

Rudolf Schwarz

Crowd Innovation mit Feedback.

Ideen und Vorschläge aus der
Kompetenz-Pyramide nutzen

Buchschmiede

©2023 Rudolf Schwarz

Druck und Vertrieb im Auftrag des Autors: Buchschmiede von
Dataform Media GmbH, Wien
www.buchschmiede.at

ISBN:
978-3-99165-070-6 (Paperback)



Das Werk, einschließlich seiner Teile, ist urheberrechtlich geschützt.
Jede Verwertung ist ohne Zustimmung des Verlages und des Autors
unzulässig. Dies gilt insbesondere für die elektronische oder sonstige
Vervielfältigung, Übersetzung, Verbreitung und öffentliche Zugäng-
lichmachung.

*Feedback holt Menschen
in ein Wir.*

Rudolf Schwarz

Inhalt

Wie entstehen Ideen?	9
Wie entstehen Ideen außerhalb von Betrieben?	9
Wohin mit so einer Idee? Derzeit: Nirgendwohin!	10
Neue Ideen sind wichtig	10
Offen für Ideen, auch in Non-Profit-Bereichen	11
Eine Anlaufstelle für Ideen – was sollte sie leisten?.....	11
Die Kompetenz-Pyramide	12
Fortschritt erwächst aus Ideen	12
Dezentrale Ideen.....	12
Die Kompetenz-Pyramide	13
Crowd Innovation mit Feedback – Ideen und Vorschläge aus der Kompetenz-Pyramide nutzen	14
Der Überblick	14
Wollen wir Ideen?.....	15
Natur und Evolution als Vorbild	15
Lohnt sich der Aufwand, auch im Non-Profit-Bereich?	15
Ein Schatz an Ideen	15
Wie bekommen wir gute Ideen?	16
Definition von „Idee“ und „Vorschlag“	16
Respektvoll – das Wie ist entscheidend!	16
Klare Regeln	16
Regel 1: Wer darf Ideen einbringen?.....	16
Regel 2: Welche Eigenschaften muss eine Idee haben?	17
Regel 3: Welche Inhalte sind möglich?.....	17
100% benutzerfreundlich	17
Kosten der Eingabe	17
Anerkennung für jeden Vorschlag	17
Prämie bei Erfolg.....	18
Frustrationen vermeiden.....	18
Wie werden Ideen „verarbeitet“?	18

Dokumentation	18
Beurteilung: der anspruchsvollste Part.....	18
Aufbereitung einer Idee: klare Darstellung	19
Prüfung der Idee	19
Prämien und Anerkennung	20
Das Feedback	20
Ein günstiges Klima für künftige, neue Ideen.....	22
Öffentlichkeitsarbeit	22
Die besten Ideen kommen manchmal von außen: Beispiel Vespa	23
Das Vorbild „Betriebliches Vorschlagwesen“	23
Wer kann Ideen und Vorschläge nützen?	23
Mehr zur Höhe von Prämien, an einem Beispiel	24
Ideen-Wettbewerbe sollten Ideen-Wettbewerbe sein	24
Prominente Stimmen	25
Bundespräsident Dr. Thomas Klestil, 1998	25
99 Ideen für Österreich, eine Aktion von „Die Presse“, 2014....	25
Ideen von Kindern	26
Das Beispiel von den Feuerlöschern	26
Besteck in der Pizzeria.....	26
Praxis: Vorschläge, eingebracht von 1980 bis 2023.....	26
1980 Konzept für eine neue Art von Werbung im ORF	26
1984 Kärntner Brot in Wien anbieten.....	26
1986 Kindergarten-Gebäude in ökologischer Bauweise.....	27
1987 Vision zur Weiterentwicklung von Ö1, ORF	27
1990 Biersorte „Dunkles Pils“	27
1994 Kiosk-Terminal "Österreichische Nationalbibliothek"	27
1999 Geisterfahrer-Stopp für Autobahnen.....	27
2001 Aufhängung für Geschirrtücher ohne Schlaufen	28
2012 Süßigkeit in Riegelgröße.....	28
2015 Brotaufstrich: kostengünstig und naturrein	28
2019 Beschleunigungsmesser für Busse und Straßenbahnen ..	28
2023 Ein musikalisches Signal für Öffis in Wien.....	28
Eigene Ideen – kurz notiert	29

Webseite des Autors:	31
Ein weiteres Buch des Autors:	32

Wie entstehen Ideen?

Ideen entstehen laufend, spontan und überall. Wo Menschen arbeiten oder über etwas nachdenken, ist der Gedanke allgegenwärtig: kann man das nicht noch besser machen? Nirgendwo sieht man das besser als in Unternehmen, die etwas produzieren, zum Beispiel Autos. Menschen führen ihre Arbeit mit großer Routine aus, sie beherrschen ihr Handwerk. Sie wissen viel über Materialien, Maschinen und Methoden. Und während sie arbeiten, kommt ihnen ein Geistesblitz: diesen einen Vorgang könnte man ja sogar *noch* besser machen! Schneller, einfacher, mit weniger Anstrengung oder kostengünstiger – großartig! Aber – wohin nun mit dieser Idee?

In einem gut geführten Unternehmen ist die Antwort einfach: aufschreiben und in den Ideen-Briefkasten werfen, den es in jedem guten Betrieb gibt. Wer würde schon auf eine vorteilhafte Idee verzichten wollen? Im Jahr 1872 legt Alfred Krupp im *Generalregulativ* seiner Gusstahlfabrik fest (damals größtes Industrieunternehmen Europas, heute ThyssenKrupp AG):

“Verbesserungsvorschläge seitens der Belegschaft sind stets dankbar entgegenzunehmen“. So lange schon bewährt sich das „Betriebliche Vorschlagswesen“ (siehe die Statistiken auf Wikipedia), heute unter Bezeichnungen wie „Ideenmanagement“.

Die Worte „Idee“ und „Vorschlag“: *Ideen* sind neue Gedanken, ab dem Zeitpunkt des Vorschlagens ist eine Idee auch ein *Vorschlag*.

Wie entstehen Ideen außerhalb von Betrieben?

Was passiert nun, wenn „Menschen wie du und ich“ am sozialen Leben in ihrer Umgebung teilnehmen, in all jenen Bereichen, die wir für den Alltag brauchen? Vom Straßenkehren vor dem Haus bis hinauf zu den Aufritten des Bürgermeisters oder der Bürgermeisterin? Sie machen sich natürlich auch ihre Gedanken. Diese Menschen haben Kenntnisse in vielen Bereichen und vergleichen diese mit dem, was in ihrer Umgebung und in der Politik geschieht. Auch sie denken manchmal: also das kann man doch besser machen? So entstehen auch hier laufend Ideen, als Geistesblitze von Bürgerinnen und Bürgern. Manche davon wären in der öffentlichen Wirtschaft, in der Verwaltung oder in der Politik umsetzbar. Wohin kann ein Mensch mit so einer Idee nun gehen?

Zwei Anmerkungen:

Ich erwähne beide Geschlechter. An Stellen, wo es zu kompliziert würde, vereinfache ich – es sind immer alle Menschen gemeint.

Ich formuliere in dieser Arbeit in einem Komplexitätsgrad, der das Verständnis ohne Vorkenntnisse ermöglicht, aber dennoch alle Details enthält, die zur Ausführung notwendig sind.

Wohin mit so einer Idee? Derzeit: Nirgendwohin!

Von wenigen, seltenen Ausnahmen abgesehen, scheint in Politik und Verwaltung niemand an Ideen von Bürgerinnen und Bürgern interessiert zu sein. Das hat handfeste Gründe. Verbesserungen sind Veränderungen, und die kosten immer Kraft. Wenn Menschen aber bereits „am Anschlag ihrer Leistungsfähigkeit“ arbeiten, dann haben sie für eine *neue Idee* keine Kraft mehr übrig. Neue Ideen haben es hier besonders schwer.

Stellen wir uns das praktisch vor: ein Politiker möchte eine neue Idee ins Spiel bringen. Hier würde es nicht genügen, eine einzelne Person (wie den Inhaber oder eine Managerin in einem Betrieb) zu überzeugen, hier müsste der Politiker gleich eine ganze Gruppe von einer neuen Idee überzeugen. Das wäre sehr kräfteraubend, es scheint unter normalen Umständen nahezu unmöglich. Ideen müssen hier in der Regel einen anderen, langsam aufbauenden Weg nehmen.

Neue Ideen sind wichtig

Andererseits sind Ideen auch sehr wichtig. Menschen in Führungspositionen wissen, dass laufend Anpassungen notwendig sind, wenn man den Anschluss nicht verlieren will. Und dass es tatsächlich immer Potential für Verbesserungen gibt, das wissen (fast) alle, nicht nur Manager und Managerinnen.

In der Politik ist es zudem wichtig, immer wieder mit Neuem Aufmerksamkeit zu gewinnen. So muss man eben doch auch offen sein für Neues ... zumindest im Prinzip. Denn wenn „die Anderen“ eine wirklich gute Idee als Erste entdecken – dann wäre man ja Zweiter