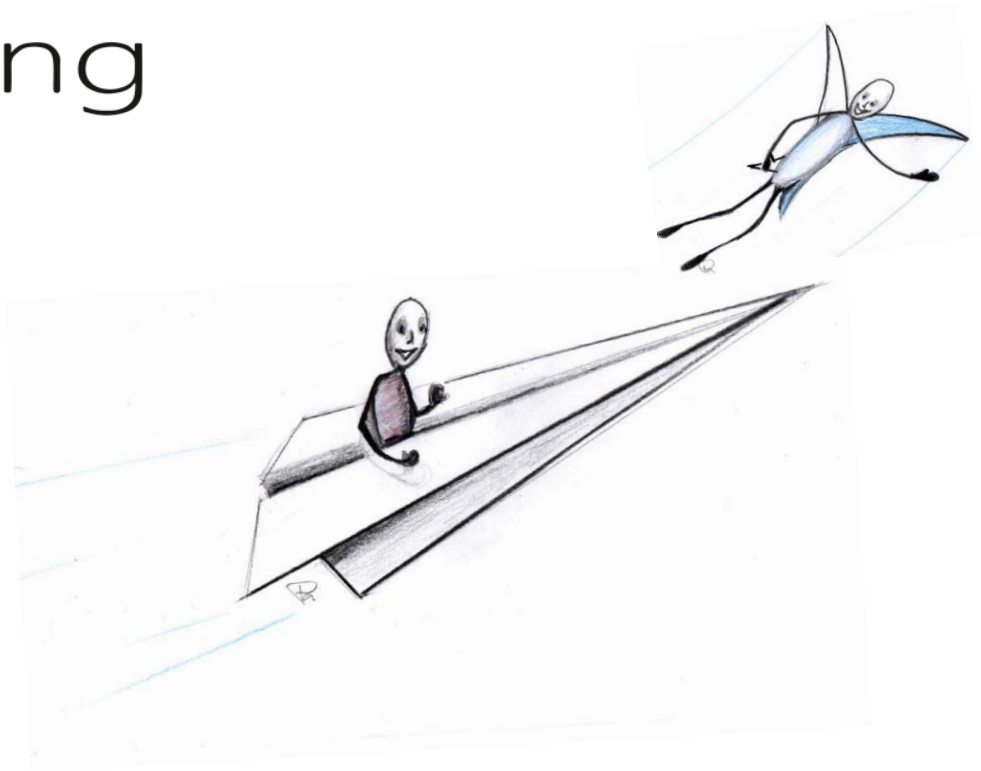


BayWing



Erfolgsfaktoren des Technologietransfers

oder

Wie bringt man Kooperationen mit Hochschulen in Gang, die zu erfolgreichen Produkten führen?

Der idealtypische Technologietransferprozess



Funktioniert leider so meistens nicht

Wissenschaftler entwickelt
tolle Technologie

Unternehmer
machen daraus
erfolgreiche Produkte

Hochschule bekommt Drittmittel
Unternehmen macht Gewinne
schafft Arbeitsplätze
Staat bekommt Steuern

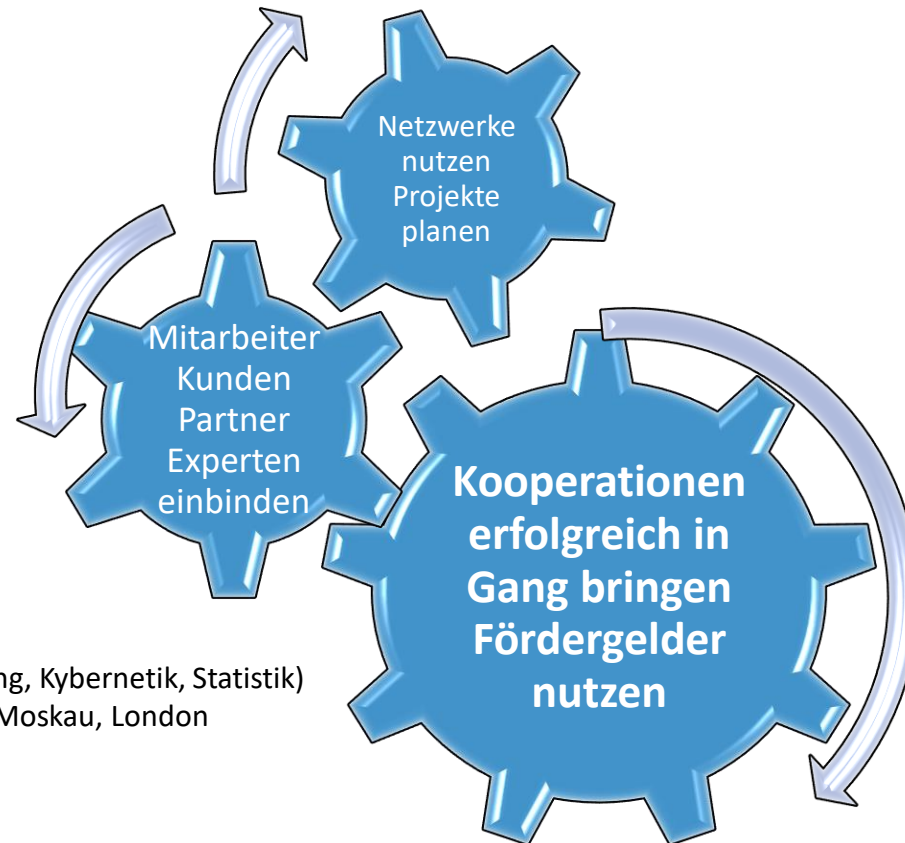
Kurzvorstellung BayWing

Kooperationen und Netzwerke erfolgreich in Gang bringen



Adi Parzl

Lehre bei BMW in Dingolfing
BWL-Studium an der Uni Regensburg (Marketing, Kybernetik, Statistik)
Siemensmanager in München, Johannesburg, Moskau, London
Mitgründer und Miteigentümer der RAS AG
Gründer der BayWing GmbH
VDI Fachausschussvorsitzender
Erfahrungen aus 25 Jahre Innovations- und Netzwerkarbeit



Prof. Dr. Werner Kunz

Leiter des Instituts für
physikalische Chemie und
theoretische Chemie an der
Universität Regensburg

Wir unterstützen ausgewählte Projekte beim Aufbau –
versuchen aber für jede Anfrage einen passenden Experten aus unserem Netzwerk zu finden

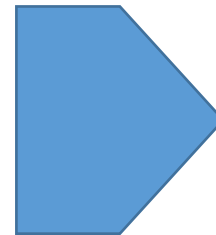
1. Erfolgsfaktor „Konsequentes Denken vom Markt her“



Erst Nutzeninnovation

Was?

- ✓ was für ein Problem soll gelöst werden?
- ✓ was für Nutzenmerkmale werden angestrebt?
- ✓ was für Prioritäten haben die Kunden?
- ✓ Marktpotenzial?



Dann Technologieinnovation

Wie?

- ✓ wie wird das Produkt technisch umgesetzt?
- ✓ welche innovativen Materialien und Werkstoffe?
- ✓ welche Experten u. Hochschulen muss ich einbeziehen?
- ✓ **wie gestalte ich den Technologietransferprozess?**

und nicht umgekehrt

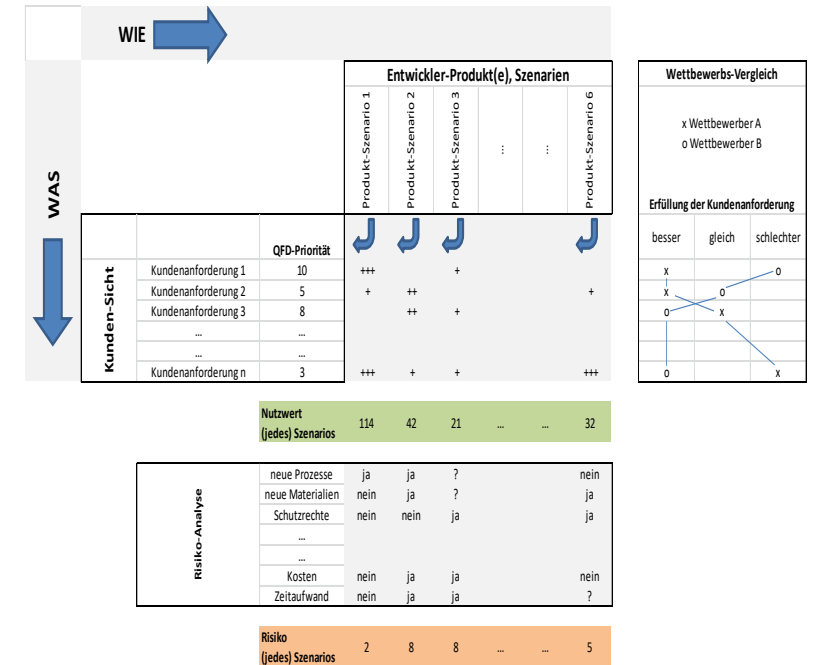
Kunden als Entwicklungspartner einbinden

Der QFD Prozess bindet den Kunden mit ein:

- ✓ die Ideen der Kunden,
- ✓ die Wünsche der Kunden
- ✓ die Prioritäten der Kunden

Der QFD Prozess schafft Commitment mit den Kunden

Die BayWing bietet professionelle Unterstützung bei der Einbindung Ihrer aktuellen und potenziellen Kunden in Ihren F&E Prozess



2. Erfolgsfaktor: „Eigene Mitarbeiter einbinden“

Innovationsprojekte sind naturgemäß Eingriffe in eingespielte Systeme

Deshalb bevor man nach außen geht:

- ✓ Commitment bei eigenen Mitarbeitern erzeugen
 - ✓ F&E Mitarbeiter
 - ✓ Marketing/Vertrieb Mitarbeiter
 - ✓ Produktionsmitarbeitern Mitarbeiter
 - ✓ Mitarbeiter Know-how, Mitarbeiterkontakte und Mitarbeiternetzwerke sammeln/strukturieren
 - ✓ Know-how- und Ressourcenlücken systematisieren
- Darauf aufbauend: Suche nach externen F&E-Partnern
- Externe Partner sollen keine Konkurrenten der eigenen Mitarbeiter sein, sondern Unterstützung



„vermeidet Schubladeninnovationen“

3. Erfolgsfaktor „Zielsetzung und professionelle Planung“

Marketingtechnischer Umsetzungsplan

- ✓ Produkt/Marktsegmente
- ✓ USP
- ✓ Erzielbare Preise
- ✓ Distribution/Kommunikation
- ✓ Konkurrenzprodukte
- ✓ Markteinführungsstrategie
- ✓ Investitionen
- ✓ Businesscase (Umsatz- und Kostenplanung)
- ✓ Planung der Finanzierung (mit Innovationsförd.

Entwicklungstechnischer Umsetzungsplan

- ✓ Technische Ziele
- ✓ Abgrenzung zum Stand der Technik
- ✓ Planung der notwendigen Kompetenzen
- ✓ Planung der Ressourcen
- ✓ Planung notwendige Labor/Technikumsanlagen
- ✓ Umsetzbarkeit in Serie prüfen und grob planen
- ✓ Rollenverteilung bei den Entwicklungspartnern
- ✓ Rollenverteilung bei den Verwertungspartnern
- ✓ Rechte und Pflichten der Partner
- ✓ MOU und Vertrag (kurz, klar, verständlich)

Förderanträge geben Systematik vor → Antrag nicht als notwendiges Übel, sondern als Checkliste für Planung begreifen

4. Erfolgsfaktor: Die „richtigen“ externen Partner „richtig“ einbinden

Suche Verwertungspartner

1

- Referenzapplikation definieren
- Wertschöpfungsprozess analysieren

2

- Kritische Wertschöpfungs Schritte
- Markteintrittsbarrieren ident.

3

- Strategische Partner
- Zulieferpartner

Suche Forschungspartner

1

- Know-how / Technologiebedarf

2

- Geräte Infrastruktur

3

- Vernetzung in Forscherszene
- Vernetzung in die Wirtschaft



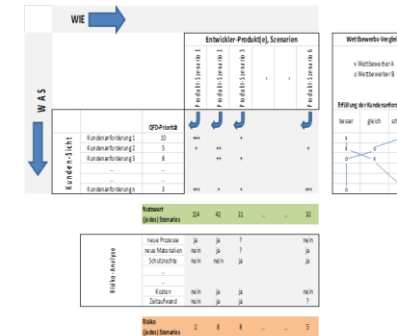
Zusammenfassung

1. Konsequentes Denken vom Markt her



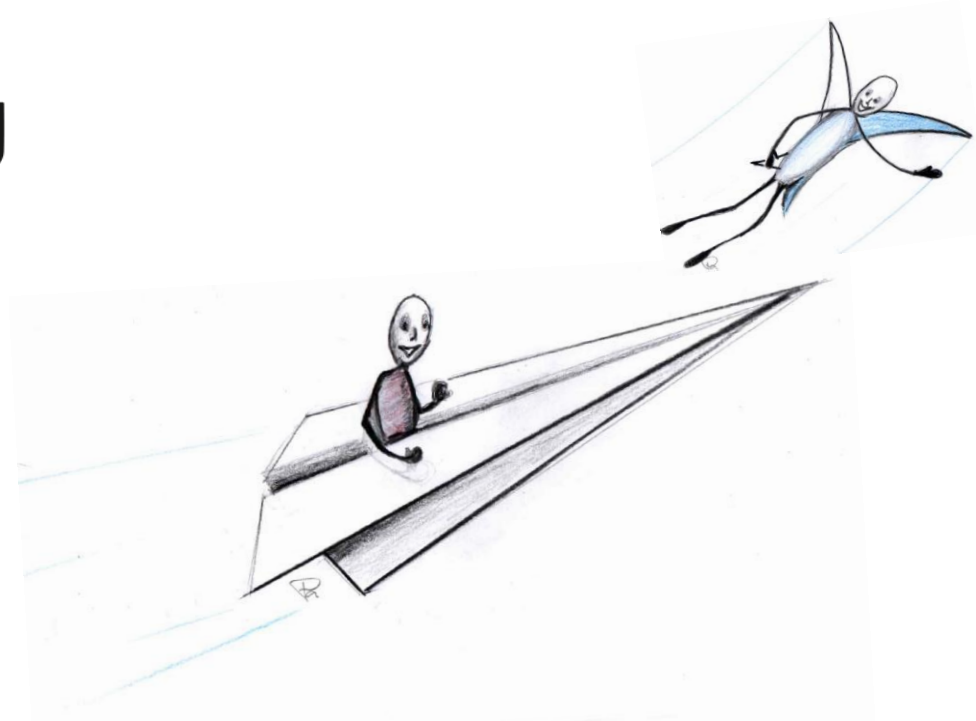
2. Mitarbeiter einbinden (Entwicklung, Produktion, Vertrieb)

3. Zielsetzung und professionelle Planung



4. Die „richtigen“ externen Partner „richtig“ einbinden“

BayWing



Für Fragen zu den einzelnen Themenbereichen stehe ich jederzeit zur Verfügung

BayWing GmbH

Schwabelweiser Donauufer 6
93055 Regensburg
Germany

www.baywing.de
office@baywing.de