

Open Innovation

Juni 2019

Univ.-Prof. Dr. Katja Hutter

University of Innsbruck
Innovation & Entrepreneurship
Universitätsstraße 15 | A-6020 Innsbruck



E katja.hutter@uibk.ac.at
I <https://www.uibk.ac.at/smt/innovation-entrepreneurship/>

Paris Lodron-Universität Salzburg
Marketing und Innovation
Residenzplatz 9 | A-5010 Salzburg



E katja.hutter@sbg.ac.at
I www.uni-salzburg.at/marketing

Visiting Scholar | Harvard University
NASA Tournament Lab | Crowd Innovation Lab
1737 Cambridge Street | Cambridge, MA 02138, USA



Senior Research Associate | HYVE AG
Schellingstraße 45 | 80799 München



Open Innovation

Juni 2019

Univ.-Prof. Dr. Katja Hutter

University of Innsbruck
Innovation & Entrepreneurship
Universitätsstraße 15 | A-6020 Innsbruck



E katja.hutter@uibk.ac.at
I <https://www.uibk.ac.at/smt/innovation-entrepreneurship/>

Paris Lodron-Universität Salzburg
Marketing und Innovation
Residenzplatz 9 | A-5010 Salzburg



E katja.hutter@sbg.ac.at
I www.uni-salzburg.at/marketing

Visiting Scholar | Harvard University
NASA Tournament Lab | Crowd Innovation Lab
1737 Cambridge Street | Cambridge, MA 02138, USA

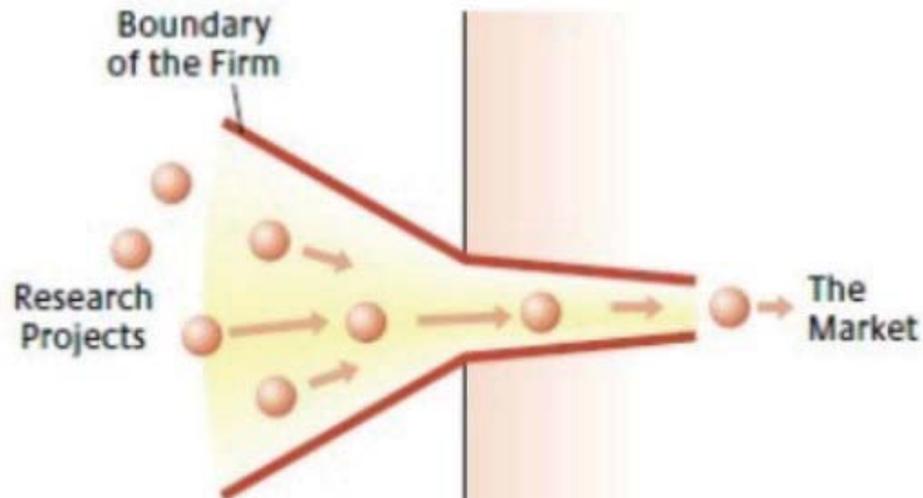


Senior Research Associate | HYVE AG
Schellingstraße 45 | 80799 München

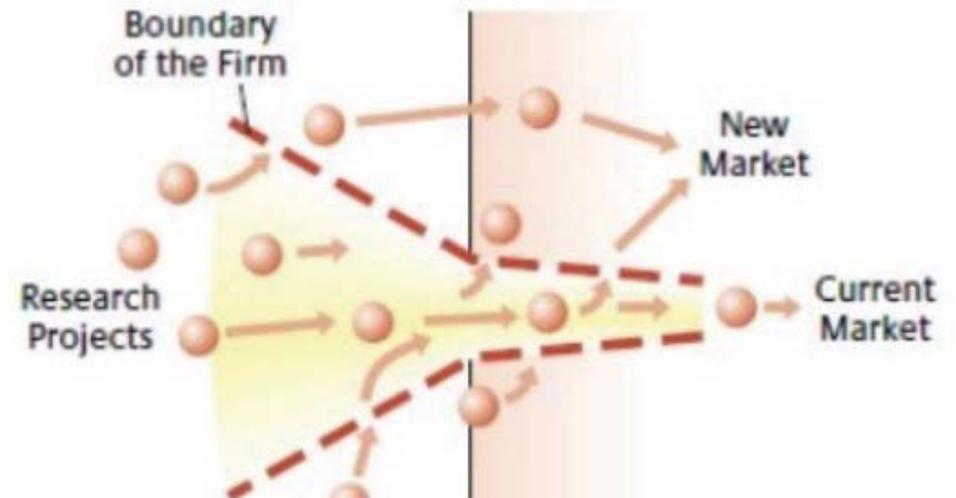


VON CLOSED ZU OPEN INNOVATION

Open Innovation fordert das traditionelle Innovations-Model in Unternehmen heraus



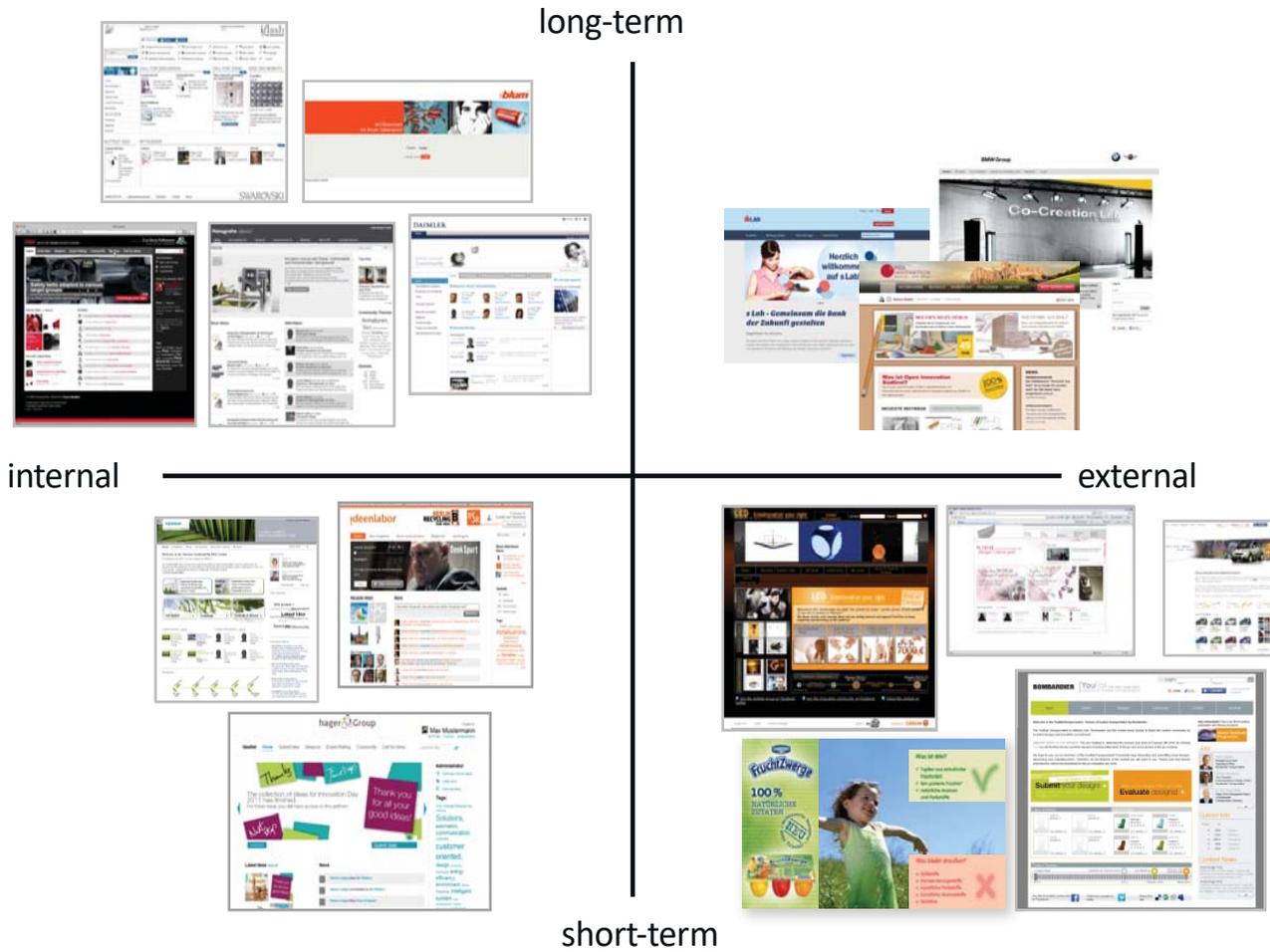
- ✓ „Die besten und kreativsten Leute arbeiten in unserem Unternehmen“
- ✓ „Wir brauchen eine eigene Forschung und Entwicklung (F&E)“
- ✓ „Nur durch eigene Forschung & Entwicklung können wir Innovationsführer werden“
- ✓ „Wir gewinnen, wenn wir die besten Ideen und Innovationen selbst entwickeln“
- ✓ „Wir müssen unser geistiges Eigentum schützen, damit wir nicht kopiert werden können“



- ✓ „Die besten und kreativsten Leute arbeiten für andere“
- ✓ „Externe F&E kann uns wertvolle Hilfe bieten, interne F&E soll uns helfen, externe F&E besser zu nutzen“
- ✓ „Wir müssen nicht alles selbst erfinden, um Innovationsführer zu sein“
- ✓ „Wir gewinnen, wenn wir interne und externe Ideen am besten nutzen“
- ✓ „Wir müssen vom geistigen Eigentum anderer profitieren und es nutzen, wenn wir dadurch Vorteile haben“

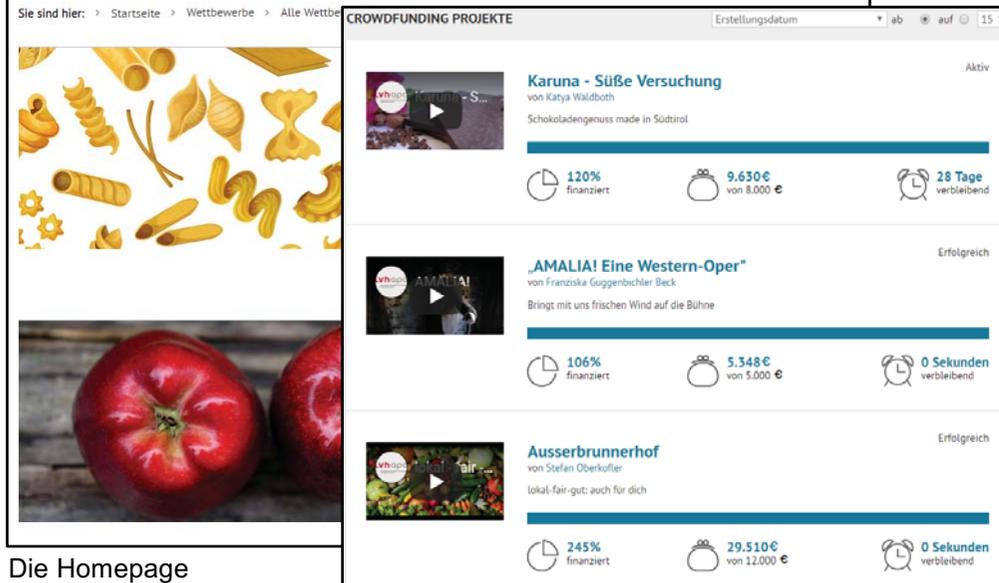
Source: see also Chesbrough (2003, 2006)

THE NEW NORMAL OF INNOVATION MANAGEMENT



Best Practice – Open Innovation in KMUs

Open Innovation Südtirol



Die Homepage

ZIELE

- Steigerung der Innovationskraft von kleinen und mittelständischen Handwerksunternehmen in Südtirol
- Ideen, Konzepte, Designs, Prototypen und Marketingstrategien
- Vernetzung der Handwerker in Südtirol
- Förderung des aktiven Wissenstransfer

ANSATZ

- Multicontest Plattform
- Verschiedene Arten und Größen von Wettbewerben umsetzbar
- Suche von Wettbewerbsthemen über die Plattform und Auswahl durch die Community
- Angebot und Suche von Dienstleistungen, Ideen und Produkten über einen Marktplatz
- Crowdfundingmodul zur Finanzierung von Neuentwicklung

RESULTS

1.666
Ideen

3.016
Personen

2.258
Kommentare

4.105
Bewertungen



PRO-FAB HOUSE
 PROTOTIPO DI ABITAZIONE
 FLESSIBILE E PERSONALIZZABILE



SIMPLE HOUSE



WETTBEWERB „Holzhaus der Zukunft“

177 ENTWÜRFE

327 AKTIVE TEILNEHMER

606 BEWERTUNGEN

339 DISKUSSIONSBEITRÄGE





WETTBEWERB „Speck mal anders“

93 IDEEN

IDEAL Partner

72 AKTIVE TEILNEHMER

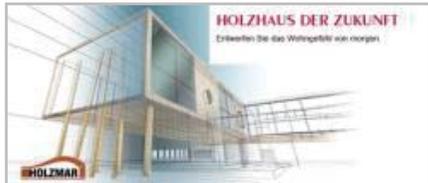
130 BEWERTUNGEN

53 DISKUSSIONSBEITRÄGE



OPEN INNOVATION SÜDTIROL

Unterschiedliche Crowdsourcing Projekte auf einer Multicontest-Plattform



1.189 Ideen



1.832 Mitglieder



2.009 Kommentare



7.824 Bewertungen



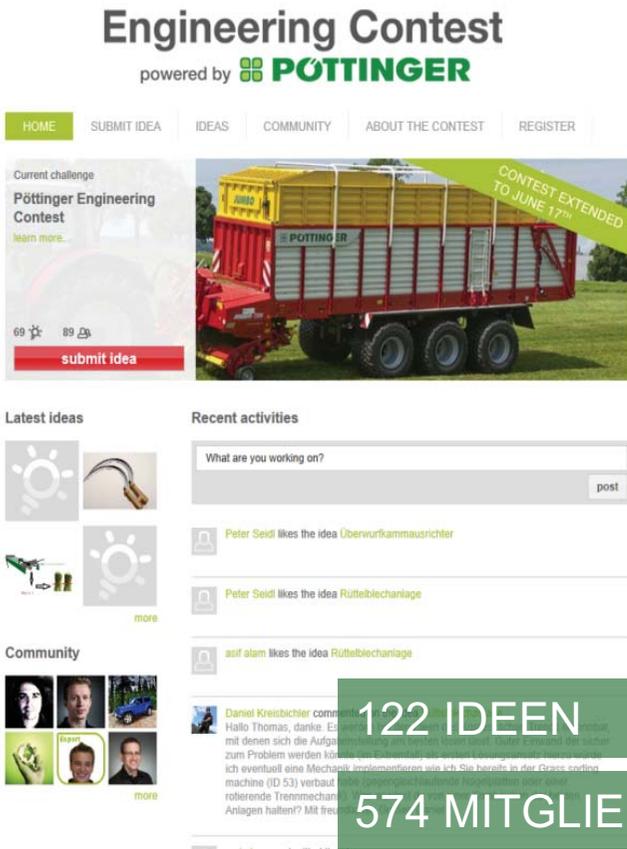
1.482.533 Besucher



14 Wettbewerbe

<https://www.openinnovation-suedtirol.it/home>

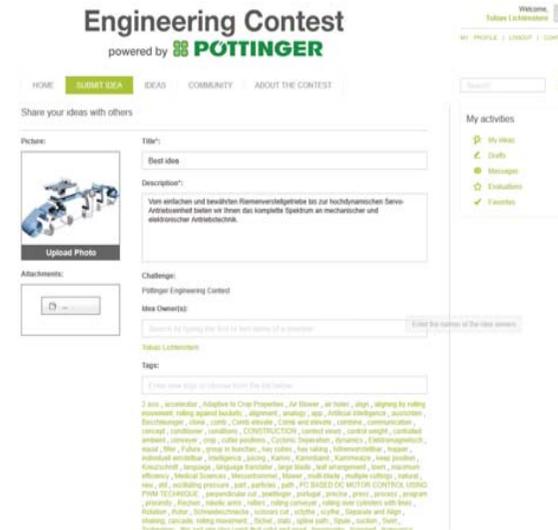
„Engineering Contest“ by Pöttinger – Agricultural Engineering



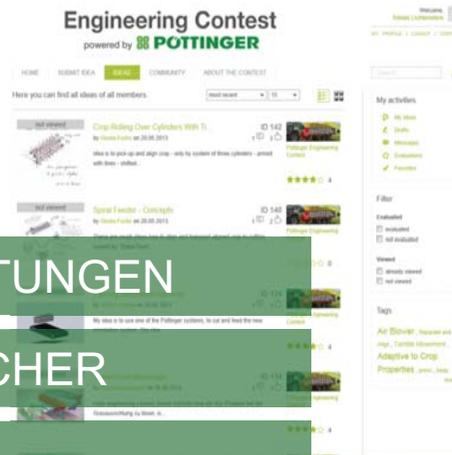
LANDING PAGE



IDEA INPUT SCREEN



IDEAS

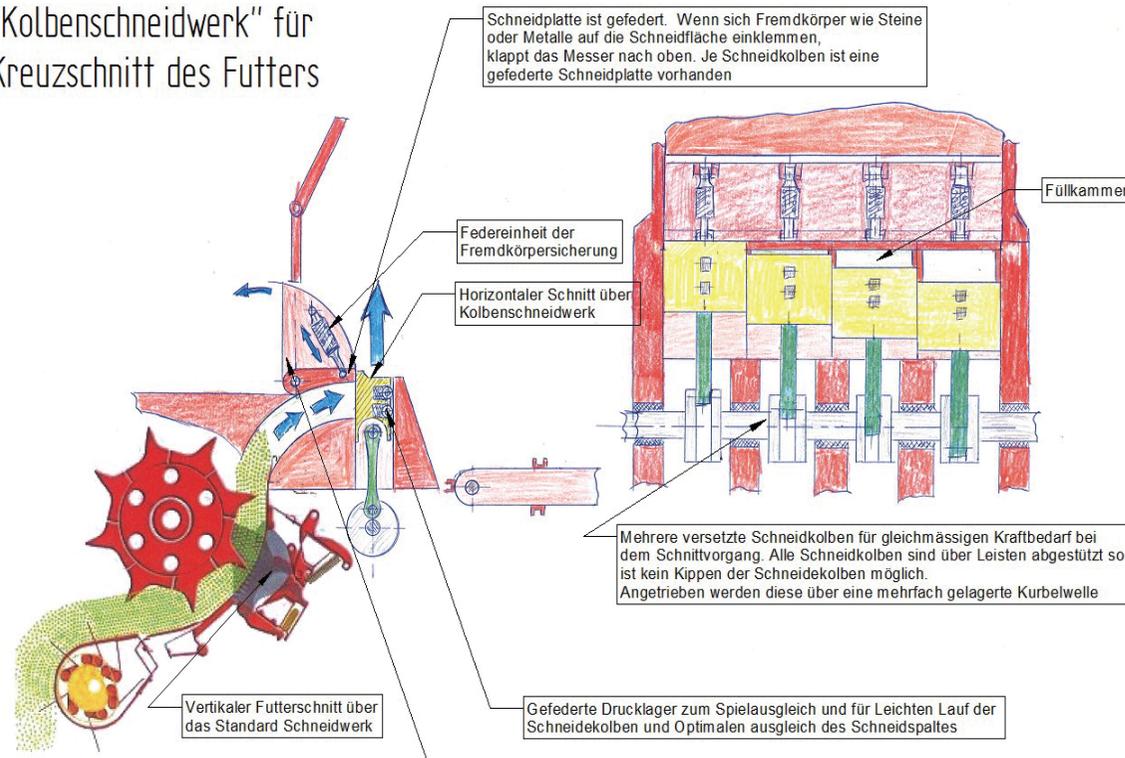


122 IDEEN
574 MITGLIEDER
819 KOMMENTARE

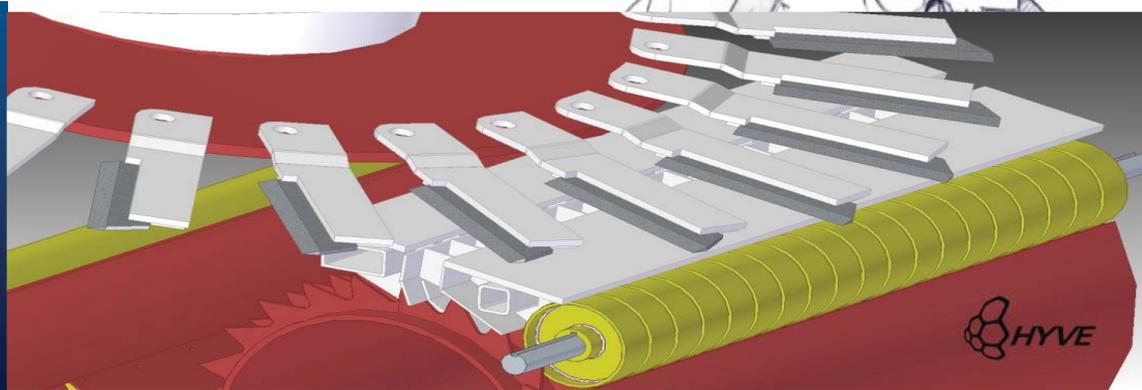
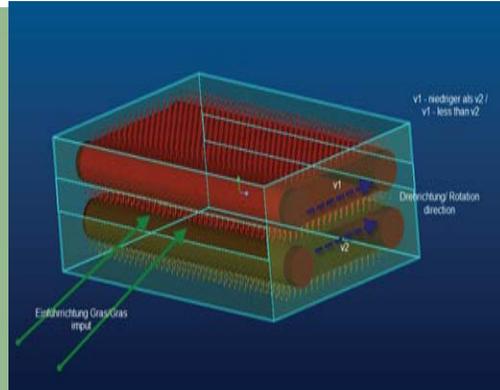
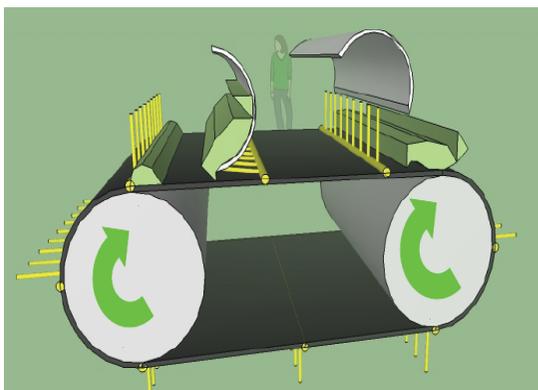
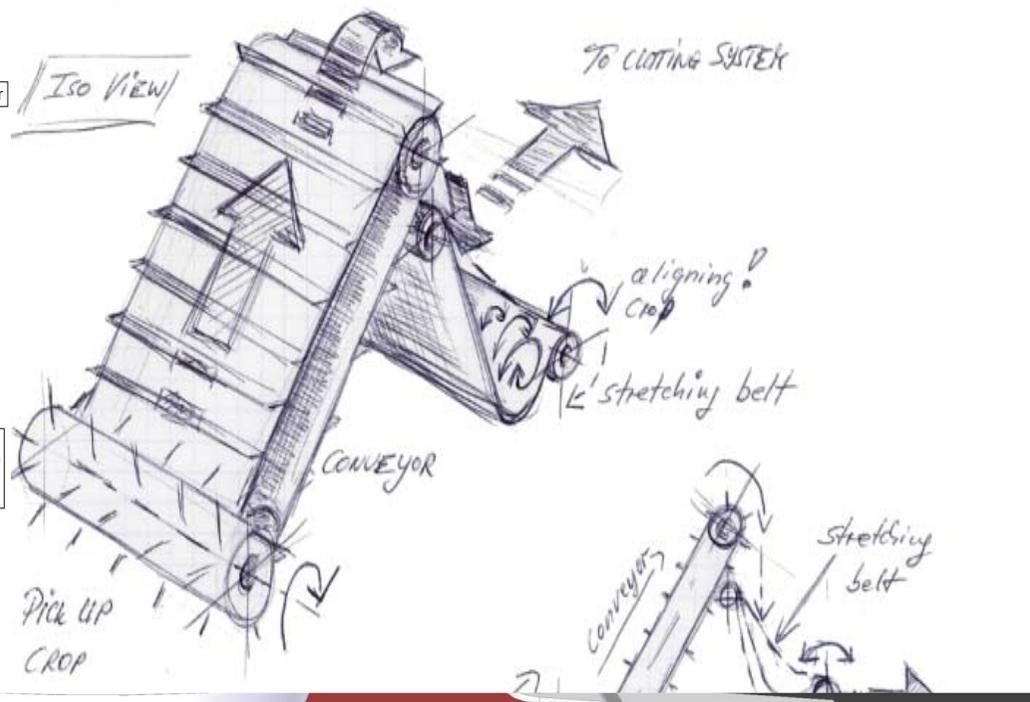
571 BEWERTUNGEN
3,407 BESUCHER
82 LÄNDER



Funktionsprinzip "Kolbenschnidwerk" für Kreuzschnitt des Futters



ALIGNING CROP BY "ROLLING BELT"



Wie?

WICHTIGE FRAGEN IN DER KONZEPTIONS- UND PLANUNGSPHASE

Innovationswettbewerbe

Ziel

Was wollen Sie mit dem Ideenwettbewerb erreichen?

Welches Ziel wird mit dem Ideenwettbewerb verfolgt?

Stimmen die Ziele mit den strategischen Konzepten des Unternehmens überein?

Ein Ideenwettbewerb ist **kein** Gewinnspiel!

Zielgruppe

Wen möchten Sie mit dem Ideenwettbewerb ansprechen?

An welche Zielgruppe richtet sich der Ideenwettbewerb?

Für welche Zielgruppe ist die Aufgabenstellung geeignet?

Was erwarten die Teilnehmer? Was motiviert die Teilnehmer? Welche Incentives werden angeboten (Prämie, Preisgeld,...)

Form

Form und Gestaltung des Ideenwettbewerbs

Wann ist der richtige Zeitpunkt, den Ideenwettbewerb zu starten? Wie ist die Laufzeit des Ideenwettbewerbs?

Wie findet die Verbreitung / Vermarktung des Ideenwettbewerbs statt?

Erfolg

Was ist ein erfolgreicher Ideenwettbewerb?

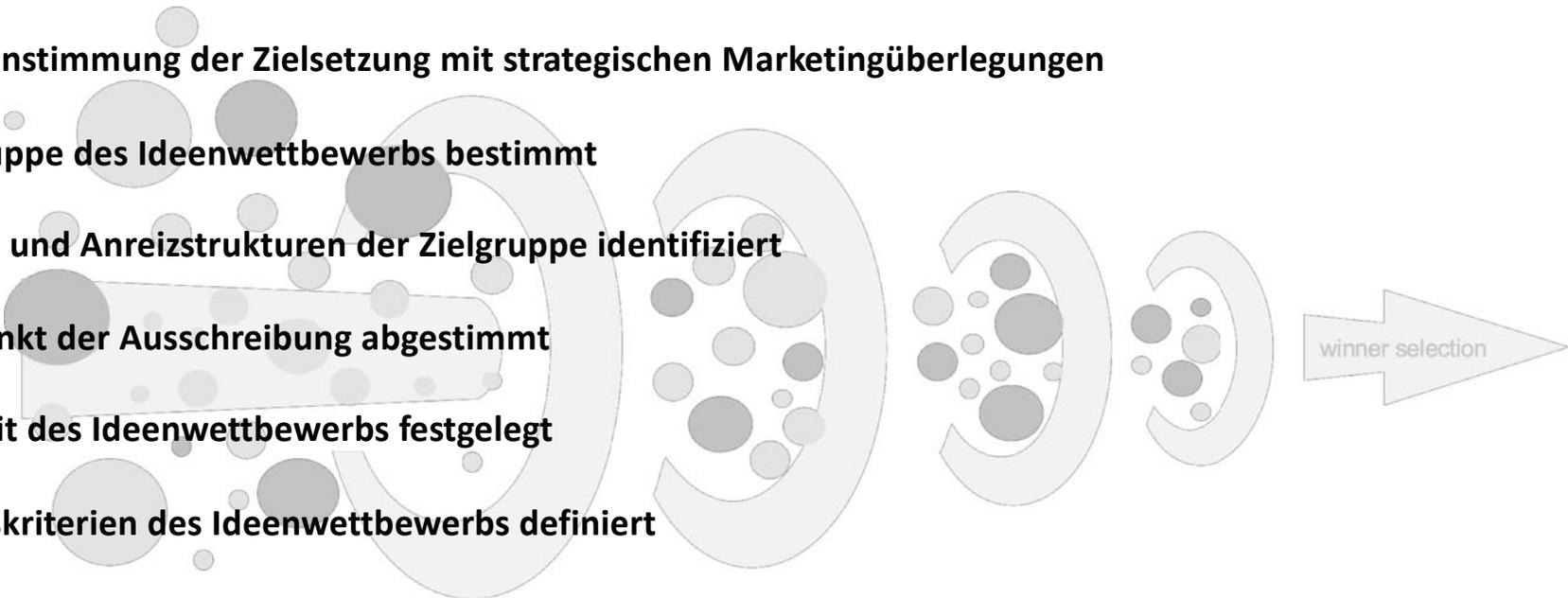
Welche Erwartungen hat das Unternehmen an den Ideenwettbewerb? Wie viele Teilnehmer und wie viele Beiträge erwarten Sie? Welche Anforderungen stellen Sie an die Qualität der Beiträge / Ausarbeitung der Beiträge?

Wie können Sie mit den Beiträgen und generierten Ideen im Unternehmen weiterarbeiten? Welche Möglichkeiten gibt es im Unternehmen, die ausgewählten Beiträge in die Wertschöpfungskette und in bestehende Projekte zu integrieren?

CHECKLISTE: KONZEPTION / PLANUNG DES IDEENWETTBEWERBS

Innovationswettbewerbe

- ☒ Klare Zielsetzung formuliert
- ☒ Übereinstimmung der Zielsetzung mit strategischen Marketingüberlegungen
- ☒ Zielgruppe des Ideenwettbewerbs bestimmt
- ☒ Motiv- und Anreizstrukturen der Zielgruppe identifiziert
- ☒ Zeitpunkt der Ausschreibung abgestimmt
- ☒ Laufzeit des Ideenwettbewerbs festgelegt
- ☒ Erfolgskriterien des Ideenwettbewerbs definiert
- ☒ Jurymitglieder identifiziert
- ☒ Möglichkeiten der Weiterentwicklung der Ideen geklärt



Circular Economy
Holz
Gesundheit & Sport
Tourismus

Sind Sie ein Unternehmen,
das Innovation zum
Thema macht und die
kreative Inspiration der
OIS-Community einbinden
möchte?