

Kommentar Wirtschaftspolitik  
2016/20 | 6. Juni 2016

## Neue Wege mit dem Kunden zum Ziel Co-Creation - Design Thinking - Open Innovation

Der technische Wandel und auch die Art, wie Geschäftsmodelle erfolgreich umgesetzt werden, hat sich in den letzten Jahren stärker verändert als je zuvor. Die hohen Anforderungen der Kunden und die sich wandelnden Rahmenbedingungen stellen Unternehmen vor Herausforderungen in der Zusammenarbeit mit ihren Kunden und Lieferanten und den laufenden Innovationserfordernissen. Diese Veränderungen fordern neue Lösungsansätze, die über die klassischen Innovationsmodelle hinausgehen. Um Innovationen systematisch und umfassender zu erdenken und auch schneller in marktfähige Produkte und Dienstleistungen umzusetzen, ist eine Öffnung des Innovationsprozesses nötig, der durch Open-Innovation-Methoden unterstützt wird.

### Open Innovation

Das Konzept von Open Innovation zielt darauf ab, diese Herausforderungen durch die Förderung von interdisziplinären Netzwerken und die Einbindung verschiedenster Akteure zu lösen. Unterschiedliche Open-Innovation-Methoden ermöglichen neben neuartigen innovativen Lösungen auch verkürzte Entwicklungszeiten und geringere Entwicklungskosten. Dieser Innovationsprozess hat aber nicht nur Auswirkungen im Markt, sondern auch gesellschaftliche Auswirkungen. Die zentralen Charakteristika von Open Innovation sind u.a. die Öffnung des Innovationsprozesses in allen Phasen, die Nutzung von Informationstechnologien und die breite Einbindung unterschiedlicher Akteure.

### Einbindung unterschiedlicher Akteure außerhalb des eigenen Unternehmens

Wissenschaftliche Befunde belegen, dass die Zusammenarbeit mit unterschiedlichen Partnerinnen und Partnern aus anderen Branchen, anderen Regionen bzw. anderen gesellschaftlichen Gruppen zu neuartigen, besseren Lösungen führt. Das besondere hierbei ist die spezielle Einbindung dieser externen Akteure. **Etablierte Akteure**, wie Unternehmen und Forschungseinrichtungen, **werden mit neuen Innovatoren**, wie z.B. Enduser, Bürger, Kunst- und Kulturschaffende, Start-Ups und Social Entrepreneurs **verbunden**. Diese Kombination von externem und internem Wissen ermöglicht es Unternehmen, selbst - aber auch in Kooperation mit Dritten - Ideen zu generieren, zu verwenden und im internationalen Wettbewerb konkurrenzfähig zu bleiben. Durch eine frühzeitige Einbindung solcher unüblicher Wissensgeber in Innovationsprozesse entsteht neben neuen radikalen Ideen und eine neue Art des Innovierens auch eine bessere Einschätzung der Kundenbedürfnisse.

### Open Innovation - Kompetenzfeld der österreichischen Kreativwirtschaft

Um optimale Kundenprozesse bzw. kundennahe Produkte und Dienstleistungen herstellen zu können, nutzen Innovierende neue innovative Instrumente und Methoden, wie z.B. Open Innovation, Co-Creation, Design Thinking oder Crowd-Sourcing. Diese Begriffe sind Bestandteil einer Reihe von Methoden und Werkzeugen, die für Unternehmen eine neue Art des Innovierens beschreiben. Von der Ideengenerierung, der Phasen des Prototypings und der Markteinführung bis hin zum Marketing kann aus einer Vielzahl an Werkzeugen gewählt werden. Sie sind im Konnex mit konventionellen Innovationsmethoden unschlagbar und führen zu betrieblichen Erfolgsgeschichten.

**Medieninhaber/Herausgeber:**  
Wirtschaftskammer Österreich  
Stabsabteilung Wirtschaftspolitik  
Leitung: Dr. Christoph Schneider  
Wiedner Hauptstraße 63  
1045 Wien  
[wko.at/wp](http://wko.at/wp)  
[wp@wko.at](mailto:wp@wko.at)

**Autor:**  
Mag. Bettina Gerbl  
+43 (0)5 90 900-4403  
[Bettina.Gerbl@wko.at](mailto:Bettina.Gerbl@wko.at)

Es gibt schon viele erfolgreiche Beispiele von Open-Innovation-Modellen, wie beispielsweise die Zusammenarbeit von KAPO/Neue Wiener Werkstätte & breadedEscalope:

Das Traditionsunternehmen KAPO/Neue Wiener Werkstätte und das Designbüro breadedEscalope entwickelten gemeinsam, gemäß dem Open-Source-Verfahren, einen modularen Arbeitstisch „Collective Desk“. Projektziel von KAPO war es, mit dem Open-Innovation-Modell „Collective Furniture“ innovative Wege in der Entwicklung von Produkten zu beschreiten und diese zu testen. Das Besondere bei dem Projekt „Collective Furniture“ war, dass sowohl Kreativschaffende wie auch die breite Öffentlichkeit eingebunden wurden. Konsument und Produzent definierten den Markt, und nicht umgekehrt, und verwachsen im Internet zunehmend zu einem neuen Modell: dem ‚Prosumenten‘, der sich entscheidend in die Produktion und Gestaltung seiner notwendigen Güter einmischt. Initiiert und eingeleitet wurde das Vorhaben vom Wiener Designbüro breadedEscalope. Mehr Infos unter: <https://www.kreativwirtschaft.at/kapo-holding-gmbh-breadedescalope/>

#### Beitrag der Kreativwirtschaft im Innovationsprozess

Die Kreativwirtschaft entwickelt, probiert und verfeinert neue Ideen, Methoden und Ansätze und diese können in transformativen Prozessen von anderen Unternehmen, ihren Kunden, übernommen werden. Sie entwickeln und testen permanent innovative Ideen. Etwa 60 % aller Kreativunternehmen haben innerhalb von drei Jahren neue Produkte inklusive neuer Dienstleistungen in den Markt gebracht. Damit befinden sie sich auf einer Ebene mit den Branchen der Hightech-Industrie. Fast die Hälfte der Kreativschaffenden unterstützt andere Betriebe bei Innovationen.

Kreativschaffende sind Ideenlieferanten und Umsetzer von Innovationen. Ihre Stärke liegt u.a. in der Einbringung von neuen Ideen und Sichtweisen und darin, neue Blickwinkel einzunehmen. Sie sind es gewöhnt, neue Interessen und Ideen umzusetzen, Geschäftsmodelle weiterzuentwickeln sowie neue Trends aufzuspüren und zu berücksichtigen, und daher können sie diese Leistungen auch ihren Kunden anbieten.

Auch die Organisation eines weiten Netzwerks von Ideengebern sowie das Know How über Methoden und den Pfad der Umsetzung zeigen die Bedeutung der Kreativwirtschaft. Besonders hervorzuheben ist ihre intuitive Art zu arbeiten, die es ermöglicht, Kundenbedürfnisse aufzuspüren und den Pfad für die Umsetzung vorzuzeichnen.

Durch die Etablierung des breiten Innovationsbegriffs und die gezielte und strategische Nutzung von Open Innovation soll die Wettbewerbsfähigkeit österreichischer Unternehmen signifikant gesteigert und eine Dynamik erzeugt werden, die mit klassischen Innovationsmethoden nicht zu erreichen wäre. Dazu muss aber erst eine Open-Innovation-Kultur geschaffen und Open-Innovation-Kompetenzen in der Wissenschaft und Wirtschaft bei den Bedarfsträgern und in der gesamten Bevölkerung entwickelt werden. Anhand der derzeit in der Entwicklungsphase steckenden Open-Innovation-Strategie und Kreativwirtschaftsstrategie des Bundesministeriums für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft sollen konkrete Maßnahmen aufgezeigt und Österreichs Innovationssystem in Zukunft zu den wettbewerbsfähigsten in Europa gemacht werden (Quelle: <http://openinnovation.gv.at/>).

Am 6.6.2016 fand zu diesem Thema ein Kreativwirtschaftsgespräch mit dem Titel „Neue Wege mit dem Kunden zum Ziel - Co-Creation - Design Thinking - Open Innovation“ statt. Nachschau zur Veranstaltung: <https://www.kreativwirtschaft.at/kreativwirtschaftsgespraech/>

Wirtschaftskammer Österreich  
Vertretungsbefugtes Organ:  
Präsident Dr. Christoph Leitl  
Tätigkeitsbereich: Information,  
Beratung und Unterstützung der  
Mitglieder als gesetzliche  
Interessenvertretung.  
Blattlinie: Die Kommentare  
Wirtschaftspolitik informieren  
regelmäßig über aktuelle  
wirtschaftspolitische  
Themenstellungen.  
Chefredaktion:  
Dr. Christoph Schneider  
Druck: Eigenvervielfältigung  
Erscheinungsort Wien  
Offenlegung: [wko.at/offenlegung](http://wko.at/offenlegung)