



...the best way to success!

Die Innovius[©]-Dienstleistungen

1) Innovationsmanagementberatung

- Social Media Marketing
- Analyse und Verbesserung der Innovationsfähigkeit von Unternehmen
- Ideenmanagement: Strukturierung der frühen Phasen („Fuzzy Front End“)
- Durchführung von Workshops zur Ideengenerierung für innovative Produkte und/oder Prozesse • Lead User Studies • Entwicklung und Implementierung neuer Business-Modelle und neuer Märkte • Projekt-Strukturierung • Projektteam-Coaching • Projekt-Controlling • Benchmarks und Best-Practice-Untersuchungen
- Aufbau und Optimierung von unternehmensgerechten Projektorganisationen
 - Personelle Interimslösungen im Innovationsmanagement
- Innovationsmanagement-Weiterbildung • Ausbildung zum Innovationsmanager durch das Innovius Institut für Innovationsmanagement und Strategie

2) Individual-Coaching

- Motivation und Mitarbeiterführung • Rhetorik und Körpersprache • Moderation
- Selbstmanagement: • Zeitmanagement und Zielerreichung • Fitness • mentales Erfolgstraining und Innovationsfähigkeit

3) Personalentwicklung in allen genannten Bereichen

Innovius Institut für Innovationsmanagement und Strategie[©]

Im Königsfeld 24
66130 Saarbrücken

innovativ@innovius.de

www.innovius.de

Der Gründer des Innovius Instituts für Innovationsmanagement und Strategie

Prof. Dr. Bernd Jöstingmeier

- hat Betriebswirtschaftslehre (Diplom-Kaufmann) und Rechtswissenschaften (1. Staatsexamen) an der Philipps-Universität Marburg studiert
- mit dem Zertifikat „Internationale Unternehmenstätigkeit“ des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften der Philipps-Universität Marburg
- war Leiter des Vorstandsstabs und Leiter der Personalabteilung einer Aktiengesellschaft
- war Mitbegründer und erster Vorstandsvorsitzender des Innovationsmanagementverbandes in Saarbrücken
- war Beiratsmitglied und ist Vorstandsmitglied des Deutschen Rock- und Pop-Musikerverbandes
- ist Professor für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Personalwirtschaft, Organisation, Führung und Innovationsmanagement an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg
- bekam Lehraufträge von mehreren deutschen und ausländischen Universitäten (Philipps-Universität Marburg; University of Kent; Technische Universität Darmstadt; Open University Business School; Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt)
- ist Mitglied der Wissenschaftlichen Kommission „Internationales Management“ im Verband der Hochschullehrer für Betriebswirtschaft (VHB)
- ist Mitglied der Wissenschaftlichen Kommission „Technologie, Innovation und Entrepreneurship“ im VHB
- ist Unternehmensberater für Innovationsmanagement und
- Coach für Selbstmanagement

Senior-Consultant im Institut für Innovationsmanagement und Strategie

Diplom-Kaufmann Heinz-Jürgen Boeddrich

- Heinz-Jürgen Boeddrich studierte an der Johann-Wolfgang-von-Goethe-Universität, Frankfurt, Betriebswirtschaftslehre und war im Rahmen der sportlichen Entwicklungshilfe der Bundesrepublik Deutschland als Judotrainer im Sudan, in Ägypten, Algerien sowie im Kamerun tätig.
- Das internationale Engagement hat er in seiner Berater- und Trainertätigkeit im Ideen- und Innovationsmanagement beibehalten. Er gilt seit seiner Veröffentlichung zum Thema „Ideas in the workplace – a new approach towards organizing the Fuzzy Front End of the Innovation Process“ (Dezember 2004 im Journal Creativity and Innovation Management, Vol. 13, 4) als Experte für das Managen von Ideen am Arbeitsplatz.
- Den sehr erfolgreichen Ideenmanagement-Prozess der Wella AG, Darmstadt, hat er den Ideen-Management-Systemen von mehr als 25 anderen erfolgreichen europäischen Unternehmen in einem Benchmarking gegenübergestellt. Die daraus gewonnenen Erkenntnisse führten zu Vorträgen in Shanghai („Success Factor Idea Management“, China Creative Studies Institute), Singapur („Boundaries and Requirements of Computer Aided Ideamanagement“, Unilever), Paris („Creativity in the workplace“, Université Paris 5 Institute René Descartes) und St. Paul-Minneapolis („The idea assessment of the five Samurai“, Creative Problem Solving Institute, Buffalo USA).
- Mit Coaching-Maßnahmen und Beratungen im Innovationsmanagement stärkt er die Innovationskraft von Organisationen und Industriebetrieben. Er steigert ihre Fitness für Auseinandersetzungen im globalen Wettbewerb und eine erfolgreiche Zukunft.

Senior-Consultant im Institut für Innovationsmanagement und Strategie[©]

Dr. Christoph Jakob

- Dr. Christoph Jakob studierte Betriebswirtschaftslehre und Volkswirtschaftslehre an Hochschulen in Deutschland, den USA und England (Master of Arts in Applied European Studies) und promovierte am Lehrstuhl für Controlling an der Oskar-Lange-Wirtschaftsuniversität in Breslau/Polen mit einer Arbeit zum Thema 'Balanced Scorecard und Innovation in Medienunternehmen'.

Er war tätig als

- Assistent an der Fachhochschule Mainz (Arbeitsgebiete: Marketing, Medienökonomie, Unternehmensführung)
- Wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Unternehmerisches Handeln (IUH) der Fachhochschule Mainz
- Marketing-Dozent für verschiedene Bildungsinstitutionen
- Ehrenamtlicher Vorstandsassistent für die Deutsche Aktionsgemeinschaft Bildung / Erfindung / Innovation (DABEI)
- Projektleiter am Institut für Innovation, Transfer und Beratung GmbH (ITB)

- Dr. Christoph Jakob ist Mitglied im Kernkreis der Gesellschaft für Kreativität e.V., Mainz.

- Seine Arbeitsschwerpunkte liegen auf dem Gebiet des Strategischen Marketing, des Innovationsmanagements und des Strategischen Controlling.

Literaturempfehlung:



Bernd Jöstingmeier, Heinz-Jürgen Boeddrich (Hrsg.)

Cross-Cultural Innovation

New Thoughts, Empirical Research, Practical Reports

2. Auflage 2007. XXIV, 555 S., gb.

€ 49,80

ISBN 978-3-486-58321-2

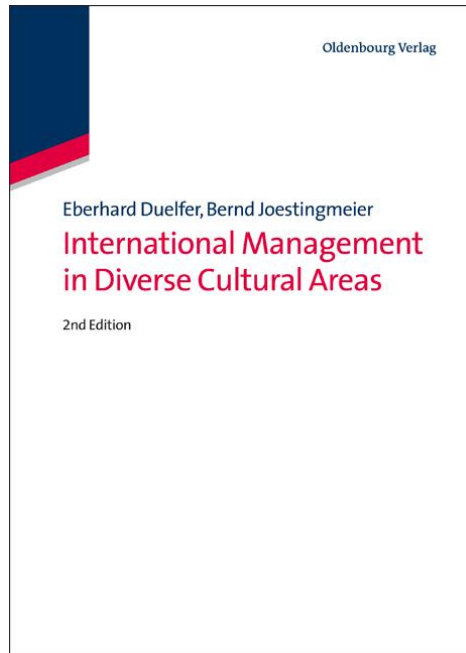
Cross-cultural means not only the differences between ethnic, racial or national groups. It is more. Cross-cultural confrontations arise by the differences of genders, educational levels, differences in thinking of diverse companies` departments (e.g. production versus research & development, marketing versus finance). However, there is a lot of danger in cross-cultural collaboration: Diversity means different views, opinions, values and objectives easily generating misunderstandings and quarrels possibly ending up with serious conflicts. The conflicts may trigger new approaches and breakthroughs or lead to a state of frozen relations and stagnation.

Sensitivity to the values and views of other cultures, open communication and aware leadership are traits helping to capitalize on cross-cultural influences.

Cross-cultural Innovations are new and origin problem solutions, which are generated in confronting problems with cross-cultural aspects. In many cases such solutions are breakthroughs and the start of a paradigm shift. Another advantage of such solutions is that they even influence the subconscious of stakeholders` problems. Only cross-cultural solutions minimize the risk of hidden problems which develop under the surface in merger projects. Especially mergers of big companies are successful if change-managers are able to transfer cross-cultural conflicts in new challenging objectives. Bridging cultural gaps by visionary leadership is the way to bring people together and to create new common innovative enterprises or departments.

Zum Thema „Cross-Cultural Innovation“ haben Wissenschaftler, Berater und Führungskräfte aus 20 Nationen ihre Erfahrungen, Forschungsergebnisse, Ideen und Visionen über die befruchtende Wirkung interkultureller Unterschiede auf Innovationen ausgetauscht und diskutiert. Das vorliegende Buch ist eine repräsentative Zusammenfassung der Ergebnisse des Treffens der weltweit führenden Experten für Kreativität und Innovation, das Anfang September 2003 zum zweiten Mal in Deutschland stattfand.

Literaturempfehlung:



Eberhard Dülfer, Bernd Joestingmeier

International Management in Diverse Cultural Areas

New Thoughts, Empirical Research, Practical Reports

2. Auflage 2011. XXV, 614 S., gb.

€ 69,80

ISBN 978-3-486-59723-3

International Management as a special discipline.

This English volume is resuming the topic of the former bilingual English-German edition; it actualizes all chapters on the state of 2011, continuing the 7th German edition of 2008. The scientific public underlines the broad approach based on the worldwide research and project experiences of Eberhard Dülfer in co-operation with International Organisations. So far the results are empirically based too.

His specific approach is based on the "Strata Model" for the consideration of natural and cultural influences on the decision making and leading behaviour of foreign managers

in diverse cultural areas, what is the root problem of International Management in the eyes of the authors. This standpoint is evidently different to usual US-American management approaches.

For the practical application of the concept actual country-based data are delivered concerning the fields of operation in the European Union of 27, in the new Eurasian West/Eastco-operation, in the countries of the Third World and in the Pacific Area. Additionally, the contemporary historical developments in the respective regions are referred since the 'Cold War'. In 1st precision this part of the report is unique in recent literature. 1st ambition is to convey comparative material to the manager in face of the presently happening worldwide political change. - The generally well-known functional competences of International Management, like business systems or interaction relations, for instance in human resource management, marketing and logistic, are dealt with in the way of a textbook.

Kontakt:

innovativ@innovius.de