



## PRESSEINFORMATION

Einladung zur kommenden Feierabenddiskussion von IDEE-SUISSE, der Schweizerischen Gesellschaft für Ideen- und Innovationsmanagement

Zürich, 16. April 2014

### **Innovationshemmer No1: Selbstentfremdung**

Warum aggressive Kunden- und Marktorientierung zu Markt-Lemmingen und Key-Account-Fetischisten führt – und nicht zu wachsendem Markterfolg

**Der intelligente Umgang mit dem Stundenglas ist für viele Berater und Trendforscher zentraler Erfolgsfaktor im Internet- und Technologiezeitalter. Die meisten Ratschläge konzentrieren sich auf das Verschlanken und Beschleunigen kritischer Parameter wie Marktorientierung, Kundennähe und Prozessabläufe. Doch warum bringt die gesteigerte unternehmerische Aerodynamik in so vielen Fällen keine wachsenden Markterfolge mit sich, sondern gestresste Manager und frustrierte Kunden? Eine Antwort auf diese Frage erhalten die Teilnehmer der kommenden Feierabenddiskussion „Innovationshemmer No1: Selbstentfremdung“ von IDEE-SUISSE, der Schweizerischen Gesellschaft für Ideen- und Innovationsmanagement. Die Koordination: 14. Mai, 17:30 bis 19:00 Uhr, Technopark Zürich.**

Ein Hauptgrund für die massive Zielverfehlung moderner Verschlankungs- und Beschleunigungskonzepte liegt in der Entfremdung. Der starre Blick nach aussen versetzt nahezu jeder Innovationsfähigkeit den Todesstoss: Trends, potentielle Käufer und Prozesseffizienz werden wichtiger als Entdeckergeist, Kreativität und Intuition. Ein weiterer Grund findet sich in der mangelnden Technologisierung der Produkt-Markt-Schnittstelle. Trotz hoher Investitionen in die Unternehmens-IT arbeiten viele Marketingorganisationen mit vorsintflutlichen Werkzeugen zur Aufbereitung und -analyse der Produkt- und Kundendaten. Kaum ein Marketier ist in der Lage, „sein“ Produktportfolio absatzorientiert zu profilieren und mit den Marktentwicklungen und Kundenbedürfnissen automatisiert abzugleichen. Hierfür werden neue Konzepte im Product Relationship Management benötigt, denn nur so lassen sich folgende Fragen gezielt beantworten: Welches Produkt passt zu welchem Kunden? Wie muss ein Produkt konfiguriert sein, damit es sich in einer speziellen Zielgruppe verkaufen lässt? Auf diese Weise entsteht eine innovationsfördernde Balance zwischen Unternehmen, Markt und Kunde, die Markt-Lemmingen, Key-Account-Fetischisten und Highlight-Hoppfern den Garaus macht.

Unternehmen, die sich für dieses Spannungsfeld interessieren sind herzlich eingeladen, am 14. Mai 2014 im Technopark Zürich an der Feierabenddiskussion von IDEE-SUISSE, der Schweizerischen Gesellschaft für Ideen- und Innovationsmanagement, teilzunehmen. Information und Anmeldung unter [www.idee-suisse.ch](http://www.idee-suisse.ch)



## **Programm**

### Koordinaten

14. Mai 2014, 17.30 bis 19.00 Uhr, anschliessend Umtrunk  
TECHNOPARK, 1. Obergeschoss – Newton Raum 1008  
Technoparkstrasse 1, 8005 Zürich

### Ablauf

- Begrüssung und Moderation durch Dr. Olaf J. Böhme, Verbandspräsident IDEE-SUISSE
- Impulsvortrag: Selbstentfremdung als Innovationshemmer  
Monika Nyendick, Prokuristin Press'n'Relations GmbH, Zürich
- Referat: Produkt Relationship Management statt Customer Relationship Management  
Tobias Heimpel, Geschäftsführer ProzessPiraten Zürich GmbH
- Diskussion mit den beiden Referenten

Anmeldung ist bis 6. Mai 2014 erforderlich. Teilnahmegebühr: CHF 70.-- für Nichtmitglieder; CHF 50.-- für Mitglieder der IDEE-SUISSE

### **Weitere Informationen:**

ProzessPiraten Zürich GmbH  
Tobias Heimpel  
theimpel@prozesspiraten.com  
Mobil +41-79-616 12 14

### **Über IDEE-SUISSE**

Der Verband, eine Nonprofit-Organisation, versteht sich seit 1981 als Aktionsgemeinschaft kreativer und innovativer Kräfte und als Plattform der Ideen- und Innovationsleader. Er tritt für die Förderung der Innovationskultur in den Unternehmen ein und vermittelt die erarbeiteten Erkenntnisse durch Vorträge, Workshops und Erfahrungsaustausch nach dem Leitmotiv: vision suisse – idée suisse – action suisse. Weitere Informationen unter [www.ideo-suisse.ch](http://www.ideo-suisse.ch).

### **Über die ProzessPiraten**

Durchziehen statt beraten. Die ProzessPiraten sind Marketingtaktiker und generieren neue Potentiale und Mehrwerte. Wir lösen die anstehenden Marketingaufgaben schnell, inhaltsorientiert und selbständig. Unsere Kunden sind Mittelständler, die Einzelprojekte oder komplette Marketingbelange professionell gesteuert und realisiert sehen wollen. Schnell. Unmittelbar. Ressourcenschonend anstatt kräfteraubend. Viele der rund 20 Kunden nutzen zudem das Netzwerk von rund 40 Kolleginnen und Kollegen an sieben Standorten in Deutschland, der Schweiz und Österreich. Weitere Informationen finden Sie unter [www.prozesspiraten.com](http://www.prozesspiraten.com).