



Institut für Innovations-
und Trendforschung

Kundenorientierte
Wertsteigerung durch
systematisches Innovieren

Seminarreihe

Systematisches Innovieren mit Value Management

zertifiziert nach EN 12 973

Modul 1 Basic:

Basiswissen zu Value Management

Grundlagen der Methodik kennenlernen
Kundenorientierte Wertsteigerung beherrschen
Eine praxisorientierte Fallstudie bearbeiten

Modul 2 Advanced I:

Vertiefung zu Value Management

Erfordernisse interdisziplinärer Teamarbeit kennen
Value Management Projekte planen können
Eine eigene Projektdokumentation durchführen

Modul 3 Advanced II:

Selbständig Value Management Projekte leiten

Value Management Projekte im Unternehmenskontext integrieren können
Value Management Projekte selbständig durchführen können
Interdisziplinäre Teams moderieren können

Ihr Seminarleiter

DI Dr. Manfred Ninaus
TVM (Trainer für Value Management)
Innovationsberater und -forscher



Systematisches Innovieren mit Value Management

Value Management

Value Management ist eine langbewährte Methodik zur systematischen Wertsteigerung von Produkten, Prozessen und Dienstleistungen. Dies wird durch Optimierung des Verhältnisses Funktionserfüllung für den Kunden zu Ressourceneinsatz erzielt.

In interdisziplinären Teams wird das kreative und analytische Potential der Teammitglieder zielorientiert und effizient zur Schaffung von Wettbewerbsvorteilen genutzt.

Der große Vorteil der Methodik liegt in einer leicht nachvollziehbaren und logischen Vorgehensweise, um die Erfolgswahrscheinlichkeit von Innovationsvorhaben drastisch zu Erhöhen.

Ein frühe Orientierung an Zielvorgaben verhindert in den meisten Fällen ein aufwendiges Änderungsmanagement.

Qualifizierung

Jedes Modul ist nach EN 12973 zertifiziert. Diese werden vom EGB (European Governing Board for Value Management Training and Certification) akkreditiert. Das IITF ist als österreichisches Zentrum für Wertanalyse befähigt, die Zertifikate auszustellen.

Die Absolvierung aller drei Module endet mit der Abschlussprüfung zum Wertanalytiker.

Zielgruppe

Die Seminarreihe richtet sich an Mitarbeiter von Organisationen, die komplexe Problemstellungen mittels Value Management lösen wollen.

Diese sind insbesondere:
Konstrukteure, Produkt- und Projektmanager, Innovationsmanager, Controller, Designer,...

Modul 1 **Basic** (3 Tage):

Lernziel

Im ersten Modul werden die Grundlagen der Methodik Value Management vermittelt. Es soll ein Einblick in das Systematische Innovieren zur Wertsteigerung für Kunden gegeben werden.

Inhalte

Systemelemente des Value Management
systematische Vorgehensweise
menschliche Verhaltensweisen
Führungsstile

Rahmenbedingungen im Value Management

VM-Objekte richtig auswählen
Ziele konkretisieren
VM-Teams definieren

Funktionsanalyse und Funktionskosten
Denken und arbeiten in Funktionen
Funktionen ermitteln und strukturieren

Ideen generieren

Rahmenbedingungen für Kreativität
Einsatz von Kreativitätstechniken
Regeln der kreativen Zusammenarbeit

Interdisziplinäre Teamarbeit

Teamarbeit vs. Einzelarbeit
Erfolgsfaktoren der Teamarbeit
Gruppendynamische Phänomene

Value Management Arbeitsplan

basierend auf EN 12973
systematisches Vorgehen

Bearbeitung einer praxisorientierten Fallstudie

Anwendung der VM Methodik
Zusammenarbeit in Teams

**Das Seminar endet mit dem Zertifikat
Mou1 Basic nach EN 12973**

Voraussetzungen

Voraussetzung ist das Modul 1 Basic. Die Teilnehmer müssen in (ihrer/einer) Organisation an einem Value Management Projekt teilgenommen haben und hierfür eine Projektdokumentation vorlegen. Daraus muss klar die Value Management Methodik hervorgehen.

Lernziel

Im zweiten Modul wird das Basiswissen zu Value Management vertieft. Die Teilnehmer sollen bereits selbst Erfahrungen in einem eigenen Value Management Projekt gesammelt haben und diese sollen in der Gruppe diskutiert werden. Weiters soll die interdisziplinäre Teamarbeit beherrscht werden.

Inhalte

Erweiterung zu den Inhalte aus Modul 1
Weitere Bearbeitungsmethoden für das systematische Innovieren in den frühen Phasen des Innovationsmanagements kennenlernen
Kundenanforderungen integrieren

Diskussion der eigenen Projektdokumentationen
Vorstellung der Value Management Projekte
Feedback zu den eigenen Value Management Projekten
Lessons Learned

Vertiefung Teammoderation
Rollen im Team - der Teammoderator
Teamzusammensetzungen
Charaktere in einem Team
Praxisorientierte Moderation einzelner Workshops

Controlling von Innovationserfolgen
Qualitative vs quantitative Bewertungen

**Das Seminar endet mit dem Zertifikat
Modul 2 Advanced I nach EN 12973**

Voraussetzungen

Für die Teilnahme an Modul 3 wird die erfolgreiche Absolvierung des Moduls 2 vorausgesetzt

Lernziel

Komplexe Value Management Projekte können von den Teilnehmern definiert, geplant und durchgeführt werden. Die Vorgehensweise zur Verankerung des Value Managements in der Organisation ist bekannt. Der Nutzen von Value Management zur Erzielung kontinuierlicher Innovationen ist nachvollziehbar.

Inhalte

Methoden aus dem Industriellen Management für das Value Management
Zuordnung von Methoden zum Value Management
Arbeitsplan
Produktanalysen
Strategiefindung

Variantenbildung
Ganzheitliches Optimieren durch Potentialanalysen aus angrenzenden Organisationseinheiten

Value Management in der Organisation verankern
Voraussetzungen für Nachhaltigkeit
Marketing für Value Management
Den Wert von Innovationsvorhaben messen

Value Management für Dienstleistungen und im administrativen Bereich
Problematik der nichtmateriellen VM Objekte kennen
Ansätze der Wertsteigerungen kennenlernen

Das Seminar endet mit der Abschlussprüfung zum Wertanalytiker und dem Zertifikat Modul 3 Advanced nach EN 12973

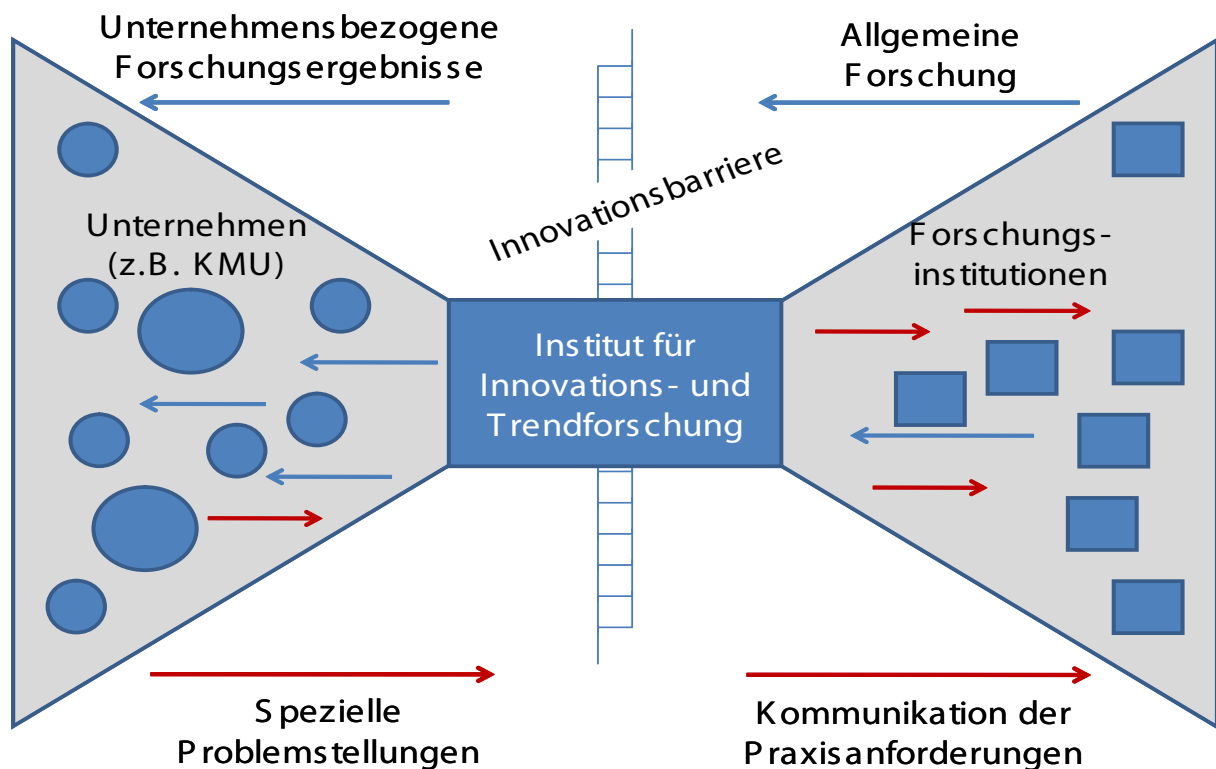


Wir helfen mit Innovationen zu begeistern!

Institut für Innovations- und Trendforschung
Hugo-Wolf-Gasse 6a, 8010 Graz
Austria
Tel: +43 650 4000 899
Fax: +43 316 919 229 99
www.innovationsforschung.at

Wo wir uns positionieren:

Das IITF versteht sich als Institution, die den Wissens- und Technologietransfer von Forschungsinstitutionen zu Unternehmen initiiert, vorantreibt, begleitet und marktfähig macht. Allgemeine Forschung soll so zur Lösung spezieller (unternehmerischer) Problemstellungen dienen. Durch Feedback wird auch eine Orientierung von Forschungsbedarfen erstellt.



Wo wir ansetzen:

1. die Erforschung und Entwicklung von Innovationsmethoden und deren Anwendung
2. die Verkörperung einer Infrastruktur von Anbietern im Bereich der Forschung
3. die Unterstützung des Technologietransfers zwischen Unternehmen und wissenschaftlichen Einrichtungen
4. die Erforschung von Trends und die Identifizierung von Einflussgrößen
5. die interdisziplinäre Vernetzung von Forschern im Innovationsmanagement
6. das Bereitstellen von Informationen über Erkenntnisse zur Innovations- und Trendforschung
7. die Steigerung der Bekanntheit und Anwendung der Value Management in Österreich
8. die Ausbildung von Führungskräften und Mitarbeiter von Unternehmen (insbesondere KMUs) zu Wertanalytikern
9. die Erhöhung der Innovationskraft von Unternehmen durch Verankerung von Value Management in Unternehmen
10. die inhaltliche Weiterentwicklung von Methoden und Tools entlag des Wertanalyse Arbeitsplans (Value Mangement Norm 12973)