

JP JEAN-PHILIPPE
HAGMANN

**Keynote speaker +
Expert on radical innovation**



„Downright inspirational.“

- Thomas Kupfer, Switzerland's ambassador to Singapore

LATERAL**THINKER**

**GOAL: MAKING YOUR BUSINESS AVANT-
GARDE PAGE 03**

TALK TOPICS..... PAGE 04

**TALK: WHY YOU'LL CHANGE YOUR BUSINESS
MODEL AS WELL..... PAGE 06**

**TALK: THE "PUNK MINDSET" FOR MORE
INNOVATION..... PAGE 07**

TOP SPEAKER AWARD..... PAGE 09

**AUTHOR: STOP PRETENDING TO BE
INNOVATIVE PAGE 10**

WHY JEAN-PHILIPPE HAGMANN?..... PAGE 11

INTRODUCTION..... PAGE 12

TESTIMONIALS..... PAGE 13

MEDIA APPEARANCES..... PAGE 14



JP JEAN-PHILIPPE
HAGMANN



MY GOAL: YOUR BUSINESS MOVES TO THE FOREFRONT

Most pioneering inventions originated in Central Europe. Yet their commercialization often took place elsewhere. We have the pioneering spirit in our genes, though it often doesn't work so well with innovation.

Innovating is unfortunately more complex than many managers would like. In addition to methods and processes that have little to nothing to do with classical management, successful innovation requires a particular mindset above all and a corporate culture that is still foreign to us. My goal is to turn you and your business into the European avant-garde.

JP JEAN-PHILIPPE
HAGMANN

TALKTOPICS

“Jean-Philippe quickly understood what our challenges were and took our company to the next level with his inspiring talk.”

-Stefan Leumann, CEO of nolax AG



JP JEAN-PHILIPPE
HAGMANN

Jean-Philippe Hagmann holds presentations in **English**, **German**, and **Swiss German**.

Here is a selection of the most popular lecture topics. Each topic is designed for a time frame of **30-90 minutes**.

Of course, the content of each presentation will be adapted **for your situation**.

#1
THE 3 STATES OF INNOVATION

#2
WHY YOU'LL CHANGE YOUR BUSINESS MODEL AS WELL

#3
DESIGN FICTION IS THE DESIGN THINKING OF RADICAL INNOVATION

#4
THE „PUNK MINDSET“ FOR MORE INNOVATION

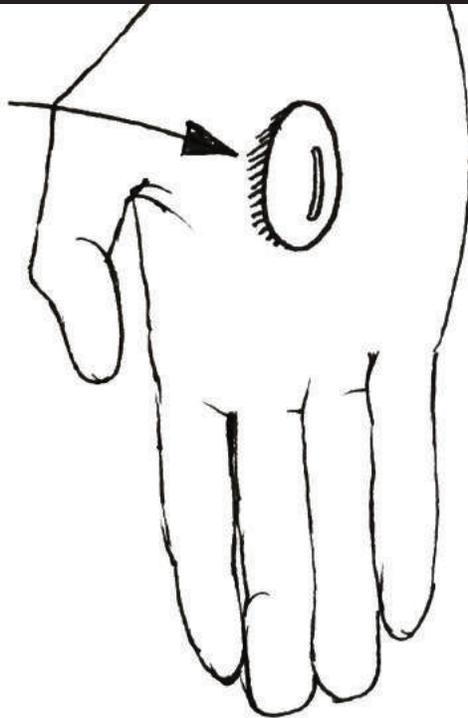
#5
POPULAR INNOVATION MEASURES THAT LEAD TO NOTHING

#6
THE 5 ROLLS FOR SUCCESSFUL RADICAL INNOVATIONS

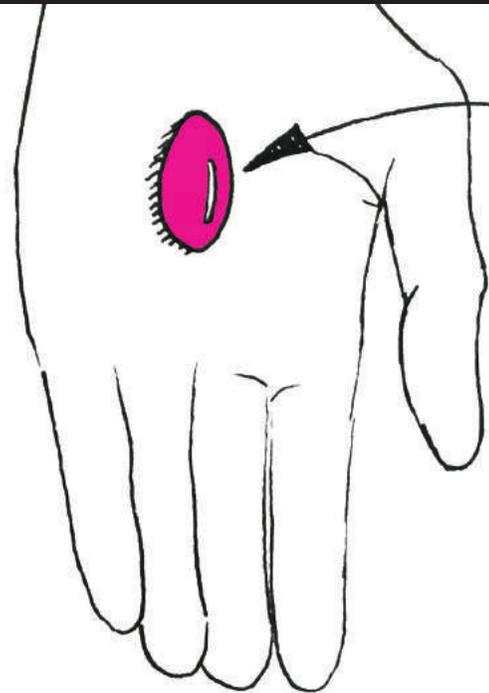
TALK: WHY YOU'LL CHANGE YOUR BUSINESS MODEL AS WELL

Is the business model innovation a nice-to-have? No. The days of consistent management and rigid process landscapes are over. Rapid technological change is opening an unprecedented space for opportunity. And if you don't reinvent yourself, others will take your place.

BUSINESS
AS USUAL



NEUES
GESCHÄFTSMODELL





TALK: THE „PUNK MINDSET“ FOR MORE INNOVATION

Innovation is not the work of a single genius. Innovation occurs through interaction, through the exchange of ideas between very different people with different backgrounds, interests and areas of expertise. Yet among these at the forefront, there is a common denominator: the punk mindset.





KEYTOPICS

- The world changed almost overnight through several technological breakthroughs - but we are still trying to solve the problems of tomorrow with the knowledge of yesterday
- Just as our business world changes, so too must we also change our attitude toward innovation
- There are three types – or states – of innovation. And each of these states requires a completely different approach
- This means: We must accustom ourselves to changing our business model regularly

Jean-Philippe mixes findings from different fields with various examples, analogies, and practical methods.

TOP SPEAKER AWARD

In 2013, Jean-Philippe Hagmann accepted the **TOP SPEAKER AWARD** from the ESE Congress in Sindelfingen near Stuttgart. He received the award for the **most popular presentation** in the category "People & Team/Management" from 2009-2013 **out of more than 60 presentations**.

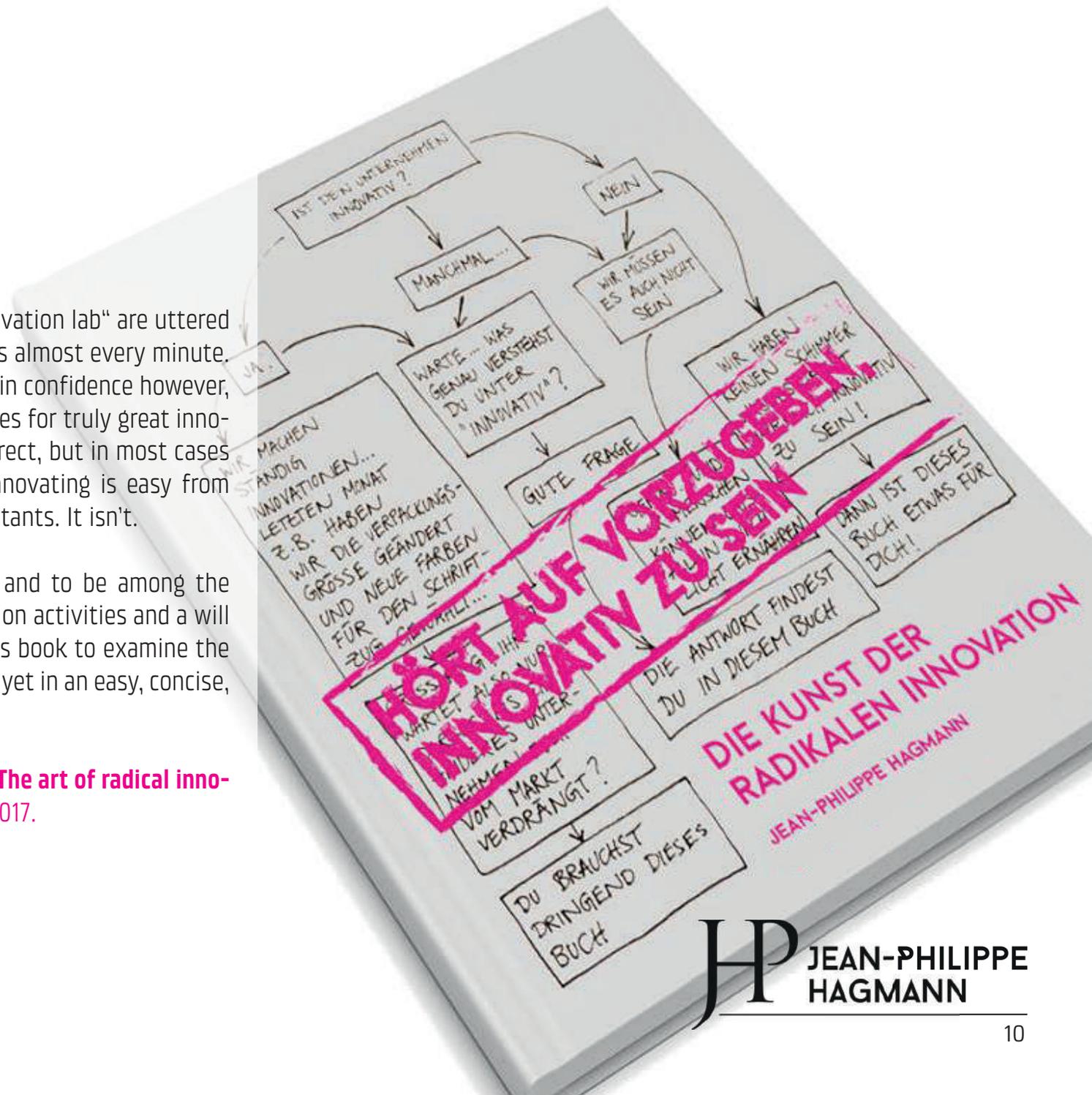


AUTHOR

Terms such as „disruption,“ „agility,“ and „innovation lab“ are uttered at conferences and at internal company events almost every minute. What managers from many companies, tell us in confidence however, is that the vast majority of innovation measures for truly great innovations are ineffective. The intentions are correct, but in most cases the top managers get the impression that innovating is easy from books, articles, and through innovation consultants. It isn't.

To be truly innovative, to reinvent yourself, and to be among the vanguard, takes more than occasional innovation activities and a will to change. I have made it my mission with this book to examine the topic of „radical innovation“ in its entirety and yet in an easy, concise, and entertaining fashion.

The book „**Stop pretending to be innovative - The art of radical innovation**“ will be available in German in Spring 2017.



JP JEAN-PHILIPPE HAGMANN

A portrait of Jean-Philippe Hagmann, a man with a shaved head and glasses, wearing a dark shirt with a red and white patterned collar. He is looking directly at the camera with a slight smile. The background is dark.

WHY JEAN-PHILIPPE HAGMANN?

Extraordinary. Ingenious. Generation Y.

As Innovation manager and consultant, Jean-Philippe Hagmann has already been behind the scenes of numerous well-known companies in Germany, Switzerland, and Austria. He noticed a number of patterns that recur everywhere and that make innovation impossible.

Jean-Philippe Hagmann is booked for:

- Meetings
- Keynote presentations
- Kick-off events
- Conferences
- Customer events
- Anniversary events
- Employee events
- Association meetings
- Dinner speeches
- Executive meetings

**We'll find the right topic!
For you. And your audience.**

JP JEAN-PHILIPPE
HAGMANN

INTRODUCTION

Innovation expert, keynote speaker, lecturer and cofounder of INNOPUNK

Swiss-Brazilian innovator with more than 8 years of innovation experience and a background in mechanical engineering and industrial design. Jean-Philippe Hagmann has consulted more than 50 companies and institutions such as Swarovski, Mercedes-Benz Bank, and the Fraunhofer Gesellschaft and constructed an “avant-garde department” for one of the largest energy companies in Switzerland. Whether as a mentor for radical innovations or as keynote speaker with the „Best Speaker Award 2013“ from the ESE Congress in Munich – Jean-Philippe Hagmann is constantly questioning the status quo.

Other awards:

IKEA Prize for innovative thinking in creative areas, 2010

VentureKick (Prize for young entrepreneurs)
Stage 1 & 2, 2009/2010



TESTIMONIALS

“In his talk at our Innovation Kick-Off, Jean-Philippe Hagmann delivered us a lot of valuable input. He managed to give rise to an atmosphere that is open-minded and unbiased toward new ideas. This resulted in great innovations.”

Dr.-Ing. Frank T.H. Dörnenburg
Federal-Mogul Nürnberg GmbH
Director Technology

„The presentation by Jean-Philippe Hagmann was absolutely perfect for our occasion. It was not only inspiring and gave us food for thought, but was also very entertaining. Professional and with a lot of experience. Working with him was simply a pleasure.”

Nevena Seslija
Products and Services
RWE Deutschland AG/Die Netzwerkpartner e.V.

“I really appreciated the professional knowledge of Mr. Hagmann. My compliments! He succeeded in delivering an interesting presentation with a positive atmosphere. We benefited quite a bit from it – which was also borne out in the feedback we received. Mr. Hagmann found a solution to a not quite everyday task with flying colors.”

Daniel Hauri
CEO Max Hauri AG

JP JEAN-PHILIPPE
HAGMANN

MEDIA APPEARANCES



Acreal
Jean-Philippe Hagmann
DENKMOTOR GmbH
Creative Labs 1

JP JEAN-PHILIPPE
HAGMANN

Bellevue



«Wer schnell vergisst, ist kreativer»

Der 28-jährige Jean-Philippe Hagmann ist Kreativitätscoach und Innovationsberater. Hierarchien könnten in Unternehmen Ideen verhindern, sagt der Querdenker.

Mit Jean-Philippe Hagmann sprach Renée Müller

Herr Hagmann, die meisten Störungen sind Dinge, Angelegenheiten. Wo setzen Sie als Kreativitätscoach an? Je länger Sitzungen dauern, desto droher werden sie. Ein Ansatz, den wir oft verwenden, ist die Technik der sechs Gedanken-Hüte. Es geht darum, dass sich alle Teilnehmerinnen zehn Minuten in eine Rolle versetzen und in dieselbe Richtung denken. Beispielsweise erst Nutzen, dann Risiken, Risiken, Verrungen und erst zuletzt Alternativen zum Bestehenden durchgehen.

Worauf dienen die sechs Hüte? Unsere Meinungen basieren auf einem Bauchgefühl, der Kopf liefert die Gründe für unsere Haltung nach. So halten wir unsere Sicht für plausibel und sind wenig gewillt, die Sicht der anderen einzusehen. Die Technik mit den sechs Hüten hilft, freier zu debattieren. Spät die eigenen Argumente gegeneinander aufzuführen, sucht man gemeinsam nach dem besten Argumenten. Das ist nicht nur hilfreich für viele, es entsteht dabei auch mehr Ideen.

Wen zählen Sie zu Ihren Kunden? Banken, Versicherungen, Industrieunternehmen, Dienstleistungsunternehmen und hochspezialisierte KMU. Also eigentlich Firmen quer durch alle Branchen.

Können Sie als Branchenberater inhaltlich überhaupt mithalten? Das muss ich nicht. Klar vertiefe ich mich auf eigener Neugier gerne in verschiedenste Gebiete. Mein Job ist es aber, die Überlegungen der Fachleute zu strukturieren, ihren Denken neue Wege zu eröffnen. So sind wir kürzlich in einem Kreativitätseminar mit einem Hersteller von Operationsgeräten auf mehrere neue Lösungen gekommen, die allesamt patentiert werden könnten.

Wie einfach lassen sich Ihre Kunden zum Andersdenken animieren? Sind die Leute nicht freiwillig im Workshop, müssen wir sie erst packen. Meist gelingt das mit einem überraschenden Einstieg und einer Prise Humor-problemen. Wir treten nicht auf, als wären



Wenn er kommt, bei Querdenken angesetzt: Jean-Philippe Hagmann. Foto: Sabina Boser

wir zu einem Kindergeburtstag, wie manche befürchten. Vielmehr beleben wir die Teilnehmenden bei etwas Vertrauen ab. Statt Brainstorming machen wir etwa Brainwriting mit Lines. Jeder schreibt eine Idee auf einen Zettel, reicht diesen weiter und spinnt die Idee des erhaltenden Zetels weiter. Schliesslich präsentiert jeder eine Idee, die an keine Person gebunden ist. So umgehen wir auch Hierarchien.

Chefs sind also Ideenverneiner? Wenn sie die Ansicht vertreten, alle Ideen waren schon einmal da, schon. Oder wenn die sagen: So, jetzt seid einmal kreativ, hopt! Unter Druck klappt das nicht. Ideen brauchen Raum und Zeit, um zu entstehen. Mit der richtigen Herangehensweise können Chefs aber zu Kreativitätsförderern werden.

Ist Kreativität ein Talent? Wir sprechen von kreativem Denken, nicht künstlerischer Tätigkeit. Eigentlich haben wir alle das Potenzial, kreativ zu sein. Eine gewisse Naivität und Neugier helfen. Belästigt man zu betrachten. Wer schnell vergisst, ist kreativer, weil er sich gezwungen sieht, stets neue Wege zu suchen. Wer hingegen sehr viel Erfahrung und Wissen hat, dem fällt es schwerer, Neues zu denken.

Wie sind Sie Kreativitätscoach geworden? Ich habe zwei Jahre Maschinenbau an der ETH studiert, dann Produktdesign an der Kunsthochschule in Aarau. Am meisten interessiert mich jeweils die Klugefindung am Anfang jedes Design-Prozesses. Wie wir auf unsere Ideen kommen, wie jedoch kaum Thema. Es liess einfach. «Erwartet bis morgen 50 Lösungen». An einem Seminar beim Beratungsinstitut nehmen Diskussionskarte habe ich die Systematik des Querdenkens und die «Kreativität auf Knopfdruck» erstruktet. So bin ich zu meinem Job gekommen.

Ist das Ihr Traumjob? Absolut! Ich kann etwas weitergeben, wozu ich profitiert habe, und dabei helfen, neue Dienstleistungen oder Produkte auf den Markt zu bringen. Was zuletzt entsteht, ist nicht vorzusagen. www.dankemol.com

strenge Mensch beschimpft hat, verurteilen zu lassen. Keller ist zuversichtlich, dass die Länge zu seinen bedauerlichen geworden Macher der Kugel um Daniel Weder bald schliessen müssen Gerade eben hat das St. Gallen Verwaltungsvergütete einem weiteren Rekurs recht gegeben. Zudem war Keller viele Jahre just für jenen Bankparteiens tätig, das mittlerweile über die Zukunft des Kugl entscheidet - Wasser auf die Mühlen von Verwaltungsvergüteten. Bedenkt man, wie viel Zeit, Nerven und Geld solche Ketzlerzüge alle beteiligten kosten, stellt sich die Frage, ob es nicht Sinn machen würde, die hehre Tradition des Welcomes-Ernterorts und -Schwatzes auch dazu zu pflegen, wenn der neue Nachbar keine Privatperson, sondern ein Club ist.

B-Side

The Place Not to Be Leider, leider Hausverkauf!

Während Zürich daran ist, seine Verlehrschilder auszusammeln, wachern allerorts die Bauschilder fröhlich weiter. «Hier entstehen drei einzügige, hochwertige Eigentumswohnungen». Also dort, an der Surenbergstrasse, wo das Schickl steht. Die Neufrage: Sind drei Eigentumswohnungen in selbigen Haus statt einzigartig nicht eher gleichartig? Die Neufragefrage: Könnte auf dem Schild nicht auch stehen: «Hier verschwindet ein wunderhübsches, einzigartiges Häuschen?» (vru)



Lagerhölzer Ehren-Schneitschreiber

Wer meinet auf eine Strassenartefakt, muss schon gestern einiges geübt haben. Sich zum Beispiel wie eine Löwe für einen Kleinkindstreff eingestuft haben. Vorgesagt war eher anders gefragt: ein schöner Name wie Berta oder eine reizvolle Erfindung wie die Hölzergestirben. Wieso ein gewisser Herr Stützli dann aber gleich Namenspatron einer Strasse, einer Wiese und Inzwischen sogar eines Open Airs wurde, erstaunt dann schon. Zunächst die Strasse nur als «Deutscher Stenograph» ausgab, was krass unterdrückt ist: Der Mann war sonstigen der Steve Jobs der Barzucht. Was andärgen liess, dass es auch einen Bill Gates gab. Beide träumten von der Altmacht ihrer «Strebensysteme», und Stützli sogar von der Ablösung der normalen Schrift. Na ja, es kam anders, und heute bestat schliesslich auch niemand mehr Berta. (vru)



Das Rezept Fleischkäse mit Rahm-Lattich

Für 4 Personen
4 Scheiben Fleischkäse, 300-400 g Rahm-Lattich, 500 g Lattich, fein geschnitten, 2 Zwiebeln, fein gehackt, 1 Wiener Apfel, klein gewürfelt, Butter zum Bräunen, 0.9 l Saucre-Halbcreme, Salz, Pfeffer, wenig Muskatnuss.

Die Fleischkäsebraten nach Belieben dünnere kochen oder setzen sie die Lattich gemüse. Zwiebel und Apfel in der Butter anbraten. Rahm dazugeben, aufkochen und wirten. Den Fleischkäse fein schneiden und in den Lattich geben oder grillieren. Den Rahm-Lattich auf vorgewärmte Teller verteilen. Fleischkäse darauf geben, selbst servieren.

swissmilk

Weniger 5000 Rezept unter www.swissmilk.ch/rezpte

www.miele.com

Für eine schonende Gesichtspflege

Miele CareCollection

Pulver, Tabs, Klisterspüler, Saizer für brillante Spülresultate!

Miele



▲ Television interview for the 2013 Zurich Design Exhibition. Before the presentation on „Creativity and Innovation“ at the design exhibition in Zurich, Jean-Philippe Hagmann was interviewed on 3sat for the “Schweizweit” program.

◀ 2012 interview in the national Swiss newspaper “Tages-Anzeiger.” In this interview Jean-Philippe Hagmann addresses the question of whether bosses inhibit ideas.





CONTACT:

HELLO@JPHAGMANN.COM / [+41 76 566 77 14](tel:+41765667714) / WWW.JEANPHILIPPEHAGMANN.COM