

INNOVATIONS-CHECK

für Unternehmen mit forschungsintensiven
Produkten und Dienstleistungen

Basel, April 2006

Das WTT-Konsortium Nordwest-Schweiz - WKNW

Der Bund will den Wissens- und Technologietransfer (WTT) stärken. Dabei soll besonders die Wirtschaft motiviert werden, ihre Bedürfnisse in den Hochschulen zu platzieren und dort nach möglichen Forschungsergebnissen nachzufragen.

Durch professionell geführte WTT-Konsortien soll die Zusammenarbeit der Unternehmen mit den Hochschulen ausgebaut werden. Auf Grund einer Ausschreibung des Bundesamts für Berufsbildung und Technologie (BBT) wurden vier regionale und ein thematisches Konsortium damit beauftragt, die Verbesserung des WTT umzusetzen.

Das WKNW ist das regionale Konsortium für die Nordwestschweiz mit den Kantonen Basel-Stadt, Baselland, Aargau, Solothurn und Jura. Als eigenständige Einheit ist unter dem Namen ‚PUSH & PULL‘ die Zentralschweiz mit den Kantonen Luzern, Uri, Schwyz, Ob- und Nidwalden sowie Zug ebenfalls dem WKNW angeschlossen.



Hauptträger des WKNW

- Universität Basel (Leading house)
- Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW
 - Fachbereich Technik (Brugg)
 - Fachbereich Life Sciences (MuttENZ)

- Wirtschaftsverbände der Regionen AG/BS/BL/SO (*Handelskammer beider Basel / Gewerbeverband Basel-Stadt / Wirtschaftskammer Baselland / Aargauischer Gewerbeverband / Aargauische Industrie- und Handelskammer / Kantonal-Solothurnischer Gewerbeverband / Solothurner Handelskammer*) sowie die
- Promotion Economique, Kanton Jura

Aktivitäten umfassen folgende Module

1. Wissensverwertung
2. Kompetenznutzung
3. Nachfragestimulierung (pull teasing)
4. Nachfrageförderung (pull building)
5. New Private-Public-Partnership
6. Wissens- und Kompetenzverwaltung

Kontaktadressen

WKNW allgemein

(c/o Universität Basel, WKNW WTT-Konsortium Nordwest-Schweiz)
info@wknw.ch

WKNW Satellit Brugg-Windisch

(c/o Technologietransfer FITT, FHNW Technik)
daniel.thommen@fhnw.ch

WKNW Satellit MuttENZ

(c/o FHNW Life Sciences)
markus.hoh@fhnw

WKNW Satellit Universität Basel

(c/o TT-Office Universität Basel)
rudolf.pfluger@unibas.ch

WKNW Satellit Wirtschaft

(c/o Handelskammer beider Basel)
f.saladin@hkbb.ch

FRAGEBOGEN

1. Angaben zum Unternehmen (allgemein)

Firmenname:

Adresse Hauptsitz:
(inkl. Web-Page)
.....
.....
.....
.....

Kontaktperson:
(inkl. Telefon und e-mail)

Funktion im Unternehmen:

**Produkte / Dienstleistungen /
Unternehmenstätigkeit:**
.....
.....
.....
.....

Branche:

Anzahl Mitarbeiter:

Umsatz des Unternehmens:

Kunden / Kundenstruktur:
.....
.....

Rechtsform (AG, GmbH, ...):

2. Angaben zur Strategie / zum Management

	trifft nicht zu 1		trifft teilweise zu 3		trifft 100%ig zu 5
1. Das Unternehmen hat eine klare Vision, welche einer Herausforderung für alle Mitarbeiter darstellt.	1	2	3	4	5
2. Es gibt im Unternehmen eine schriftlich festgehaltene Strategie, die allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern bekannt ist.	1	2	3	4	5
3. Die Strategie wird regelmässig, rollend überarbeitet (ca. alle zwei Jahre).	1	2	3	4	5
4. Die Unternehmensziele werden auf die einzelnen Bereiche heruntergebrochen.	1	2	3	4	5
5. Die Bereichsziele sind aufeinander abgestimmt (koordiniert).	1	2	3	4	5
6. Das Unternehmen hat ein aktuelles Qualitätsmanagement-System.	1	2	3	4	5
7. Das Unternehmens-Controlling bietet den Bereichen aktive Unterstützung in deren Planung.	1	2	3	4	5
8. Die notwendigen Finanzen für Innovationsvorhaben werden langfristig geplant und stehen zur Verfügung.	1	2	3	4	5
9. Das Unternehmen hat eine Innovationsstrategie mit klaren, messbaren Zielen.	1	2	3	4	5

3. Innovationsförderung

	trifft nicht zu 1		trifft teilweise zu 3		trifft 100%ig zu 5
10. Das Unternehmen hat klare Vorstellungen über die Entwicklungsrichtung der nächsten 5 – 10 Jahre.	1	2	3	4	5
11. Im Unternehmen ist die Informationsbeschaffung über neue Entwicklungen und Technologien in der Branche institutionalisiert (professionell).	1	2	3	4	5
12. Der innovative Unternehmergeist wird bei allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern aktiv gefördert.	1	2	3	4	5
13. Innovationen und Anregungen von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern werden unterstützt (finanziell, Publikationen, etc.).	1	2	3	4	5
14. Bei Fehlentwicklungen im Unternehmen (Flops) wird konsequent nach Ursachen analysiert.	1	2	3	4	5
15. Der informale Austausch in den Kaffeepausen wird vom Management als möglicher Innovations-Punkt geduldet oder gar gefördert.	1	2	3	4	5
16. Wie gross ist der Anteil Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Bereich Forschung und Entwicklung (<i>bis 2% = 1, 3-5% = 2, 6-10% = 3; 11-15% = 4, über 16% = 5</i>).	1	2	3	4	5

4. Personal / Organisation

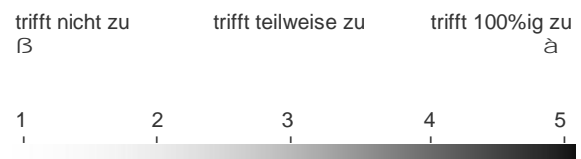
	trifft nicht zu 1		trifft teilweise zu 3		trifft 100%ig zu 5
17. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern stehen Veränderungen im Unternehmen generell positiv gegenüber.	1	2	3	4	5
18. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern werden vom Management aktiv in den Innovationsprozess einbezogen.	1	2	3	4	5
19. Innovationen kommen überwiegend aus der Forschungs- und Entwicklungsabteilung (F+E-Abteilung).	1	2	3	4	5
20. Die F+E-Abteilung arbeitet in interdisziplinären Projektteams.	1	2	3	4	5
21. Alle Abläufe im Unternehmen sind für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aller Stufen transparent.	1	2	3	4	5
22. Bereichs- und Abteilungsleiter sind in einem Abgeschlossenen Bereich (Etag, ...).	1	2	3	4	5
23. Ihr Unternehmen hat eine aktualisierte Ablauforganisation (ca. 2 Jahre).	1	2	3	4	5
24. Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter besprechen auch persönliche Anliegen mit ihren Kollegen oder Ihrem Vorgesetzten.	1	2	3	4	5

5. Markt / Marktinformationen

	trifft nicht zu 1	trifft teilweise zu 2	trifft teilweise zu 3	trifft teilweise zu 4	trifft 100%ig zu 5
25. Ihr Unternehmen pflegt den regelmäßigen Kontakt mit den Kunden zum Austausch von Informationen.	1	2	3	4	5
26. Das Unternehmen stellt regelmässig an Fachmessen die eigenen Produkte oder Dienstleistungen vor oder schickt Firmenvertreter zu internationalen Fachausstellungen.	1	2	3	4	5
27. Sie kennen Ihre fünf schärfsten Konkurrenten und kennen deren Produkte oder Dienstleistungen mit den Stärken und Schwächen.	1	2	3	4	5
28. Anregungen für Neuentwicklungen kommen oft von Kunden.	1	2	3	4	5
29. Sie kennen die Kunden Ihrer Kunden und deren Bedürfnisse.	1	2	3	4	5
30. Die Marketingabteilung erstellt regelmässig Marktprognosen und passt diese rollend den Marktentwicklungen an.	1	2	3	4	5
31. In Ihrem Unternehmen gibt es eine Liste mit den kritischen Umfeldfaktoren (neue Gesetze, Konsumententrends, ...). Diese werden intensiv beobachtet oder falls möglich durch Ihr Unternehmen beeinflusst (Lobbying).	1	2	3	4	5
32. Der Markt wird laufend nach neuen Technologien / Angeboten gescannt. Neuentdeckungen werden systematisch mit einem Bewertungssystem evaluiert.	1	2	3	4	5

6. Abläufe / Prozesse

33. Im Unternehmen gibt es ein Standardverfahren (Kriterienkatalog) zur Evaluation / Priorisierung neuer Ideen.



34. Das Unternehmen verfügt über erprobte Prozesse für die Entwicklung, den Test und die Markteinführung neuer Produkte.



35. Laufende Projekte zur Entwicklung neuer Produkte werden regelmässig nach ihrer Aktualität geprüft und mit möglichen Markt- / Konkurrenzentwicklungen verglichen.



36. Marketing und Produktion sind in den Entwicklungsprozess neuer Produkte einbezogen.



37. Bestehende Produkte werden laufend auf ihre Aktualität (Deckung der Kundenbedürfnisse) geprüft. Bei Veränderungen der Kundenanforderungen werden gezielt Produkthanpassungen initiiert.



38. Für die Erfassung der Rückmeldungen von Kunden, von Kundenbetreuern und von Servicemitarbeiter gibt es eine verantwortliche Stelle, welche die Angaben auswertet und der F+E-Abteilung übermittelt.



39. Kunden werden laufend über neue Produkte und Entwicklungen informiert.



40. Wie oft muss sich die Unternehmung in einem Jahr mit dem Schutz einer Erfindung / Entwicklung (IP) befassen (1 = niemals, 5 = wöchentlich)



7. Methoden / Verfahren

	trifft nicht zu 1		trifft teilweise zu 3		trifft 100%ig zu 5
41. Die Methode des Projekt-Management ist im Unternehmen verankert. Innovations- und Entwicklungsprojekte werden konsequent nach dieser Methode durchgeführt.	1	2	3	4	5
42. Das Unternehmen weist flexible Organisationsstrukturen auf und schöpft die vorhandenen Netzwerkpotentiale aus.	1	2	3	4	5
43. Das Unternehmen setzt Informations- und Kommunikationstechnologien zur Unterstützung des Wissensmanagement konsequent ein.	1	2	3	4	5
44. Im Unternehmen gibt es Richtlinien für Patentierungen und Lizenzierungen.	1	2	3	4	5
45. Die Mitarbeiter bilden sich regelmässig in Kreativitätstechniken weiter. Es kommen mehrere Methoden zur Anwendung.	1	2	3	4	5
46. Die Festlegung der Prioritäten zur Bearbeitung von Projekten erfolgt nach einer etablierten Methode (z.B. Nutzwertanalyse).	1	2	3	4	5
47. In der Entwicklung kommen Computersimulation oder ähnliche Verfahren zum Einsatz.	1	2	3	4	5

