule Graz „Mobiles Glätteisen mit allem Drum und Dran“ konnte am meisten virtuelles Geld auf sich ziehen und gewann somit den Ideenwettbewerb.

Das innolab betreut seit zwei Jahren die Teams des Juniorcompany - Programms bei der Ideenfindung und der Realisierungsphase. Ziel ist es, zusammen mit der WK-Steiermark, „Jugend zur Innovation zu führen.“



Die SchülerInnen – Teams entwickelten folgende Ideen:

- Mobiles Glätteisen mit allem Drum und Dran – **Gewinner des „innodays“ 2011/12**
- „Reingeschoben und los geht's“ – Der versenkbare Stöckel im Stöckelschuh
- Abziehfolie für Geschirr, Tische, ...
- „Höhenverstellbarer“ Schuh
- Organisation von Modeschauen inkl. Event
- App um den Schlüssel zu finden
- Öffnen eines Garagentores ohne Schlüssel
- Einen Multifunktionsring
- Knick mich hart und mach mich heiß

