

# INNOVATIONSPREIS 2022 OLDENBURGER MÜNSTERLAND

EINSENDESCHLUSS IST DER 30. JUNI 2022

Herzlichen Dank für Ihr Interesse. Bitte füllen Sie für die Registrierung zunächst die Angaben zu Ihrem Unternehmen aus. Danach haben Sie die Möglichkeit, Ihre Innovation mithilfe des Fragebogens vorzustellen und zu beschreiben. Die Jury entscheidet anhand folgender, grundsätzlich gleichwertiger Bewertungskriterien: Worin besteht die Innovation? Worin besteht die unternehmerische Leistung? Wie wirkt die Innovation auf Kunden, Umwelt, Gesellschaft und Standort?

Voraussetzung für die Preisverleihung ist ein Firmensitz in den Landkreisen Cloppenburg oder Vechta sowie die durch einen Markteintritt/eine Prozessumsetzung in den vergangenen 24 Monaten nachgewiesene Marktreife der eingereichten Innovation. Sollte sie sich noch im Erprobungsstadium befinden, bitten wir Sie, die Bewerbung zu einem späteren Zeitpunkt einzureichen.

Bitte senden Sie das vollständig ausgefüllte Formular und etwaige erläuternde Anhänge per E-Mail an [kreienborg@oldenburger-muensterland.de](mailto:kreienborg@oldenburger-muensterland.de).

---

## REGISTRIERUNG

Firma \_\_\_\_\_

Branche \_\_\_\_\_ Gründungsdatum \_\_\_\_\_

Adresse \_\_\_\_\_ PLZ und Ort \_\_\_\_\_

Website \_\_\_\_\_

Ansprechpartner \_\_\_\_\_

Position im Unternehmen \_\_\_\_\_

Telefon \_\_\_\_\_ E-Mail \_\_\_\_\_

# 1. WORIN BESTEHT DIE INNOVATION?

## 1.1. BEZEICHNUNG UND ART

Wie ist die Bezeichnung Ihrer Innovation?

Um welche Art von Innovation handelt es sich? (Bitte ankreuzen!)

- Produktinnovation
- Prozessinnovation
- sonstige Innovation

Bitte beschreiben Sie Ihre Innovation in drei Sätzen (Ziele, Aufgaben, Marktherausforderung). Die Beschreibung soll für ein größeres Publikum plausibel, schlüssig und nachvollziehbar sein.

## 1.2. INNOVATIONSHÖHE

Was unterscheidet die eingereichte Innovation von Produkten/Prozessen des Wettbewerbs? Was ist ihr Alleinstellungsmerkmal? Begründet sie einen signifikanten, nachhaltigen (Informations-)Vorsprung gegenüber dem Wettbewerb? Hat sie das Potenzial, einen (temporären) Wettbewerbsvorteil zu etablieren?

Wie kreativ bzw. neuartig ist die Innovation? Lässt sich die Innovation patentrechtlich absichern bzw. ist sie bereits durch Schutzrechte, Patente geschützt?

## 2. WORIN BESTEHT DIE UNTERNEHMERISCHE LEISTUNG?

Wie kam es zu der Innovation? Wer gab den Anstoß (Entwicklung, Marketing/Vertrieb, Produktion, Kunden)?

### 2.1. MARKTERFOLG UND -CHANCEN

Voraussetzung für die Teilnahme ist die Marktreife/Prozessumsetzung. Die folgenden Fragen dienen dem Nachweis, dass Ihre Innovation diese Voraussetzung erfüllt.

Wann ist die Innovation in den vergangenen 24 Monaten in den Markt gegangen/ im Prozess umgesetzt worden? Wer sind Ihre Kunden? Können Sie Referenzkunden benennen?

Welcher Umsatz konnte mit der Innovation seit dem Markteintritt/der Prozessumsetzung erzielt werden und welcher Umsatz wird im kommenden Jahr anvisiert?

Hat die Innovation ein relevantes (im Verhältnis zum anvisierten Gesamtmarkt) Marktpotenzial? Wenn ja, wie hoch schätzen Sie das ein?

Ermöglicht die Innovation Ihrem Unternehmen die Erschließung neuer Geschäftsfelder und Marktsegmente und wenn ja, welche?

Bitte beschreiben Sie die Marketing- und Verkaufsstrategie für die Innovation bzw. wie Sie damit Wettbewerbs- bzw. Wertschöpfungsvorteile realisieren wollen.

## 2.2. INNOVATIONSMANAGEMENT

Bitte beschreiben Sie Phasen und Verlauf des Innovations-Projektes! Welche Unternehmensabteilungen wurden von der ersten Idee bis zur Markteinführung/Prozessumsetzung in das Projekt einbezogen? Welche Management- und Führungskonzepte wurden zur Förderung des Innovationsprojektes eingesetzt? Wie wurde ein innovatives Umfeld erzeugt? Gab es Meilensteine oder Probleme? Wurden dabei externe fachliche oder finanzielle Ressourcen genutzt?

## 2.3. WIRTSCHAFTLICHKEIT

Hilft die Innovation, die Relation von entstandenen Kosten zu geschaffenen Werten für Ihr Unternehmen zu verbessern und schafft sie somit Werte? Leistet die Innovation einen Beitrag zur Steigerung des Unternehmenswertes insbesondere durch die Erhöhung der Wertschöpfung, die Schaffung von Wettbewerbsvorteilen oder die Verbesserung der Reputation/des Images? Wenn ja, können Sie diesen beziffern?

## 3. WIE WIRKT DIE INNOVATION NACH AUSSEN?

### 3.1. KUNDENNUTZEN

Trägt die Innovation zur Steigerung eines subjektiven, quantifizierbaren Kundennutzens bei? Können Sie das belegen?

Welche zusätzlichen Anwendungsmöglichkeiten oder Synergieeffekte zu anderen Produkten, Prozessen, Branchen ermöglicht Ihre Innovation?

### 3.2. NUTZEN FÜR UMWELT UND GESELLSCHAFT

Trägt die Innovation zur Steigerung der Lebensqualität bei? Fördert sie die Nachhaltigkeit, das heißt hilft sie, ökologische, ökonomische und soziale Aspekte miteinander in Einklang zu bringen?

Trägt Ihre Innovation zum optimierten Einsatz von Ressourcen bei? Wenn ja, wie hoch ist das Einsparpotenzial?

### 3.3. STANDORTPOTENZIAL

Trägt die Innovation zur Realisierung signifikanter, volkswirtschaftlicher Beschäftigungspotenziale (quantitativ/qualitativ) bei? Ermöglicht sie die Schaffung von Standortvorteilen im Rahmen der internationalen Arbeitsteilung? Wenn ja, wie groß ist das Potenzial?

Unterstützt Ihre (Prozess-)Innovation den Aufbau von Netzwerken und fördert somit die Nutzung innovativer Formen der (arbeitsteiligen) Zusammenarbeit? Wenn ja, wie?

### 4. ANMERKUNGEN/ERGÄNZUNGEN