

**inn[o]pact**

Radikale Innovationen hervorbringen –  
Innovationskraft dauerhaft stärken

Ein planbarer, offener Prozess für Ihr Unternehmen

NR 10

○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

metalogikon ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

Es gibt kein Patentrezept, wie Organisationen innovativer werden. Aber jedes Unternehmen kann seinen Weg zur Innovationskraft selbst entwickeln! Dabei hilft **inn[o]pact**.

Viele Unternehmen beherrschen inkrementelle Innovationen, also die schrittweise Verbesserung von Produkten, Verfahren oder Dienstleistungen. Wie gelangt man aber zu radikalen bzw. grundlegenden Innovationen, wie z. B. die Einführung eines neuen Impfstoffs, die CD, Cluster als neuer Organisationsform oder auch Internet-Vertrieb wie etwa von Amazon? Eine radikale, grundlegende Innovation kann jedoch Wettbewerbsvorteile für Jahre bringen! Wie setzt man Prozesse in Gang, die geeignet sind, sowohl inkrementelle als auch radikale Innovationen immer öfter und rascher hervorzubringen? Diese Fähigkeit einer Organisation nennen wir Innovationskraft. Ihre Entwicklung ist das Ziel von **inn[o]pact**. **inn[o]pact** ist ein strukturierter Entwicklungsprozess, der Ihrem Unternehmen hilft, nachhaltig Innovationskraft zu entwickeln.

### **inn[o]pact**

ist selbst eine grundlegende Innovation, da dieser Ansatz in wesentlichen Punkten von allen bisherigen Innovationsentwicklungsprozessen abweicht. Gefördert im Rahmen des Förderungsprogramms protec 2002+ des Österreichischen Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit, ist inn[o]pact das Resultat eines zweijährigen Forschungsprozesses, in den insgesamt 600 Arbeitstage von 9 Unternehmen und von rund 35 Personen investiert wurden.\*)

### **Worin unterscheidet sich inn[o]pact von den typischen, herkömmlichen Beratungsansätzen?**

**inn[o]pact** ist selbst als radikale Innovation zu bezeichnen, weil:

**inn[o]pact** jenen Teil von Innovationsprozessen integriert, der üblicherweise ausgeklammert wird, nämlich wie grundlegend Neues überhaupt erst erdacht wird und wie adäquate Risikobereitschaft im Unternehmen entsteht, um sich auf das „Abenteuer“ Innovation einzulassen.

**inn[o]pact** sowohl auf die kognitiven Aspekte des Innovationsprozesses zielt - Was ist? Was wird? Was entsteht? -, als auch auf die genauso notwendigen emotionalen Aspekte - Was wollen wir? Was trauen wir uns? Wozu sind wir fähig? **inn[o]pact** das Konzept des Rapid Prototyping auf alle Formen von Innovation erweitert, also nicht nur Produktinnovation, und damit auch grundlegende Innovationen bei Dienstleistungen, Prozessen oder Organisationsstrukturen ermöglicht und unterstützt.

**inn[o]pact** auf nachhaltige Wirkung durch die Einrichtung eines neuen Geschäftsprozesses „Innovationskraft“ gerichtet ist. Dieser neue Geschäftsprozess erhält selbst eine innovative Eigendynamik.

**Diese Unterschiede begründen die Sicherung Ihres Erfolges und garantieren die hohe Wirtschaftlichkeit Ihrer Investition.**

## Eine zentrale Frage als Quelle

### Ihrer Innovationskraft

Wie beim Bogenschießen der Pfeil, so fliegt auch eine innovative Idee umso weiter, je größer die Spannung ist, mit der sie losgeschickt und damit in Aktivitäten umgesetzt wird. Für Innovation nutzbare Spannung in Unternehmen entsteht, wenn Unterschiede deutlich werden zwischen dem, was das Unternehmen tut und dem, was die Welt derzeit und vor allem in Zukunft wirklich braucht. Ein hochgesteckter Anspruch? Vielleicht nicht, denn diese Frage stand noch immer vor jeder erfolgreichen Unternehmensgründung! Organisationen verlernen oder vergessen mit der Zeit jedoch, immer und immer wieder in Erfahrung zu bringen: **Was will von Ihrem Unternehmen Neues hervorgebracht werden?** Um diese zentrale Frage zu klären, beginnt inn[o]pact damit, dass über frühere, aktuelle und potentielle Nutzer der Leistungen Ihres Unternehmens folgendes erforscht wird:

---

Welche Leistungen erbringen die Nutzer Ihrer Leistungen und wie erbringen sie diese?

---

Was denken diese Nutzer?

---

Worauf achten sie?

---

Worüber sind sie besorgt?

---

Wonach streben sie?

## Ziele und Ergebnisse

Ausgehend von der Situation, dass es im Unternehmen bzw. in der Organisation noch kein klares Bild darüber gibt, was Neues hervorgebracht werden wird, hat inn[o]pact drei klar umrissene Ziele, die innerhalb von 9 Monaten realisiert werden:

---

Die Innovationskraft, d.h. die Fähigkeit für den Markt immer wieder nutzbringend Neues hervorzubringen, wird gestärkt.

---

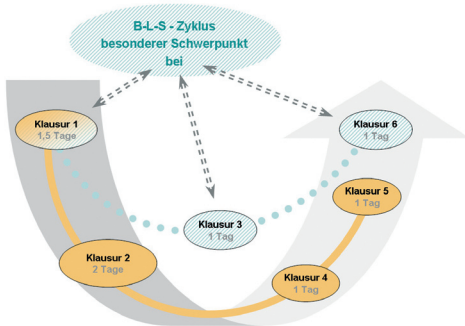
Mindestens ein konkreter Prototyp von einer der in der ersten Phase von inn[o]pact entstandenen Innovationsideen wird umgesetzt und dergestalt ausprobiert, dass das Unternehmen qualifiziertes Feedback von potentiellen Nutzern erhält.

---

Der Prototyp des neuen Geschäftsprozesses Innovationskraft wird entwickelt und implementiert.

## **inn[o]pact: Ein planbarer, jedoch offener Entwicklungsprozess**

inn[o]pact besteht aus sechs 1- und 1,5-tägigen Klausuren innerhalb von 9 Monaten sowie aus insgesamt fünf Projektphasen des Innovationsteams zwischen den Klausuren.



### **DER BEGINN**

#### **Klausur 1 (1,5-tägig, nicht im Unternehmen)**

Erfahrungen mit Innovation im Unternehmen abholen („Downloading“); Bedeutung von Innovationskraft erkennen; Zusammenhang zur strategischen Ausrichtung des Unternehmens herstellen; Öffnen für neue Ideen; Suchfelder für Innovationen erarbeiten; Arbeitsweisen für Projektarbeit 1 kennen lernen.

### **PROJEKTARBEIT 1**

#### **Dauer ca. 3 Monate, bis zur Klausur 2**

Untersuchungen über das Unternehmensgeschehen und die unternehmerischen Umwelten; Antworten auf alle jene fundamentalen Fragen bezüglich Zukunft des Unternehmens in Erfahrung bringen, über die es Klarheit geben muss, bevor Innovationsideen kreiert und beurteilt werden können; Kunden-Interviews, Befragung von Mitarbeitern, etc.

### **ALTERNATIVE IDEEN**

#### **Klausur 2 (1,5-tägig, nicht im Unternehmen)**

Zyklus - B-L-S: B(eobachten)-L(lernen)-S(teuern) erleben/implementieren; durch Dialog-Prozesse wirklich neue Ideen (er)finden („Search for meaning“), Willensbildung im Team entstehen lassen; Erst-Übersicht über Innovationsermöglicher und Messgrößen schaffen; Entscheidung über Innovations-Prototypen; Erst-Beschreibung der Prototypen.

### **PROJEKTARBEIT 2**

#### **Dauer ca. 3 Monate, bis zur Klausur 4**

Erarbeitung bzw. Erstellung der ersten Prototypen zur ausgewählten Innovationsidee gemäß festgelegter Inhalte, Zielsetzungen und Beschreibungen mit vereinbarter Projektstruktur.

### **INNOVATIONSKRAFT ENTWICKELN**

#### **Klausur 3 (1-tägig, im Unternehmen)**

Zyklus - B-L-S: B(eobachten)-L(lernen)-S(teuern) erleben/implementieren; Klarheit über Innovationsermöglicher und Messgrößen als Basis für Innovationskraft schaffen, Zusammenhang von strategischen Ausrichtungen und Innovationskraft herstellen.

### **PROJEKTARBEIT 3**

#### **Dauer ca. 3 Monate, bis zur Klausur 5**

Erst-Entwurf des Prototypen zum Geschäftsprozess Innovationskraft gemäß festgelegter Inhalte, Zielsetzungen und Beschreibungen mit vereinbarter Projektstruktur, Timing, Meilensteine und Termine.

### **DIE ENTSCHEIDUNG**

#### **Klausur 4 (1-tägig, im Unternehmen)**

Standortbestimmung nach dem ersten Prototyping zur Innovationsidee; Auswertung der Erfahrungen mit dem Prototyping (B-L-S - Zyklus); Team-Reflexion; Lernen, wie wir Prototypen erstellen/verbessern; Entscheidung über den „endgültigen“ Prototypen.

## **PROJEKTARBEIT 4**

Dauer ca. 2 Monate, bis zur Klausur 5

Überarbeitung bzw. Erstellung des Prototypen zur ausgewählten Innovationsidee gemäß festgelegter inhaltlichen Eckpunkte mit vereinbarten Arbeitsschwerpunkten, Teams, Zeitstrukturen, Timing und Meilensteinen; erproben des Prototypen durch festgelegte Personen/-gruppen (Praxistest).

## **ERGEBNIS und UMSETZUNG**

Klausur 5 (1-tägig, im Unternehmen)

Abnahme/Würdigung der fertig gestellten Innovation; Reflexion der Projektarbeit; Erarbeiten der Umsetzungsschritte des Prototypen in den Alltag; Innovationsermöglicher/Messgrößen fürs Unternehmen bearbeiten.

## **PROJEKTARBEIT 5**

Dauer ca. 1 Monat, bis zur Klausur 6

Konkretisierung des Prototypen zum Geschäftsprozess Innovationskraft gemäß festgelegter Inhalte, Zielsetzungen und Beschreibungen mit vereinbarter Projektstruktur, Timing, Meilensteine und Termine.

## **NACHHALTIGE INNOVATIONSKRAFT**

Klausur 6 (1-tägig, im Unternehmen)

Abnahme/Würdigung des fertig gestellten Geschäftsprozesses „Innovationskraft“; Reflexion der Projektarbeit; Erarbeitung der Umsetzungsschritte des Innovationskraft-Geschäftsprozesses in den Alltag; Geschäftsprozess Innovationskraft starten: neue Suchfelder, neue strategisch relevante Fragestellungen finden.

## **Nutzen von inn[o]pact**

Der Nutzen Ihrer Investition manifestiert sich auf drei unterschiedlichen Ebenen:

Nutzen für die Organisationen als Ganzes

Erhöhung der Wettbewerbsfähigkeit

Basis schaffen für Steigerung des Firmenwertes

Einführung von strategiekonformen

Innovationsinstrumenten und -prozessen

Handlungsanleitungen für Prozess-Gestaltung von Veränderungen im Unternehmen

Verfügbarkeit von Instrumenten des

Innovationsmanagements

Nachhaltigkeit der Innovationsfähigkeit

Nutzen für das Innovationsteam

Methodische und inhaltliche Unterstützung für ihre Innovations-Projekte

Errichten von internen und externen Netzwerken, die in der Zukunft zur Verfügung stehen

Entwicklung von Empowerment durch die

Mitwirkung am bereichsübergreifenden

Innovationsprozess

Ausbildung zu einem Innovations-Team

Nutzen für die einzelnen Personen

des Innovationsteams

Professionalisierung in Bezug auf Management des Innovierens

Lernen und Erfahren von angemessenen

Kommunikationsarchitekturen

Wissen aneignen über Theorien und Konzepte innovativer Organisationen

## **Zielgruppe**

Zielgruppe sind Unternehmen und Organisationen, die Innovation wirklich zur Triebkraft ihres unternehmerischen Erfolges machen wollen.

## BeraterInnen

Folgende BeraterInnen des metalogikon stehen für Fragen zu inn[o]pact zur Verfügung:

### Österreich

Rudolf Attems	r.attems@metalogikon.com
Heinold Lindenthal	h.lindenthal@metalogikon.com
Christoph Mandl	c.mandl@metalogikon.com
Hanna Mandl	h.mandl@metalogikon.com
Ursula Pfrimer	u.pfrimer@metalogikon.com
Kuno Sohm	k.sohm@metalogikon.com
Josef M. Weber	j.m.weber@metalogikon.com
Carolin Wolf	c.wolf@metalogikon.com

### Deutschland

Jeffrey Beeson	j.beeson@metalogikon.com
Henriette Lingg	h.lingg@metalogikon.com
Siegfried Wien	s.wien@metalogikon.com

### Schweiz

Claude Rosselet	c.rosselet@metalogikon.com
Rita Schmid Göldi	r.schmid@metalogikon.com

### Italien

Georg Senoner	g.senoner@metalogikon.com
---------------	---------------------------

## Zeitaufwand, Ort und Kosten

Der Zeitaufwand pro Mitglied des Innovationsteams beträgt für die 6 Klausuren 7 Tage. Für die 5 Projektphasen wird der Zeitaufwand vom Innovationsteam selbst wesentlich gesteuert. Mit einem Aufwand zwischen 10% und 50% der Arbeitszeit während der 9 Monate ist zu rechnen.

Der Ort der Klausuren 1 und 2 sollte außerhalb des Unternehmens sein, da auch jeweils am Abend gearbeitet wird. Die Klausuren 3 bis 6 können sowohl im Unternehmen als auch außerhalb des Unternehmens stattfinden.

Die Kosten für die Beratung der Klausuren (insgesamt 7 Tage) richten sich nach der Größe der Innovationsteams: Teams mit bis zu 6 Personen werden von einem/r BeraterIn beraten, größere Teams (max. 20 Personen), von zwei BeraterInnen. Beratungserfordernisse zwischen den Klausuren können nach Bedarf zusätzlich vereinbart werden. Die gesamten Beratungsleistungen und -kosten werden in einem Vorgespräch abgeklärt.

\*) Wir danken folgenden Unternehmen, die sich mit uns im Rahmen des Forschungsprojektes auf die innovative Reise begeben haben für ihre Bereitschaft, den Weg gemeinsam mit uns zu gehen:

**bandex**

**Kurz & Thoerle**

**M-U-T**

**Schmitzer**

**SLA**

**ZLS**