

Zukünftige Trends erkennen!

Roadmapping

Ihr strategischer Fahrplan zum Erfolg

Systematische Auseinandersetzung mit der Zukunft

- ◆ Markt- und Technologieentwicklungspfade professionell analysieren
- ◆ Integration in die strategische Unternehmensplanung

Integrierte Produkt-Technologie-Roadmap

- ◆ Innovationstreiber aufspüren und einbinden
- ◆ Produktvisionen und Neuheiten entwickeln
- ◆ Zukunftstechnologien frühzeitig erkennen und gezielt fördern

Erfolgsrelevante Instrumente und Werkzeuge

- ◆ Marktleistungsziele bestimmen und fördern
- ◆ Externe und interne Einflüsse richtig einschätzen und steuern
- ◆ Geeignete Produktkonzepte auswählen
- ◆ Technologie-Entscheidungen fundiert treffen

Interaktiv und praxisnah:

Sie wenden Instrumente und Methoden direkt an und erstellen eigene Roadmaps!

Ihre Roadmapping-Experten:



Dr. Beat Birkenmeier
Helbling Management Consulting AG



Dr. Rudolf Eller
W.C. Heraeus GmbH & Co. KG



Fabian S. Schlage
Nokia Siemens Networks GmbH & Co. KG



Dr. Thomas Wille
ArgosConsult Unternehmensberatung

Ehemalige Teilnehmer sind begeistert:

„Manager, die sich mit Strategieentwicklung beschäftigen, sollten dieses Seminar kennen.“ L. Grave, Continental AG

„Sehr hilfreich für ein tiefgreifendes Verständnis der zugrunde liegenden Mechanismen, die Innovations- und Entwicklungsprozesse maßgeblich steuern.“ Dr. S. Biel, Beiersdorf AG

Bitte wählen Sie Ihren Termin:

29. und 30. Oktober 2009 in Frankfurt/M.

23. und 24. November 2009 in München

Hoher Lernerfolg durch begrenzte Teilnehmerzahl!


MANAGEMENT CIRCLE[®]
BILDUNG FÜR DIE BESTEN

Melden Sie sich jetzt an! Telefon-Hotline: 0 61 96/47 22-700

So generieren, strukturieren und nutzen Sie strategische Informationen!

Ihre Seminarleiter:

Dr. Beat Birkenmeier, Associate Director, **Helbling Management Consulting AG**, Zürich
Dr. Thomas Wille, Inhaber, **ArgosConsult Unternehmensberatung**, Karlsruhe



Herzlich Willkommen!

- Begrüßung und Vorstellung des Seminarteams
- Darstellung der Ziele des Seminars
- Abstimmung mit Ihren Erwartungen als Teilnehmer

Wert und Möglichkeiten von Roadmapping im Innovationsprozess

- Idee und Erfolgsbeitrag von Roadmapping
- Philosophie, Grundlagen und Aufbau von Roadmaps
- Roadmapping als Instrument der strategischen Frühaufklärung

Der Aufbau einer integrierten Produkt-Technologie-Roadmap

„Innovationstreiber“ setzen die Rahmenbedingungen

- Abgrenzung des relevanten Marktes
- Externe und interne Innovationstreiber
 - Umfeldentwicklung
 - Kundenbedürfnisse
 - Wettbewerbsaktivitäten
 - Geschäftsstrategische Vorgaben

„Produkte“ bestimmen den Markterfolg

- Identifikation von Merkmalen der Marktleistung
- Relevanzbestimmung der Marktleistungsmerkmale
- Ableitung von Produktentwicklungsstrategien

„Technologien“ bilden die Voraussetzungen für die Marktleistung

- Identifikation von technologischen Lösungsmöglichkeiten
- Beurteilung der technologischen Lösungsansätze
- Identifikation von konkretem Technologieentwicklungsbedarf
- Ableiten von zielführenden Technologieentwicklungsprojekten

Mobilitätskonzept 2020

Entwicklung einer Produkt-Technologie-Roadmap für das fiktive Unternehmen Future Cycling AG:

- Marktsegmentierung und Analyse der Kundenbedürfnisse in den einzelnen Marktsegmenten
- Analyse des relevanten Umfeld und Identifikation von Trends
- Ableiten von Innovationstreibern
- Festlegen von Produktstrategien und Definition von Produktmerkmalen
- Ableiten von konkretem Entwicklungsbedarf
- Definition von konkreten Entwicklungsprojekten
- Darstellung der Resultate in der Roadmap
- Bearbeitung des Fallbeispiels und gemeinsame Diskussion der Ergebnisse



Erfolgreiches Innovationsmanagement in dezentralen Unternehmensstrukturen

- Wachstum durch Innovation
- Innovation braucht Netzwerke
- Einsatzfelder und Potenziale von Roadmapping
- Akzeptanz und Widerstände
- Vom Innovationstreiber zur Realisierung

Dr. Rudolf Eller

Head of Governmental Relations,

W.C. Heraeus GmbH & Co. KG, Hanau

Get-Together

Ausklang des ersten Seminartages in informeller Runde. **Management Circle** lädt Sie zu einem kommunikativen Umtrunk und Imbiss ein, bevor es mit der „Open Clinic“ weitergeht.

ab 19.30 Uhr „Open Clinic“

Erörtern Sie in entspannter Atmosphäre Ihre aktuellen Probleme und individuellen Fragestellungen rund um die Hard und Soft Facts des Roadmappings zusammen mit den Trainern und Teilnehmern:

- Kurzpräsentation eines Problems durch einzelne Teilnehmer
- Diskussion von unmittelbaren Lösungsansätzen
- Gemeinsame Herleitung von möglichen „Lessons Learned“



So identifizieren Sie Ihre zukünftigen Umsatzträger!

Ihre Seminarleiter:
Dr. Beat Birkenmeier
Dr. Thomas Wille

Wirksame Instrumente für den Roadmapping-Erfolg

Instrumente der Marktanalyse

- Wodurch wird die Marktleistung bestimmt?
- Wie lässt sich der relevante Markt abgrenzen?
- Welche Marktleistungsziele müssen bestimmt werden?
- Wie können Strategieoptionen identifiziert, bewertet und ausgewählt werden?
- Welche Instrumente der Marktbearbeitung erweisen sich als wirksam?

Instrumente zur Bestimmung von Innovationstreibern

- Welche Umfeldfaktoren müssen berücksichtigt werden?
- Wie kann die Wettbewerbssituation zuverlässig bestimmt werden?
- Welche Merkmale der Marktleistung sind erfolgsentscheidend?

Instrumente zur Auswahl geeigneter Produktkonzepte

- Wie erstellt man ein innovatives Anforderungsprofil?
- Lassen sich Produktkonzepte wirksam bewerten?
- Welche Bedeutung haben Produktmeilensteine für die Innovationsplanung?

Instrumente des Technologiemanagements

- Wodurch wird die Technologieentwicklung bestimmt?
- Welche Normstrategien gibt es für den Umgang mit Zukunftstechnologien?
- Wie trifft man erfolgreich strategische Technologie-Entscheidungen?

Roadmapping: Vom Kunden zum Menschen

- Die multiple Zukunft erkennen
- Hilfsmittel für Roadmapping, am Menschen orientiert
 - Szenariotechnik light
 - Basic Beliefs & Radicals
 - Der Nutzen von Ontologien
 - Systemisches Denken (DSM/DMM)
 - Teilprodukte isolieren und verbessern
- Roadmapping und Ideen
 - Grenzen der Organisation von Innovation und warum wir trotzdem damit (über-)leben können
 - Mythos Kreativität

Fabian S. Schlage
Head of Idea Management,
Nokia Siemens Networks GmbH & Co. KG, München

Erfolgsrelevante Instrumente in der Praxisanwendung



- Einfluss des Instrumenteneinsatzes auf den Erfolg der Roadmapping-Methode
- Wie beeinflusst Roadmapping den Markterfolg?
- Bearbeitung und gemeinsame Diskussion der Ergebnisse

Roadmapping-Methode und strategische Unternehmensplanung

- Erfolgsrelevante Elemente und Prozesse der Unternehmensplanung
- Strategische Planung der Marktleistung
- Wirksame Integration des Roadmappings in die Unternehmensplanung
- Erfolgsbeitrag der Roadmapping-Methode

Seminarzeiten

Am 1. Seminartag: ab 8.15 Uhr Empfang mit Kaffee und Tee, Ausgabe der Seminarunterlagen

	Beginn des Seminartages	Gemeinsames Mittagessen	Ende des Seminartages
1. Seminartag	9.00 Uhr	12.30 - 13.45 Uhr	ca. 18.30 Uhr
2. Seminartag	8.30 Uhr	12.15 - 13.30 Uhr	ca. 17.30 Uhr

Am Vor- und Nachmittag sind Kaffee- und Teepausen in Absprache mit Referenten und Teilnehmern vorgesehen.

Bitte beachten Sie auch unsere Veranstaltung

Innovation 2009

11. Jahrestagung für
zukunftsorientiertes Innovationsmanagement

9. und 10. November 2009 in Düsseldorf

Nähere Informationen gibt Ihnen gerne **Eberhard Bergmann**,
Tel.: 0 61 96/47 22-700, Fax: 0 61 96/47 22-888,
E-Mail: kundenservice@managementcircle.de

INHOUSE TRAININGS

Zu allen Themenbereichen bieten wir auch **firmeninterne Schulungen** an. Ich berate Sie gerne, rufen Sie mich an.



Christian Menzel
Tel.: 0 61 96/47 22-644
E-Mail: menzel@managementcircle.de
www.managementcircle.de/inhouse

Zum Seminarinhalt

- Welche Produkte sind die **Umsatzträger von morgen**?
- Wie sehen die **künftigen Marktanforderungen** aus?
- Welche **Technologien sind zukunftsweisend**?

Das Wissen über **langfristige Entwicklungspfade** auf Produkt-, Markt- und Technologieebene stellt einen **zentralen Wettbewerbsvorteil** dar. Die Betrachtung von Szenarien für die „planbare Zukunft“ von etwa zwei oder drei Jahren reicht nicht aus, um die eigene Wettbewerbsposition auszubauen und dauerhaft zu verteidigen.

Den Blick in die Zukunft wagen!

Erweitern Sie Ihren Planungshorizont und werfen Sie einen Blick in die Zukunft! Unsere praxiserfahrenen Referenten zeigen Ihnen, wie Sie Marktsignale **frühzeitig erkennen**, Entwicklungspfade **fundierte ableiten** und Ihre **Unternehmensstrategie** auf zukünftige Markt- und Technologieentwicklungen ausrichten.

Die Praxisberichte der **W.C. Heraeus GmbH** und der **Nokia Siemens Networks GmbH & Co. KG** verdeutlichen Ihnen, wie Sie Ihr Innovations- und Technologiemanagement durch Roadmapping nachhaltig unterstützen!

So gestalten Sie Ihren Fahrplan zum Erfolg!

In unserem Intensiv-Workshop lernen Sie:

- Strategische Informationen über Produkte, Märkte und Technologien zu **generieren, strukturieren und auswerten**
- Interne und externe Einflüsse **richtig einzuschätzen**
- Produkt-, Markt- und Technologie-Entwicklungspfade **integriert zu betrachten**
- Die wichtigsten Instrumente und Methoden des Roadmappings **praxisnah anzuwenden**
- **Künftige Umsatzträger** bereits heute zu identifizieren
- Roadmaps gezielt für die **Weiterentwicklung Ihrer Geschäftsfelder** einzusetzen

Nutzen Sie die zwei Tage und schaffen Sie eine solide Basis für Ihre langfristige Unternehmens- und Innovationsstrategie!

Sie haben noch Fragen? Gerne!

Rufen Sie mich an oder schreiben Sie mir eine E-Mail. Gerne berate ich Sie persönlich und beantworte Ihre Fragen zur Veranstaltung.

D. Steffen



Daniela Steffen
Konferenz Managerin
Tel.: 0 61 96/47 22-668
E-Mail: steffen@managementcircle.de

Dr. Beat Birkenmeier

Diplom-Ingenieur, ist Gründer und langjähriger Geschäftsführer eines Spin-off-Unternehmens der Eidgenössischen Technischen Hochschule (ETH) Zürich/Schweiz, welches Anfang 2009 in die **Helbling-Gruppe** integriert worden ist. Seine Arbeitsschwerpunkte liegen in den Bereichen Innovationsmanagement, strategisches Technologiemanagement und Projektmanagement. Daneben ist er Dozent an der ETH Zürich, der Universität St. Gallen und an mehreren Schweizer Fachhochschulen.

Dr. Rudolf Eller

ist seit September 2008 Head of Governmental Relations der **W. C. Heraeus GmbH** und somit verantwortlich für die Außenkontakte der Gesellschaft zu Verbänden und Institutionen im In- und Ausland. Darüber hinaus ist er tätig als Gutachter für die „Arbeitsgemeinschaft industrieller Forschungsvereinigungen (AiF)“, betreut BMBF-Forschungsprojekte und engagiert sich aktiv in mehreren Arbeitskreisen des „Zentralverbandes der Elektrotechnik- und Elektro-Industrie (ZVEI)“, z.B. Technologieroadmap 2020 Elektronische Komponenten und Systeme. Zuvor war er fast 10 Jahre als Leiter Technologie-Zentrum zuständig für Technologieentwicklung und Innovation für Edelmetall/Sondermetall-Halbzeuge für mehrere Geschäftsbereiche der W. C. Heraeus. Ein Schwerpunkt seiner Tätigkeit als Forschungsleiter lag auf der Anwendung und Umsetzung des „Innovations-Baukastens“ (TRIZ, DOE, Hype, Roadmapping, Szenario...) zur Generierung neuer Geschäftsfelder für unterschiedliche Business Units.

Fabian S. Schlage

ist Leiter des globalen Ideenmanagements für technische und geschäftliche Innovationen in Entwicklung und Forschung bei **Nokia Siemens Networks GmbH & Co. KG** mit Fokus auf Hochrisikoprojekte, disruptive Technologien und Geschäftsmodelle. Er hat Informatik an der TU München studiert und ist seit 1994 in der Netzwerkbranche bei Siemens tätig. Fabian S. Schlage ist Vorsitzender der Arbeitsgruppe Technische Innovationen (Dialogkreis Konvergenz) im BITKOM, Mitglied der Hauptjury des „Deutschen Computerspiele Preis“ des Bundes und Lehrbeauftragter an der FH-Ingoldstadt für Innovationsmanagement. Vormalig war er persönlicher Referent des Zentralvorstands der Siemens AG und seines Bereichsvorstandsvorsitzenden von Siemens Communications, später des Bereichsvorstandes und CTO bei Siemens Communications (Com).

Dr. Thomas Wille

Diplom-Kaufmann, ist Inhaber der Strategieberatungsunternehmung **ArgosConsult** mit dem Schwerpunkt marktorientierte Produktinnovation. Sein hoher Praxisbezug basiert auf einer über zehnjährigen Managementverantwortung in einem Global Technology Center der Medizintechnikindustrie. Darüber hinaus verfügt er über Lehrerfahrung in den Bereichen Innovationsmanagement und Produktentwicklung, u.a. als Dozent der Wissenschaftlichen Hochschule Lahr. Er ist Netzwerkpartner für alle Fragen des Innovationsmanagements und der strategischen Marktorientierung von Unternehmen.

Warum Sie diese Veranstaltung besuchen sollten

Sie möchten

- strategische Informationen über die Entwicklung Ihrer Geschäftsfelder gezielt **finden, strukturieren** und **interpretieren!**
- Produkt-, Markt- und Technologieentwicklungspfade professionell analysieren und **zukunftssträchtige Umsatzträger** identifizieren!
- das Wissen über zukünftige Anforderungen für die **Weiterentwicklung Ihrer Unternehmensstrategie** einsetzen!

Wen Sie auf dieser Veranstaltung treffen

Das Seminar richtet sich an **technische** und **kaufmännische Leiter** sowie **leitende Mitarbeiter** aus den Bereichen **F&E, Innovations- und Technologiemanagement, Produktentwicklung und -planung, Projektmanagement, Unternehmensplanung und Marketing**. Weiterhin sind **Mitglieder des Vorstands** und der **Geschäftsführung** sowie **Beratungsunternehmen** angesprochen.

Termine und Veranstaltungsorte

29. und 30. Oktober 2009 in Frankfurt/M.

Hotel Intercontinental Frankfurt,
Wilhelm-Leuschner-Straße 43, 60329 Frankfurt/M.
Tel.: 069/2605-2334, Fax: 069/2605-2322
E-Mail: frankfurt.reservations@ihg.com


23. und 24. November 2009 in München

Le Meridien München,
Bayerstraße 41, 80335 München
Tel.: 089/2422-0, Fax: 089/2422-1111
E-Mail: reservations.muenchen@lemeridien.com

Zimmerreservierung

Für unsere Seminarteilnehmer steht im jeweiligen Tagungshotel ein begrenztes Zimmerkontingent zum Vorzugspreis zur Verfügung. Nehmen Sie die **Reservierung bitte rechtzeitig selbst direkt im Hotel** unter Berufung auf Management Circle vor. Die Anfahrtsskizze erhalten Sie zusammen mit der Anmeldebestätigung.

Ein Tipp: Unser Service-Team nennt Ihnen gerne günstige alternative Übernachtungsmöglichkeiten in der Nähe des Tagungshotels (Tel.: 0 61 96/47 22-700).

Mit der Deutschen Bahn **ab € 79,-** zur Veranstaltung.
Infos unter:
www.managementcircle.de/bahn 

Über Management Circle

Management Circle steht für *WissensWerte* und ist anerkannter Bildungspartner der Unternehmen. Die Management Circle AG zählt mit einem umfangreichen Weiterbildungsprogramm zu den **Marktführern** im deutschsprachigen Raum. Informieren Sie sich aktuell und umfassend unter: www.managementcircle.de

So melden Sie sich an

Bitte einfach die Anmeldung ausfüllen und möglichst bald zurücksenden oder per Fax, Telefon oder E-Mail anmelden. Sie erhalten eine Bestätigung, sofern noch Plätze frei sind – andernfalls informieren wir Sie sofort. Die Anmeldungen werden nach Reihenfolge der Eingänge berücksichtigt.

Die Teilnahmegebühr für das zweitägige Seminar beträgt inkl. Mittagessen, Erfrischungsgetränken, Get-Together, der „Open Clinic“ und der Dokumentation € 1.795,-. Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Anmeldebestätigung und eine Rechnung. Sollten mehr als zwei Vertreter desselben Unternehmens an der Veranstaltung teilnehmen, bieten wir **ab dem dritten Teilnehmer 10% Preisnachlass**. Bis zu zwei Wochen vor Veranstaltungstermin können Sie kostenlos stornieren. Danach oder bei Nichterscheinen des Teilnehmers berechnen wir die gesamte Tagungsgebühr. Die Stornierung bedarf der Schriftform. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich. Alle genannten Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen MwSt.

Roadmapping

Ich/Wir nehme(n) teil am:

- 29. und 30. Oktober 2009 in Frankfurt/M.** 10-62746
 23. und 24. November 2009 in München 11-62747

1 NAME/VORNAME _____
 POSITION/ABTEILUNG _____

2 NAME/VORNAME _____
 POSITION/ABTEILUNG _____

3 NAME/VORNAME _____
 POSITION/ABTEILUNG _____

FIRMENNAME _____

STRASSE/POSTFACH _____

PLZ/ORT _____

TELEFON/FAX _____

MITARBEITER: BIS 100 100-200 200-500 500-1000 ÜBER 1000

Warum Ihre E-Mail-Adresse wichtig ist!

Sie erhalten so schnellstmöglich eine Bestätigung Ihrer Anmeldung, damit Sie den Termin fest einplanen können.

E-MAIL
(MIT NENNUNG MEINER E-MAIL-ADRESSE ERKLÄRE ICH MICH EINVERSTANDEN, ÜBER DIESES MEDIUM INFORMATIONEN DER MANAGEMENT CIRCLE GRUPPE ZU ERHALTEN.)

DATUM _____ UNTERSCHRIFT _____

ANSPRECHPARTNER/IN IM SEKRETARIAT: _____

ANMELDEBESTÄTIGUNG BITTE AN: _____ ABTEILUNG _____

RECHNUNG BITTE AN: _____ ABTEILUNG _____

Datenschutz-Hinweis: Sie können bei uns der Verwendung Ihrer Daten widersprechen, wenn Sie in Zukunft keine Prospekte mehr erhalten möchten. (§28 VI BDSG)

Anmeldung/Kundenservice



Telefon: **+49 (0) 61 96/47 22-700**
 Fax: **+49 (0) 61 96/47 22-999**
 E-Mail: **anmeldung@managementcircle.de**
 Internet: **www.managementcircle.de/10-62746**
 Postanschrift: **Management Circle AG**
Postfach 56 29, 65731 Eschborn/Ts.
 Telefonzentrale: **+49 (0) 61 96/47 22-0**