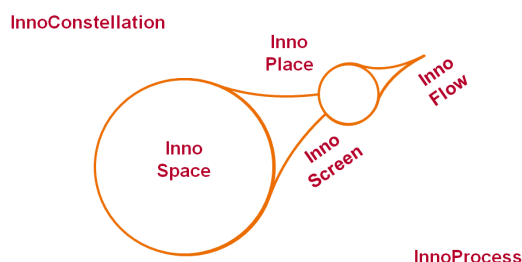


InnoConstellations – mit dem richtigen Dreh zum Kunden kommt Schwung und Kreativität ins Projekt

Am 21. 05. 2010 fand in den Räumen eines Münchner IT-Unternehmens das erste **InnoForum** statt. 13 Unternehmer und Manager unterschiedlicher Branchen waren gekommen, um InnoConstellations kennen zu lernen. Um zu erfahren, wie diese Innovationsmethode wirkt und zu prüfen, wie sie bei Herausforderungen, Dynamiken und Blockaden im Innovationsprozess eingesetzt werden kann. Dabei erlebten die Teilnehmer, dass **InnoConstellations** insbesondere auch zur kreativen Gestaltung einer innovativen Idee brauchbar ist. Sie waren fasziniert wie sich Lösungen für die Fragestellungen entwickelten und Informationen für die Realisierung im Unternehmen gewonnen werden konnten.

Wie geht das? **InnoConstellations** arbeitet mit dem impliziten, stillen Wissen, dem Wissen, das uns zur Verfügung steht ohne dass wir wissen, wie wir es wissen. Zu beobachten in Unternehmen ist dies bei den sog. Bauchentscheidungen und bei plötzlichen intuitiven Idee „Heureka - Ich hab’s!“ . Dieses Wissen sichtbar bzw. begreifbar zu machen und daraus konkrete Schritte für die Realisierung von Innovationen abzuleiten ist **Ziel und Nutzen** der Arbeit mit **InnoConstellations**.



Zu Beginn des Nachmittages waren die Teilnehmer eingeladen ihr Thema anhand eines vierstufigen Innovationsprozesses **InnoProcess** im Raum zu verorten.

1. **InnoSpace**: Soll eine wirklich neue Idee gefunden werden oder 2. **InnoScreen**:

Innovationsideen hinsichtlich ihrer Potenziale geprüft werden? 3. **InnoPlace**: Geht es um die

Planung der konkreten Umsetzung oder galt es 4. **InnoFlow**: Widerstände in der Realisation zu erkennen und aufzulösen.

Innovation ➔ konkret

In jeder Phase dieses **InnoProcess** wurde zwischen Innovationen aus dem Kundenkontext, dem Anbieterkontext und dem Beziehungskontext zwischen Kunde und Anbieter unterschieden. Diese Unterscheidungen in **InnoContext** haben sich bei den bisherigen Arbeiten mit **InnoConstellations** sehr bewährt. Als die Unternehmer ihre Position in diesem Raster aus zwölf Feldern wahrnahmen, führte das zu einigen Überraschungen. Keiner dachte oder plante eine Innovation auf Kundenseite! Und auch Innovationen aus der kreativen Gestaltung der Beziehungen zu den Kunden waren nur für wenige interessant! Allein schon diese kurze Sequenz brachte eine rege Diskussion in Schwung. In dieser konstruktiven Arbeitsatmosphäre konnten dann 3 Fragestellungen von Teilnehmern bearbeitet und gelöst werden.

Einmal ging es um die kreativere Gestaltung der Beziehungen zum Kunden und die dafür notwendige Strukturierung der Projekte und Prozesse, die dazu führen, dass in einem großen IT-Projekt das Zusammenspiel mit dem Kunden klarer und reibungsfreier läuft. Als ein Ergebnis dieser **InnoConstellation** ist u.a. geplant in Zukunft Fotos mit den Verantwortlichen für die verschiedenen



Projekte und Prozesse im Eingangsbereich aufzuhängen und daran den Kunden die Abläufe im Unternehmen zu verdeutlichen.

Im zweiten Fall hatte ein Handelsunternehmen unerklärliche Absatzschwierigkeiten mit einem neuartigen Produkt. Das Ergebnis der **InnoConstellation** zeigte, dass die Entscheider im aktuellen Absatzkanal spezifische Probleme mit dem Nutzen des neuen Produktes haben und daher noch besondere Informationen benötigen. Des Weiteren wurde herausgearbeitet, dass es einen ganz anderen Vertriebsweg gibt, welcher dem spezifischen Wirkeffekt des Produktes sehr interessiert gegenübersteht. Als ein Ergebnis dieser **InnoConstellation** wird z. B. untersucht wie der andere Vertriebsweg erschlossen werden kann.

Innovation ➔ konkret

Die dritte Fragestellung betraf eine Initiative, welche in einem Pilotprojekt innovative IT-Services für Kommunen und Region nutzbar machen will. Die Aufgabe war auszuloten, wie die beteiligten Firmen, Kommunen, Verbände und Wissenschaftler zielgerichtet koordiniert werden können und welcher Schritte es bedarf, um schnell und effizient ein erstes Projekt zu realisieren. Als Erkenntnisse dieser **InnoConstellation** wurde herausgearbeitet, dass 1. die spezifischen Bedürfnisse und Leistungen der Kommunen gewürdigt werden müssen und 2. die großen Unterschiede zwischen den IT-Unternehmen gezielt gemanagt werden müssen. Nach 4 Stunden intensiver Arbeit aller Beteiligten waren weiterführende Ideen entwickelt, Blockaden erkannt und erste Umsetzungsschritte identifiziert. Die Teilnehmer waren mit den Ergebnissen und den Erfahrungen des Nachmittages sehr zufrieden und beeindruckt von der Effizienz dieser Art der Arbeit. W. Steincke Geschäftsführer der C&IS GmbH kommentierte: „Besonders froh bin ich, dass ich einige sehr konkrete neue Anregungen für die weitere Projektgestaltung mitnehmen konnte.“

Das nächste **InnoForum** wird am 23. Juli 2010 eröffnet, um erneut in einem professionellen Rahmen brennende Innovationsthemen anzugehen und **InnoConstellations** kennen zu lernen.

www.innoconstellations.com