

Kurzfassung „Gabel-CONSULTING“

Innovationen im gesellschaftlichen Umfeld von Organisationen

Projektziel

Beratung von Organisationen (mittelständische Unternehmen, Organisationen der Zivilgesellschaft, staatliche Einrichtungen, Vereine etc.) durch seine *Stakeholder*. Zu vorgegebenen Problemstellungen durch die Organisationen entwickeln die Stakeholder – die *Berater* – innovative Lösungen. Die Verantwortung zur Umsetzung der besten Berater-Ideen liegt anschließend bei der Institution – bei deren *Entscheider*.

Grundlegend ist dabei die Annahme, dass radikale Innovationen nur an den Reibungsflächen unterschiedlicher *Sektoren* entstehen.

Übergeordnetes Ziel ist es, Organisationen dazu zu befähigen/ zu unterstützen, ihre Stakeholder in einer strategischen Allianz zu bündeln und mit ihnen gemeinsam innovative Lösungen für eine Herausforderung aus dem internen und externen gesellschaftlichen Umfeld zu entwickeln.

Entscheider und Berater

Innerhalb des Projekts existieren zwei zentrale Akteursgruppen: Entscheider und Berater. Der Entscheider vermittelt die Problemstellung an den Teilnehmerkreis. Sie sollte Innovationen im gesellschaftlichen Umfeld der Organisation im Fokus haben. Die gesellschaftliche Perspektive kann sowohl interner (bspw. Mitarbeiterbezug) oder auch externer (bspw. Kunden-, Stakeholderbezug) Art sein.

Problemstellungen

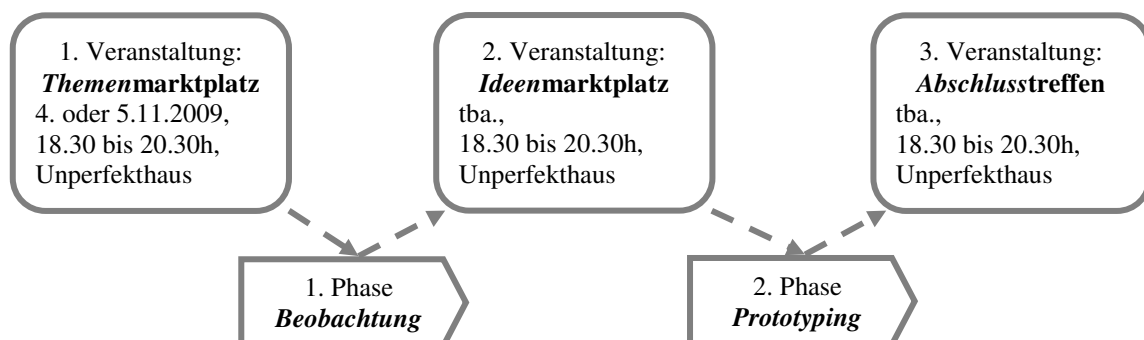
„Kulturhauptstadt 2010 kann eine Gefahr für die freie Kulturszene bedeuten. Auswege gesucht!“

"Gutes tun & Geld verdienen. Wie können sich alternative Konzepte neben den großen Wohlfahrtsorganisationen behaupten?"

"Wie kann die Organisation von ehrenamtlichem Engagement nachhaltig finanziert werden?"

Projekttablauf

Der gesamte Gabel-Consulting-Prozess lässt sich in drei Veranstaltungen und zwei Phasen gliedern (siehe Grafik).



Auftakt bildet der **Themenmarktplatz**. Hier stellen die Entscheider ihre Themenfelder / ihre Problemstellungen allen übrigen Teilnehmern – den späteren Beratern – in Form von Marktständen (Postern, Brownwalls etc.) zeitgleich vor. So kann sich jeder in Ruhe mit den einzelnen Themen beschäftigen und mit den Entscheidern in Dialog treten, um Detailfragen zu klären. Durch den Austausch an den einzelnen „Ständen“ bietet sich für die zukünftigen Berater und Entscheider die Möglichkeit sich etwas näher kennenzulernen. Dies ist wichtig für den späteren Einstieg in die Gruppenarbeit.

Die Teilnehmer haben auf dem Marktplatz die Möglichkeit, ihr Problemverständnis zu schärfen und können hier bereits spontane Lösungsideen abgeben (schriftlicher „Parkplatz“ für Lösungsvorschläge an jedem Stand).

Zum Ende der ersten Veranstaltung entscheiden sich die Teilnehmer grob für eine Idee, zu der sie weiterdenken (und in die **Beobachtungsphase** einsteigen) möchten. Die Teilnehmer werden in die erste Arbeitsphase mit dem „Aufforderung“ entlassen durch Beobachtung zu einem Experten des Themas zu werden. Hier ist ein journalistisches, detektivisches Vorgehen gefordert. Dabei ist wichtig Kontakt mit zukünftigen Kunden, Nutznießern aufzubauen und sich mit ihnen auszutauschen.

Die Ergebnisse der Beobachtungsphase fließen als Input in die 2. Veranstaltung – den **Ideenmarktplatz** ein. Wesentlicher Inhalt ist hier die Beobachtungspräsentation und weiterführende Ideenentwicklung. Die Entscheider erhalten hier erste konkretere Rückmeldungen auf ihre gestellten Fragen. Am Ende / während des Marktplatzes sollten sich Prototyping-Teams bilden, die mit dem Entscheider einige der entwickelten Ideen vor Ort testen wollen.

Es folgt die **Prototypingphase**. Entscheider und Berater entwickeln gemeinsam bereits vorhandene oder neue Ideen weiter und erstellen daraus einen ersten Prototyp. Dieser soll anschließend in der Praxis getestet werden.

Auf der dritten und **letzten Veranstaltung** werden die innovativen Lösungsideen und ggf. erster tatsächlicher Lösungsimplementierungen dem übrigen Teilnehmern – Entscheidern und Beratern – präsentiert.

Wichtig! Der Prozess der Innovationsentwicklung ist nicht linear, sondern **iterativ**. Man kann / muss u.U. zu einen oder mehrere Schritte zurückgehen und wieder von vorne beginnen. Wenn man glaubt, das Problem verstanden zu haben und eine Lösung entwickelt hat, kann es sein, dass man diese über den Haufen werfen muss. Scheitern ist ein Teil des Prozesses!