

## Seminar

# SYSTEMATISCHE TECHNOLOGIE-, MARKT- UND WETTBEWERBSANALYSEN ERSTELLEN

## Competitive Intelligence für Unternehmen

### SIE LERNEN IN DIESEM SEMINAR

- wie Sie Competitive Intelligence für Ihr Unternehmen erfolgreich einsetzen können
- aussagekräftige Analysen als Entscheidungsunterstützung zu erstellen
- die ethischen und rechtlichen Voraussetzungen der Competitive Intelligence kennen
- schrittweise den Prozess einer kontinuierlichen, systematischen Technologiebeobachtung zu durchlaufen
- was bei der Implementierung von technischen Competitive Intelligence Abteilungen zu beachten ist: „Dos and Don'ts“

### IHRE SEMINARLEITUNG

**Rainer Michaeli**

Institut für Competitive Intelligence GmbH,  
Butzbach

### Termine und Orte

- » 06. und 07. Februar 2014  
Düsseldorf
- » 15. und 16. Mai 2014  
Fürth bei Nürnberg
- » 28. und 29. August 2014  
Berlin

» So sind Sie der Konkurrenz immer einen Schritt voraus!

» „Das Thema traf genau meine Bedürfnisse.“

Sybille Schumann, Productmanager,  
Brüel & Kjær Vibro GmbH, Darmstadt

# ALLGEMEINE INFORMATIONEN

## ZIELSETZUNG

Egal, ob Sie verantwortlich für die Competitive Intelligence in Ihrem Unternehmen sind oder ob Sie bei der Competitive Intelligence „nur“ mitarbeiten: Ein Unternehmen muss sie als festen Bestandteil in seine Prozesse etablieren, um erfolgreich sein zu können.

- Sie lernen in diesem Seminar, wie Sie nutzbringend Competitive Intelligence für Ihren Unternehmenserfolg einsetzen können.
- Sie werden bewährte Verfahren und Vorgehensweisen für Planung, Durchführung, Aufbereitung, Analyse und Reporting kennenlernen. Mit diesen aussagekräftigen Wettbewerbs- und Technologieanalysen schafft Ihr Unternehmen die Voraussetzung für bessere Entscheidungen. Statt von Wettbewerbsaktivitäten überrascht zu werden, können Sie Wettbewerber ausmanövrieren und sich in strategische Erfolgspositionen bringen.
- Wichtig ist, die ethischen und rechtlichen Voraussetzungen zu verstehen und umzusetzen – sonst drohen juristische Auseinandersetzungen oder zumindest Reputationsverlust.

Das Seminar ist bewusst pragmatisch gehalten: Anhand von Fallstudien (und Teilnehmerbeispielen) werden konkrete Lösungsansätze aufgezeigt. Vertiefende Literaturempfehlungen und Informationshinweise runden das Seminar ab.

## THEMA

Unternehmen stehen in einem immer schärfer werdenden globalen Wettbewerb zueinander. Gerade der Wettbewerbsvorteil von „Technologies Made in Germany“ nimmt rapide ab. Um jetzt erfolgreich handeln zu können, ist die systematische Markt- und Wettbewerbsbeobachtung zur Entscheidungsunterstützung (Competitive Intelligence) notwendig. Nur wer seine Wettbewerber, deren Intentionen und Potenziale beurteilen kann, ist letztlich in der Lage, das eigene Unternehmen sicher zu positionieren. Mit der Methodik der „Competitive Technical Intelligence“ lernen speziell technologieorientierte Unternehmen sich an Markt und Wettbewerb auszurichten und Kundenbedürfnisse früher um zu setzen.

Viele deutsche Unternehmen sind immer noch nur sporadisch und reaktiv in Sachen „Wettbewerb“ aufgestellt. Ausländischen Anbietern dient die Competitive Intelligence hingegen schon länger als Grundlage für Investitionen, Marktbewertungen oder Partnerschaften. Umso wichtiger, dass auch deutsche Unternehmen ihre Markt- und Wettbewerbsbeobachtung kontinuierlich, professionell und natürlich ethisch einwandfrei betreiben.

## SEMINARDOKUMENTATION

Jeder Teilnehmer erhält eine ausführliche Seminardokumentation in Form eines Handbuchs. Zum Abschluss erhält jeder Teilnehmer ein VDI-Teilnehmerzertifikat.

## ZIELGRUPPE

Diese Veranstaltung richtet sich an Ingenieure, Wissenschaftler, Leiter und Manager, die in technologieorientierten Unternehmen für Wettbewerb zuständig bzw. Empfänger dieser Informationen sind und den folgenden Bereichen angehören:

- Forschung und Entwicklung
- Produktmanagement und -planung
- Innovationsmanagement und Unternehmensentwicklung
- Technisches Marketing und Marktforschung

## SEMINARLEITUNG

### Dipl.-Ing., MBA Rainer Michaeli

Herr Michaeli ist Direktor des Instituts für Competitive Intelligence GmbH und geschäftsführender Gesellschafter von DIE DENKFABRIK, Gesellschaft für Technologie- und Wirtschaftsberatung mbH“. Er gründete 1993 DIE DENKFABRIK GmbH und ist zudem Dozent an der FH Ludwigs-hafen und FH Anhalt. Rainer Michaeli ist als Vorstandsvorsitzender des Deutschen Competitive Intelligence Forums e.V. tätig.

Das Institute for Competitive Intelligence GmbH (ICI) ist seit 2004 eine Ausbildungseinrichtung für Competitive Intelligence Professionals. Als einzige Ausbildungseinrichtung erfüllt der Lehrplan des ICIs voll die Vorgaben (Body of Knowledge) des globalen Verbandes der „Strategic Competitive Intelligence Professionals“. Teilnehmern wird dieses Seminar auf die Zertifikate des Institutes for Competitive Intelligence angerechnet.

## REFERENT

**Heiko Russow**, Manager IT-Strategie und -Prozesse, Lufthansa Passage, Deutsche Lufthansa AG, Frankfurt. Zu seinem Tätigkeitsspektrum gehören neben der strategischen IT-Programmplanung u.a. die Verzahnung der Aktivitäten mit der LH Konzern-IT-Strategie und die Durchführung von Benchmarks. Darüber hinaus vertritt Herr Russow die Interessen der LH Passage im Technology Innovation Core Team der Star Alliance Services GmbH, das sich gezielt mit Anwendung neuer Technologien in den Airlineprozessen befasst.

## INHOUSE-SEMINAR

Dieses Seminar können Sie auch als firmeninterne Schulung buchen:

- Inhaltlich passgenau auf Ihre Bedürfnisse abgestimmt
- Mit praktischen Beispielen aus Ihrem Arbeitsumfeld
- Sie bestimmen Inhalte, Termin und Ort
- Optimaler Wissenstransfer für Ihre Mitarbeiter garantiert

Gerne erstellen wir Ihnen ein individuelles Angebot. Rufen Sie uns an.

SILVIA AUTH / ANGELA BUNGERT

Tel.: +49 211 6214-667/563, E-Mail: [inhouse@vdi.de](mailto:inhouse@vdi.de)

# SEMINARINHALT

**1. TAG** 09:00 Uhr bis ca. 17:30 Uhr

**2. TAG** 09:00 Uhr bis ca. 17:00 Uhr

## Überblick und Einführung

- Definitionen und Abgrenzungen zur Marktforschung
- Analyse des eigenen Unternehmens: Wo stehen wir und wo wollen wir hin?
- Rechtliche Fragen und Voraussetzungen
- „Code of Ethics“ als Grundlage einer unternehmensinternen Durchführung

## Die Informationsflut beherrschen und die Qualität der Daten prüfen

- „Make or buy“: Daten kaufen oder selbst recherchieren?
- Was externe Informationsdienstleister bieten können
  - » Infobroker
  - » Berater
  - » Marktforschungsinstitute
- Qualität und Glaubwürdigkeit von Wettbewerberdaten prüfen
- Wettbewerberinformationen gewinnen durch
  - » Observation
  - » Primärerhebungen (Human Intelligence)
  - » Sekundäre Quellen (Internet, Online-Datenbanken, Printmedien)
- Informationsnetzwerke aufbauen und pflegen
- Planung und Durchführung von Recherche-Projekten

## Bestimmung der Wettbewerbs- und Marktsituation

- Tools und Techniken für Ihre tägliche Wettbewerbsanalyse
  - » Wettbewerberprofilierung
  - » Timeline-Analysen
  - » Wettbewerbsportfolios
  - » Porters 5-Kräfte-Industriestrukturanalyse
  - » Finanzanalysen
  - » SWOT-Analyse
- Dem kritischen Informationsbedarf von Entscheidern/Adressaten gerecht werden: Competitive Intelligence Reports und Präsentationen

## Fortgeschrittene Verfahren der technischen Wettbewerbsanalyse

- Analyse konkurrierender Hypothesen
- „War Gaming“
- Szenarioanalyse
- Verfahren des „Critical Thinkings“

## Technologiefrühaufklärung („Technology Scouting“): Trends erkennen

- Informationsquellen für die Technologiefrühaufklärung:
  - » Fachveröffentlichungen
  - » Forschungsberichte von Universitäten und Forschungseinrichtungen
  - » Patentdatenbanken
  - » „Think Tanks“
  - » Kongresse und Messen
  - » Wettbewerber
- Klassifizierung technologischer Trends auf Basis von technischen und wirtschaftlichen Kriterien
  - » „starke“ und „schwache“ Signale
  - » Frühwarnsystem
  - » Vorstellung geeigneter Strukturen

## Technologiebewertung und Technologiefolgenabschätzung („Technology Assessment“): Welche Technologien werden zukünftig über den Markterfolg entscheiden?

- Potenzialbewertung neuer Technologien:  
Was kann die Technologie leisten?
  - » Leistungsparameter
  - » ABC-Analyse
  - » Einsatzfelder
  - » Substitutionspotenzial (Technologien)
  - » Synergiepotenzial
  - » Technologievergleiche
  - » Delphi-Methode
- Beschreibung der technologischen Entwicklung:
  - » Lebenszyklusanalysen
  - » S-Kurven
  - » Erfahrungskurven
  - » Roadmaps
- Umfeldanalysen, d.h. die Einbeziehung nicht technischer Einflussfaktoren auf die Entwicklung neuer Technologien (politische und gesellschaftliche Trends)

## „Competitive Technical Intelligence (CTI)“-Prozess: Implementierung einer kontinuierlichen, systematischen Technologiebeobachtung im Unternehmen

- Analyse:
  - » Festlegung der Ziele
  - » Ableitungen von Anforderungen an den Prozess
  - » Identifikation bereits laufender CTI-Aktivitäten und ihre Integration in den Prozess
- Design:
  - » Definition eines möglichst effizienten Prozesses (Auslöser, Teilprozesse, Aktivitäten, Schnittstellen und Rollen), der den Anforderungen gerecht wird
  - » Verknüpfung mit dem Innovations- und Product-Lifecycle-Management-Prozess im Unternehmen
- Implementierung:
  - » Vorgehen zur Einführung des CTI-Prozesses
  - » Aspekte des Change Managements (Pilotierung, Kommunikation etc.)

## Strategische und technische Technologie-Analyse: Wettbewerbsvorteile durch technologischen Vorsprung erzielen

- Chancen und Risiken ermitteln
  - » Portfolio-Analysen
  - » Substitutionspotenzial (Produkte)
  - » Neue Märkte
- Technologieszenarios
- Strategische Implikationen
  - » Investitionsstrategie
  - » Segmentationsstrategie
  - » Produktentwicklung
  - » Leistungsführerschaft
  - » Synergiestrategie
  - » Kooperationsstrategie

## SYSTEMATISCHE TECHNOLOGIE-, MARKT- UND WETTBEWERBSANALYSEN ERSTELLEN



Mit dem FSC® Warenzeichen werden Holzprodukte ausgezeichnet, die aus verantwortungsvoll bewirtschafteten Wäldern stammen, unabhängig zertifiziert nach den strengen Kriterien des Forest Stewardship Council (FSC). Für den Druck sämtlicher Programme des VDI Wissensforums werden ausschließlich FSC-Papiere verwendet.

**Gedruckt auf 100 % Recycling-Papier, versehen mit dem Blauen Engel.**

### Ich nehme wie folgt teil:

- 06.–07. Februar 2014, Düsseldorf** Seminar-Nr. 02SE134011
- 15.–16. Mai 2014, Fürth** Seminar-Nr. 02SE134012
- 28.–29. August 2014, Berlin** Seminar-Nr. 02SE134013

Bitte Preiskategorie wählen:	PS	Preis p./P. zzgl. MwSt.
Teilnahmegebühr	1	<input type="checkbox"/> EUR 1.490,-
persönliche VDI-Mitglieder	2	<input type="checkbox"/> EUR 1.390,-
VDI-Mitgliedsnummer*		

\* Für die Preisstufe (PS) 2 ist die Angabe der VDI-Mitgliedsnummer erforderlich.

www

Nachname

Vorname

Titel

Funktion

Abteilung

Tätigkeitsbereich

Firma/Institut

Straße/Postfach

PLZ, Ort, Land

Telefon  Fax

Mobilnummer

E-Mail

Abweichende Rechnungsanschrift

Teilnehmer mit Rechnungsanschrift außerhalb von Deutschland, Österreich und der Schweiz zahlen bitte mit Kreditkarte.

- Visa  Mastercard  
 American Express

Karteninhaber

Kartenummer

Prüfziffer  gültig bis (MM/JJ)

Datum  × Unterschrift

VDI Wissensforum GmbH  
 Kundenzentrum  
 Postfach 10 11 39  
 40002 Düsseldorf  
 Telefon: +49 211 6214-201  
 Telefax: +49 211 6214-154  
 E-Mail: [wissensforum@vdi.de](mailto:wissensforum@vdi.de)  
[www.vdi-wissensforum.de](http://www.vdi-wissensforum.de)

**Anmeldungen:** müssen schriftlich erfolgen. Anmeldebestätigung und Rechnung werden zugesandt. Gebühr bitte erst nach Rechnungseingang unter Angabe der Rechnungsnummer überweisen.

### VERANSTALTUNGORT/ ZIMMERBUCHUNG

**Düsseldorf:** Lindner Hotel Airport Düsseldorf, Unterrather Str. 108, 40468 Düsseldorf, Tel. +49 211 9516-0  
**Fürth:** Fürther Hotel Mercure Nürnberg West, Laubenweg 6, 90765 Fürth, Tel. +49 911 976-00  
**Berlin:** Inside by Meliá Berlin, Lange Str. 31, 10243 Berlin, Tel. +49 30 29303-0

Im Veranstaltungshotel steht Ihnen ein begrenztes Zimmerkontingent zu VDI-Sonderkonditionen zur Verfügung. Bitte buchen Sie Ihr Zimmer frühzeitig mit dem Hinweis auf die »VDI-Veranstaltung«.

Weitere Hotels in der Nähe des Veranstaltungsortes finden Sie auch über unseren kostenlosen Service von HRS, [www.vdi-wissensforum.de/hrs](http://www.vdi-wissensforum.de/hrs)



**Leistungen:** Im Leistungsumfang sind die Pausengetränke und an jedem vollen Seminartag ein Mittagessen enthalten. Ein ausführliches Handbuch wird den Teilnehmern am Veranstaltungsort ausgehändigt.

**Exklusiv-Angebot:** Als Teilnehmer dieser Veranstaltung bieten wir Ihnen eine 3-monatige, kostenfreie VDI-Probemitgliedschaft an. (Dieses Angebot gilt ausschließlich bei Neuaufnahme)

**Geschäftsbedingungen:** Mit der Anmeldung werden die Geschäftsbedingungen der VDI Wissensforum GmbH verbindlich anerkannt. Abmeldungen müssen schriftlich erfolgen. Bei Abmeldungen bis 14 Tage vor Veranstaltungsbeginn erheben wir eine Bearbeitungsgebühr von € 50,- zzgl. MwSt. Nach dieser Frist ist die volle Teilnahmegebühr gemäß Rechnung zu zahlen. Maßgebend ist der Posteingangsstempel. In diesem Fall senden wir die Veranstaltungsunterlagen auf Wunsch zu. Es ist möglich, nach Absprache einen Ersatzteilnehmer zu benennen. Einzelne Teile des Seminars können nicht gebucht werden. Muss eine Veranstaltung aus vorvorhersehbaren Gründen abgesagt werden, erfolgt sofortige Benachrichtigung. In diesem Fall besteht nur die Verpflichtung zur Rückerstattung der bereits gezahlten Teilnahmegebühr. In Ausnahmefällen behalten wir uns den Wechsel von Referenten und/oder Änderungen im Programmablauf vor. In jedem Fall beschränkt sich die Haftung der VDI Wissensforum GmbH ausschließlich auf die Teilnahmegebühr.

**Datenschutz:** Die VDI Wissensforum GmbH erhebt und verarbeitet Ihre Adressdaten für eigene Werbezwecke und ermöglicht namhaften Unternehmen und Institutionen, Ihnen im Rahmen der werblichen Ansprache Informationen und Angebote zukommen zu lassen. Bei der technischen Durchführung der Datenverarbeitung bedienen wir uns teilweise externer Dienstleister. Wenn Sie zukünftig keine Informationen und Angebote mehr erhalten möchten, können Sie bei uns der Verwendung Ihrer Daten durch uns oder Dritte für Werbezwecke jederzeit wider sprechen.

Nutzen Sie dazu die E-Mail Adresse: [wissensforum@vdi.de](mailto:wissensforum@vdi.de) oder eine andere oben angegebene Kontaktmöglichkeit.