Universität Rostock
Traditio et Innovatio

Sommersemester 2016
Vorlesung Management von Entwicklungsteams und -projekten

Universität Rostock Traditio et Innovatio

Prof. Dr.-Ing. Hendrik Wurm

Lehrstuhl für Strömungsmaschinen (seit 1. Oktober 2010)

vorher 12 Jahre Leiter des Forschungs- und Technologiezentrums eines Maschinenbaukonzerns mit ca. 6.500 Mitarbeitern (davon ca. 350 in der Entwicklung) und Entwicklungsteams in Deutschland, Frankreich, Korea, China und Indien

Inhalt der Vorlesung

Universität Rostock Traditio et Innovatio

- Einführung / Erfolgsfaktoren für Innovationen
- Unternehmen (Aufbauorganisation und Rechtsformen / Aufgaben und Organisation von Forschung und Entwicklung)
- Der Innovationsprozess (Finden und Bewerten innovativer Ideen)
- Der Produktentwicklungsprozess (von der Idee zum SOP)
- Projektmanagement I (Aufgaben des Projektmanagers, Projektplanung)
- Betriebswirtschaftliche Grundbegriffe
- Projektmanagement II (Projekt-Controlling)
- Führung von Mitarbeitern

Inhalt der Vorlesung

Universität Rostock Traditio et Innovatio

- Change Management – Handeln und Entscheiden in komplexen Situationen
- Schutzrechte - Grundlagen
- Die Bewerbung in einem Unternehmen
- Finanzierung von Projekten und öffentliche Förderung (Herr Weiß, Geschäftsführer Rostock Business)
- Praktisches Projektmanagement am Beispiel eines offshore- Windparks (Herr Iffländer, Präsident des Wind Energy Networks Rostock)

Ablauf der Übungen

Universität Rostock Traditio et Innovatio

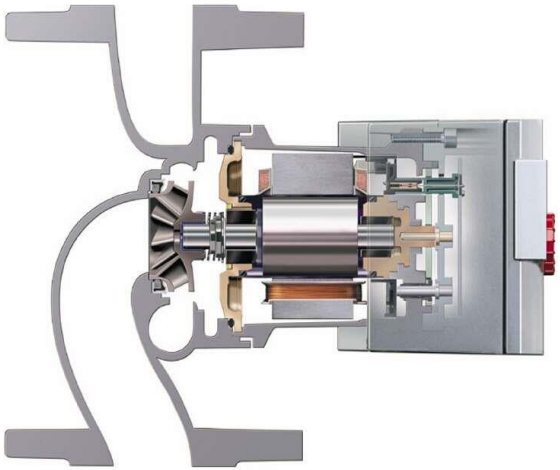
- Einteilung in Gruppen mit ca. 6 Mitgliedern
- Lösung von Aufgabenstellungen in Teamarbeit und Präsentation der Ergebnisse 1x im Monat 45 Min.

Beispiele von Aufgabenstellungen:

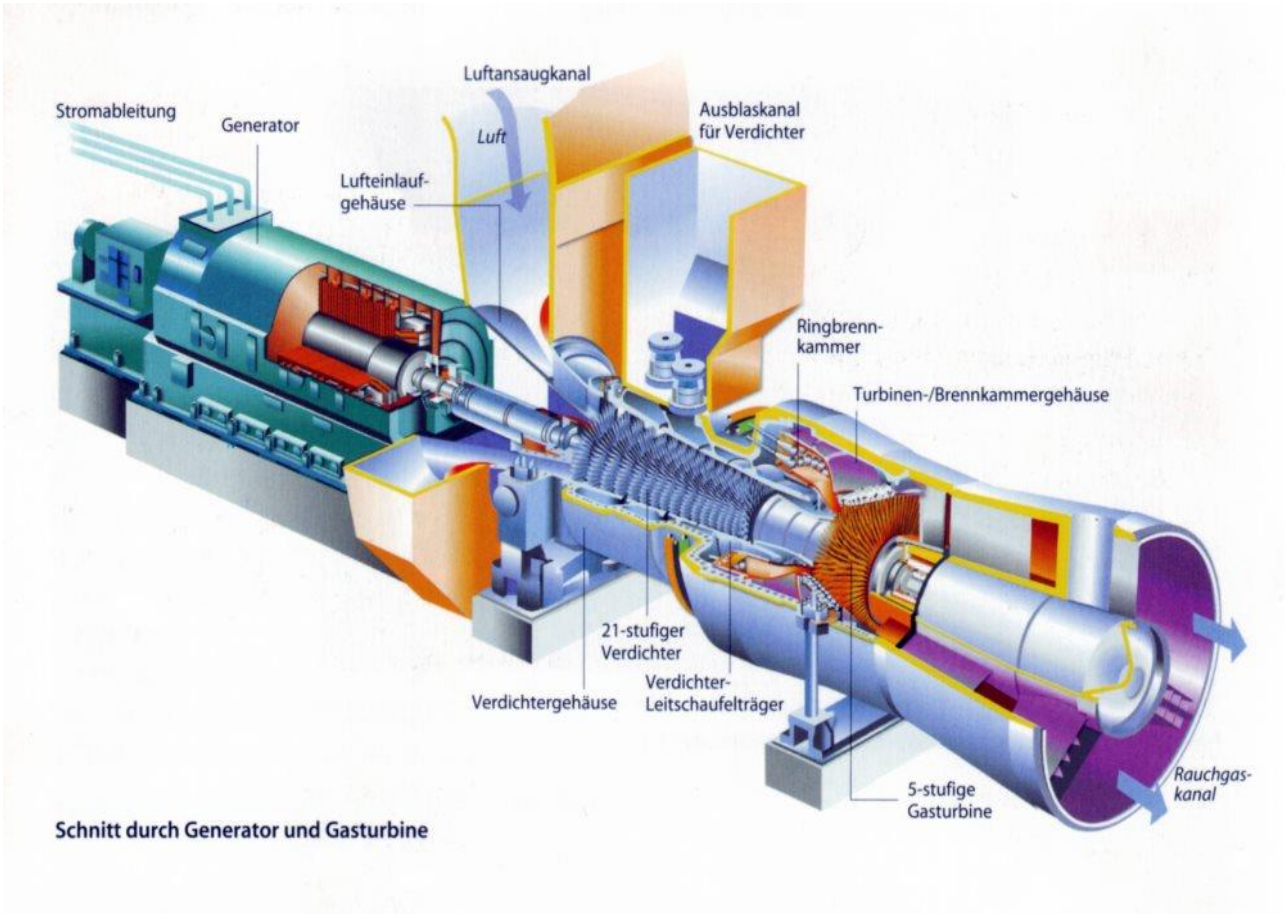
Methoden der Technologievorausschau
Erarbeitung einer FuE- Strategie für ein Unternehmen
Erarbeitung eines Projektplanes
Erarbeitung eines Business-Planes
Bewertung der Innovationskraft eines Unternehmens
Erstellen von Bewerbungsunterlagen

Themenfeld Strömungsmaschinen

Universität Rostock
Traditio et Innovatio



Prinzipieller Aufbau einer Gasturbine



Schnitt durch Generator und Gasturbine

Quelle: www.hagelstein-consult.de

Innovationen = Markterfolg?

Markterfolg = Unternehmenserfolg?

Markterfolg

Universität Rostock Traditio et Innovatio

Umsatz

Image

Ablösung / Verdrängung vorhandener Produkte

etc.

Unternehmenserfolg

Universität Rostock Traditio et Innovatio

Gewinn

etc.

PRO Innovationen

- Erhaltung des angestammten Markts + Imagegewinn
- Erschließung neuer Märkte
- Gewinnung neuer Kunden

Ziel: **Nachhaltige Sicherung und Steigerung des Gewinns**

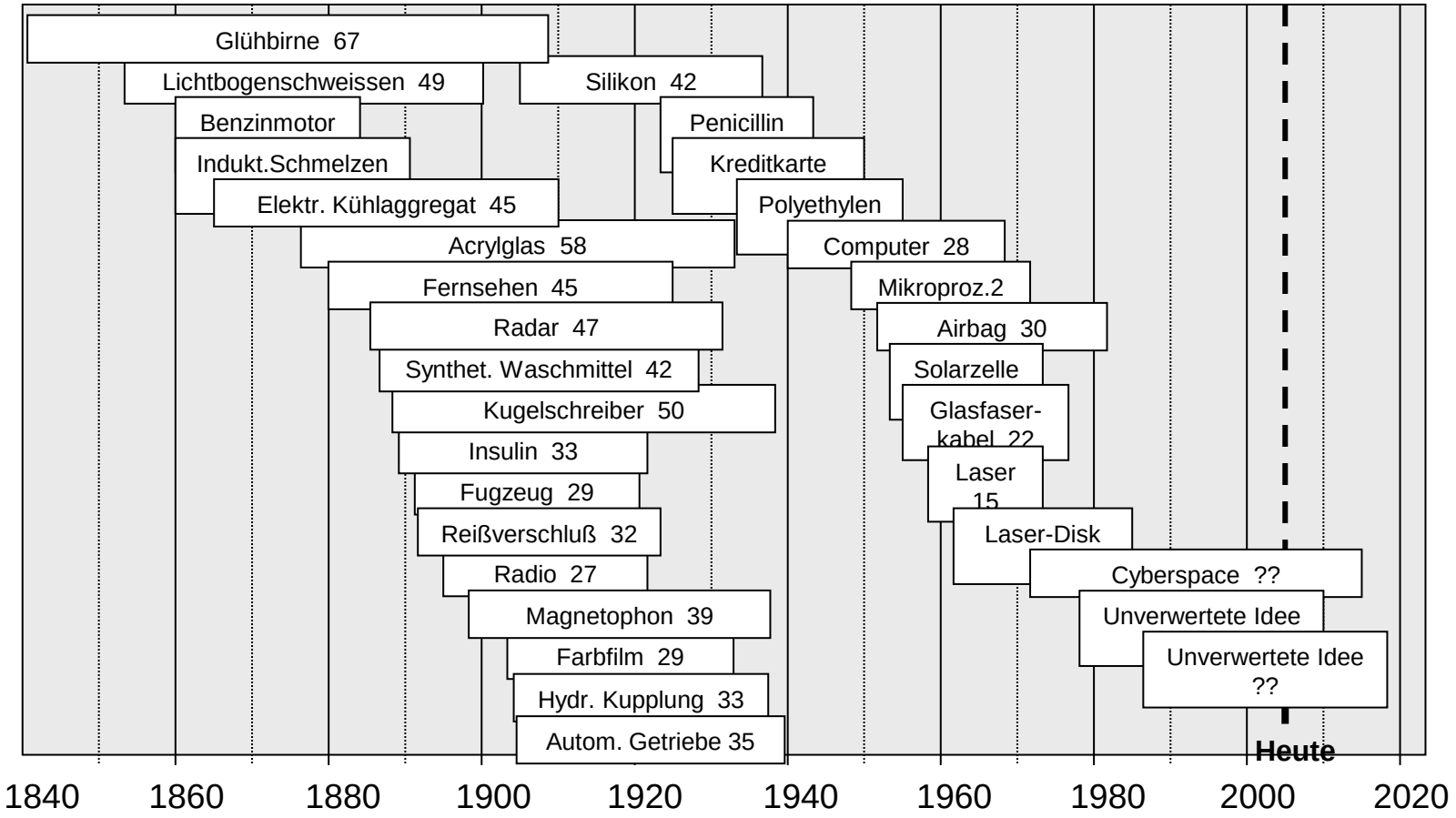
CONTRA Innovationen

- Kosten für die Entwicklung und Vermarktung
- Risiken bei der Technologieauswahl und bei der Vermarktung (wo? ; wann? ; wie?)

Innovationen = Unternehmenserfolg?!

Universität Rostock Traditio et Innovatio

Basisinnovationen von der Idee bis zum Markterfolg



(C) 2001 Dr. H.B.Cohausz COHAUSZ DAWIDOWICZ HANNIG & PARTNER 40237 Düsseldorf

Wann werden neue Produkte ein Erfolg?

Manche neuen und innovativen Produkte werden ein Markterfolg und manche nicht –

warum?

Wann werden neue Produkte ein Erfolg?

Universität Rostock Traditio et Innovatio

Eine Innovation ist erfolgreich wenn

- Bedürfnisse des Marktes erfüllt werden
- es gelingt neue Bedürfnisse zu wecken
- das Produkt oder der Marketingeinsatz nur schwer kopierbar sind

Hierfür sind eine fundierte Marktforschung und gleichzeitig eine Akzeptanz der Unberechenbarkeit des Marktes und des schnellen Wandels notwendig.

Innovationen in wirtschaftlichen Erfolg umsetzen -

„Menschen verlangen dreimal mehr für Dinge, die sie bereits besitzen, als sie bereit sind, für dieselben Produkte an andere zu zahlen." *

- Schokoladenexperiment

* John T. Gourville: Wann Kunden neue Produkte kaufen, Harvard Business Manager, Aug. 2006

Wann werden neue Produkte ein Erfolg?

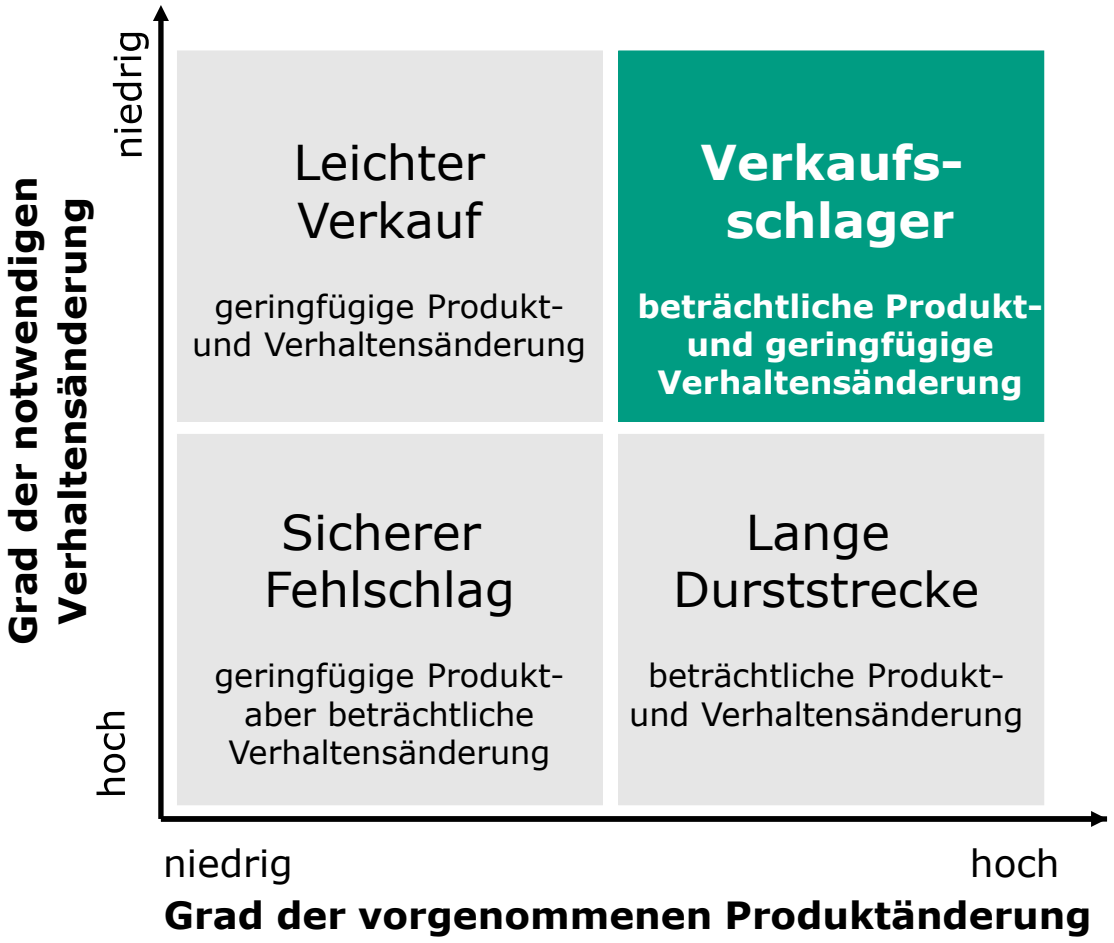
Universität Rostock
Traditio et Innovatio

- Kunden neigen dazu, den Nutzen bekannter Produkte zu überschätzen

- Firmen neigen dazu, den Bedarf für Innovationen zu überschätzen

Wann werden neue Produkte ein Erfolg?

Universität Rostock Traditio et Innovatio



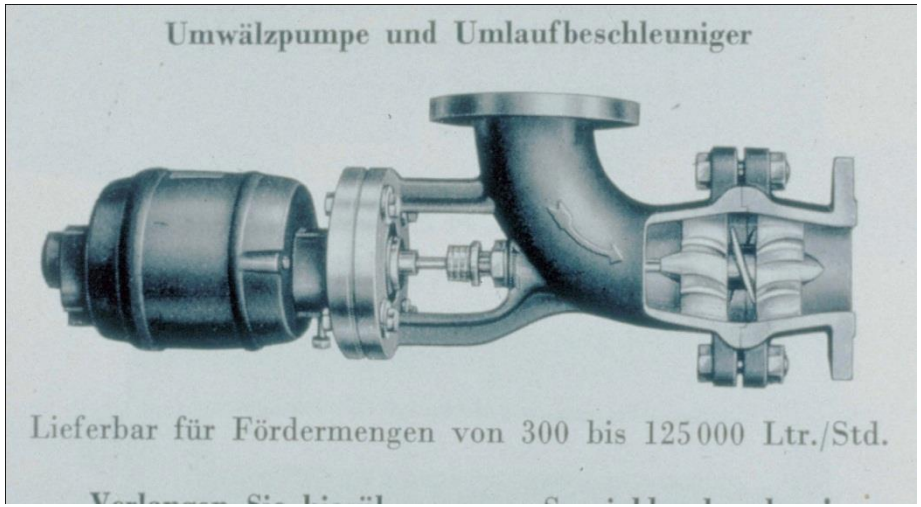
entnommen aus: John T. Gourville: Wann Kunden neue Produkte kaufen, Harvard Business Manager, Aug. 2006

- *Daimler 1930*

Mercedes SL 2008

hoher Innovationsgrad und „kleine“ Verhaltensänderung

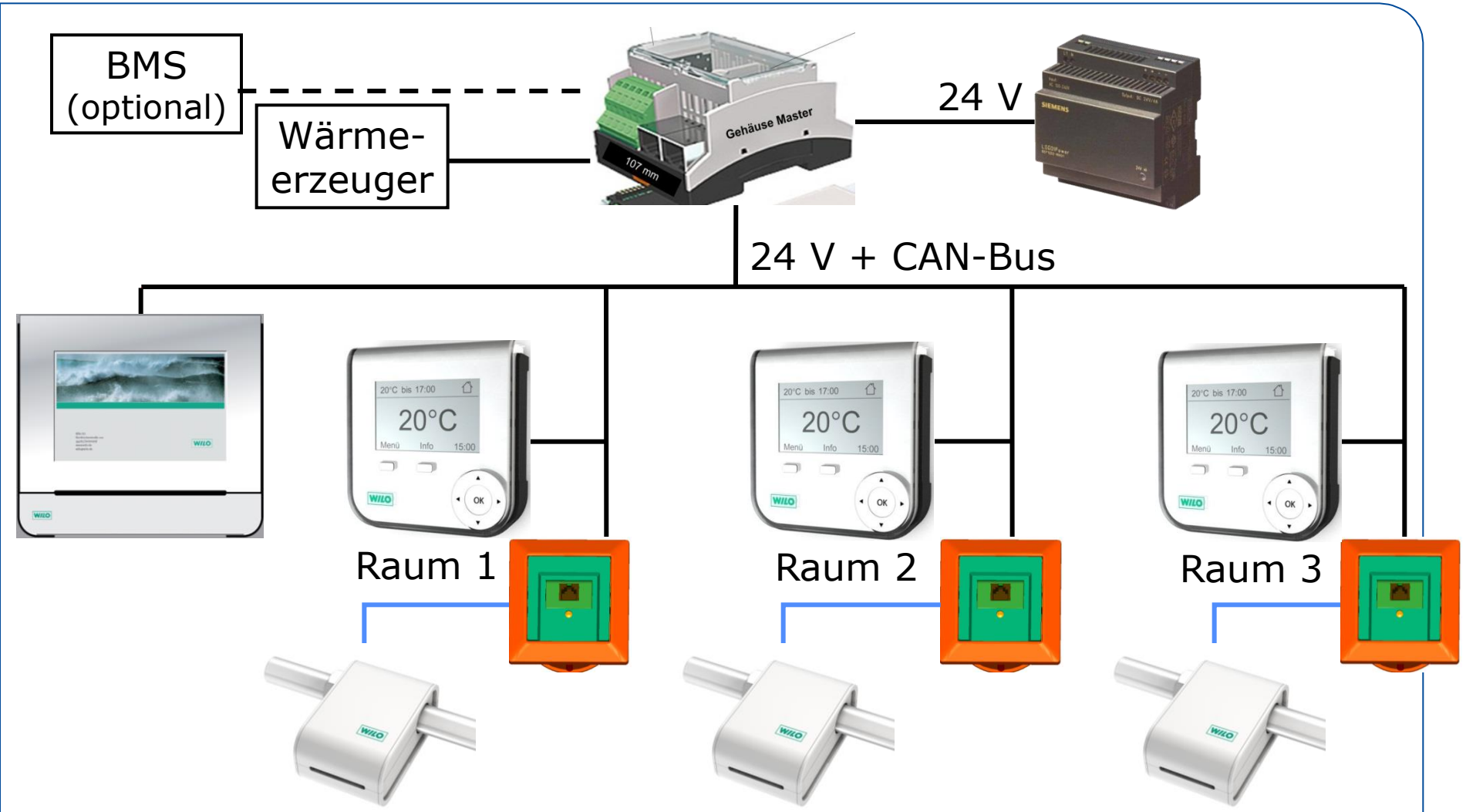
WILO-Heizungsumwälzpumpe ca. 1930 und 2010



hoher Innovationsgrad und „kleine“ Verhaltensänderung

vom einzelnen Produkt zum System WILO- Geniax

Universität Rostock
Traditio et Innovatio



hoher Innovationsgrad und beträchtliche Verhaltensänderung

Innovationen = Unternehmenserfolg?!

Universität Rostock Traditio et Innovatio

Ja!

wenn