

Pressemitteilung

Mit „Open Innovation“ Zukunft gestalten

Z_punkt und facts+fiction veranstalten Workshop für Innovationskommunikation

„Hier entsteht die Kraft, die draußen schafft“ – dieser Slogan stand noch vor ein paar Jahrzehnten über der Tür des alten Krafthauses im Kölner Rheinauhafen, dem heutigen Firmensitz von Z_punkt und facts+fiction. Wo früher Raum füllende Motoren die Rheinkräne antrieben, ging es am 10. Juni 2009 um die Kraft, die draußen Wirtschaft macht: Innovation. Die Zukunftsforscher und Experten für Live-Kommunikation verwandelten das Haus für einen Tag in eine Innovationsfabrik: Unter dem Motto „Innovation meets Communication“ begrüßten die Geschäftsführer Jörg Krauthäuser (facts+fiction) und Klaus Burmeister (Z_punkt) rund 35 Innovations- und Kommunikationsexperten. Diese entwickelten mit Hilfe der Open-Innovation-Methode „Rapid Future Fabrication“ Ideen, wie Unternehmen Mitarbeiter, Kunden und externe Partner in die Entwicklung neuer Produkte und Dienstleistungen einbeziehen können, diskutierten wie die sich öffnenden Innovationsprozesse auf Kommunikation und Marketing wirken und entwarfen Innovationskonzepte am Fließband.

Die Workshop-Ergebnisse sowie Vorträge sind online dokumentiert:

<http://www.innovation-meets-communication.de>

Impulsvorträge: Neue Aufgaben der Innovationskommunikation

Klaus Burmeister, Geschäftsführer von Z_punkt, macht den Aufschlag: „Kaum ein Unternehmen kann heute noch für sich allein innovieren.“ Zum Beispiel der App-Store von Apple, der es geschafft hat, von der kreativen Power einer gigantischen Entwicklungscommunity zu profitieren. Noch vor wenigen Jahren hat die Musikindustrie versagt, als es um die Digitalisierung ging. Werden die Medien rechtzeitig die Zeichen der Zeit erkennen? Sie sollten es, denn, so Burmeister: „Konvergenz kennt keine Grenzen.“

Pressekontakt:

Z_punkt GmbH
Silke Loh
Anna-Schneider-Steig 2
50678 Köln

fon: 0221/355 534-21
loh@z-punkt.de
www.z-punkt.de

facts+fiction GmbH
Andrea Manthey
Anna-Schneider-Steig 2
50678 Köln

fon: 0221/951 530-24
andrea.manthey@
factsfiction.de
www.factsfiction.de

Den Dialog zwischen Innen und Außen moderieren

„Innovationen müssen nicht nur entwickelt, sondern auch vermittelt werden“, fordert Nadin Ernst, Doktorandin bei Prof. Ansgar Zerfaß an der Universität Leipzig und Co-Autorin einer viel zitierten Studie zur Innovationskommunikation. Die richtige Verpackung für Innovationen zu finden sei nur ein kleiner Teil der Innovationskommunikation, argumentiert Stephan Fink, Vorstand der Agentur Fink & Fuchs PR. Eine entscheidende Frage sei auch, inwieweit Kommunikation tatsächlich in die Innovationsprozesse des Unternehmens eingebunden ist. Denn die Verantwortlichen beider Seiten haben zum Teil unterschiedliche Zielsetzungen: „Während der Innovationsmanager nach Dialog und Live-Kommunikation sucht, setzt die Unternehmenskommunikation eher auf klassische Instrumente der Massen-PR.“ Deshalb sieht Fink auf die Innovationskommunikation neue Aufgaben zukommen: „Wir können diesen Dialog zwischen den Abteilungen sowie zwischen Innen und Außen moderieren und dadurch Einführungskosten und Flopraten senken.“

Die Innovationsfabrik: Kreativität am Fließband

Vertieft werden viele dieser Fragen beim anschließenden Workshop-Teil der Veranstaltung. Das Format „Rapid Future Fabrication“ – ein Gemeinschaftskonzept von Z_punkt und facts+fiction – ist darauf ausgerichtet, freie Ideengenerierung zwischen Menschen mit unterschiedlichen Hintergründen zu ermöglichen. Kreativität wird sozusagen am Fließband produziert: Dutzende Ideen der Teilnehmer machen in kurzen Notizen die Runde und werden jeweils vom Tischnachbarn weitergesponnen, kommentiert und ergänzt. Die so entstandenen Ergebnisse werden anschließend in vier parallelen Workshops konkretisiert. Die Teilnehmer setzen dabei so genannte „lebendige Tools“ ein – Filmproduzenten, Grafikdesigner, Freestyle-Rapper, Kulturdolmetscher, Kreativ-Direktoren – und natürlich einen Zukunftsforscher.

Die Ergebnisse der Brainworker

Das Team zum Thema „Low Cost Innovation“ verfolgt das Konzept einer „InnoZone“: Start-up-Innovatoren stellen auf einer Art YouTube-Plattform ihre Idee möglichst verständlich dar – die am besten bewerteten Innovatoren werden in eine TV-Show eingeladen und kommen über globale Video-Live-Streams direkt mit Käufern, Produzenten und Investoren aus aller Welt in Kontakt.

Pressekontakt:

Z_punkt GmbH
Silke Loh
Anna-Schneider-Steig 2
50678 Köln

fon: 0221/355 534-21
loh@z-punkt.de
www.z-punkt.de

facts+fiction GmbH
Andrea Manthey
Anna-Schneider-Steig 2
50678 Köln

fon: 0221/951 530-24
andrea.manthey@
factsfiction.de
www.factsfiction.de

Die nächste Idee zielt auf einen neuen Umgang mit Misserfolgen: „Phoenix“ soll – sozusagen aus der Asche – vermeintlichen Sackgassen in der Forschung und Entwicklung eine zweite Chance eröffnen. Ähnlich wie beim Post-it, das ja ursprünglich auch aus einem nicht gut klebenden Klebstoff hervorgegangen ist. Phoenix funktioniert fast wie Ebay: Hier verkaufen Unternehmen ihre gescheiterten Innovationen an den Höchstbietenden.

Die beiden anderen Gruppen tragen ihre Projektidee selbstbewusst als Rap vor. Der Innovation ist das dritte Team mit einem neuartigen Reiseangebot direkt auf den Fersen: Ausgewählte Innovatoren reisen in verschiedene Weltregionen, um Eindrücke zu sammeln und daraus neue Produkte zu entwickeln. Zum Beispiel einen Schuh, der nach angenehmen Düften der Amazonas-Region riecht.

Das vierte Team will ein Mitmachorchester auf Tournee schicken, das „Disharmonie als Chance“ begreift und sich damit spiralförmig im Unternehmen durchsetzt. Mitarbeiter kommen in Foren und durch Job Rotation interkulturell und strukturübergreifend ins Gespräch.

Beispiele aus der Praxis: Bayer und Siemens

Dr. Gerhard Langstein, Head of New Technologies bei Bayer MaterialScience, zeichnet ein Bild davon, wie sein Unternehmen in den vergangenen Jahren kontinuierlich mit der Zeit gegangen ist – von den vom Magnetband der 1960er Jahre bis zum holografischen Datenspeicher. Dabei sei Bayer bereits auf dem Weg von einem „Closed Innovation“ zu einem „Open Innovation“ Modell – ein langwieriger Prozess, den bestimmte Abteilungen aktiv vorantreiben müssen, damit er erfolgreich wird.

Ziel des bei Siemens etablierten Innovationsprozesses „Pictures of the Future“ ist „weniger die Vorhersage der Zukunft als vielmehr deren aktive Gestaltung“, erläuterte Dr. Heinrich Stuckenschneider aus der Innovationskommunikation des Konzerns. Sehr ähnlich wie sein Kollege von Bayer betonte auch Stuckenschneider die Bedeutung fundamentaler Megatrends, die zukünftige Herausforderungen definieren und gesellschaftliche Entwicklungen mit dem Markterfolg neuer Produkte verbinden sollen.

Pressekontakt:

Z_punkt GmbH
Silke Loh
Anna-Schneider-Steig 2
50678 Köln

fon: 0221/355 534-21
loh@z-punkt.de
www.z-punkt.de

facts+fiction GmbH
Andrea Manthey
Anna-Schneider-Steig 2
50678 Köln

fon: 0221/951 530-24
andrea.manthey@
factsfiction.de
www.factsfiction.de

Über Z_punkt und facts+fiction

Z_punkt The Foresight Company ist ein Beratungsunternehmen für strategische Zukunftsfragen, das seit 1997 Unternehmen und öffentliche Auftraggeber in den Bereichen Strategie, Innovation und Leadership unterstützt. Z_punkt ist spezialisiert auf Corporate Foresight, die Übersetzung von Trend- und Zukunftsforschung in die Praxis des strategischen Managements.

facts+fiction, eine der führenden Agenturen für Live-Kommunikation, hat sich auf anspruchsvolle Inszenierungen von Marken, Produkten und Unternehmen spezialisiert und bietet eine breite Palette an Leistungen in den Bereichen Event, Messe und Medialisierung. Darüber hinaus gehört zu facts+fiction das Atelier krafthaus, welches sich auf die Konzeption und Gestaltung von Museen und Ausstellungen spezialisiert hat.