

Erfolg innovieren

Beratung als Voraussetzung für Erfolg



Joachim Zischke
InnovationsDesign

„Wir Athener betrachten Beratungen nicht als Hindernisse auf dem Weg des Handelns, sondern wir halten sie für notwendige Voraussetzungen weisen Handelns.“

Perikles

„Innovation ist nicht die Idee, sondern das erfolgreiche Umsetzen einer Idee.“



Joachim Zischke

Meine Aufgabe sehe ich darin, neue Denk- und Vorgehensweisen aufzuzeigen. Durch diese nehmen Sie Ihre Stärken, Chancen und Ziele aus anderen Perspektiven wahr. Sie entdecken neue Spielräume, die Sie für eine aktive zukunftsweisende Entwicklung von Ideen, Projekten und Produkten nutzen.

Zu meinen Kernkompetenzen gehören ein analytisches und kreatives Denkvermögen, der spielerisch-leichte Umgang mit Information und Wissen.

Mit meinem Beratungsansatz „Kreative Innovation“ gestalte ich Veränderungsprozesse, welche auf den persönlichen und unternehmerischen Erfolg einwirken.

Agieren statt reagieren. Innovation bedeutet in diesem Sinne eine primäre strategische Aufgabe, die Grundlage für Erfolg.

Beste Innovation

Joachim Zischke

Berater für InnovationsDesign

Das Crealogium: Neues wird möglich

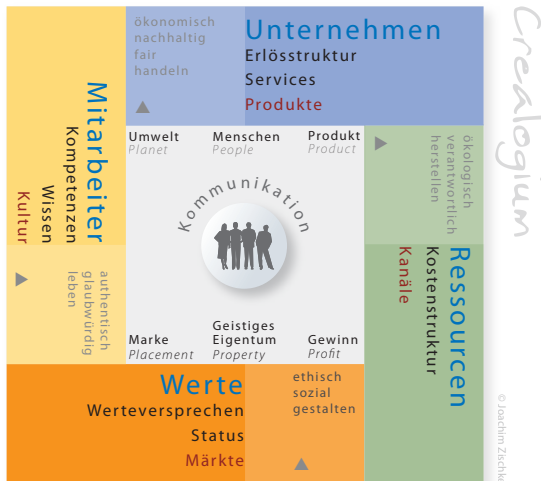
Die Probleme, die wir durch die eine Art des Denkens in die Welt brachten, können wir nicht durch die gleiche Art des Denkens lösen, erkannte einst Albert Einstein.

Im Crealogium finden Sie einen Arbeits- und Wirkungsraum zur Entwicklung von neuen Denkansätzen, zukunftsfähigen Ideen und Projekten. Losgelöst von Blockaden und Zwängen, frei und offen für andere Ansichten und Einsichten.

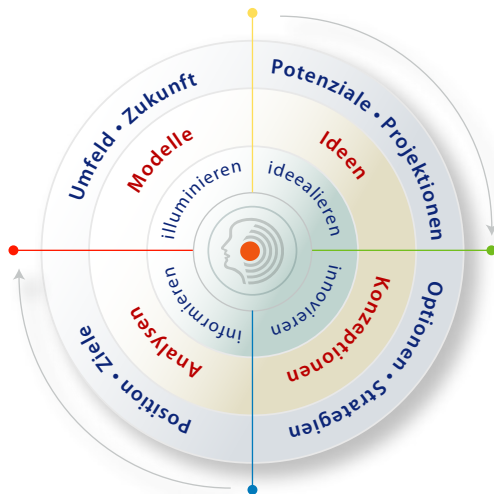
Neue, spannende Methoden, welche die Fachdisziplinen übergreifend verbinden, führen zu gänzlich neuen Denkrichtungen und Lösungen.

Das kreative, energetische und intelligente Potenzial von Führungskräften und Mitarbeitern wird aktiviert. Denkgrenzen und Abteilungsgräben werden mit einem Sprung überwunden. Aus Lethargie wird Zuversicht, aus Angst wird Mut zum Handeln.

siehe Crealogium



Kreative Innovation



© Joachim Zischke

Wer eine Expedition starten will, muss wissen, wo sein Ziel liegt, welche Ausrüstung er benötigt, welchen Menschen und Sprachen er begegnet, wo es Ausweichrouten gibt. Bei einem Innovations-Prozess ist es nicht anders: Aufgabenstellung und Zielsetzung bilden die Basis des gesamten Vorgehens und müssen sorgfältig analysiert und konkret benannt werden. Die Ergebnisse bestimmen dann die Handlungsgrundsätze.

Informationsprozess – Ohne Information und Wissen gibt es keine neuen Ideen; beide bilden das Rohmaterial für mögliche Lösungsansätze. Welche Informationen brauchen wir? Haben wir das Know-how, um die gestellten Anforderungen zu erfüllen? Besondere Aufmerksamkeit kommt dabei dem Management von Information und Wissen zu.

Ideenprozess – Auf eine Landkarte kann man verzichten, auf einen Kompass nicht. Ein solcher Kompass ist das kreative Denken. Aus ihm lassen sich neue Richtungen und Ideen anpeilen. Viele Erkenntnisse reifen unbewusst in der Distanz zu einer Aufgabe. Geeignete Methoden und Werkzeuge, wie auch spezielle Seminare für Führungskräfte und Mitarbeiter helfen, neue Denkmuster zu aktivieren, die für die Orientierung wichtig sind.

Zielprozess – Am Ziel ankommen bedeutet, die Ergebnisse zu Handlungsinitiativen, Strategien und Maßnahmen zu formen. Das erfolgreiche Umsetzen in Produkte ist dann die Innovation.

Der kreative Prozess „4i“



© Joachim Zischke

Innovation erfordert Methoden und Werkzeuge, welche geeignet sind, eine Aufgabenstellung in allen Phasen der Lösungsuche zu unterstützen.

Der Kreative Prozess 4i ist ein solches Methodenwerkzeug. Mit ihm lassen sich auch komplexe und umfangreiche Aufgaben für neue Denkansätze und der Ideen- und Entscheidungsfindung bündeln und optimal zur Wirkung bringen.

Die Freiheit im Denken führt zu visionären Ideen und ungewöhnlichen Denkansätzen. Doch nicht alles, was gedacht werden kann, ist möglich und erlaubt.

Die ineinander greifenden Phasen des Prozesses 4i fördern das Entwickeln von neuen Ideen; gleichzeitig konzentrieren sie aber auch die Arbeit auf den machbaren, realistischen Umfang einer Aufgabenlösung.

siehe Konzept 4i

Quo vadis, Wissen?

cōn|flu|ō [lat. *con* „zusammen“ und *fluxī* „fließen“] **I.** Kommunikation: **1.** Δ Informationen, Meinungen und Empfindungen austauschen, wahrnehmen, bewerten; **2.** ♣ verbale Kommunikation konstant stärken; **II.** Ziele: **1.** ⊕ verborgene Wissenspotenziale aktivieren; **2.** Wissen schaffen, verteilen; ↳ **confluo:**

Wie kann Wissen in Organisationen erzeugt, verteilt und erhalten werden? Wie kann das individuelle Wissen des Einzelnen mit dem Wissen der Vielen kombiniert werden, so dass neues Wissen für eine Wertschöpfung entsteht?

Mit dem Planspiel *confluo*: entstand eine einfache, dennoch wirkungsvolle Methode, die Kommunikationsfähigkeit von Mitarbeitern zu fördern und dadurch zu einem regen Austausch von Information und Wissen zu kommen.

confluo: fügt sich nahtlos in den Unternehmensalltag ein. Es bedingt keine umfangreichen Trainings- oder Seminarzeiten der Mitarbeiter. Die Spielregeln sind einfach zu verstehen und sofort anzuwenden. Die kooperativen Eigenschaften des Spiels regen zur spontanen Kommunikation an.

siehe *confluo*:

Planspielen

Beschäftigt Sie ein Thema, das Sie Ihren Mitarbeitern nahe bringen wollen? Arbeiten Sie an Zukunftsszenarien, die Sie in ihrer Auswirkung schon einmal erleben möchten? Oder benötigen Sie ein Medium, mit dem Sie Ihren Kunden, Aktionären oder Partnern Informationen anschaulich vermitteln können?

Joachim Zischke überträgt das, was Sie sagen und vermitteln wollen, in die Form eines individuellen Planspiels: vom Sujet über das Regelwerk bis hin zum fertigen Produkt. Und wenn Sie es wünschen, auch bis zur konkreten Anwendung in einem Seminar oder Training.

So können Sie sich auf das konzentrieren, was Sie zu sagen haben.

siehe Planspiele



Spielerisch Kreativität üben

Jeder Mensch ist kreativ, allerdings ist die Kreativität bei den Menschen unterschiedlich stark ausgeprägt. Kreativität ist keine Gabe oder ein Talent, das der eine hat und der andere nicht, aber Sie können Ihr kreatives Potenzial durchaus steigern. Dazu müssen Sie Ihre Wahrnehmung schulen. Gleichzeitig ist es wichtig zuzulassen, dass sich Ihre Gedanken auf neue Art miteinander verknüpfen.

Das Buch „Spazieren fünf Kühe auf einer Landstraße ... – Das ungewöhnliche 50-Tage-Kreativtraining“ von Joachim Zischke liefert Ihnen nicht nur spannende Übungen, sondern auch nützliche und praxisorientierte Hinweise zur Anwendung des kreativen Prozesses.

siehe Buchseite



Joachim Zischke | InnovationsDesign
Leinhöhlweg 5 | 67146 Deidesheim
.49.0.6326 7010458
office at dmps punkt de
www.dmps.de

