



# WIDER DIE VERSCHWENDUNG III



# TERRA INSTITUTE



Das Terra Institute ist ein Kompetenzzentrum für Innovation und Zukunftsfähigkeit von Unternehmen und Gesellschaft. Durch Beratung, Coaching, Fortbildungen und Forschung setzt es Impulse für die Entwicklung einer neuen und nachhaltigen Wirtschaft und für ein friedvolles Miteinander.

**Gründer (2009):** Evelyn Oberleiter und Günther Reifer

**Terra Team:** 25 Berater\*innen

**Büros:** Italien, Deutschland, Österreich, Schweiz

**Kunden:** weltweit - über sämtliche Branchen hinweg

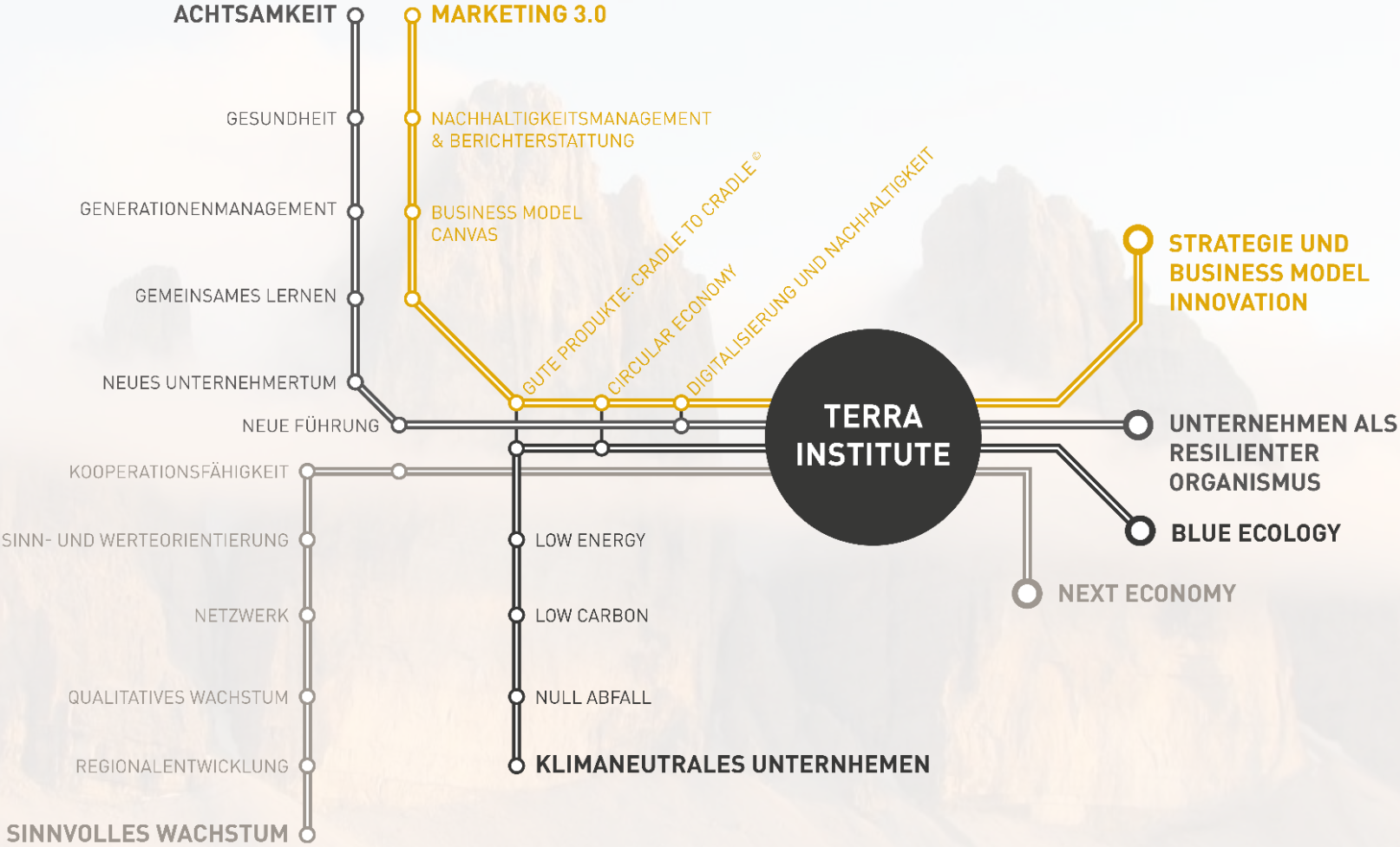
**Vereinte Nationen:** 2012 als offizielles Kompetenzzentrum für «Bildung für nachhaltige Entwicklung» anerkannt



# TERRA INSTITUTE...GLOBAL VERNETZT



# UNSERE THEMEN



# AUSZUG AKTUELLER PROJEKTE



**APPARATEBAU**  
PERFORMANCE IN HIGH-GRADE STEEL



pratopac



**RAFFMETAL**  
THE ALUMINIUM EVOLUTION



**holzius**  
VOLLHOLZHAUS

**RUBNER**  
haus



TEAM7

**Sparda-Bank**

**ZEPPELIN**  
WE CREATE SOLUTIONS

MEHR PROJEKTE UNTER: [www.terra-institute.eu/referenzen](http://www.terra-institute.eu/referenzen)



Wie gut geht's der Welt, den Menschen wirklich?



## Unser Grundverständnis

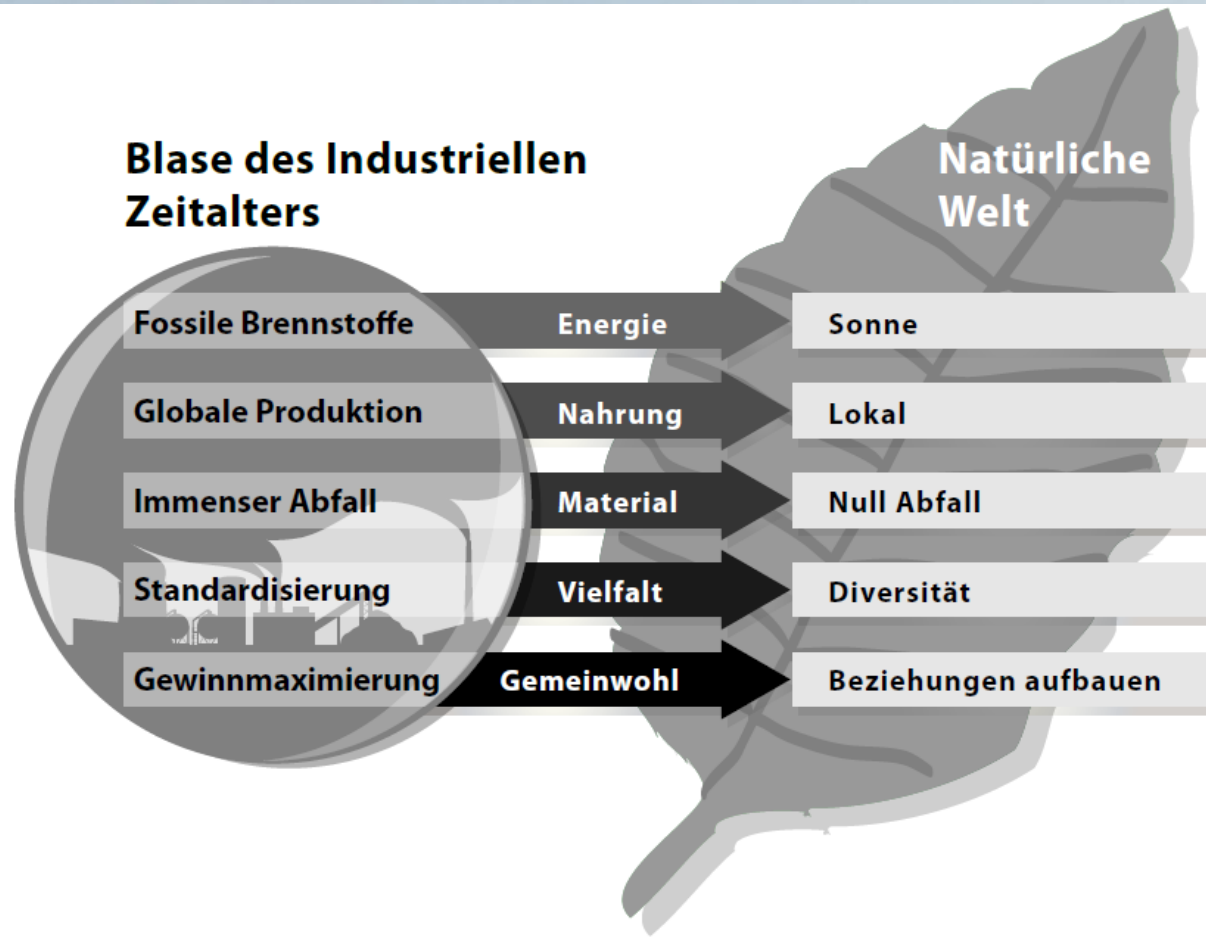


# Die Blase.



Quelle: Peter Senge

# Zurück zum Ursprung!

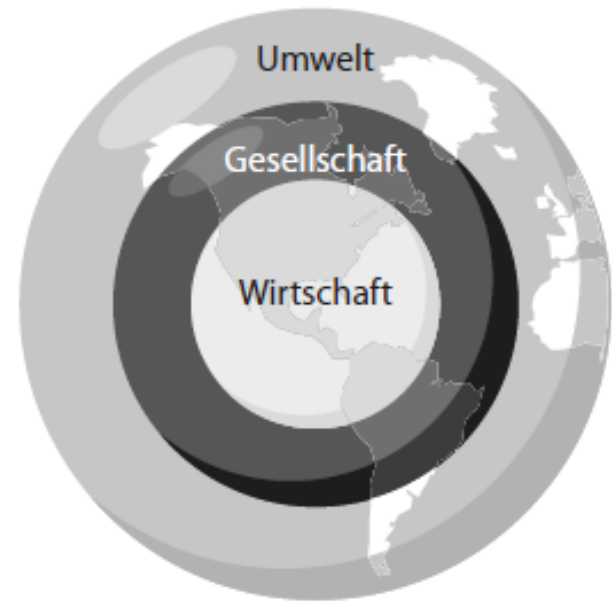
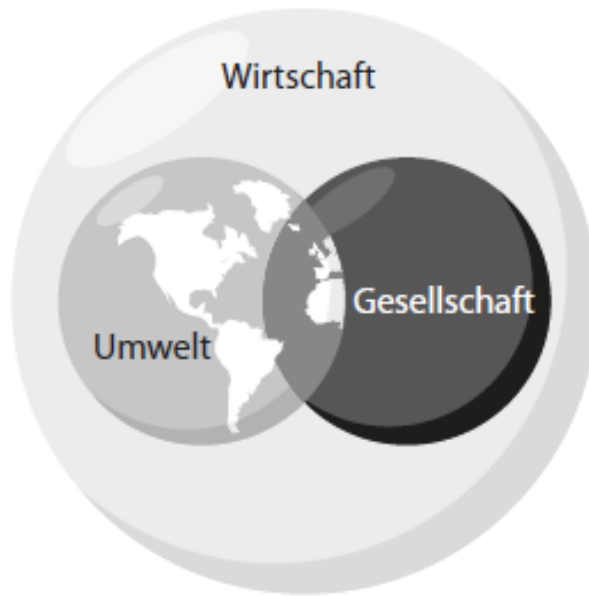


Quelle: Peter Senge



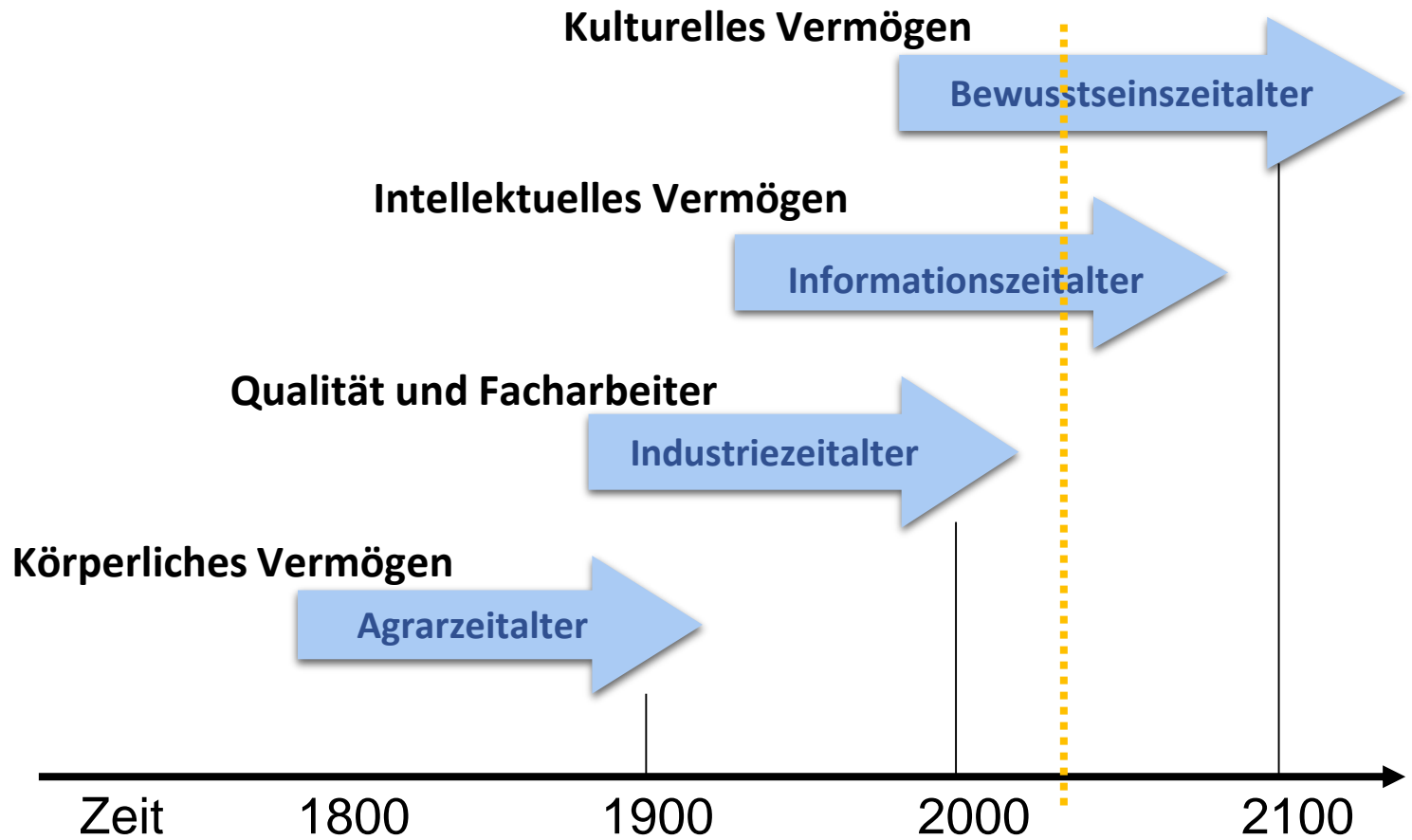
Quelle: Peter Senge

## Für die Wirtschaft!



Quelle: Peter Senge

# NEUE BEWUSSTSEINSLOGIK



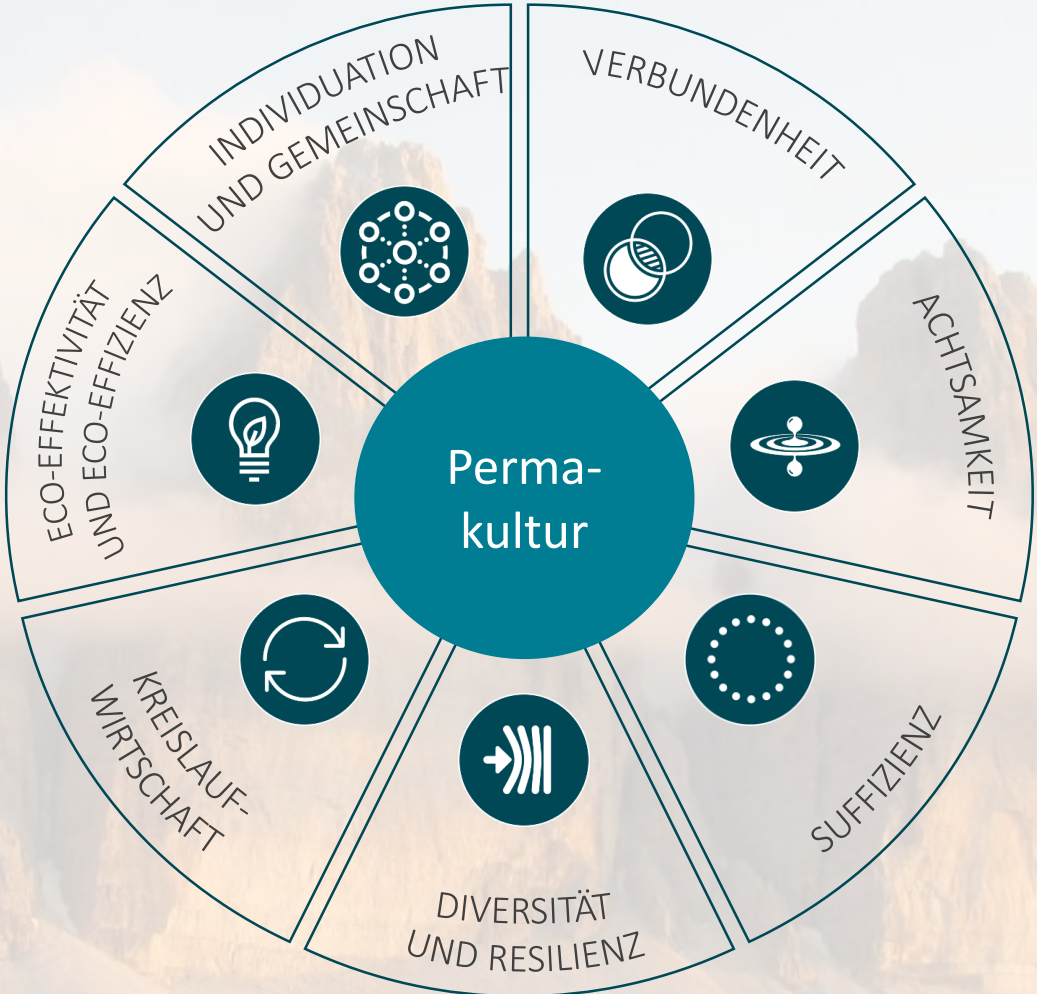
Quelle: Peter Senge

# Terra Prinzipien ganzheitlicher Unternehmensentwicklung



Quelle: Terra Institute – Sustainable Companies

# Terra Prinzipien ganzheitlicher Unternehmensentwicklung



Quelle: Terra Institute – Sustainable Companies

# UNSER ANGEBOT - KERNPRODUKTE

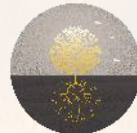
- ▶ **Strategische Weiterentwicklung**  
Strategie, Vision, Mission, Neue Ausrichtung, Werte
- ▶ **Gute Produkte**  
Produkt, Dienstleistung, Lieferkette, Circular Economy
- ▶ **Menschen und Gemeinschaftsentwicklung**  
Beziehungen, Kultur, Kommunikation, Achtsamkeit, Sozialkapital



MISSION,  
VISION UND  
ADVOCACY



STRATEGIE,  
LERNEN, SELBST-  
ERNEUERUNG



PRODUKTE &  
WERTEALIANZ-  
MANAGEMENT



STAKEHOLDER-  
DIALOG &  
REPORTING



GOVERNANCE,  
STRUKTUR &  
LEADERSHIP



BEZIEHUNGS-  
KULTUR &  
KOOPERATION



OPERATIVE  
EXZELLENZ



# MISSION


WIR WOLLEN EINE SYSTEMVERÄNDERUNG  
VORANTREIBEN UND UNTERNEHMEN  
DARIN BEFÄHIGEN,  
TEIL DER LÖSUNG ZU SEIN UND  
NICHT MEHR TEIL DES PROBLEMS.

Wir wollen hierfür selbst Modell sein – und  
selbst attraktive Best Practice aufbauen.

terra   
institute

# EcoDesign und Innovationsmanagement

A photograph of a sunflower field at sunrise or sunset. The sun is low on the horizon, creating a warm, golden glow and lens flare effects. In the foreground, a large, vibrant yellow sunflower is in full bloom, facing the viewer. To its left, a green sunflower bud is still developing. The background is filled with other sunflowers, some in bloom and some as buds, all bathed in the soft light of the low sun.



„Wer Ideen für die eigene Branche sucht, orientiert sich meist am Bestehenden“ (Franke 2008)

# „Erfolgreiche“ Managementstrategien

Wenn dein Pferd  
tot ist,  
steig ab.

Indianische Weisheit

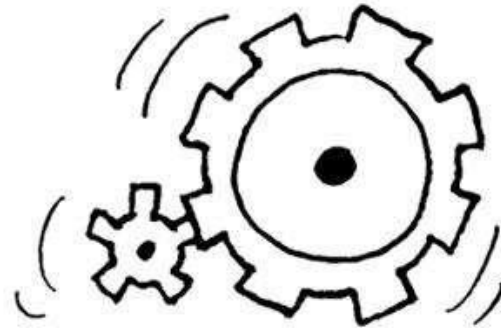


- Wir besorgen uns eine stärkere Peitsche.
- Wir sagen: „So haben wir das Pferd schon immer geritten“.
- Wir gründen einen Arbeitskreis, um das Pferd zu analysieren.
- Wir besuchen andere Orte, um zu sehen, wie man dort tote Pferde reitet.
- Wir erhöhen die Qualitätsstandards für den Beritt toter Pferde.
- Wir kaufen Leute von außerhalb ein, die angeblich tote Pferde reiten können.
- Wir stellen Vergleiche unterschiedlicher toter Pferde an.
- Wir ändern die Kriterien, die besagen, dass ein Pferd tot ist.
- Wir schirren mehrere tote Pferde gemeinsam an, damit wir schneller werden.
- Wir erklären, dass unser Pferd besser, schneller und billiger tot ist als andere Pferde.
- Wir richten eine unabhängige Kostenstelle für tote Pferde ein.
- Wir erstellen eine Präsentation in der wir aufzeigen, was das Pferd könnte, wenn es noch leben würde.
- Wir strukturieren um damit ein anderer Bereich das tote Pferd bekommt [...]

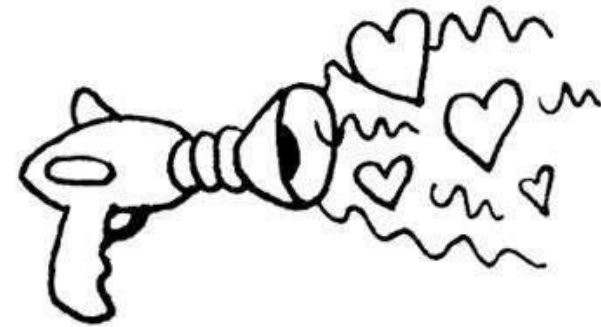
# Kreativität als Treiber für das Innovationsmanagement zur Umsetzung von Ideen und Lösung von Problemen



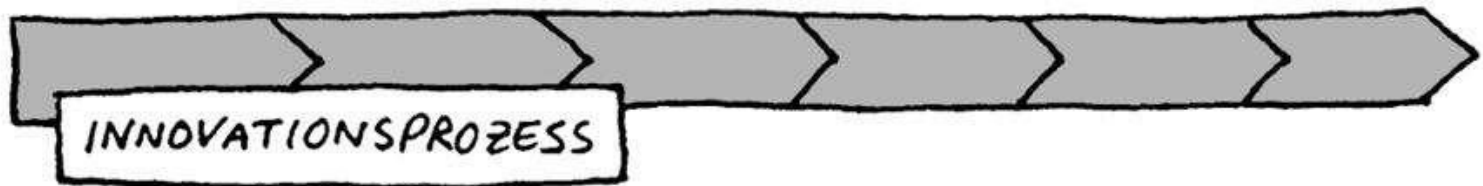
IDEA  
(INPUT)



UMSETZUNG  
(THROUGHPUT)



INNOVATION  
(OUTPUT)



# Erkenntnis

- Kunden machen sich häufig Gedanken wie sie ihre „Lieblingsprodukte“ verbessern können...
- Festo für Kühe...
- Die 100 Top-Unternehmen in Deutschland setzen darauf!

# Kreativitäts-Techniken

## Ideen sammeln

### Intern z.B.

- Qualitäts- und Mängelberichte
- Mitarbeiterbefragung
- Außen- und Kundendienstberichte
- Betriebliches Vorschlagwesen
- Tagungen, Konferenzen

### Extern z.B.

- Vorträge, Seminare
- **Stakeholderdialoge**
- **Konkurrenz-Beobachtung**
- **Kunden und Lieferanten**
- **Verbraucher - befragung**
- **Wissenschaft**
- **Experten**

## Ideen generieren

### Intuitiv-Kreativ

**Laute, ruhige, bewegte Techniken**  
**Spontan, assoziativ, schöpferisch**

- Brainstorming
- Brainwriting
- Synektik

### Systematisch analytisch

**Diskursiv, logisch**

- Morphologischer Kasten
- Kraftfeldanalyse
- Relevanzbaum

### Kombinatorisch

- Walt-Disney-Methode
  - ARIZ,TRIZ
- Bar Camp, World Café, Open Space

# Kundenbeteiligungen

Ideal: Einbezug von Branchenfremden (Kunden!)

Vorteile:

- ✓ Kein Schmoren im eigenen Saft
- ✓ Deutlich mehr Input-Vielfalt
- ✓ Neue Blickwinkel
- ✓ Ausschalten des Blinden Flecks
- ✓ Denken im Kreis

Nachfrage bei „heimlichen“ Experten, z.B. Krankenhäuser bei Chip-Hersteller = Keimfreiheit in der Lüftungsanlage...



## Beispiele für erfolgreich umgesetztes Kunden-Ideen-Management I:

- Metabo: Bohrmaschine im Porsche-Design, Einbindung von Kunden und Hochschuldesignern
- Procter & Gamble (Pampers): Einbindung von jungen Eltern, Hochschulen und Geschäftspartnern – „Pampers-Village“  
Verbesserung der Usability
- Webasto: Autozubehörteile – Standheizung, Fahrradträger – Hausaufgabe vor Workshop... Wie verbessere ich XY..
- HILTI: Bohrhammer mit recycelfähigen Teilen, Einbindung von Anwendern (Kunden)



## Beispiele für erfolgreich umgesetztes Kunden-Ideen-Management II:

Internetplattformen zum Einstellen von Ideen – mit z.B. Ausloben von Preisgeldern als Anreiz:

- Swarovski: Internet Design Contest über Online Community  
Online-Designkonfigurator zu Verfügung gestellt....
- Doppelmayr (Seilbahnen etc.): Online-Service-Portal, Wartung- und Montagetipps - die Besten Tipps kommen nicht von Doppelmayr selbst sondern von den Seilbahnbetreibern (Kunde)
- Plaston Group (Kunststoffteile-Hersteller): Online-Portal zum Ideenmanagement



**Idee einreichen**

Rufen Sie Verbesserungen, Probleme oder KVP-Vorschläge ein.



**Status verfolgen**

Sehen Sie direkt den aktuellen Diskussionsstand und den Status Ihrer Ideen.



**Gemeinschaft**

Diskutieren Sie mit Kollegen. Werden Sie selbst zum Experten!



**Entscheidung**

Behalten Sie Ihre Aufgaben im Blick!

**Paper coating for trucks**

Sponsor: **William Hughes**, Tage vor Ablauf: **5**, Ideen: **0**



What is interesting about this campaign, and why you should participate.

What is interesting about this campaign, and why you should participate. What is interesting about this campaign, and why you should participate. What is interesting about this campaign, and why you should participate.

What is interesting about this campaign, and why you should participate. What is interesting about this campaign, and why you should participate. What is interesting about this campaign, and why you should participate.

**Reducing weight in hybrid drives**

Sponsor: **Michael Avis**, Tage vor Ablauf: **5**, Ideen: **4**



What is interesting about this campaign, and why you should participate.

What is interesting about this campaign, and why you should participate. What is interesting about this campaign, and why you should participate. What is interesting about this campaign, and why you should participate.

What is interesting about this campaign, and why you should participate. What is interesting about this campaign, and why you should participate. What is interesting about this campaign, and why you should participate.

**Zero-emission power train**

Sponsor: **Emily Diaz**, Tage vor Ablauf: **5**, Ideen: **2**

**Nachricht vom CEO**



Innovation ist sehr wichtig. Innovation ist sehr wichtig. Innovation ist sehr wichtig. Innovation ist sehr wichtig. Innovation ist sehr wichtig. Innovation ist sehr wichtig. Innovation ist sehr wichtig. Innovation ist sehr wichtig. Innovation ist sehr wichtig. Innovation ist sehr wichtig.

**Neuesten Ideen**

Seiten 1 ... (Ideen 1-3 von 12)

Logo	Titel	Ideengeber	Letzte Änderung
	Telesense power train controller	Petersen, Thomas; Connell, James	14.09.2009
	New Material	Sanders, Jessica	14.09.2009
	Telescope key	Petersen, Thomas	14.09.2009

Mehr

**Die beliebtesten Ideen**

Seiten 1 ... (Ideen 1-4 von 23)

Logo	Titel	Ideengeber	Sterne
	Telescope key	Petersen, Thomas	★★★★★

# Beispiele für erfolgreich umgesetztes Kunden-Ideen-Management III:

## Pacproject: B2B-Analyse-Instrument zur Produktentwicklung 360°

### PACKAGING WHEEL® Strategic Evaluation System



Packaging Wheel®  
Brandowner Example



The Packaging Wheel concept is copyright protected by pacproject ([www.pacproject.com](http://www.pacproject.com)).

Free usage is permitted providing the citation of this copyright statement.

© 2016 PACPROJECT GMBH

The Packaging Wheel concept is copyright protected by pacproject ([www.pacproject.com](http://www.pacproject.com)).  
Free usage is permitted providing the citation of this copyright statement.  
© 2016 PACPROJECT GMBH

# Beispiele für erfolgreich umgesetztes Kunden-Ideen-Management IV:

## PACKAGING WHEEL<sup>®</sup> Strategic Evaluation System



Packaging Wheel<sup>®</sup>  
Example Material Supplier



The Packaging Wheel concept is copyright protected by pacproject ([www.pacproject.com](http://www.pacproject.com)).  
Free usage is permitted providing the citation of this copyright statement.  
© 2016 PACPROJECT GMBH

The Packaging Wheel concept is copyright protected by pacproject ([www.pacproject.com](http://www.pacproject.com)).

Free usage is permitted providing the citation of this copyright statement.

© 2016 PACPROJECT GMBH

**ACCEPTED  
WASTE**



**TERRACYCLE:** Innovative recycling company, global leader in recycling hard-to-recycle waste.  
**SOURCE:** Terracycle



## CIGARETTE BUTTS

Cigarettes butts are everywhere - clogging up our streets, littering our beaches - and for decades they've been thought of as "unrecyclable". But the New Jersey-based company "TerraCycle" has taken on the challenge. They came up with a way to recycle millions of cigarette butts and turn them into industrial plastic products, such as shipping pallets and ashtrays, as well as playgrounds and community gardens.

So how do they turn those toxic butts into something useful? TerraCycle does this by first breaking them down into their individual parts. Organic and plastic materials are then composted or blended with other compatible waste or scraps in order to create a whole new recycled material. This process is still quite pricey, but the company succeeded in getting corporations - including cigarette companies - to sponsor their bins and recycling programs to fund the process, so they can keep it free for cities and the people who want to make a difference with their cigarette butts.



HYDROPHIL: Bamboo is a natural raw material with a high strength and the fastest growing plant in the world.  
SOURCE: Hydrophil



## SUSTAINABLE TOOTHBRUSH

HYDROPHIL is a Hamburg-based company driven by the fundamental idea to make a conscious contribution to the responsible use of water. They produce water-neutral, vegan & fair trade products, all of which are water neutral.

Their sustainable toothbrush not only looks very good, it is also a good choice in the reduction of your plastic consumption. The handle is made of Bamboo which grows without artificial irrigation, and the bristles of BPA (chemical Bisphenol A)-free nylon. In addition, they only use colours that are produced without mineral oils or other chemical additives and thus leave no residues in the drinking and ground water during composting.

The packaging is a refreshing sight on the toothbrush shelf in the supermarket as the use of only carton with no plastic blister means the consumer buys the brush without actually seeing it, thus, trusting in the philosophy of the brand and putting the environment before aesthetics.





Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!



Andreas Pfeil  
Terra Institute GmbH

+49-171-8601865

[a.pfeil@terra-institute.eu](mailto:a.pfeil@terra-institute.eu)  
[www.terra-institute.eu](http://www.terra-institute.eu)