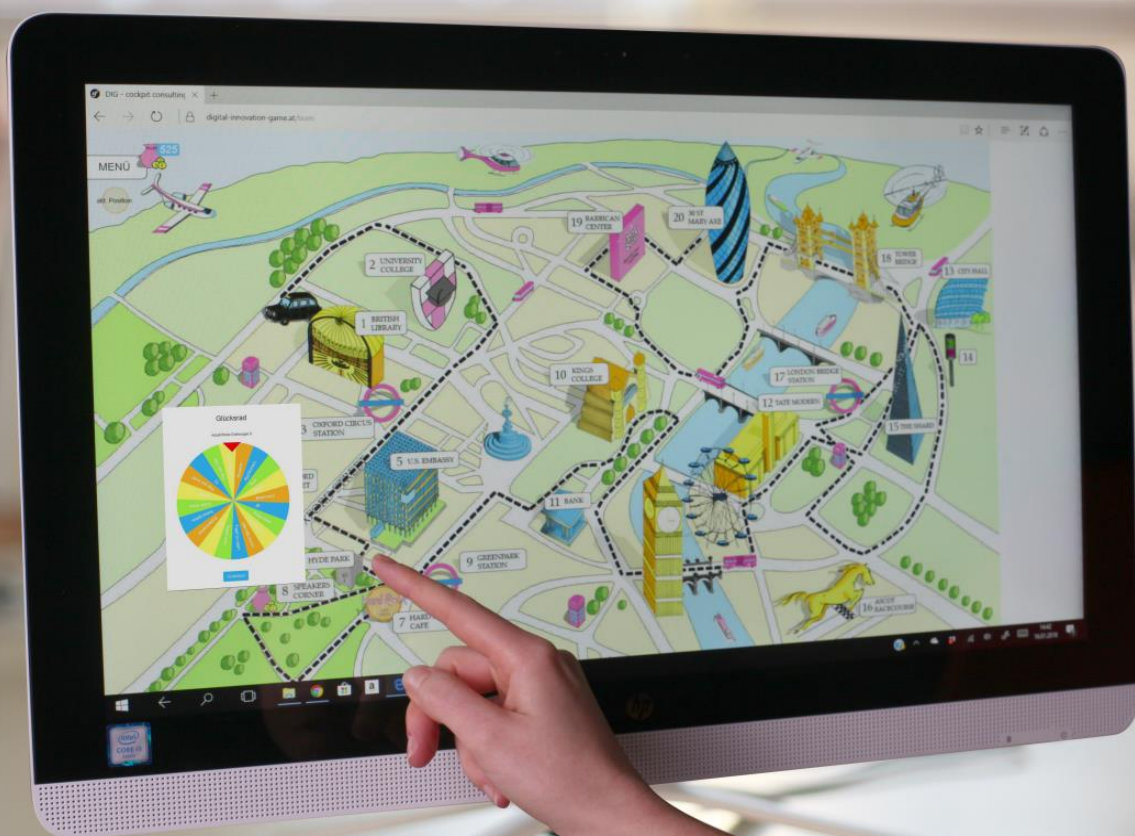


DIG

Digital Innovation Game

Spielerisch zu neuen Ideen



Innovationen: Erfolgsfaktor für die Gewinnung neuer Märkte und neuer Kunden

Innovationen stellen heute und in nächster Zukunft die zentralen Erfolgsfaktoren von Unternehmen dar. Sie ermöglichen eine Differenzierung vom Wettbewerb, die Erschließung neuer Märkte, wecken das Interesse neuer Kundengruppen und tragen damit wesentlich zum kommerziellen Erfolg

von Unternehmen bei. *Laut dem amerikanischen Ökonomieexperten Michael Porter wird der Wettbewerb in Zukunft über Produktfunktionen mit dazugehörigen Servicefunktionen an Bedeutung gewinnen. Porter sieht im „Internet der Dinge“ ein stärkeres Veränderungspotenzial als bei allen bisherigen IT-Entwicklungen.*

DIG steuert die Innovationsentwicklung digital und spielerisch

Digital Innovation Game – selbst eine Innovation - führt spielerisch zu neuen Produkten und/oder Serviceangeboten. Es basiert nach der Gamification-Methode auf einem kompetitiven Teamplay. Das heißt, zwei Teams mit Mitgliedern aus verschiedenen Unternehmensbereichen oder Unternehmen spielen gegeneinander. Sieger ist das Team mit der besseren Innovationsidee. Gesteuert wird das Game über eine digitale, interaktive App auf einem

Tablet PC mit Touchscreen und der Citymap von London als Spieloberfläche. Bei jeder Location bekommen die Teams neue Aufgabenstellungen. Sie müssen beispielsweise mit Kunden kommunizieren, können sich beraten lassen oder Spielkapital von der Bank leihen. Auch kurze Relaxphasen sind eingeplant. Das Ergebnis am Ende des Games ist ein neues, kreatives digitales Produkt und/oder eine Dienstleistung oder ein neues Geschäftsmodell.

Mit dem 4-Phasen-Modell zu radikalen oder disruptiven digitalen Innovationen

Vor dem Start des Games erhalten die Teams die Aufgabenstellung.

In **Phase eins** werden die Gamer(Innen) durch ein Multiple Choice Wissensquiz auf relevante Themen der Aufgabenstellung (Innovationsmanagement, Kreativtechniken, Markt und Kunden, digitaler Wandel, Branchen-Usancen) eingestimmt.

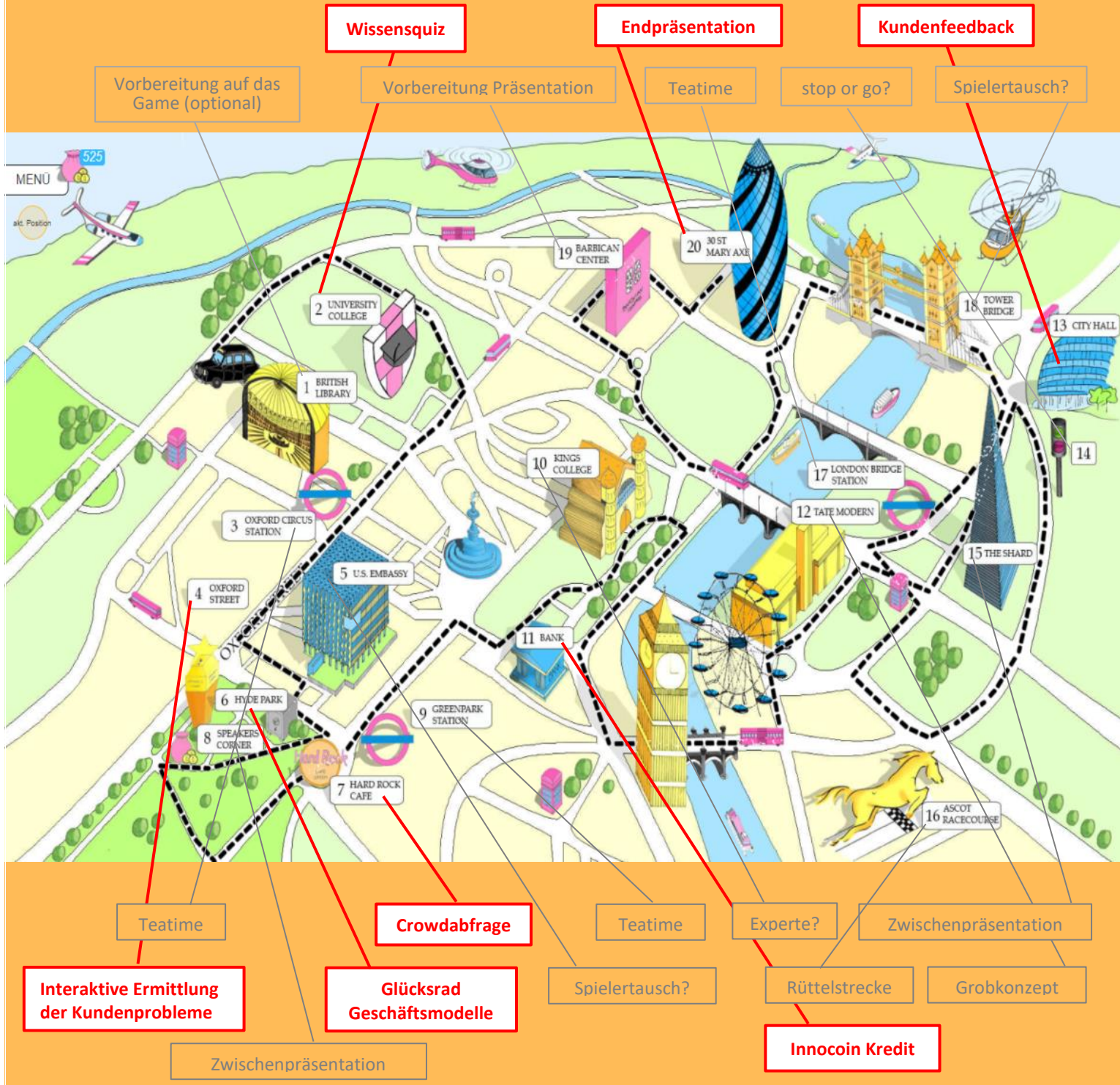
In der **zweiten Phase** liefert ein Glücksrad erfolgreiche Muster-Innovationsmodelle, welche den Teams als „Appetizer“ für die eigene Aufgabenstellung dienen sollen.

Phase drei steht für die erfolgversprechende Vertiefung der Ideen und die

Überprüfung auf deren Praxistauglichkeit. Dafür stehen den Teams die Instant Kommunikationstools Videoconference- und Chattools, ebenso wie das Medium E-Mail zur Verfügung. Über diese werden Dialoge mit prospektiven Kunden und mit Fachexperten geführt.

Am Ende der vierten und letzten Phase liegt das Endergebnis der ein- bis zweitägigen intensiven Teamarbeit vor: die Innovationsidee oder ein neues Geschäftsmodell. Über den Sieg entscheidet die Idee und die überzeugende Präsentation vor einer Expertenjury.

Durch die City von London zur überzeugenden Innovationsidee



DIG – ein Gewinn für Auftraggeber, Kunden und Gamer

- Die Aufgabenstellung ist der Treibsatz des Games
- Kunden(Innen) werden von Beginn an in das Game eingebunden
- Die interdisziplinären Teams fördern die Vorteile der Diversität in einem Unternehmen oder in einer Organisation. Frauen und Männer, erfahrene Mitarbeiter (Innen), junge Absolventen(Innen) von Bildungseinrichtungen, unterschiedliche Professionen spielen in einem Team.
Für Steve Jobs, dem legendären Gründer von Apple, stand bei der Zusammenstellung von Projektteams für neue Produkte die Begeisterung der Mitglieder für das Thema und nicht deren fachliche Qualifikation im Vordergrund
- Auf die Expertise von externen Spezialisten(Innen) kann zugegriffen werden
- Eingefahrene Denk-, Kommunikationsstrukturen und Organisationsgrenzen werden spielerisch durchbrochen
- Bei den Zwischenpräsentationen entscheidet eine neutrale Spielleitung über die Qualität der Zwischenergebnisse
- Am Ende des Games liefert jedes Team eine konkrete Innovationsidee
- Das Endergebnis von DIG wird von einer Jury bewertet, die sich aus verschiedenen Experten(Innen) zusammensetzt
- DIG kann über Unternehmensgrenzen hinweg in Netzwerken oder in Clustern gespielt werden
- Die kompetitive, spielerische Methode steigert die Leistungsbereitschaft der Teams
- Entscheidungen in den Teams werden nach analytischen und agilen Methoden gefällt
- Die Spieldauer beträgt ein bis zwei Arbeitstage (abhängig von der Aufgabenstellung)

DIG - das Ergebnis einer Kooperation von Wirtschaft und Wissenschaft



Ideenlieferant, Inhalts- und App-Entwicklung, Projektleitung



Partner für Praxisinputs und Testfeld für Pilot-Tests



Entwicklung der Kommunikations-Software



Wissenschaftliche Impulse Innovationsmanagement, Entwicklung des Designs, Akzeptanztests