



Am Anfang steht die Frage

Innovationstraining für Unternehmen, die ihr Innovationspotenzial aktivieren möchten.

Unsere Vision

Unseren Kindern durch nachhaltiges, pragmatisches und effizientes Innovieren eine bessere Welt hinterlassen.

Wir wollen unseren Kindern eine Welt hinterlassen, die besser ist, als die, in der wir heute leben. Die Welt steht täglich vor zahllosen Problemen und Herausforderungen. Ansätze, diese zu lösen, gibt es viele. Eine davon ist unzweifelhaft Innovation. Innovation richtig umgesetzt führt schon seit Jahrtausenden dazu, die Welt besser zu machen und deren Herausforderungen zu lösen.

Unsere Mission

Wir suchen Verbündete, die mit uns den Geist teilen, dass Innovation methodisch und einfach sein muss.

Die Treiber von Innovationen sind Unternehmen. Unternehmen haben die Mittel und ein ureigenes Interesse an erfolgreichem Innovieren. Ihre Innovationsbemühungen sind jedoch häufig unstrukturiert, komplex und fragil. Eine unklare Strategie, mangelhafte Methodenkompetenz und eine schwache Innovationskultur führen zu enttäuschenden Ergebnissen. Das wollen wir ändern und Unternehmen befähigen, zu den Verbündeten zu werden, die als Vordenker die Welt besser machen.

Unsere Strategie

Innovieren für Unternehmen einfach, nachhaltig und effizient machen durch intuitive Methodiken, klare Strategien und eine kraftvolle Innovationskultur.

Das Innovators Institute bietet Unternehmen ein perfekt angepasstes Innovationstraining mit großer Wirkung. Abhängig von den Herausforderungen führen wir ein individuelles Trainingsprogramm durch – effizient, intuitiv, pragmatisch und durch erfahrene Trainer. Auf Basis einer Kombination aus webbasierter Crowd-Software und spezialisierten Trainings binden wir Mitarbeiter, Kunden, Lieferanten oder eine externe Crowd als Ideengeber ein und aktivieren so ein enormes Innovationspotenzial.

Workshop „Smart innovieren“

Warum?

Innovationsprojekte werden mit großem Trara und Enthusiasmus gestartet. Das Senior Management hält ermutigende Reden darüber, wie wichtig Innovation für die Zukunft des Unternehmens ist. Die Unternehmenskommunikation ist gespickt mit Themen rund um Innovation. Versprechen werden gemacht über große Veränderungen. Fehlerkultur wird propagiert, Hierarchien sollen flacher werden und „out-of-the-box“-Denken unterstützen.

Jeder wird ermutigt, innovative Ideen beizusteuern. Managerteams reisen in Bussen durch das Land, um sich beispielhafte Unternehmen anzuschauen und kommen infiziert davon zurück, wie man das eigene Unternehmen mehr „Silicon-Valley-like“ macht. Chief Innovation Officers und Innovationsteams werden gegründet, die Ideen weiter pushen sollen. Optimismus regiert.

Doch nach ein oder zwei Jahren bröckelt der Optimismus. Die Mitarbeiter merken, dass sich nicht viel verändert hat. Es sind, wenn überhaupt nur noch wenige Initiativen auf dem Weg. Die paar, die angegangen wurden, verlieren bereits Traktion. Es gab wahrscheinlich einige teure Misserfolge.

Der Finanzchef fordert so langsam den Return on Investment. Abteilungsleiter beschwerten sich, dass ihnen das Budget fehlt, notwendige Ressourcen zu kaufen, um bestehende Produktlinien gegen den Wettbewerb zu verteidigen. Das Unternehmen verspürt Ergebnisdruck und das einst so unterstützende Board ist mittlerweile besorgt über den geringen Fortschritt. Das Senior Management spürt den Druck, endlich liefern zu müssen.

In der ganzen Organisation sind die alten Gewohnheiten noch gang und gäbe. Es gibt nur noch wenig Lust auf Risiko und die Fehlertoleranz hat auch abgenommen. Beschwerden häufen sich, dass Bürokratie ja auch alles im Keim erstickt. Der Begriff „Innovieren“ wird immer weniger genutzt und verkommt schon zu einem Running Gag. Am Ende hoffen viele, dass sich das Thema möglichst elegant selbst erledigen wird.

Worum geht's?

In diesem Workshop nehmen wir Sie und Ihre Mitarbeiter mit in die Welt des Innovierens.

Die Teilnehmer lernen, warum viele Innovationsinitiativen einen so deprimierenden Weg gehen und scheitern. Sie lernen jedoch auch, wie sie es besser machen können und zukünftig deutlich erfolgreicher innovieren werden.

Erfolgreiches Innovieren bedarf des Überwindens mehrerer spezifischer Hürden. Den Teilnehmern werden diese Hürden bewusst gemacht, erläutert, wie sie sie überwinden können und welche Rolle speziell sie dabei übernehmen.

Was nehmen Sie mit?

- Konkrete Impulse für Innovationsfelder
- Bewusstsein für die Notwendigkeit einer Innovationskultur
- Vermittlung von praktischem Wissen und Methoden
- Aktivierung des Innovationspotenzials Ihrer Mitarbeiter
- Erarbeitung von Grundlagen einer Innovationsstrategie
- Klarheit über Rolle und Verantwortung der Führungskraft



Wie lang?
1 Tag



Wo?
nach Wunsch



Für wen?
Management
Führungskräfte
Meinungsmacher

Was?

1 Bewusstsein schaffen

- Warum scheitern erfolgreiche Unternehmen, obwohl sie eigentlich alles richtig machen?
- Warum ist Innovieren alternativlos?
- Warum enden Innovationsinitiativen häufig enttäuschend?
- Warum funktioniert Innovieren nur mit einer gesunden Kultur und klaren Strategie?

2 Wissen vermitteln

- Was bedeutet eigentlich Innovieren?
- Welche Methoden gibt es, welche sind erfolgreich und warum?
- Welche Faktoren tragen zu erfolgreichem Innovieren bei?

3 Potenziale aktivieren

- Warum beginnt Innovieren immer mit einer Frage?
- Warum muss das Management nicht immer die beste Antwort haben?
- Wie motivieren Sie Mitarbeiter nachhaltig zu höheren Engagement?
- Was sind - aus Sicht der Führungskräfte - die dringendsten und wichtigsten Fragen des Unternehmens in Bezug auf seine Zukunftsfähigkeit?

4 Verantwortung übertragen

- Welche Rolle haben die Führungskräfte beim Innovieren?
- Warum die Meinungsmacher im Unternehmen über den Erfolg entscheiden?



„Unternehmen stehen immer im Wettbewerb. Die Antwort auf Wettbewerb ist Innovieren. Unternehmen können nicht nur hier und da eine Innovation lancieren und erwarten zu wachsen. Sie müssen im Laufe der Zeit einen kontinuierlichen Strom von Innovationen generieren.“

Oliver Bludau
Founder & CEO

Online-Plattform Ideenfindung über die Crowd

Warum?

Was einer alleine nicht schafft, das schaffen viele. Das Management muss nicht immer selbst die beste Idee haben.

foxem.net ist eine moderne Crowd Ideation Plattform - eine Software zur Ideenfindung durch die Crowd.

Unternehmen stellen Fragen, skizzieren Herausforderungen und erörtern Problemstellungen. Die Crowd liefert dazu Ideen und Impulse, auf die das Unternehmen möglicherweise selbst nie gekommen wäre.



Worum geht's?

Unternehmen stehen jeden Tag vor Fragen und Herausforderungen, die sie zu lösen haben. In unserer immer schneller werdenden Welt eröffnen sich ganz neue Möglichkeiten durch Impulse von Dritten.

Neue Sichtweisen und die Bereitschaft, Ideen und Impulse zu teilen - Jemand da draußen hat genau die großartige Idee, die Sie weiterbringt.

Wir bringen diejenigen, die ihr Wissen und ihre Ideen zur Verfügung stellen, mit denjenigen zusammen, die sich für diese neuen Impulse öffnen.

Neben den eigenen Mitarbeitern sprechen wir gezielt Kunden, Expertennetzwerke und Hochschulen an. Zielgruppen und Mehrsprachigkeit ermöglichen es Menschen weltweit, eine Idee zu Ihrer Frage einzureichen.



Wie lang?
8 - 12 Wochen

Wo?
online

Für wen?
Mitarbeiter, Kunden,
Lieferanten und
weltweite Crowd

Was?

1 Frage vorbereiten

- Situation beschreiben und Frage formulieren
- Kommunikationskonzept erstellen
- Interne Influencer gewinnen

2 Frage veröffentlichen

- Zielgruppe festlegen
- Mitarbeiter einbinden (u.a. Meetings, Flyer)
- Crowd einbinden (u.a. Social Media)

3 Ideen bewerten

- Idee akzeptieren oder ablehnen
- Qualität der Idee bewerten
- Feedback an Crowd geben

Alleinstellungsmerkmale

- Konkrete Fragestellungen
- Intuitive Bedienbarkeit
- Vollautomatisierte Abwicklung
- Feedback und Kommunikation
- Motivation durch Gamification oder Prämien
- Anonymität und Diskretion auf Wunsch

Unsere Services

- Erstellung Kommunikationskonzept
- Formulierung der richtigen Fragen
- Sichtung und Auswertung der Ideen

bekannt aus



„Durch die systematische Entwicklung einer Innovationsstrategie, die Nutzung der richtigen Methoden und den Aufbau einer Innovationskultur entwickeln Unternehmen die Fähigkeit, zu Innovieren, unabhängig von ihrer Größe und Situation.“

Prof. Ulrich Lichtenthaler
CIO und Professor für Entrepreneurship

Training

Umsetzung im Unternehmen

Warum?

Innovation ist eine Fähigkeit, die es aufzubauen gilt. Das ist nicht einfach. Aber es schafft echten Wert und nachhaltigen Vorteil, indem es die Stärken eines Unternehmens nutzt.

Das Innovators Institute wird für Sie keine Innovationen durchführen, aber es wird Ihnen die Reise erleichtern, die Risiken verringern und die Chancen auf eine erfolgreiche Innovation erhöhen.

So schwierig es auch ist, ein innovatives Unternehmen von Grund auf aufzubauen, die Aufgabe, die Innovationsfähigkeit einer bestehenden Organisation zu erhalten und zu verjüngen, ist noch schwieriger. Während Entrepreneurship wie der Bau eines neuen Hauses von Grund auf ist, ist kreatives Innovieren wie die Renovierung eines Hauses, während man in ihm lebt.

Eine Idee allein ist noch nichts wert. Erst eine Idee, die erfolgreich im Markt eingeführt wurde, darf die Bezeichnung Innovation tragen. In den Schubladen von Unternehmen schlummern Dutzende von großartigen Ideen, die jedoch niemals umgesetzt werden. Die Gründe liegen auf der Hand.

Worum geht's?

Unsere Innovationstrainings gehören zu den effizientesten Methoden, Innovieren in einem Unternehmen zu kultivieren.

Auf eine für jeden verständliche Art werden Mitarbeiter anhand der richtigen Fragen befähigt, Innovationsinitiativen selbst erfolgreich umzusetzen – pragmatisch, begeisternd, akademisch fundiert, kommunikativ, integrierend, verantwortungsvoll und überzeugend.

Mit dem Innovators Institute erreichen Unternehmen mehr als mit jeder anderen herkömmlichen Innovationsinitiative und können die Trainingszeit ihrem Geschäftsalltag anpassen! Anstatt die Verantwortung auf den Schultern weniger abzuladen wird das gesamte Unternehmen aktiviert und die Innovationskultur gestärkt.

Die regelmäßige Begleitung und Präsenz unserer Trainer garantiert ein stetig angepasstes Intensitätslevel sowie eine effiziente Ausführung der Innovationsprozesse. Wir schenken den Teilnehmern 100 Prozent unserer Aufmerksamkeit, motivieren sie und setzen neue Energien frei!

Was nehmen Sie mit?

- Weiterbildung Ihrer Mitarbeiter zu Innovatoren
- Infizierung mit dem Innovationsvirus im gesamten Unternehmen
- Umsetzungsbereite Geschäftsideen und Innovationsansätze

Was?

① Auswahl der Ideen

- Selektion der vielversprechendsten Ideen
- Ausschreibung der Ideen im Unternehmen zur Validierung
- Bewerbungsmöglichkeit für Mitarbeiter, die Verantwortung für eine der Ideen zu übernehmen
- Auswahl von 4-8 Ideen und Gründung von Innovationsteams

② Ausarbeitung der Ideen

- 5 Innovation Sprints á 2 Tage in 6 Monaten
 - Was wollen wir innovieren?
 - Warum machen wir das?
 - Für wen machen wir das?
 - Was brauchen wir dafür?
 - Wie rechnet sich das?
- Zwischen-Pitch nach 3 Monaten
- Final-Pitch nach 6 Monaten
- Regelmäßiges Mentoring durch Trainer

③ Umsetzung der Ideen

- Wahl der besten Ausarbeitung
- Entscheidung über Umsetzung einer Idee
- Auswahl der passenden Partner



„Innovieren ist wie Muskeltraining. Solange Du trainierst, wächst dein Muskel und Du bleibst stark. Hörst Du auf, schrumpft er und Du verlierst Deine Power. Du musst wieder bei Null anfangen. Was für eine Verschwendung von Zeit und Kapital.“

Christian Dorn
Co-Founder & CMO



Wie lang?
6 Monate
5 Sprints
á 2 Tage



Wo?
nach Wunsch



Für wen?
6 Teams á
2 Mitarbeiter aus
allen Abteilungen

Unsere Story

Am 01. Januar 2017 gründete Oliver Bludau die digitale Crowd Ideation Plattform foxem.net, mit dem Ziel, Unternehmen den Zugriff auf einen unerschöpflichen Ideenpool von Menschen unabhängig von demografischen (Alter, Geschlecht, Wohnort), sozioökonomischen (Bildungsstand, Beruf) und psychografischen Merkmalen (Einstellung, Motivation) zu ermöglichen.

Ausgangspunkt war seine feste Überzeugung, dass jedes Unternehmen ständig innovieren muss, sich teilweise sogar neu erfinden muss, um zukünftig noch eine Daseinsberechtigung zu haben. Als Gesellschafter eines familiengeführten Maschinenbauunternehmens spürte er diesen Innovationsdruck in einer immer dynamischeren Welt am eigenen Leib.

Oliver war fasziniert von dem Gedanken, dass sich die ganze Welt gegenseitig unterstützt, um bessere, nützlichere und nachhaltigere Produkte zu entwickeln, Prozesse zu optimieren und Verschwendungen jeglicher Art zu vermeiden.

Während der Entwicklung der Plattform stieß er auf zwei Haltepunkte. Zum einen spürte er, dass Unternehmen wenig Erfahrung in der Zusammenarbeit mit einer Wissenscrowd haben und gar nicht wissen, wie sie Fragen stellen sollen. Zum zweiten stellte er fest, dass Unternehmen viele großartige Ideen in der Schublade liegen ließen, weil sie nicht wissen, wie sie damit umgehen sollen.

Er wusste, dass er nur dann erfolgreich würde, wenn er nicht nur der Anbieter einer Webplattform sein würde, sondern selbst eine so hohe Innovationsexpertise aufbauen würde, dass er Unternehmen bei ihren Innovationsaktivitäten kompetent begleiten kann.

Um dieses Wissen aufzubauen, bewarb er sich bei einer der renommiertesten Universitäten der Welt, der Harvard Business School in Boston und studierte dort mit Mitte 40 alles über das Innovieren. Er verschlang Bücher, pflegt noch heute engen Kontakt zu seinen Professoren und hat sich mittlerweile zu einem der führenden Experten rund um Innovation etabliert.

Vor allem aber realisierte er, dass Innovieren weit mehr als ein Selbstzweck ist. Damit war seine Mission klar.

Da ihm bewusst war, dass er das nicht alleine schaffen kann, machte er sich auf die Suche nach Verbündeten. Nach langer Suche traf er auf Christian Dorn, dem er von seiner Vision erzählte. Christian kannte die Herausforderungen, die Oliver schilderte, nur zu gut. Ab dem ersten Moment war er Feuer und Flamme.

Beide haben sich entschieden, sich aus den operativen Tätigkeiten in ihren eigenen Unternehmen zurückzuziehen. Ihnen war bewusst, dass sie die "Mission Innovation" nur mit ihrer vollen Kraft werden bewältigen können.

Mit dieser Leidenschaft für Innovation fanden Sie auch in der akademischen Welt Gehör und so stieß Prof. Dr. Ulrich Lichtenthaler auf Oliver und Christian und komplettiert das Gründerteam.

Die Drei haben sich zum Ziel gesetzt, das Innovieren zu verändern - ohne neomodische Schlagworte, ohne Geheimwissen, dafür mit umfassender Erfahrung aus ihren eigenen Firmen. Innovieren muss motivierend sein, einfach in der Umsetzung und jeden im Unternehmen mitnehmen. Nicht lange analysieren, sondern direkt umsetzen. Innovieren muss zudem bezahlbar sein, Fehlschläge müssen reduziert werden. Innovieren ist kein Projekt, es gibt keinen Anfang und kein Ende. Innovieren ist nachhaltig, es muss Teil der Unternehmenskultur werden. Innovieren findet immer statt und ist langfristig ohne echte Alternative.

Und warum nur das Unternehmen beteiligen? Dank foxem.net kann die ganze Welt mitinnovieren - Kunden, Lieferanten, Experten, Universitäten, Otto-Normal-Bürger.

Sie sind davon überzeugt, dass Unternehmen den größten Teil des erforderlichen Wissens, um zu innovieren in ihrem Umfeld haben. Sie müssen es einfach nur aktivieren.

So etablierten sie gemeinsam das Innovators Institute als Trainingsinstitut, welches Unternehmen und Organisationen befähigt, ihre Innovationspotenziale effizient zu nutzen.

Darüber hinaus gewinnen sie Verbündete auf allen Ebenen der Gesellschaft, die als Mitstreiter, Gönner, politische und wirtschaftliche Influencer, Multiplikatoren, aber ganz besonders als Trainer aktiv Innovation in Unternehmen tragen und dort nachhaltig verankern.

