

## TechWELT- Neue Technologien rechtzeitig erkennen und nutzen

### Grundsätzliche Überlegungen

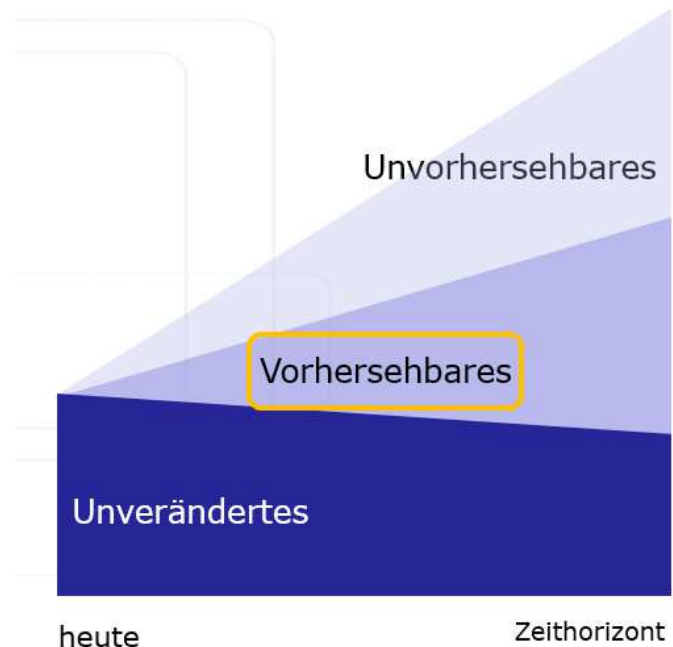
Entscheidungsträger sollen Wissen und Überzeugungen über die Zukunft gewinnen, die sie in die Lage versetzen Handlungen einzuleiten, um für die Zukunft besser gerüstete zu sein.

Wie wird diese Zukunft sein?

Diese Zukunft findet in drei verschiedenen Formen statt:

- Ein Teil davon wird so sein wie bisher
- Ein Teil davon ist bereits vorhersehbar
- Ein Teil davon ist nicht vorhersehbar

Bestehen können in dieser Zukunft jene Organisationen, die über ausreichende Handlungsfähigkeit in Form des Könnens und der notwendige Anpassungsgeschwindigkeit verfügen.



**Entscheidungsträger können sich für die Zukunft besser rüsten, wenn sie die Organisation so entwickeln, dass diese mit der bereits vorhandenen und der aufzubauenden Handlungsfähigkeit gleich gut oder besser ist, als die der wichtigsten Mitbewerber.**

Dazu müssen die Entscheidungsträger:

1. mehr Klarheit und Vertrauen über die Zukunft entwickeln

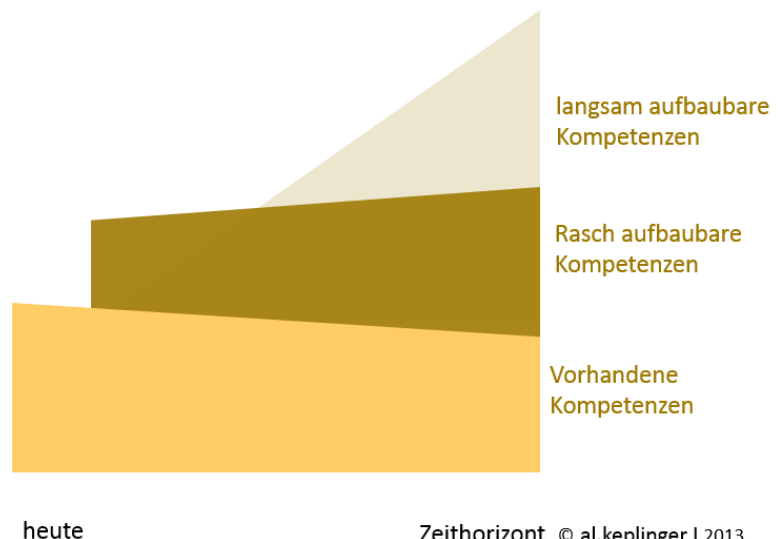
**Grundsatzfrage: Was muss sein, damit eine Person an die vorhergedachte Zukunft (Märkte, Technologie, Gesellschaft, Normen, Umwelt) glaubt/vertraut?**

- Die Person muss die **aufgezeigten Entwicklungen verstehen und nachvollziehen können**
- Die Person muss den verwendeten **Informationsquellen** (Unterlagen, Artefakten, Personen) im jeweiligen Themenbereich „**Autorität**“ **Kompetenz zugestehen**

2. mehr Klarheit über notwendige Fähigkeiten und Fertigkeiten der eigenen Organisation entwickeln. Diese Fähigkeiten und Fertigkeiten entstehen und manifestieren sich auf folgende Weise:

- Können - Wissen und Fertigkeiten: Personen, Ausstattung, Methoden
- Leistungsangebote (Produkte, Dienstleistungen, Kombination von beidem, Image)
- Netzwerke und Prozesse (Lieferanten, Absatz, Stakeholder):
  - Realisierungsprozess im Wertschöpfungsnetzwerk (Im Unternehmen + Kunden):  
Eigenleistung + Zukaufleistung + Koordinations- und Beschaffungsprozess
  - Kunden- und Gestaltungsprozess:  
Persönliche und mediengestützt Kommunikation & Koordination in den Phasen der Akquisition - Bedürfnisklärung - Lösungszustimmung (Gestaltungsprozess) - Lösungsrealisierung - Nachbetreuung
- Finanzen

3. Sich einen Vorgehensplan erarbeiten und umsetzen, um diese Fähigkeiten / Kompetenzen zu entwickeln und das Zukunftsbild in periodischen Abständen zu überprüfen und zu adaptieren.



## Angedachter Lösungsansatz

Eine Gruppe von Personen (Frauen&Männer) entwickeln in einem gemeinsamen Prozess mit externer Unterstützung Ergebnisse. Dieser Prozess kann in drei Phasen ablaufen.

1. Unsere Vorstellung über die Zukunft
2. Zukunftsfelder der Unternehmen und Lösungsträger
3. Firmenindividuelle Realisierung

### Mögliche Ergebnisse:

- Bei einer Gruppe von Personen entsteht eine ähnliche Vorstellung über die Zukunft
- Die einzelne Person hat für sich selber ein Bild im Kopf, ein Bewusstsein, wohin die Reise gehen wird, auf welche Signale sie achten muss.
- Es gibt ein Dokument in dem Fakten und Einschätzungen zur Zukunft festgeschrieben sind.
- Es gibt ein Artefakt (Objekte), das als Ganzes oder in Teilaspekten für diese Zukunft steht

### Mögliche Rollen der/des externen Unterstützers:

- Prozessmoderator
- Methoden-Inputgeber (Design-Thinking, Focus-Gruppen, Kreativitätstechniken)
- Organisationsleistung (Finden von spannenden Lösungen und organisieren von „Zukunftsreisen“)
- Erarbeiten von Lösungen

### Zur Person

Ausbildung: HTL-Maschinenbau, Studium Wirtschaftsingenieur Maschinenbau mit den Schwerpunkten Energietechnik und Innovation

### Berufslaufbahn:

- Mehrjähriger Tätigkeit in der Industrie und im WIFI
- seit 2001 bei TIM-WKO im Wissens- und Technologietransfer tätig
- Nebenberufliche Lehrertätigkeit an der HTL Neufelden

### Denkhaltung:

Amerikanische Einstellung zur Unternehmensgröße: „Small doesn't mean, not professional“ - gilt für die Kunden von TIM als auch für TIM selber

### Überzeugung:

Innovation braucht „Kluge Köpfe, geschickte Hände, starke Nerven und genügend Freiraum (Zeit, Geld)“.

Mich interessiert immer mehr die Frage: Wieso sind Innovateure von einem bestimmten Vorhaben überzeugt?