

Institut HyperWerkTotentanz 17/18
CH-4051 Baselwww.fhnw.ch/hgk/ihw

-

Samuel, Frischknecht

Dipl. Postindustrial Designer FH

Vertiefungsrichtung Prozessgestaltung & Interaktionsleitung

M +41 (0)79 522 02 56

info@indito.orgwww.indito.org

| | |
|-----------------|---------------------|
| Intro | Abstract |
| | Purpose |
| | Past |
| Concepts | Attitudes |
| | Strategies |
| | Modalities |
| Partners | Students |
| | Teachers |
| | Institutions |
| Spaces | Buildings |
| | Exhibitions |
| | Interspaces |
| Output | Workshops |
| | Projects |
| | Events |
| Extras | Business |
| | Statements |
| | Glossary |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |

Samuel Frischknecht: indito

indito - open creative space

Inhalt



Übersicht:

| | |
|---------------------------|-----|
| Idee | .1 |
| Fragestellung | .2 |
| Ausgangslage & Motivation | .3 |
| Inspiration | .4 |
| Lösungsansätze | .5 |
| Prinzip | .6 |
| Relevanz | .7 |
| Prozess | .8 |
| Open Space | .9 |
| Produkte | .10 |
| Ideally | . |
| Ideaspace | .. |
| Herausforderungen | .11 |
| Eigendynamik | .12 |
| translearn | .13 |
| Reflexion | .14 |
| Quellenangaben | .15 |
| Danksagung | .16 |

Danke an

externe Coach

Coach
Mentor

Dr. Carmen Kobe, ETH Zürich - Zentrum für Produktentwicklung
Pascal Johanssen, IEB Berlin - Institute of Electronic Business
Prof. Mischa Schaub, HyperWerk Basel

Coach Programmierung

Partner

Adrian Locher - Beratung, Prototyping, Infrastruktur
Sebastian Burkhard - Prototyping AJAX/ Ruby on Rails

HyperWerk

zintkorn GmbH, Zürich
Idee Suisse, Zürich

Moritz Salathé: Diplom-Assistenz und Strategieentwicklung
Jan Dusek: Design-Assistenz
Martin Fleck - Prototyping ‚idealy‘ & Brainstorm
Dominik Stocker - Konzeption & Brainstorm
Dominik Imark - Prototyping AJAX, technische Recherchen
Michael Grossmann - Brainstorm & Trailer
Andrej Westermann - Brainstorm & OpenSource KnowHow
Philipp Reinauer, Julian Buchwalder - Brainstorm

Visuelle Kommunikation

Ruedi Zürcher - visuelle Kommunikation (Poster)

Externe Unterstützung

Michael Moppert (DAY AG), Sem Hediger (MSG AG), Daniel von Bühren (redtoo AG) Prof. Willi Bernhard (BIT), Dr. Olaf J. Böhme (idee suisse)

Externe Gesprächspartner (Auswahl)

Prof. Dr. Nathalie Amstutz (FHNW), Bill Liao (openBC), Axel Vogelsang (rgb), Andreas Mack (IEB), Marcel Albertin (namics), Reto Schnyder (break/through), André Durrer (WTT), Mathias Alder (astina), Thomas Schoder (BAK), Daniel Lawniczak (unizh), Daniela Mathys (dasoptimum), Magnus Rembold, Philipp Fonberg (beide IAD, HGKZ), Elisabeth Pastor (understandinglab, NY):...

Quellenangaben

- 1 Diversity umschreibt das Gesamtkonzept des Umgangs mit personaler Vielfalt in Organisationen zum Nutzen aller Beteiligten.
- 2 Bruno S.Frey und Marit Osterloh: Managing Motivation, 2002
- 3 Frank Linde: Barrieren und Erfolgsfaktoren des Wissensmanagement, 2005
- 4 Kaizen (das: jap., Veränderung zum Besseren) ist ein jap. Management-Konzept
- 5 Fraunhofer-Gesellschaft: Studie Wissen und Information, S.6, 2005
- 6 Präsentation: Bill Liao, "start – entrepreneurship"-Event vom 19.06.2005
- 7 Deutsche Übersetzung: O'Really Online Publikation ‚Was ist Web 2.0?‘ (http://twozero.uni-koeln.de/content/e14/e30/index_ger.html)
- 8 Zitat: Albert Einstein, Quelle: http://de.wikiquote.org/wiki/Albert_Einstein
- 9 Min Basadur: Problem Solver Principle
- 10 Zitat: Leonardo Da Vinci, Quelle: http://de.wikiquote.org/wiki/Leonardo_da_Vinci
- 11 http://www.gore.com/de_de/aboutus/culture/corporate_culture.html
- 12 Surowiecki, James: Die Weisheit der Vielen, S. 47/ S.56, Bertelsmann, 2005
- 13 Idealy, die Ideenzeitung: <http://www.indito.org/unter/Produkte>
- 14 Zitat: Richard Saul Wurman, Information Anxiety 2, 2001

Idee

interactive.diversity.tool

Idee = Bedürfnis + Lösung

«In einer marktorientierten Organisation treffen, nicht zuletzt durch die vorschreitende Globalisierung begünstigt, unterschiedlichste Menschen aufeinander. Die Globalisierung hat sich in den letzten Jahren rasant und fundamental durchgesetzt. Damit ist ein vielfarbiges, komplexes Mosaik von Werthaltungen und kulturellen Ausprägungen entstanden, welches den betrieblichen Alltag prägt»²

Indito bedeutet interactive diversity¹ tool. Im Zentrum der Arbeit steht die kreative Vielfalt des Menschen in Organisationen. Im Zuge der wachsenden Globalisierung und Dezentralisierung von Prozessen wird die intelligente Vernetzung von Menschen wichtiger. Leider wird dieses wesentliche Gruppenpotenzial oft nicht ausreichend genutzt und Ideen werden immer noch einfach an die vermeintlich zuständige Instanz weitergeleitet. Denn eine Idee, die nicht kommuniziert wird, kann sich nur schwer entwickeln. Die notwendige Dynamik, welche Innovationen entstehen lässt, wird dadurch gehemmt. Indito untersucht dazu, wie Ideen zu Produkten und Prozessen in Organisationen entstehen und wie diese besser erfasst und entwickelt werden könnten. Ein entsprechender Prototyp wird die dynamische Kommunikation durch Visualisierung sowie durch Massnahmen zur Vernetzung und Beurteilung erproben. Ein Prozess soll gestaltet und in Gang gesetzt werden, der Ideen vom ersten Geistesblitz an kollaborativ, interdisziplinär und hierarchieübergreifend weiterzuentwickeln vermag. Dabei gilt es nicht nur, abzeichnende Ideen durch vorhandene Ansätze und Erfahrungen zu erweitern, sondern auch, einen gemeinsamen Kreativraum als selbstverständliche und motivierende Austauschdimension zu etablieren. Die Kraft der kollektiven Intelligenz soll dabei für eine breitere und fundiertere Entscheidungsgrundlage sorgen.

Fragestellung

These

Das Projekt verfolgt die These, dass die Vielfalt von Menschen in Organisationen wesentlich zur Wertschöpfung des innovativen Gedankenguts beitragen kann. Aus diesem Grund wurde es indito, interactive diversity tool getauft.

Fragestellung

Meine zentrale Fragestellung war: Wie können Ideen in frühen Stadien kommuniziert werden, um daraus schnell fundierte Ideen für neue Produkte oder Prozesse entwickeln zu können?

Prozessziele

Eines meiner grössten prozessbezogenen Ziele war: interessante und weiterbringende Gespräche zu führen und ein Netzwerk von spannenden Personen aufzubauen, um ein Arbeitsfeld zu generieren, in dem ich mich mit meinen Fähigkeiten einbringen kann.

Ausgangslage und Motivation

«Die Verbesserung der Kommunikation flüsse erscheint (...) unerlässlich, da ein Kernziel, das Wissen zu teilen, durch die Kommunikation erheblich unterstützt wird.»³

改善

Kaizen, jap., Veränderung zum Besseren

Kreativität kennt keine Hierarchie

Meine Motivation setzt sich aus vielen verschiedenen sozialen wie auch technologischen Interessen zusammen. Dies sind persönliche Erfahrungen, die ich in Zusammenhang mit kreativen Prozessen als Konstrukteur in einem Maschinenbaukonzern gemacht habe. Dort war ich ständig in kreative Prozesse für neue Bauteile involviert - gute Ideen zu haben war eine schon fast existenzielle Grundeigenschaft. Dabei lag nicht nur im Generieren, sondern vor allem in der Kommunikation dieser Ideen die Herausforderung.

Vor fast 10 Jahren wurde in diesem Konzern ein japanisches System (Kaizen⁴) eingeführt, welches Verbesserungsvorschläge von Mitarbeitenden einfangen sollte. Dadurch hatte man sich denselben Erfolg wie bei grossen japanischen Automobilherstellern erhofft. Durch Prämien wurde versucht Anreize zu schaffen, was die Quantität der Ideen für Prozessverbesserungen zwar anhub, deren Qualität aber gleichzeitig verschlechterte. Das System war offensichtlich – nämlich in Form von Formularen für Vorschläge und Briefkästen, doch die Akzeptanz um mit- und weiterzudenken seitens der Mitarbeitenden nicht. Das freie Denken wurde gehemmt durch bestehende strukturelle Barrieren wie Bürokratie, Bereichsdenken und Hierarchien. Zudem zerbrachen Ideen an Zwanghaftigkeiten, Verpflichtungen, verbindlichen Leistungsbeurteilungen⁵, oder einfach an absoluten Aussagen wie: „das machen wir schon seit 20 Jahren so“.

«Das Problem kennen ist wichtiger, als die Lösung zu finden, denn die genaue Darstellung des Problems führt automatisch zur richtigen Lösung»⁸

«Geniale Menschen beginnen große Werke, fleißige Menschen vollenden sie.»¹⁰

Viele Unternehmen wollen lösungsorientiert handeln. Im Vordergrund steht die verzweifelte Suche nach Ideen, ohne das Problem erkannt zu haben. Es wird oft davon ausgegangen, dass alle Mitarbeitenden neue Ideen generieren können und wollen. Dazu sind die Menschen in ihrem Verhalten im Umgang mit dem Problem lösen zu verschieden: Viele brauchen Inspiration, d.h. bestehende Ideen, um diese zu verbessern. Andere brauchen detaillierte Ideen und schaffen Konzepte. Und wieder andere haben eine Begabung solche Konzepte in Tat umzusetzen.⁹

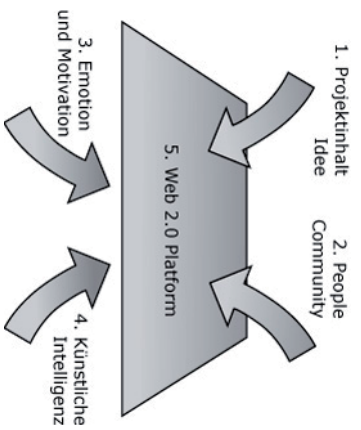
Diese Erfahrungen haben die Entwicklung der DiplomiDee also massgebend beeinflusst. Ein weiteres Motiv für die Durchführung und Ausrichtung auf Webtechnologien ist die Ent-

... und in naher Zukunft

Ausblick

Meine Perspektiven mittelfristig: Das Engagement, dass ich für das Projekt aufgebracht habe, wurde begünstigt von grosser Selbständigkeit und Freiheit in meinen Aktionen. Dies möchte ich auch in Zukunft aufrechterhalten, weil ich abhängig von der Unabhängigkeit wurde. Unabhängig sein, mit der Perspektive, mich in einem flexiblen, vielseitigen Handlungs-Spiel-Raum zu bewegen, der Kreativität und stetiges, übergreifendes Lernen ermöglicht.

⁴Learning is remembering what you're interested in¹⁴



Ideenentwicklung als offener Gesellschaftsprozess

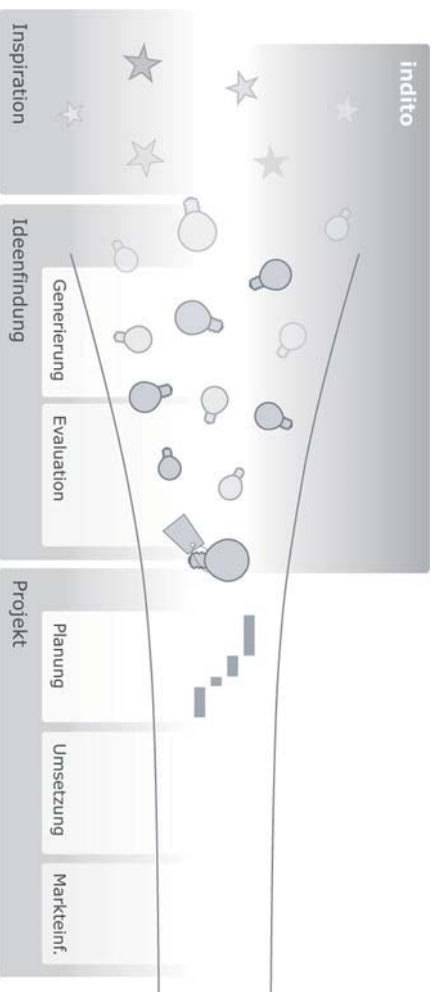
wie ist indito im innovationsprozess angesiedelt?

Lösungsansätze

Idee + Leute: Sie bilden die eigentliche Substanz für die erzielte Entwicklungsumgebung. Ihr Zusammenhang nährt das Wachstum der erhofften dynamischen Umgebung. Es gilt ein optimales Zusammenspiel dieser Faktoren zu ermöglichen.

Emotion + Motivation: Sind diese Elemente in Prozessen, an denen der Mensch beteiligt ist, positiv geladen, gibt es kaum stärkere Motoren für optimale Eigen- und Kollektivleistungen. Die ideale Stimmung hierfür zu schaffen schafft eigenes Potential.

Applikation + Künstliche Intelligenz: Wo die menschliche Aufmerksamkeit eingeschränkt ist, kann ein intelligenter Mechanismus aktiv werden, welcher fehlende Verknüpfungen macht, an vergessene Verbindungen erinnert und durch seine Dokumentationsprozesse lebendig und unvergänglich macht.



Bezug zu translearn

translearn als Jahresthematik entwickelt neue Methoden der Wissensvermittlung und des grenzüberschreitenden Lernens. indito trägt zu translearn bei, in dem es in regem Austausch mit externen Institutionen wie das IEB in Berlin, die ETH in Zürich und Partnern aus Basel und Zürich aber auch Studierenden der eigenen und externen Institutionen die Projektidee kontinuierlich verbessert und weiterentwickelt. Um den Inhalt kommunizierbar zu gestalten erarbeitete ich mit der Unterstützung von kleinen Teams prototypische Produkte, die als Erklärungsmittel der Verständlichkeit dienen. Die Produkte von indito verkörpern Methoden, die den Austausch von Erfahrung und bereichsübergreifenden Lernen ermöglichen und beschleunigen. Weitere Parallelen von indito zu translearn zeigen sich durch Transparenz, Lernen im Gruppenkontext, Bewusstseinsförderung und Vermittlung von Wissen durch Ideen. Auch unter den Diplomprojekten wurde kooperiert: Youth Agenda (Kreativmethoden), Virtual Valley (Präsentation).

lernen, bereichsübergreifend



Eigendynamik

Zusammenarbeit und Win-Win-Win

Gegen Ende des Projekts hat sich eine Eigendynamik entwickelt, die dem Prozess sehr zu Gute kommt. Zusammen mit der Partnerfirma Zimtkorn wird an dem zweiten Prototypen weitergearbeitet, wofür ein eigens für dieses Projekt ein Programmierer zum Stundenlohn eingestellt wurde. Dies kam nur zu Stande, weil eine Dreieck-Situation geschaffen wurde, in dem jeder Beteiligte gleichermaßen profitiert. Das Projekt bietet dem Programmierer eine gute Referenz und eine finanzielle Entschädigung, der Firma eine viel versprechende Idee für den Einstieg in eine erste AJAX/ Web 2.0 -Applikation und für mich gleichermaßen eine Referenz, unternehmerische Beratung und Infrastruktur der Zimtkorn in Zürich.

Forschungsarbeit

Marija Povilyonite, eine Studentin der Sozial- und Wirtschaftspsychologie in Zürich eine Recherche gestartet um im Herbst eine Arbeit über das Thema von indito zu schreiben.

Präsentation

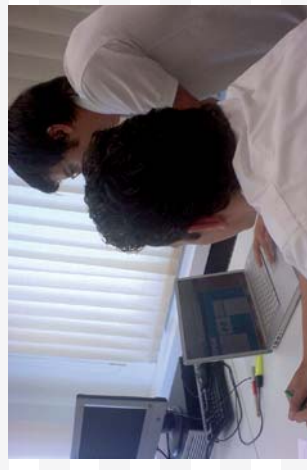
Idee Suisse steht hinter indito und organisiert eine Präsentation für Unternehmerinnen und Unternehmer im Technopark Zürich.

Artikel

Im Oktober wird indito einen Artikel über die Thematik für Organisator, dem Magazin für KMU veröffentlichen.



Arbeit am Prototyp bei Zimtkorn in Zürich



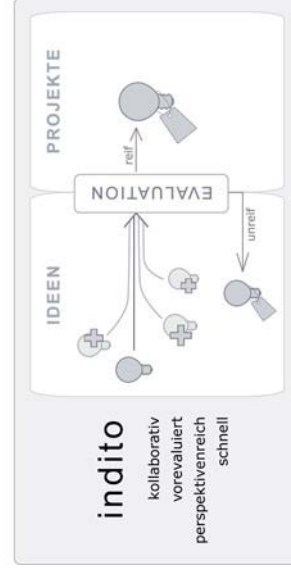
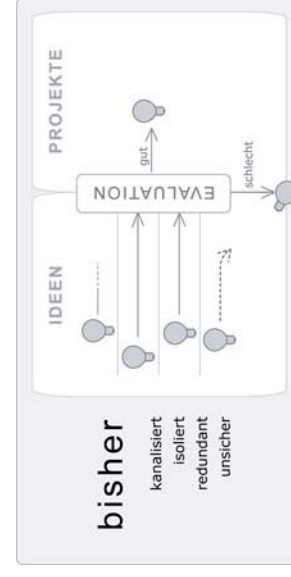
Prinzip

Bestehende Netzwerke sollen besser zur orts- und zeitunabhängigen Kommunikation von Ideen genutzt werden.

Klassisches, computer-unterstütztes Ideenmanagement befasst sich meistens mit den fortgeschritteneren Phasen des Ideenprozesses. Da die erste Phase des Ideenprozesses (Fuzzy Front End) schwierig zu fassen ist, gibt es keine wertvollen Methoden oder Werkzeuge, weil die Ideenframente noch sehr unterschiedlich klein, gross, detailliert, grob und vor allem kaum messbar sind. In dieser Phase geht es vor allem um die Reduktion von Komplexität. Intelligente Visualisierungs-methoden und die Vorteile von Social Tagging sollen dabei helfen.

DOGMEN:

transparent
kollaborativ
partizipativ
reflektiv
vernetzt
situativ-hierarchisch
adaptier- & skalierbar
visuell
auswertbar



Der Fokus liegt dabei in der Kommunikation und der Kollaboration von Ideen anstelle von statischen Datenbanken. Indito verknüpft Menschen durch Ideen und löst Brainstormings aus. Mit indito sollen Ideen mit vielen Perspektiven bereichert werden, bevor sie voreilig, falschen Kategorien oder Personen zugeteilt werden. Ideen werden nach ihrem Reifegrad beurteilt. Unreife Ideen gelangen durch den zyklischen Prozess wieder zurück ins System. (vgl. Abb.)

Wissenstransfer



Um das angesammelte Wissen zugänglich zu machen, halte ich verschiedene Präsentationen. Milestones sind der Event für Jungunternehmer von Andreas Hupfer und das Seminar im Technopark in Zürich für Unternehmer und Unternehmerinnen. Als Ergänzung werden auf der Projektwebsite www.indito.org stetig neue Erfahrungen, Wissen und News zum Thema veröffentlicht und somit das Netzwerk um indito, mit Informationen beliefert. Auf dieses Netzwerk wird zurückgegriffen, wenn es um die Vermarktung der Produkte geht.

Herausforderungen

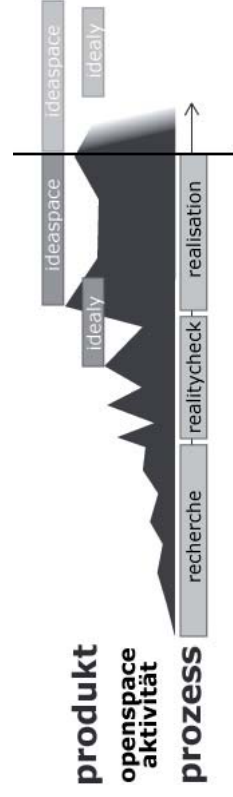
Im Gegensatz zum klassischen Projektmanagement zeigten sich im Verlaufe dieses Projektes Herausforderungen, die nicht immer ganz einfach zu bewerkstelligen waren. Darin sehe ich persönlich auch den Unterschied zum konventionellen Durchführen von Projekten (wo z.B. Budget, Ressourcen, Ziel schon vorhanden sind).

- Wie kann ich die Komplexität der Idee auf verständliche Art abstrahieren/ kommunizieren/ dokumentieren?
- Wie behalte ich die Objektivität zum Thema während des Prozesses?
- wie komme ich zu dem KnowHow, um den Prozess weiterzubringen und um die Qualität zu sichern?
- Wo und wie finde ich die Ressourcen, um ein Konzept umzusetzen?
- Wie kann ich eine Projektmitarbeit längerfristig interessant gestalten?
- Welche Anreize müssen geschaffen werden, um ausführende Mitarbeitende zum Mit- und Weiterdenkenden zu motivieren?
- Szenariobildung: Welche Schritte müssen in Krisensituationen initiiert werden (Partner springt ab, Mitarbeitende ziehen sich zurück, Projekt verliert plötzlich seine Einzigartigkeit...)?
- Wie finde ich ideale und finanzielle Unterstützung?
- Wie gestalte ich die Gratwanderung zwischen Finanzierung und Unabhängigkeit?
- Wie entwerfe ich einen flexiblen, modularen Projektplan auf (der nicht nur sequentielle, sondern auch viele parallele Prozesse beinhaltet)?

Prozess



Workshop mit Team



Um den Prozess zu gestalten, habe ich das Jahr in drei Abschnitte aufgeteilt: Recherche, Reality Check und Realisation. In einer ersten Phase versuchte ich möglichst viele Informationen durch Recherchen und Gespräche zu suchen, um daraus die Diplomieme zu festigen.

Die ersten Impulse kamen im Zusammenhang mit einer Fachtagung in Bern „erfolgreiches Ideenmanagement“ und „Ideenmesse: Denkplatz Schweiz“ in Zürich. Weitere Impulse kamen in den schulinternen Workshops Corporate Knowledge und strategisches Marketing.

Parallel dazu veranstaltete ich einen internen Workshop, in dem seitens der Teilnehmenden viele wertvolle Aspekte aus der Praxis hinzukamen. Bald darauf war ich auf externe Kompetenzen angewiesen, wozu der Open Space Gedankensalon, der mit translearn definiert wurde (Projekte nach aussen tragen und Netzwerke bilden), erstmals ausgelebt werden konnte. Um Fachkompetenz zu erreichen, begab ich mich auf die Suche nach interessanten Personen. Das vielversprechende Metrobasel, die Dachmarke der trinationalen Region Basel, entpuppte sich als träges, politisches Konstrukt, welches anstatt der versprochenen Unterstützung nur Verwirrung brachte. Konkret: die Präsentation in der Voltahalle, der nie publizierte Artikel der Basler Zeitung und der ausgebliebene Zugang zu einem aktiven Netzwerk brachten mich nicht weiter.



Präsentation am Campus 2

Open Space

Meinen anfänglichen Fokus auf die Region Basel musste ich schnell ausweiten, was mich schliesslich nach Zürich an die ETH brachte, wo ich über Umwege auf meine Coach Dr. Carmen Kobe am Zentrum für Produktentwicklung stess.

Ironischerweise eine Abteilung, die sich in ihren Anfängen mit Maschinenbau-Entwicklung (meiner Berufslehre) beschäftigt hat. Sie hat mir in den Coachinggesprächen zu einem thematischen Fokus und Kontakten (u.a. Mammüt Sports Group) verholfen.

Um meiner These weiter Substanz zu verleihen habe ich aktiv nach Meinungen und KnowHow gesucht. In über 30 aufschlussreichen Gesprächen mit Personen aus den Gebieten E-Business, Informatik, Arbeitspsychologie, Medien kam ich nicht nur der Definition meiner Idee immer näher, sondern erhielt auch die notwendige Bestätigung und Legitimation weiterzuführen. Hierfür bin ich nach Berlin gereist, um einerseits beim Institute of Electronic Business (IEB) Rat zu suchen und im nahen Potsdam an einem Workshop der „AutoUni“ von Volkswagen über Kreativität und Innovation teilzunehmen. Zurück in der Schweiz erhielt ich die Möglichkeit mit unterschiedlichen KMU's zu reden (day, marmmut, rectoo).

Bei den ersten Präsentationen mit einer sehr theoretisch-abstrakten Arbeit realisierte ich, dass es fach- aber auch kommunikationsspezifisch noch einiges zu lernen gab. Durch die neu gewonnenen Kontakte kam ich zu Innovationsdienstleistern wie Brainstore in Biel oder BreakThrough in Basel. Beide betreiben Innovations-Outsourcing in dem sie Ideen verkaufen und sind vor allem für Grossfirmen eine interessante Alternative. Für indito relevant, aber nicht spannend genug, um sich länger damit zu befassen, da interne Prozesse und die Verbesserung der Wertschöpfung vom Bestehenden zu untersuchen spannender war.

Mir wurde klar, dass es neben den theoretischen Erkenntnissen eine Erklärungsebene braucht, um die Lücke zwischen Theorie und Anwendung zu schliessen. Erste Problemanalysen mit dem Innovation- und Technologymanager Sem Hediger (Mammüt) inspirierte unser Team zum Produkt indito:idealy, die Ideenzeitung.



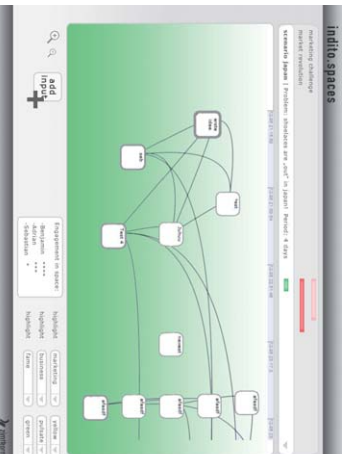
AutoUni in Potsdam



Teilnahmen an Fachtagungen



Ausgabe der Ideenzeitung



Ideaspace V0.5

Produkte

Es handelt sich hierbei um ein System, welches auf vorhandenen, organisationsinternen Strukturen aufbaut und sich die bestehende Vernetzung zu Nutzen macht, um Ideen zu kommunizieren. Um das System zu benutzen, werden keine Vorkenntnisse benötigt, denn die Ideeneingaben erfolgen via E-Mail oder Scanner. Die Aufbereitung, zufällige Anordnung der Ideeneinträge und die Verbreitung der Zeitung wird durch das System automatisch koordiniert und auf Druckern im Netzwerk ausgegeben.

idealy¹³ reagiert somit auf die Situation der Mammüt Gruppe: einfach und auf Bestehendem und Vertrautem aufbauend, Ideen kommunizieren. idealy wurde geplant, umgesetzt, intern getestet und diente fortan als Anschauungsgegenstand des Projekts. idealy wurde auch den Verantwortlichen für Technologie und Innovation der Mammüt Gruppe präsentiert, eine Umsetzung aber auf später aufgeschoben, um das System noch weiterzuentwickeln und um sich parallel dem zweiten Produkt zu widmen.

indito:ideaspace

Dieses zweite Produkt heisst Ideaspace und dient auch der Kommunikation von Ideen. Es geht jedoch einen Schritt weiter und soll in einem Prototyp enden, der organisationsinterne Wissensvermittlung, Bildung von heterogenen Teams, und flexible Projektkollaborationen, auslöst durch ein webbasiertes System, ermöglichen soll. Das Produkt bedient die Nische der fehlenden Dokumentationsmöglichkeit von kleinen, schwer fassbaren Ideen. Auch Ideen die erst Informationsfragmente, Teilideen wie Bedürfnisse ohne passende Lösung oder Lösungen ohne Anwendung sind, sollen zeitlich und inhaltlich dokumentiert werden können.

Dafür muss zunächst Raum geschaffen werden, der hierarchie-, orts-, und zeitunabhängig genutzt werden kann. Dieser Raum ist virtuell, soll aber eine Brückenfunktion darstellen, um reale Brainstormings auszulösen. Im Gegensatz zu bestehenden computerunterstützten Brainstormingtools, möchte indito alle aktuellen Erkenntnisse in Kombination mit zukunftsweisenden Webtechnologien eine offene (OpenSource) Applikation entwickeln.