

Was macht erfinderisch!?

„So einfache Dinge müßten einem mal einfallen“ ... oder so ähnlich heißt es häufig wenn über bestehende Dinge oder neue Erfindungen gesprochen wird.



© Didymos.de

So würde beispielsweise für ein simples Tuch kaum jemand 60 Euro oder mehr bezahlen. Das Baby-Umhängetuch hat dies geschafft.

Soll heißen: Jeder der ein Problem erkennen und eine Lösung finden will, kann erfinden.

Nun bleibt die Frage: Wie werde ich nun erfinderischer und komme zu Ideen?

Z.B. Probleme suchen: wem muss wann wie geholfen werden?

- Aufmerksam sein - mit offenen Augen durchs Leben gehen
 - Beobachtung der Natur und Übertragung in den Alltag – z.B. Schwimmhäute von Tieren vs. Schwimmflossen für Menschen
 - setzen Sie Ihre Talente ein, dein Hobby
- ...um nur einige Möglichkeiten aufzuzeigen.

Im zweiten Weltkrieg beispielsweise wurden Textilien knapp und die US Regierung schrieb vor, bei Damenbadeanzügen 10% Stoff einzusparen. Das Verknappungsproblem lösten einige Designer so, einfach den Mittelteil des Badeanzuges wegzulassen – der Bikini war geboren.

Ein Beispiel der heutigen Zeit ist „Sugru“. Die Kleb-Knet-Dicht-Modelliermasse wurde fast im Alleingang von einer irischen Designerin geschaffen. Durch diese neue Materialklasse können beispielsweise Schönheitsfehler oder Mängel an Gebrauchsgegenständen behoben werden. Aus der eigenen Not heraus, entwickelte die Irin zwei Jahre lang das neuartige Material.



© sugru.com

Ist die Idee geboren und vielleicht auch schon ein Lösungsansatz entstanden, unterstützt das innoLab bei der Weiterentwicklung:

Wir prüfen die Idee, recherchieren, vermitteln Kontakte, helfen bei der weiteren Umsetzung – im Idealfall bis zur Markteinführung. www.innolab.at

Zusätzlichen Input zum Thema findet man in den Büchern von Michael Faschingbauer „Effectuation. Wie erfolgreiche Unternehmer denken, entscheiden und handeln“ und Günter Faltn „Kopf schlägt Kapital“.

radhouse in Frohnleiten

Am 25. August wurde Österreichs erstes „radhouse“ eröffnet. Im Mai 2009 kamen die beiden Erfinder Richard Schinnerl und Thomas Pusch mit der Idee eines Radhauses zum innoLab. Die beiden hatten den Trend der e-Mobilität erkannt. Die Idee bestand darin, für einige Elektrofahräder eine Garage bereit zu stellen, welche auch gleichzeitig mittels Solarenergie die Akkus auflädt.

Im April 2010 wurde am Campus02 – organisiert vom innoLab - der Prototyp des radhouses der Öffentlichkeit präsentiert und eben 4 Monate später das erste radhouse am Bahnhof in Frohnleiten aufgestellt.



Geschäftsführung Campus02, Mag. (FH) Sonja Grabner, Thomas Pusch und Ing. Richard Schinnerl

In den nächsten Wochen wird in Frohnleiten noch ein zweites radhouse in Betrieb gehen. Hr. Pusch und Hr. Schinnerl schafften es 2010 auch noch mit ihrer Idee ins Finale des Fast Forward Award.

Gefertigt wird das radhouse fast ausschließlich in der Steiermark – lediglich die Lackierung erfolgt in Niederösterreich. Das Land Steiermark fördert den Erwerb mit € 3.500.

Das innoLab begleitete das Projekt radhouse von Anfang an. Die Idee wurde gemeinsam ausformuliert, Netzwerke wurden verstärkt und vor allem in der Phase des Prototypenbaus wurde zusammen mit der Stadt Graz unterstützt. www.pusch-schinnerl.com



Für Leute mit Ideen

Web 2.0 ermöglicht Gründen 2.0 ?!

Seit einiger Zeit entwickelt sich ein deutlich positiver Trend in der Nutzung des Web 2.0 als Marketing- und Kommunikationstool – ist es für mehr geeignet?

„Web 2.0“ beschreibt eine neue Generation des Internets - speziell des World Wide Webs, welches dem Benutzer das rasche Erstellen, Bearbeiten, Kommentieren und Verteilen von verschiedensten Inhalten, unterstützt von einfachsten interaktiven Anwendungen, ermöglicht. Daraus entstanden Social Media in Form von Blogging- und Microblogging-Systemen wie Facebook, Twitter und Co. Das Ergebnis ist, dass beinahe jede Marke, die den direkten Kontakt zum Kunden sucht, sich mittlerweile auf Social Media Plattformen findet.

Was sind also die Empfehlungen für Kleinunternehmen?

Der effektive Umgang mit Social Media bedarf einer exakten Strategie für die folgende Fragen zu beantworten sind. 1. Auf welcher Plattform bewegt sich das Zielpublikum? 2. Welche Botschaften sollen transportiert werden? 3. Wie viel Zeit wird für die Aktualisierungen aufgewendet?

Die Nutzung zum Marketing basiert auf gezielter Verwendung verschiedener Kanäle des Social Media und bietet sich durch eine Vielzahl kreativer Möglichkeiten direkt an. Der eigene Clip auf Youtube, die Verlinkung auf der Facebook-Fanseite und das „Xing“ Profil des Unternehmers bewirken eine Kettenreaktion! Mit Hilfe des Web 2.0 wird daraus ein immer dichter werdendes Netzwerk an Informationen und weiteren Verbindungen. Dies ist auch ausschlaggebend für das Rating der Homepage bei Suchmaschinen.

Die Selektion der Informationen sollte inhaltlich gut gewählt sein, da Social Media-Nutzer empfindlich genau zwischen eigenem Nutzen und billiger Reklame unterscheiden.

Und drittens spielt der Zeitaufwand ebenso eine große Rolle, da die Kommunikation zum Kunden in „Real time“ tagesaktuell passiert und umgekehrt ebenso zügig erwartet wird – eine zeitintensive Aufgabe.

Web 2.0 bietet gerade Gründern und Start Ups enorme Möglichkeiten und kann ein Impuls für eine erfolgreiche Markenpositionierung sein - besonders bei kleinem Budget.

Das innoLab hat für die Agentur Imulsee einen Inno-Check durchgeführt. Eines der Spezialgebiete der jungen Grazer Kreativagentur ist der Umgang mit Web 2.0-Angeboten. www.impulsee.at



QR Code: Decode with your smartphone or PC

Wir informieren Sie 2.0!

Auf www.facebook.com/innolab02 findet man laufend die neueste Innovationen, Ausschreibungen, Awards und Aktivitäten des innoLabs. www.youtube.com/user/innolab ist unser Videokanal, wo Innovationsnews, Produktvideos, Berichterstattungen und Vorstellungen unserer Kunden und Partner präsentiert werden. Einfach anklicken, abonnieren oder Fan werden und laufend informiert sein! www.innolab.at

Kooperation SZF - innolab

Der Prototypenbau stellt im Innovationsprozess einen sehr essentiellen Teil dar. Das Muster bzw. der Prototyp wird für Tests oder der dgl. herangezogen bzw. können sich potentielle Investoren, Produzenten oder dgl. mehr darunter vorstellen. Vielen Ideenträgern fehlen allerdings häufig die Ressourcen (Maschinen, Know-how, ...) um einen Prototypen zu erstellen.



Das Schulungszentrum Fohnsdorf (SZF) bietet zahlreiche Fortbildungsmöglichkeiten für die Erwachsenenbildung an. Das Ausbildungsprogramm wird an die Bedürfnisse der Kunden und den Bedarf der Wirtschaft und des Arbeitsmarktes angepasst. Vor allem im handwerklichen Bereich – Holz- und Metallbearbeitung, Elektronik, Elektrotechnik, usw. – stellt der Praxisbezug der „Werkstücke“ einen besonderen Lerneffekt und auch Motivation für die Teilnehmer dar. Der häufige Bedarf von Prototypenbau im innolab konnte nun mit dem Bedarf an Praxis-beispielen im SZF zusammengeführt werden.

Seit Juli 2010 kooperieren das Schulungszentrum Fohnsdorf und das innolab nun. Kunden des innolab haben so die Möglichkeit, durch Unterstützung des SZF einen Prototypen zu erstellen. Bereits zwei Projekte sind angelaufen, welche von den Auszubildenden umgesetzt werden.

Zotter @ Harvard

Josef Zotter von der Schokoladenmanufaktur Zotter ist Captain von einem Masterjahrgang an unserer Studienrichtung Innovationsmanagement.

Im Frühjahr war er an der Harvard University, wo Studierende dieser weltberühmten Universität eine Case Study zu seinem Unternehmen gemacht haben. Josef Zotter sagt dazu: „Ich denke, ich war das kleinste Unternehmen, dass sie jemals eingeladen haben. Ich hoffe, es ist in den großen Köpfen hängen geblieben, dass Gewinn nicht immer alles sein muss, was einen Unternehmer antreibt“. Die neue Innovation im Hause Zotter ist der „Essbare Tiergarten“.



Mehr Infos www.zotter.at.

Neuer Captain an der Studienrichtung Innovationsmanagement: Mag. Christian Knill



Jedes Jahr im Herbst übernimmt eine renommierte Persönlichkeit aus der Wirtschaft die Patenschaft für den neuen Jahrgang des Bachelorstudiums Innovationsmanagement und begleitet seinen Jahrgang als Mentor, Ansprechpartner und Vermittler unternehmerischer Erfahrung vom Studienbeginn bis zur Verleihung der Sponsionsurkunden. Zu Ehren dieses Captains trägt der jeweilige Jahrgang dessen Namen. Jahrgang Knill heißt der neue Inno-Jahrgang – benannt nach dem Captain Mag. Christian Knill. Mag. Knill führt gemeinsam mit seinem Bruder die

international tätige Knill Gruppe in 10. Generation, die in den Bereichen der Energieübertragung und -verteilung, sowie im Maschinenbau für die Kabel-, Bäckerei-, und Batterieindustrie tätig ist. Christian Knill freut sich schon auf die „innovativ gemanagten“ Treffen mit den Studierenden seines Jahrgangs!

innoday 2010 – Erfinder und Gründer gesucht

Am 12. Oktober fand am CAMPUS 02 der erste innoday für Grazer Schüler statt. Den Schülern wurde das Thema Innovation und Ideengenerierung schmackhaft gemacht. 6 Lektoren des Studiengangs Innovationsmanagement standen den Schülern als Mentoren zur Seite, während sie an neuen Ideen feilten. Die Grazer Schüler zeigten großes Interesse und auch Potential.

Andreas Rehlklaus – Leiter des innolabs sieht „in jedem einzelnen Schüler einen potentiellen Erfinder oder sogar Unternehmer“.



Der Studiengang Innovationsmanagement gestaltet den Auftakt zum Wettbewerb um die „Junior-Company“, ein europaweites Schüler-Programm.



innolab ein Institut der Studienrichtung Innovationsmanagement der FH CAMPUS 02
8021 Graz T 0316 6002-132
www.innolab.at innolab@campus02.at

Neue Ideen - systematisch

Auf eine neue Idee zu warten - unterm Apfelbaum liegend auf eine Eingebung zu warten - ist eine Variante um an Ideen zu kommen.

Eine andere sehr pragmatische Methode zum Finden neuer Ideen ist der so genannte 9-Windows-Operator. Bei diesem Arbeitsmittel wird das Produkt oder die Dienstleistung in zwei Richtungen zerlegt - in die Dimension „System“ und die Dimension „Zeit“. Hierarchisch gemäß dem Aufbau eines Produkts oder Dienstleistung einschließlich der gesamten Umgebung unter räumlichen Aspekten und nach dem Verlauf.

Im ersten Schritt wird ausgehend vom Produkt (auch der Dienstleistung) die Umgebung – z.B. der Kunde betrachtet. Das entspricht der mittleren Zeile. Danach werden die Subsysteme und Komponenten betrachtet – die unterste Zeile.

Beispiel: Betrachtet man einen Taxidienst als System so wäre das Untersystem die einzelne Fahrt im Fahrgastinnenraum. Das Supersystem könnte in diesem Fall der Tourist auf Städtetour sein, aber auch der Geschäftsreisende etc. sein.

Im zweiten Schritt wird die Dimension Zeit betrachtet – indem man in die Vergangenheit (was passiert vorher, vor Benutzen des Produkts bzw. der Dienstleistung) und in die Zukunft (was passiert nachher, nach dem Kauf bzw. Benutzen) blickt.

In Summe ergibt sich eine 9-Fenster-Darstellung, das alle Betrachtungen zusammenfasst.

Parallel wird versucht, aus diesen unterschiedlichen Betrachtungsweisen neue Ideen - beispielsweise für zusätzliche Serviceangebote - zu finden.



© Taxi 878

Beim Beispiel unten wurde ein Taxidienst betrachtet:

Supersystem war dabei der Tourist – und was macht dieser vor bzw. nach der Fahrt. Subsystem ist die einzelne Fahrt, bei der der Tourist sich im Fahrgastinnenraum aufhält. Was passiert während der Fahrt und davor bzw. danach.

Daraus wurden folgende Ideen erarbeitet:

- Angebot für Hundebesitzer (Decke oder Kiste)
- Fahrradträger, um z.B. ins Gebirge zu kommen
- Ein Motorradtaxi für eilige Alleinreisende
- Kindertaxi, wo beispielsweise Sammeltaxis zum Kindergarten oder zum Schwimmunterricht organisiert werden uvm.

Diese Methode ist anfangs etwas komplex, aber es lohnt sich unterschiedliche „Brillen“ aufzusetzen und nach Innovationsmöglichkeiten zu suchen. Mit etwas Übung funktioniert diese Art des Denkens sehr gut.

