

Werte pflegen. Innovation hervorbringen. Die Zukunft sichern.



Liebe Leserinnen und Leser,

Werte sind in aller Munde, sogar noch häufiger wird die Innovation bemüht, zumindest kommunikativ (Google-Treffer: 139.000.000 vs. 21.400.000). Doch Innovation kann noch so oft beschworen werden, sie erblüht nur, wo das Vertrauen in die Unternehmenswerte echt und tief ist und wo es in allen Etagen gelebt wird. Wikipedia meint, man könne historische Phasen identifizieren, in denen „ein bestimmtes Klima“

offenbar schubartig gehäuft Neuentwicklungen hervorgebracht habe. Es ist so einfach wie einleuchtend: Nur in einer (Unternehmens-)Kultur, die durchweg von gelebten Werten getragen wird, kann der einzelne Mitarbeiter sein Potenzial entfalten und einbringen. Eine halbherzige Orientierung auf Innovation hin wird wenig Wirkung erzielen. Aber wie lässt sich aus abstrakten Werten greifbare Wertschöpfung „generieren“? Mit der richtigen Methode: Im Großgruppendedialog verwandeln wir mit Ihren Mitarbeitern bloßes Innovationspotenzial in konkrete Ansätze und Maßnahmenpläne. Die echte Teilhabe legt den Grundstein für unternehmerische Innovations-

fähigkeit; gleichzeitig können unsere Methoden systematisch Neuerungen erzeugen – in nur einem Schritt. Dazu begrüßen wir einen neuen Kooperationspartner in unserem Haus: Bei Prozessbegleitung arbeiten wir fortan mit der Unternehmensberatung Geschka und Partner zusammen. Die Erkenntnisse von Prof. Horst Geschka, einem der führenden deutschen Innovationsforscher, fließen gemeinsam mit unseren Praxiserfahrungen in hochwirksame Methoden für effizientes Innovationsmanagement ein.

Es grüßt Sie mit einem optimistischen „Auf ein Neues!“

Ihr Raimund Werner

Fallstudie

Bei der 10-Jahres-Feier von HOIST gemeinsam für die gute Sache



10 Jahre, 400 Mitarbeiter, 5 Länder: Das Jubiläum der HOIST AG Deutschland wurde bunt, beschwingt und bewegend begangen. Es gab guten Grund zum Feiern: In den letzten 10 Jahren schuf die HOIST Gruppe als Spezialist im Forderungs-

management europaweit zahlreiche neue Standorte.

Das Ziel unseres Eventkonzepts: Wir bringen Mitarbeiter zusammen und stärken durch gemeinsame Erlebnisse das Gefühl der Verbundenheit. Gesagt, getan: Der sportlich-spielerische Veranstaltungsteil verfolgte „aktiv“ ein hehres gemeinsames Ziel – den heiteren Wettkampf

um „HOIST-Münzen“. Die Teams gaben an 20 Stationen ihr Bestes; sie rieten, rangen, rannten und sangen sogar für die begehrten Münzen. Die errungenen 2.597 € wurden später vom Vorstand der HOIST AG spontan auf 5.000 € aufgestockt und in eine Spende umgewandelt, die drei Kindergärten zugute kommt.

Abends genossen alle Teilnehmer in eleganter Abendkleidung eine zauberhaft moderierte Gala mit einer Theaterrevue über die HOIST AG und über das Leben in den vergangenen 10 Jahren, die in eine tolle Party mündete. Am nächsten Morgen erwartete jeden Mitarbeiter eine druckfrische HOIST-Zeitung, die die Erlebnisse des Vortages – leicht verpackt in Bild und Text – dokumentiert. Abgerundet wurde das Event mit diversen Informationen, Grußworten und einem Gewinnspiel. Fazit: eine gelungene Veranstaltung mit Symbolwert und Topbewertung.

Foto: Ben Dörries / Digitoxic

DIALOGREIHE 2008
spektrum live

diskutiert am 17.09.08 in Frankfurt: Können Finanzdienstleister innovativ sein?

Natürlich, Banken müssen solide sein – im Handeln wie im Auftreten –, um sich das Vertrauen ihrer Kunden zu verdienen. Lässt sich aus der Soliditätsprämisse ableiten, dass Innovation hier fehl am Platze wäre? Gilt hier: Never change a running system? Mitnichten: Auch und gerade Finanzdienstleister müssen heute Flexibilität beweisen, um konkurrenzfähig zu bleiben. Dabei wirken nicht alle bahnbrechenden Innovationen systemverändernd – vielmehr machen sie brachliegende Potenziale auf allen Ebenen eines gewinnorientierten Unternehmens nutzbar. Im Kleinen wie im Großen. Klar ist: Innovationsstrategien sind für jeden erfolgreichen Finanzdienstleister als Zukunftssicherung unabdingbar. Mit der Frage nach Innovationschancen im Finanzdienstleistungssektor setzen wir unsere Dialogreihe „spektrum live“

am 17. September 2008 um 17:00 Uhr im „Haus am Dom“ in Frankfurt am Main fort. Unser neuer Kooperationspartner Prof. Geschka von der Unternehmensberatung Geschka und Partner (www.geschka.de), seines Zeichens einer der national führenden Innovationsforscher in Deutschland, wird ein Impulsreferat halten und Rede und Antwort zu allen Fragen des systematischen Innovationsmanagements stehen. Gemeinsam mit Ihnen werden wir der Eingangsfrage mit einer erfolgreichen Methode nachspüren – und unterziehen die Theorie so direkt dem Praxistest. Wir freuen uns, Sie in Frankfurt persönlich zum Austausch per World Café begrüßen zu dürfen, und nehmen Anmeldungen gern ab sofort per E-Mail an info@spektrumevents.de entgegen!

Dienstleistungsinnovationen: Ausschlaggebend ist die hohe Qualität der Dienstleistung

Im Hinblick auf die Veränderungsdynamik und den globalen Wettbewerb sind Innovationen ein Gebot für jedes Unternehmen, für jede Branche: Innovationen braucht das Land! Wirkungsvoll sind vor allem Produktneuerungen. Sie stärken die Marktposition und schaffen Marktanteile.

Doch wie generieren Finanzdienstleister Produktinnovationen? Während Industrieunternehmen über eine lange Tradition in der Produktentwicklung verfügen und inzwischen ausgefeilte Abläufe dafür eingeführt haben, können sie in dieser Hinsicht für Finanzdienstleister nur bedingt als Vorbilder dienen. Die deutlichen Unterschiede zwischen den angebotenen Produkten wirken sich auf den Innovationsprozess aus: Der Finanzdienstleister verfügt über keine F&E-Abteilung, er kann sich nichts patentieren lassen; sein Produkt kann nur geleistet, aber nicht gelagert werden. Nachbesserungen sind nur bedingt möglich, und der Kunde ist am

Entstehen Leistung direkt beteiligt.

Aus diesen Unterschieden lassen sich wichtige Prämissen für den eigenen Innovationsprozess ableiten:

- An die Stelle vorrätiger fertiger Produkte tritt die Leistungsbereitschaft. Die Leistung wird einmalig erbracht! Sie muss so vororganisiert und eingeübt sein, dass sie im Bedarfsfall mit hoher Perfektion abläuft. Sie muss vor der Markteinführung mit allen Prozessbeteiligten simuliert und getestet werden.
- Der Erklärungsbedarf ist groß, der Anspruch des Kunden an die Beratung hoch. Der Kunde ist in zweifacher Hinsicht unsicher: Das Produkt ist neu und kann nur unzureichend demonstriert werden; hinzu kommt die generelle Unsicherheit und Zurückhaltung bei Finanztransaktionen. Finanzprodukte lassen sich ja nur sehr abstrakt darstellen. Das Verkaufspersonal muss hier Überzeugungsarbeit leisten. Gründliche Schulungen sind erforder-

lich; flankierend dazu sind gut verständliche Verkaufsunterlagen zu erstellen.

- In Industrieunternehmen passieren alle Produktentwicklungsprojekte den F&E-Bereich – auch wenn es mittlerweile spezielle Abteilungen für Innovationsmanagement gibt. Alle Innovationsvorhaben laufen also an einem natürlichen zentralen Punkt zusammen. So wird das Vorgehen übersichtlich und einheitlich. Wo liegt hingegen bei einer Bank oder Versicherung die zentrale Zuständigkeit für die Produktentwicklung? Innerhalb des Marketings? Bei einer bereichsspezifischen Stelle? Beim Vorstandsvorsitzenden?

Es gibt hier viel zu diskutieren!
Wir sollten es tun.

Prof. Dr. Horst Geschka
Dipl.-Kffr. Martina Schwarz-Geschka
www.geschka.de

Unsere Produkte - Ihr Nutzen

Rheingautipp

spektrum events verschenkt perlende Kostproben

Diesmal präsentieren wir einen Geheimtipp für Genießer: Die Sekte des Hauses Bardong sind hochwertige Unikate – keine Cuvées, sondern ausschließlich Rebsorten- und Lagensekte – mit viel Liebe nach der „méthode champenoise“ hergestellt. Eine Reifezeit von mindestens drei Jahren garantiert feinste Perlage, wunderbaren Schmelz und hohe Bekömmlichkeit. Zur Verkostung verschenken wir je eine Flasche „Erbacher Honigberg“ (Riesling), „Chardonnay“ und „Rüdesheimer Klosterberg“ (Spätburgunder Weißherbst):

*Senden Sie uns eine E-Mail mit dem Stichwort „spektrum events – Rheingautipp“ an info@spektrumevents.de und entdecken Sie die feinperlende Seite des Rheingaus!
www.bardong.de*

Kick off 2.0 – ein cleveres Hybrid aus Event und Gruppendialog

Dienst ist Dienst und Schnaps ist Schnaps? Sie meinen, in Sachen Event sei eigentlich alles schon da gewesen? Wir meinen: Betriebsfeier 1.0 war gestern. Denn es gibt eine innovative Art von Veranstaltung, die mehr ist als ein Event oder eine Konferenz, die nur das Potenzial oberer Etagen nutzt: Kick off 2.0 ist die kluge Verschmelzung von Unterhaltung und Erlebniskultur mit der Intelligenz des nachhaltig wirksamen Großgruppendialogs.

Alles, was Sie am konventionellen Event schätzen, bietet auch Kick off 2.0: ein begeisterndes Ereignis und emotional transportierte Botschaften, perfekt inszeniert. Über den „Kick“ hinaus ermöglicht Kick off 2.0 zudem neue Formen der Kommunikation im Unternehmen – für mehr Beteiligung, Motivation und Gemeinschaftsgefühl. Die dialogisch orientierten Veranstaltungen begeistern und involvieren die Teilnehmer; aus beobachtenden Betroffenen werden engagierte Beteiligte.

Vier Methoden stehen zur Verfügung: In einer Zukunftskonferenz entwickeln 30 bis über

150 Personen in interdisziplinärer Zusammensetzung die Zukunft ihres Systems, die Prozessschritte münden schließlich in das Entwerfen konkreter Maßnahmen. Beim Real Time Strategic Change reflektieren die bis zu 350 (oder mit Variation 500+) Teilnehmer die aktuelle Situation und entwickeln die von der Systemspitze vermittelten Ziele, Werte oder Strategien gemeinsam weiter. Das schafft Identifikation und die Basis für Detailstrategien. Die Open Space Technology eignet sich für bis zu 1.000 Teilnehmer: Open Space setzt als offene Methode Potenzial und Energie frei und gibt genug Raum für Teamarbeit, Kreativität – und nicht zuletzt für Innovationen. Die Teilnehmer lernen dabei viel voneinander. Das Finance World Café ist ein so einfaches wie wirkungsvolles Tool, um eine relativ große Gruppe in einen intensiven Gedankenaustausch untereinander zu bringen. Gemeinschaftlich werden innovative und kreative Lösungen entwickelt, um neue Handlungsoptionen zu eröffnen.

spektrum
events Menschen bewegen

spektrum events | Mühlstraße 13 | 65396 Walluf

tel 061 23 | 60109.0 fax 061 23 | 60109.1 info@spektrumevents.de www.spektrumevents.de