

# eINNOVATION LAB

Geschäftsfeld IV

Mai 2008

## Leitbild

*Gemäß dem Leitbild seiner Gründer konzentriert sich das eNOVATION LAB auf die Erforschung, Weiterentwicklung und den neuartigen kreativen Umgang mit innovativen Ansätzen und Ideen.*

*Innovation bedeutet, sich aus dem Bekannten heraus in neue Gefilde vorzuwagen, unkonventionelle Ideen aussprechen, sich von Bewährtem, Standards oder Normen lösen zu können.*

*Damit aber Innovation entstehen kann, müssen Grenzen vorhanden sein, die es zu überwinden gilt.*

*Die Geschichte zeigt, dass dies oft in außerordentlichen Situationen der Fall ist. Not macht erfinderisch. Manchmal muss man alles hinter sich lassen, sich auf die grüne Wiese setzen und sich inspirieren lassen.*

## Einleitung

Die Grundlage für nachhaltige Innovationen sind kreative Ideen. 15 gute Ideen benötigen rund 3.000 Inspirationen. Wirklich erfolgreiche Innovationen werden immer auf guten Ideen basieren. Dabei entstehen gute Ideen nicht zufällig, sondern mit System. Ein gelungener Ideenfindungsprozess wird stets auf einem klaren Auftrag basieren, die richtigen Teilnehmenden einbeziehen und die geeigneten Werkzeuge für die Ideenfindung einsetzen. Wer gute Ideen braucht, muss das Tagesgeschäft und die Schranken des Alltags weit hinter sich lassen. Es geht darum, die wesentlichen oder bestimmenden Innovationsfelder zu erkennen. Darüber hinaus sollte der eigentliche Prozess der Innovation stets hinterfragt oder optimiert werden. Zwar werden bekannte Ansätze häufig nur neu bezeichnet und verpackt. Trotzdem gilt es für die Unternehmen, die relevanten Trends in Gesellschaft, Technologie und in den Lösungen des Innovationsmanagements zu erfassen. Wichtige Themen müssten fundiert aufgegriffen werden. Unternehmen brauchen eine Forschung & Entwicklung für Innovation, ebenso wie für neue Produkte und Prozesse. Dafür haben Sie aber in der Regel wenig Personal und kaum Zeit. Daher bietet sich an dieser Stelle eine Kooperation zwischen Universität und Unternehmen an, um das Innovationsmanagement und die Kreativprozesse durch ein gemeinsames ENNOVATION LAB nachhaltig zu verbessern. Besonders in kleineren und mittleren Unternehmen ist nicht zuletzt die Implementierung eine anspruchsvolle Aufgabe. Kurzum: Innovative Unternehmen sollten den gesamten Zyklus bis zur Durchsetzung und zum Erfolg im Markt beherrschen. Die erfolgreiche Umsetzung neuer Marktleistungen erfordert Durchhaltewillen, den festen Glauben an den Erfolg und den gezielten Einsatz von „Innovations-Ambassadoren“ auf allen Stufen. Dies ist nicht zuletzt in Deutschland wichtig, wo Werte wie Bewährtheit, Sicherheit und Tradition dominanter vorzufinden sind als Risikobereitschaft und das Bestreben, aus Eigenmotivation neue Wege zu gehen. Eine klare Profilierung durch Innovation verhindert zum Beispiel, dass sich Unternehmen im Verdrängungswettbewerb Marktanteile nur mittels Rabattschlachten sichern und damit Werterhaltung und Rentabilität gefährden.

## Problemstellung und Ziele

Das IMB und die beteiligten Unternehmen wollen gemeinsam das Kooperationsprojekt eINNOVATION LAB starten. Diese Kooperation verfolgt das Ziel, aktuelle Trends und zukünftige Entwicklungen zu identifizieren und mit innovativen Ansätzen und Ideen rechtzeitig zu verknüpfen, in den Konsequenzen für die regionalen Unternehmen bzw. beteiligten Partner zu durchleuchten und deren Implementierung zu begleiten und zu unterstützen. Ferner soll die Kooperation die Erarbeitung von Strukturen, Prozessen und Inhalten ermöglichen, die den Unternehmen und der Hochschule einen systematischen und frühzeitigen Zugang zu relevanten Innovationen eröffnen.

Diese neue Form der Zusammenarbeit schlägt die Brücke zwischen wissenschaftlicher Forschung und Managementherausforderungen der Praxis auf internationaler Ebene. Das eINNOVATION LAB fördert somit den Wissensaustausch zwischen Theorie und Praxis.

Mit der Forschung im eINNOVATION LAB und den Tätigkeiten in den Basisaufgabenbereichen sollen insbesondere die Prozesse zur Professionalisierung des Innovationsprozesses in Unternehmen beschleunigt werden. Es werden Lern- und Transferprozesse von Führungskräften und Studierenden sowie Erfolgsfaktoren von Innovationen angewandt erforscht. Daraus sollen dann Führungs- und Handlungsempfehlungen für die Leitungsebenen der Unternehmen und deren Strategien abgeleitet werden. In innovativen Beratungen sollen Neuerungsprojekte in Unternehmen begleitet werden. In der Regel sollten dazu Partnerschaften mit mehreren Unternehmen, die an den gleichen Themen interessiert sind, zugrunde liegen.

Vor diesem Hintergrund soll diese Forschungskoooperation vor allem vertiefende Erkenntnisse für die Entwicklung eines marktorientierten Prozesses zur Identifikation, Vertiefung und Umsetzung von innovativen Ansätzen liefern. Um dies zu gewährleisten, werden in einem mehrstufigen Prozess relevante Trends und Themen zusammengetragen und bewertet (Screening und Assessment). Darüber hinaus sollen vor allem diejenigen Pioniere ermittelt werden, die eng mit diesen innovativen Themen in Verbindung stehen (Scouting), um frühzeitig und aus erster Hand von deren Know How profitieren zu können. Die auf diese Weise identifizierten Themen werden anschließend in verschiedenen "institutionalisierten Katalysatoren" aufbereitet und für die beteiligten Partner nutzbar gemacht. Daraus folgt nicht zuletzt:

- Erschließung bisher relativ ungenutzter Innovationsquellen.
- Identifizierung von Lead-Usern, d. h. Anwendern, welche mit ihren Bedürfnissen der Masse der Anwender zeitlich vorseilen.
- Geringeres Risiko von „am Markt vorbei“ entwickelten Innovationen.
- Kundenbindung durch Involvement in den Innovationsprozess.
- Integration der Kundenbedürfnisse von der Idee bis zum Produkt.
- Möglichkeit der frühen Produktkommunikation.
- Motivation der innovativen Partner zur Partizipation.
- Evaluation und Trennung der innovativen Ideen von dem Rest.

Das eINNOVATION LAB wird somit Ideenträger bzw. Unternehmen beim gesamten Innovationsprozess unterstützen: von der technischen Machbarkeit über Marktrecherchen bis hin zum fertigen Businessplan. Auch die Schnittstellen zu Patentämtern, Banken und Fördereinrichtungen werden berücksichtigt.

Die dabei bearbeiteten Projekte sollen eine verstärkte Praxisanwendung neuer Forschungsergebnisse ermöglichen, aber auch als Input für neue Forschungs- und Entwicklungsthemen dienen. Das eINNOVATION LAB wird damit zur Stärkung der Innovationskraft vor allem von mittelständischen Unternehmen beitragen. Die Forschungs- und Technologiestrategie am eINNOVATION LAB sieht vor, die bestehenden Stärken weiter auszubauen bzw. zu festigen. Dazu gehören unter anderem:

- Stärkung der angewandten Forschung im Hinblick auf kurz- und mittelfristige wirtschaftliche Umsetzung in regionalen Unternehmen.
- Know-how- und Technologietransfer, insbesondere zugunsten innovativer Unternehmen.
- Auf- und Ausbau von Kompetenz und Wissen im so genannten Centers of Excellence.
- Ausweitung der internationalen Forschungskontakte in allen Bereichen.

### **Das eINNOVATION LAB am IMB**

Das eINNOVATION LAB des IMB will sich mit seinem umfassenden Programm in Forschung, Lehre und Consulting Netzwerk-Knoten vor allem im als „Think-Tank“ etablieren und setzt dabei insbesondere auf die Kooperation mit der mittelständischen Wirtschaft.

Das Institute for Media Business kann in enger Verknüpfung mit der Professur für Media Economics and Media Business als Kooperationspartner in einem ersten Schritt mit ausgewählten nationalen und internationalen Unternehmen ab 2008 einen umfassenden hochschulspezifischen Beitrag zur Qualifizierung im angestrebten Bereich leisten. Dazu soll einerseits die Bedeutung des Innovationsprozesses mit der Integration des eINNOVATION LAB zur Vertiefung des Studienangebots beigetragen werden und andererseits mit der Gründung eines Laboratory neue Impulse für den Wissenstransfer zwischen Lehre und Praxis erfolgen. Das eINNOVATION LAB ist dem Studiengang Wirtschaftsinformatik inhaltlich und organisatorisch zugeordnet.

### ***Aufgaben und Ziele***

Das eINNOVATION LAB stellt sich den Herausforderungen der Innovationsprozesse im Kontext von Digitalisierung und Globalisierung. Neben Forschungsprojekten und Consulting liegt ein Schwerpunkt des eINNOVATION LAB vor allem in der Unterstützung vom Innovationsmanagement von Unternehmen und der Generierung neuer Ideen. Damit verbunden sind auch Erprobungen von Produktinnovationen (z. B. Formate für die Medien im Rahmen der eigenen Labors bzw. Studios). Dazu kommen auch die Entwicklung und Organisation von Weiterbildungsangeboten (Summer School, Graduate School, Business School-Module, Managementkurse). Als Innovationspool wird u. a. ein LAB geschaffen, welches auch den Studierenden der Bachelor- und Masterprogramme zur Verfügung steht. Darüber hinaus soll das eINNOVATION LAB als Dienstleistungsanbieter auch zur nachhaltigen Finanzierung der bestehenden Master- und Bachelorstudiengänge am Studiengang beitragen (z. B. Lehraufträge und studentische Hilfskräfte).

### ***Service- und Beratungs-Zentrum***

Das eINNOVATION LAB verknüpft anwendungsorientierte Forschung mit ausgeprägter Praxisorientierung. Es versteht sich deshalb als Service- und Beratungszentrum für die Wirtschaft, Non-Profit-Unternehmen und Institutionen. Das Zentrum unterstützt Unternehmen und Organisationen, und dabei vorrangig seine Partner, bei der Entwicklung und Implementierung von Innovationsstrategien, aber auch

damit verbundene Medien- und Kommunikationsstrategien zur eventuellen späteren Vermarktung. Darüber hinaus sollen Modelle zur Evaluation der Prozesse entwickelt werden.

Für die Wirtschaft erarbeitet das eNOVATION LAB ein umfangreiches Weiterbildungsangebot zum gesamten Themenspektrum, das sich in Seminaren und Workshops berufsbegleitend absolvieren lässt. Außerdem werden für Wirtschaftsunternehmen, Non-Profit-Unternehmen und Institutionen Inhouse-Seminare unter besonderer Berücksichtigung aktueller Problemstellungen organisiert. Durch seine Präsenz an den Standorten Stuttgart, Berlin und Flensburg ist das eNOVATION LAB eingebunden in regionale Strukturen und vertraut mit den besonderen Gegebenheiten der heimischen Wirtschaft.

### ***Forschung***

Im englischsprachigen Raum dominieren praxisorientierte How-to-Do-Ratgeber, die jedoch über die Ebene der lapidaren Ratschläge nicht hinaus reichen. Einzelne Länderstudien geben Hinweise darauf, wie Innovationsmanagement etwa in China, Taiwan, Argentinien oder anderen Ländern der Welt betrieben wird. Die wenigen grenzüberschreitenden Studien haben sich der Weiterentwicklung der Theorie gewidmet oder sich stärker mit einzelnen Aspekten der Internationalisierung beschäftigt. Ein wichtiger Forschungsschwerpunkt des eNOVATION LAB wird in der Analyse von Innovationsprozessen und der Durchführung empirischer Studien liegen. Aufgrund der methodischen Kompetenzen und der internationalen Ausrichtung des gesamten Instituts kann somit eine Forschungslücke geschlossen werden und ein weiteres Alleinstellungsmerkmal für die Hochschule der Medien geschaffen werden.

### ***Struktur und Ausstattung***

Das eNOVATION LAB ist dem Studiengang Wirtschaftsinformatik (und dort dem IMB und der Professur für Media Economics and Media Business) zugeordnet und wird über Drittmittel finanziert. Das eNOVATION LAB stellt darüber hinaus regelmäßig Praktikantenplätze zur Verfügung, die für Studierende des Studiengangs reserviert sind. Außerdem ist die Zuordnung von mindestens zwei studentischen Hilfskräften notwendig.

Das eNOVATION LAB wird im Rahmen des IMB von einem internationalen Beirat aus Wirtschaft und Wissenschaft beratend unterstützt. Somit werden der Austausch und die Partnerschaft mit den Sponsoren des eNOVATION LAB und der Wirtschaft allgemein gefestigt.

Das eNOVATION LAB will sich als Teil des IMB zu einem europäischen Netzwerkknoten entwickeln und gleichzeitig Kooperationen mit renommierten Partnern und Institutionen im baltischen Raum, USA, Lateinamerika und Asien aufbauen.

### ***Finanzierung***

Für die Anlaufphase werden drei bis fünf Jahre benötigt. Danach muss das eNOVATION LAB in der Lage sein, sich als Geschäftsfeld im Rahmen des IMB selbst und gegebenenfalls auch neue Mitarbeiter und weiteren Finanzbedarf über Drittmittel zu finanzieren.

Der Finanzbedarf muss in Abstimmung mit den potenziellen Investoren erfolgen und ist auch abhängig von den personellen, baulichen und inhaltlichen Optionen.

### ***Zeitplan Implementation***

Das eNOVATION LAB sollte seine Arbeit „offiziell“ mit ersten organisatorischen Maßnahmen im Herbst 2008 aufnehmen. Dies erfordert die zügige Aufnahme der vorbereitenden Arbeiten für das eNOVATION LAB. Entscheidend wird es sein, zügig die Finanzierung für die ersten Jahre des IMB vertraglich fixiert zu sichern und die Frage des Standorts zu lösen.