



vLead-IdeaCheck

Der vLead-IdeaCheck ist eine Entwicklung der wissenschaftlichen Projektpartner Universität Trier und Human Solutions Verwaltungs GmbH im Rahmen des Forschungsprojekts „vLead – Modelle ressourcenorientierter und effektiver Führung digitaler Projekt- und Teamarbeit“

Impressum

Universität Trier

Abteilung für Arbeits-, Betriebs- und Organisationspsychologie

Universitätsring 15

54296 Trier

<https://www.uni-trier.de/index.php?id=6028>

Autoren: Anna Röltgen, Valeria Bernardy, David Schischke, Maike Pauli, Prof. Dr. Conny Antoni

Human Solutions Verwaltungs GmbH

Europaallee 10

67657 Kaiserslautern

<https://www.human-solutions.com>

Das Vorhaben vLead (02L15A080) wird im Rahmen des Programms „Innovationen für die Produktion, Dienstleistung und Arbeit von morgen“ vom Bundesministerium für Bildung und Forschung und dem Europäischen Sozialfonds der Europäischen Union gefördert.



Das Vorhaben vLead wird im Rahmen des Programms „Innovationen für die Produktion, Dienstleistung und Arbeit von morgen“ vom Bundesministerium für Bildung und Forschung und dem Europäischen Sozialfonds der Europäischen Union gefördert.

INHALTSVERZEICHNIS

TEIL I: EINFÜHRUNG VON IDEACHECK	5
1 EINFÜHRUNG	5
Der IdeaCheck – und warum wir glauben, dass Sie ihn brauchen.....	5
2 NUTZUNG - WIE FUNKTIONIERT'S?	6
Log-In	6
Die ersten Schritte	6
Ich habe eine Idee, was nun? (Ideenverantwortlicher)	7
Die Sache mit der Ideenübergabe.....	9
Ich möchte mir einen Überblick zu Ideen im Unternehmen verschaffen	10
Ich möchte an Ideen anderer mitwirken – aber wie?	10
3 DIE IDEENBEWERTUNG	10
Der Bewertungsprozess.....	10
Der Bewertungsstatus.....	11
Das Bewertungsgremium.....	11
4 WIE SOLLTE DER IDEACHECK IM UNTERNEHMEN BEGLEITET WERDEN?	13
Tooleinführung – hier ist das Management gefragt	13
5 WELCHE RAHMENBEDINGUNGEN UNTERSTÜTZEN DEN IDEACHECK?	14
Innovationskultur schaffen	14
Innovationsstruktur schaffen	15
TEIL II: KONFIGURATION DES IDEACHECK	16
1 KATEGORIEN	17
Kategoriespezifische Kriterien.....	18
Kategorienverantwortliche*r	19
2 PHASEN	20
Gremien.....	20
3 SCORECARD	21
Faktoren	21
Bewertungskriterien	22
4 KONFIGURATION IM TOOL	25
0. Allgemeine Einstellungen.....	25
1. Benutzer*innen importieren.....	25
2. Kategorien erstellen	25

3. Gremien definieren	26
4. Phasen definieren	26
5. Bewertungskriterien definieren	26
6. IdeaCheck nutzen	26

Teil I: Einführung von IdeaCheck

1 Einführung

Der IdeaCheck – und warum wir glauben, dass Sie ihn brauchen...

Gute Ideen gibt es viele im Unternehmen. Oftmals fehlt es im Arbeitsalltag an Zeit und Ressourcen, um gute Ideen zur Optimierung von Prozessen oder Produkten oder gar zur Einführung und Entwicklung neuer Produkte im Unternehmen voranzutreiben. Aufgrund unklarer Innovationsprozesse und Ansprechpartner*innen verlaufen Ideen „im Sande“ und die Motivation der Mitarbeiter*innen zum Vorantreiben zukünftiger Ideen sinkt. Für das Unternehmen bedeutet das einen fehlenden Überblick zu und im schlimmsten Fall den Verlust von wertvollen Innovationen, die einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil bieten.

Mit dem IdeaCheck möchten wir genau dort ansetzen und Unternehmen ein Tool bieten, das es ermöglicht, einen transparenten Innovationsprozess zu etablieren, der die Vorbereitung und Konkretisierung einer Idee bis hin zu ihrer Umsetzung unterstützt. Durch das Einteilen des Prozesses in aufeinander aufbauende Phasen können Ideen schrittweise konkretisiert und schon in frühen Stadien auf ihre Realisierbarkeit und ihren strategischen Beitrag geprüft werden, sodass nicht zu viel Zeit und Ressourcen fehlinvestiert werden, aber auch Ressourcen frühzeitig für wichtige Ideen allokiert werden können.

Für die Mitarbeiter*innen bietet der IdeaCheck eine Plattform, Ideen auf einfache, strukturierte und transparente Art und Weise im Unternehmen einzubringen. Sie haben hier Raum, ihre Idee „im Stillen“ auszuarbeiten und sie auf die Bewertungskriterien hin zu prüfen, bevor sie sie zur Bewertung freigeben. Zusätzlich bietet der IdeaCheck die Möglichkeit, sich mit anderen Mitarbeiter*innen zu der Idee zu vernetzen und so Expertise verteilt über das ganze Unternehmen zu nutzen, um Ideen gemeinsam voranzutreiben. Den Status ihrer Idee können sie jederzeit verfolgen und erhalten zeitnahes und strukturiertes Feedback seitens der Bewertungsgremien des Unternehmens.

Sie sind bereit, das Innovationspotenzial Ihres Unternehmens freizusetzen? Dann viel Spaß beim Ausprobieren!

2 Nutzung - Wie funktioniert's?

Log-In

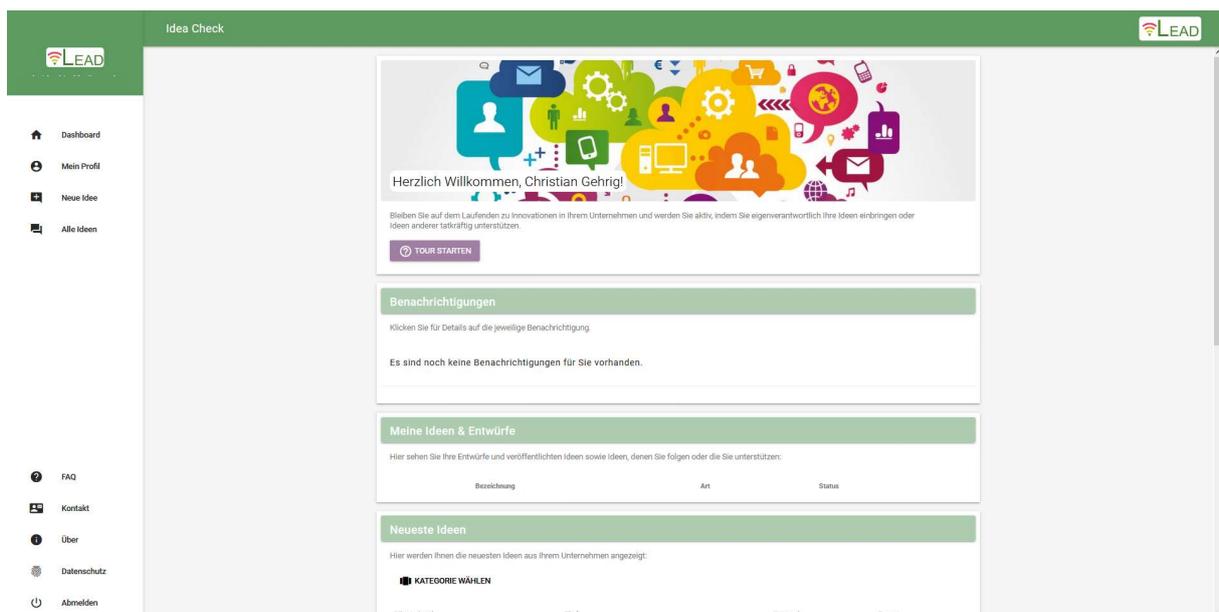
Ihr Unternehmen hat sich entschieden, den IdeaCheck einzuführen – eine großartige Entscheidung! Wie kommen Sie nun als Mitarbeiter*in auf Ihre Seite und können loslegen?

Um sich einloggen zu können, muss sich Ihr Unternehmen registriert und die Mitarbeiter*innen des Unternehmens als Benutzer angelegt haben. Auch muss das Unternehmen das Tool konfiguriert haben, sodass Sie als Mitarbeiter*in nach dem Log-In gleich mit der Eingabe Ihrer Idee oder mit dem Stöbern im Ideenpool Ihrer Kollegen starten können.

Wenn Registrierung und Konfiguration durchgeführt wurden, lädt der/die Administrator*in Ihres Unternehmens alle angelegten Benutzer*innen ein und Sie erhalten eine E-Mail, in der Sie den Link zum Tool finden. Über diesen Link bestätigen Sie Ihre E-Mail-Adresse, die gleichzeitig als Benutzername fungiert. Im nächsten Schritt werden Sie aufgefordert, Ihr Passwort zu erstellen. Et voilà – Sie sind angemeldet!

Die ersten Schritte

Nun sind Sie im Tool eingeloggt/angemeldet – was kommt als nächstes?



The screenshot shows the IdeaCheck dashboard. At the top, there is a green header with the 'LEAD' logo on the left and right. Below the header, a navigation menu on the left lists: Dashboard, Mein Profil, Neue Idee, Alle Ideen, FAQ, Kontakt, Über, Datenschutz, and Abmelden. The main content area features a large central graphic with various icons representing innovation and collaboration. Below the graphic, a welcome message reads 'Herzlich Willkommen, Christian Gehrig!' followed by a 'TOUR STARTEN' button. Below this, there are three sections: 'Benachrichtigungen' (Notifications) with a message 'Es sind noch keine Benachrichtigungen für Sie vorhanden.', 'Meine Ideen & Entwürfe' (My Ideas & Drafts) with a table header 'Bezeichnung', 'Art', and 'Status', and 'Neueste Ideen' (Latest Ideas) with a 'KATEGORIE WÄHLEN' dropdown menu and a table header 'Mitarbeiter*in', 'Titel', 'Kategorie', and 'Datum'.

Sie können sich natürlich erstmal mit dem Tool vertraut machen. Das geht am einfachsten, indem Sie die **Hilfe-Funktion** in Anspruch nehmen. Diese wird Ihnen gleich auf dem Dashboard – Ihrer Startseite – angezeigt und führt Sie durch die wichtigsten Funktionen des Dashboards. Sie können jederzeit auf diese Hilfe-Funktion zurückgreifen, wenn Sie auf „Tour starten“ klicken. Tipp: diese Funktion finden Sie übrigens auf jeder Seite, gekennzeichnet mit diesem Button .

Auf dem **Dashboard** finden Sie außerdem die neuesten auf Sie zugeschnittenen Updates, eine Übersicht der neuesten Ideen im Unternehmen sowie eine Übersicht Ihrer eigenen Ideen und eine Statistik dazu, wie viele Ideen es im Unternehmen in welcher Phase gibt.

Außerdem weist die Start-Tour Sie schon auf den nächsten Schritt hin – das **Vervollständigen Ihres Profils**. Sie können Ihr Profilbild ergänzen, bestehende Angaben bei Bedarf anpassen und Ihre Kompetenzen und Interessen angeben. Das ist besonders wichtig, da Sie auf Basis Ihrer hier definierten Angaben von anderen Mitarbeiter*Innen im Unternehmen für die Realisierung von Ideen gezielt gesucht werden können.

Nun können Sie sich unter „**Alle Ideen**“ die Ideen Ihrer Kolleg*Innen anschauen, nach für Sie relevanten Kategorien filtern bzw. nach Ideen suchen und sich mit Ihren Kolleg*Innen zu diesen vernetzen.

Sie können es kaum erwarten, Ihre eigene Idee einzugeben und voranzutreiben? Dies können Sie unter „**Neue Idee**“ tun. Was hier Ihre nächsten Schritte sind, erfahren Sie im nächsten Abschnitt.

Ich habe eine Idee, was nun? (Ideenverantwortlich)

Sie haben eine Idee, die Sie gerne mit anderen in Ihrem Unternehmen teilen möchten? Dann sind Sie „Verantwortlich“ für diese Idee und damit für die Weiterentwicklung dieser zuständig.

Um Ihre Idee im Tool festzuhalten, füllen Sie im ersten Schritt eine Kurzbeschreibung Ihrer Idee aus – die **Ideenskizze**. Diese dient dazu, anderen im Unternehmen eine Zusammenfassung Ihrer Idee zu geben, sodass diese nachvollziehen können, worin die Idee besteht, warum sie für das Unternehmen wichtig ist und woher diese kommt.

Ideen-Skizze

Pflichtfelder sind mit * gekennzeichnet

Verantwortlich  Christian Gehrig

Titel *

Was ist Ihre Idee? *

Warum brauchen wir die Idee?

Woher kommt die Idee?

Wenn Sie diese nun als „**Entwurf**“ speichern, ist die Idee nur für Sie einsehbar. Sie können diese weiter ausarbeiten, bis Sie die Idee auch mit anderen im Tool teilen möchten. Das können Sie jederzeit mit dem Klick auf den Button „**Veröffentlichen**“ tun. Eine einmal veröffentlichte Idee kann nicht wieder zurück in den Entwurfsstatus gesetzt werden. Wenn Sie Ihre Idee veröffentlicht haben, ist diese noch nicht zur Bewertung freigegeben. Sie haben nun Zeit, Ihre Idee – ggf. mit weiteren Personen im Unternehmen – weiterzuentwickeln.

Detaillierte Informationen zu Ihrer Idee geben Sie im nächsten Schritt ein. Hier wird Ihnen angezeigt, welche Informationen in diesem Kategorienbereich zur Bewertung Ihrer Idee angefordert werden – sogenannte **kategoriespezifische Kriterien**. Diese helfen Ihnen, Ihre Idee zu konkretisieren und sie spezifischer auf die anschließende Bewertung auszurichten. Welche Informationen angefordert werden ist davon abhängig, welcher Kategorie Ihre Idee zugeordnet wird. Kategorien können beispielsweise Produkt-, aber auch Unternehmensbereiche sein – je nachdem, wie diese von Ihrem Unternehmen konfiguriert wurden.

Kategoriespezifische Kriterien

Hier sollten Sie Ihre Idee um detaillierte Informationen ergänzen. Dadurch wird eine fundierte Bewertung ermöglicht.
Notieren Sie am besten alle Informationen, die Sie bereits haben.
Schauen Sie sich die [Bewertungskriterien](#) für diese Phase an und geben Sie die Idee erst dann zur Bewertung frei, wenn Sie alle für die Bewertung erforderlichen Informationen eingegeben haben.

Zuordnung Produktkategorie

Notwendige personelle Ressourcen

- Smartphone
- Tablet
- Smartwatch

Notwendige technische Ressourcen

Beschreiben Sie, welche technischen Ressourcen nötig sind, um die Idee zu realisieren.

Sie können Ihrer Idee auch Dateien hinzufügen und Themen zur Diskussion eröffnen.

Sobald die Idee veröffentlicht – also für andere im Unternehmen sichtbar – ist, können Sie auch Kolleg*innen zu Ihrer Idee einladen. Suchen Sie sich Expert*innen im Unternehmen zusammen, die Ihre Idee als **Unterstützer***innen mit ihrer fachlichen Kompetenz bereichern können. Diese können Sie über einen entsprechenden Menüpunkt suchen – die Suche ist spezifizierbar nach Namen, Abteilung und nach Kompetenzen/Interessen. Weitere Informationen zu den unterschiedlichen Rollen im Innovationsprozess finden Sie im nächsten Kapitel.

Wenn Sie Ihre Ideenskizze und die für diese erste Phase relevanten kategoriespezifischen Kriterien ausgefüllt haben, können Sie Ihre Idee **zur Bewertung freigegeben**. Bevor Sie dies tun, sollten Sie sich die Bewertungskriterien für diese Phase angesehen haben, um sicherzugehen, dass Ihre Ausführungen Input für diese Kriterien liefern. Der Menüpunkt „**Bewertungskriterien einsehen**“ wird Ihnen bei der Eingabe Ihrer Idee angezeigt. Wenn Sie Ihre Idee zur Bewertung freigegeben haben, geben Sie diese in die Hände des für diese Phase und diese

Kategorie ausgewählten Bewertungsgremiums. Welche Personen des Unternehmens dem jeweiligen **Bewertungsgremium** angehören, können Sie ebenfalls in den Bewertungskriterien einsehen.

Eigenschaften

Schwellenwert der Bewertungskriterien

Die Mitglieder eines Entscheidungsgremiums müssen für jedes Kriterium 1, 4, 7 oder 10 Punkte vergeben. Der Schwellenwert legt fest, wie viel Prozent der Maximalpunktzahl erreicht werden muss, damit die Idee für die nächste Phase zugelassen wird.



60%

Entscheidungsgremium

 Jürgen Breuer

 Milena Treis

 Amir Elharar

 Rajani Khatri

 Carsten Treu

 Elke Neumaurer

Faktor 1: Technische Machbarkeit
Gewichtung: 1

Kriterium	1	4	7	10
Wir können die Idee mit den uns zur Verfügung stehenden Ressourcen umsetzen.	Stimme überhaupt nicht zu	Stimme eher nicht zu	Stimme eher zu	Stimme voll und ganz zu
Die neue Technologie lässt sich problemlos mit bestehenden Technologien integrieren.	Stimme überhaupt nicht zu	Stimme eher nicht zu	Stimme eher zu	Stimme voll und ganz zu
Die Umsetzung ist mit geringem technischem Aufwand verbunden.	Stimme überhaupt nicht zu	Stimme eher nicht zu	Stimme eher zu	Stimme voll und ganz zu

Nun hat das Bewertungsgremium eine Frist, um Ihre Idee zu bewerten und über den Fortgang dieser zu entscheiden. Die Dauer der Frist wird vorab vom Unternehmen festgelegt und kann in den Bewertungskriterien eingesehen werden. Sie können einsehen, wie viele Bewertungen schon eingegangen sind und wie viele noch ausstehen. Der Status Ihrer Idee wird in dieser Zeit als „in Bewertung“ angezeigt. Nach Eingang aller Bewertungen werden Ihnen die Bewertungen zugänglich gemacht und Sie erhalten per E-Mail das **Feedback**, ob Ihre Idee in die nächste Phase übergegangen ist oder zurückgestellt wurde.

Wenn Ihre Idee es in die nächste Phase geschafft hat, wiederholt sich der Prozess. Sie füllen nun die hier angeforderten Informationen aus und geben dann Ihre Idee zur Bewertung für den Übergang in die nächste Phase frei.

Die Sache mit der Ideenübergabe

Wenn Sie eine Idee ins Unternehmen bringen möchten, diese jedoch aufgrund fehlender Ressourcen und/oder Zeitmangel nicht selbst vorantreiben können, können Sie Ihre Idee trotzdem im Tool einstellen und diese **einer anderen Person übergeben**. Wenn Sie dies tun, sollten Sie sich Gedanken machen, wer außer Ihnen diese Idee weiter vorantreiben könnte und bei

Freigabe Ihrer Idee diese Person als Verantwortliche*n einladen. Wenn der-/diejenige ablehnt oder Ihnen niemand einfällt, können Sie Ihre Idee auch ohne einen neuen Verantwortliche*n zu spezifizieren freigeben. Diese steht dann auf dem Dashboard zur Übernahme bereit und kann von Interessenten adoptiert werden. Denken Sie jedoch daran, dass dies die Gefahr birgt, dass die Idee „liegen bleibt“ und nicht weiterverfolgt wird.

Ich möchte mir einen Überblick zu Ideen im Unternehmen verschaffen

Sie möchten sich anschauen, an welchen Ideen im Unternehmen schon gearbeitet wird? Eine Liste der neuesten Ideen bekommen Sie immer auf dem Dashboard angezeigt. Wenn Sie sich einen Überblick zu allen Ideen im Unternehmen verschaffen möchten oder eine Idee zu einem konkreten Thema suchen möchten, gehen Sie im Menü auf „**Alle Ideen**“. Hier können Sie entweder in den jeweiligen Kategorien nach Ideen suchen oder direkt auf „Idee suchen“ gehen und Ihre Suche nach unterschiedlichen Informationen filtern. Weiterhin können Sie über die Suchfunktion das Profil Ihrer Kolleg*Innen einsehen, um zu schauen, welche Ideen diese bisher eingebracht haben bzw. an welchen sie mitwirken.

Ich möchte an Ideen anderer mitwirken – aber wie?

Sie haben keine eigene Idee, aber große Lust an der Vorbereitung von Innovationsprojekten mitzuwirken und Ihre Expertise zu teilen? Dann schauen Sie sich am besten im **Ideenpool** Ihrer Kolleg*Innen um und finden die für Ihre Kompetenzen und Interessen passenden Ideen.

Wenn Sie sich für eine Idee entschieden haben und diese anzeigen lassen, können Sie hier im Menü dieser Idee „**Folgen**“ oder diese „**Unterstützen**“. Wenn Sie einer Idee folgen, erhalten Sie automatisch Updates zum Status dieser Idee. Eine Idee unterstützen können Sie



aktiv oder passiv – unter dem „**Unterstützen**“-Button können Sie mit „**Gefällt mir**“ Ihre Zustimmung an der Idee ausdrücken, oder mit „**Aktiv unterstützen**“ ihr Mitwirken bei der Konkretisierung der Idee anbieten. In diesem Fall wird der bzw. die Verantwortliche der Idee darüber informiert und kann Ihre Unterstützung annehmen. Darüber werden Sie per E-Mail informiert.

Weiterhin können Sie Fragen oder Kommentare zu einer Idee über ein Thema im Feld „Diskussion“ eingeben und so Ihre Expertise einbringen.

Falls Sie auf dem Dashboard eine Idee unter „**Idee freigegeben**“ sehen, die Sie gerne als Verantwortlicher vorantreiben möchten, klicken Sie ganz einfach auf „**Übernehmen**“. Nun können Sie weitere Personen zu Ihrer Idee einladen und diese gemeinsam konkretisieren.

3 Die Ideenbewertung

Der Bewertungsprozess

Um Ressourcen zielgerichtet in erfolgversprechende Innovationsprojekte investieren zu können, bietet der IdeaCheck einen iterativen und systematischen Prozess, in dem Ideen durch eine bestimmte Anzahl von Phasen laufen und damit Schritt für Schritt konkretisiert werden.

Es gibt eine bestimmte Anzahl von Checks, die eine Idee durchlaufen muss, bis sie angenommen wird. Wie viele Phasen es gibt, ist von Kategorie zu Kategorie unterschiedlich und wird von den Entscheider*innen der einzelnen Kategorien festgelegt. Zur Bewertung der Ideen gibt es jeweils ein vom Unternehmen definiertes Zeitintervall. Alle Entscheidungen werden dokumentiert und sollen um Feedback zur Idee sowie Angaben zu den Schritten, die in der nächsten Phase der Ideenentwicklung anstehen, ergänzt werden. Haben alle Mitglieder des Bewertungsgremiums ihre Bewertung abgegeben, erhalten Ideenverantwortliche und Unterstützer*innen diesbezüglich Rückmeldung.

Der Bewertungsstatus

Welchen Status Ihre Idee derzeit hat, ist auch im Tool sichtbar. Mögliche Stati sind:

Bearbeitung

In Bewertung

Nicht bestanden

Zurückgezogen

Gestoppt

Abgelehnt

Wenn Ihre Idee noch nicht zur Bewertung freigegeben wurde, wird ihr Status als „Bearbeitung“ gekennzeichnet. Auch wenn das Bewertungsgremium von Ihrer Idee Anpassungen einfordert, wird sie wieder „Bearbeitung“ zurückgesetzt.

„In Bewertung“ bedeutet, dass die Idee noch nicht von allen Mitgliedern des Bewertungsgremiums bewertet wurde. Wenn sich die Idee in der Bewertung befindet, ist die Idee zur Bearbeitung geblockt. Es kann eingesehen werden, wie viele Bewertungen schon eingegangen sind, die Bewertung an sich wird jedoch erst sichtbar, wenn alle Bewertungen vorliegen.

Wenn das Bewertungsgremium entschieden hat, dass die Idee zum jetzigen Zeitpunkt nicht realisiert werden soll, steht unter dem Status „Nicht bestanden“. Diesen Status können Sie innerhalb von vier Wochen nach der Bewertung verändern, andernfalls erhält die Idee automatisch den Status „Abgelehnt“. Aus den Begründungen für die Ablehnung im Check können Sie erkennen, ob Sie Ihre Idee zu einem späteren Zeitpunkt und bei Bedarf angepasst wieder einbringen sollten, oder ob Ihre Idee im Unternehmen in absehbarer Zukunft nicht realisiert werden kann. Wenn Sie die Idee weiterbearbeiten, setzen Sie diese erneut in den Status „Bearbeitung“. Der Status „Zurückgezogen“ gibt an, dass Sie die Idee nicht erneut einbringen möchten.

Wurde eine Idee für gut befunden und hat den Check erfolgreich passiert, können Sie Ihre Idee in der nächsten Phase analog der Empfehlungen des Bewertungsgremiums konkretisieren.

Für jede Kategorie, in der eine Idee eingebracht werden kann, gibt es eine*n Verantwortliche*n, der/die den Überblick über alle zugehörigen Ideen und den jeweiligen Status hat. Kommt es zu Engpässen in den Ressourcen und kann beispielsweise aus Zeitgründen an bestimmten Ideen nicht weitergearbeitet werden, kann diese*r Verantwortliche Ideen stoppen. Diese Ideen erhalten dann den Status „Gestoppt“.

Das Bewertungsgremium

Ein Bewertungsgremium existiert für jeden Check, der zum Übergang in die nächste Phase im Prozess durchlaufen werden muss. Die Bewertungsgremien können sich von Kategorie zu Kategorie sowie von Check zu Check innerhalb derselben Kategorie unterscheiden. Über die Anzahl und die Personen im jeweiligen Bewertungsgremium entscheidet das Unternehmen. Wir empfehlen eine Mindestanzahl von drei Personen pro Gremium.

Hauptaufgabe des Gremiums ist die Bewertung von Ideen anhand vorgegebener Bewertungskriterien (sog. Scorecards). Diese Scorecards werden für jede Ideenkategorie von den Mitgliedern des Bewertungsgremiums vorab entworfen und sind für alle Nutzer*innen einsehbar. Jedes Mitglied des Bewertungsgremiums füllt die Scorecard für die Idee aus und vergibt Punkte für die einzelnen Bewertungsaspekte. Die Anzahl der Punkte des gesamten Bewertungsgremiums entscheidet, ob die Idee in die nächste Phase kommt, oder ob diese nicht, oder nur mit Nacharbeit weiterverfolgt werden soll. Für die bessere Nachvollziehbarkeit der Entscheidung erhält der/die Ideenverantwortliche von den Mitgliedern des Bewertungsgremiums neben der Punktebewertung zusätzlich ein inhaltliches Feedback im Rahmen der Bewertung.

4 Wie sollte der IdeaCheck im Unternehmen begleitet werden?

Tooleinführung – hier ist das Management gefragt

Der erfolgreiche Einsatz von IdeaCheck im Unternehmen ist maßgeblich davon abhängig, wie das Tool eingeführt wird. Die Unterstützung durch das Management spielt – wie bei allen Veränderungsprozessen – eine entscheidende Rolle. Die Unterstützung besteht zum einen darin, die entsprechenden Strukturen mit aufzubauen, die die Nutzung des Tools im engeren Sinne und das Vorantreiben von Innovationen im weiteren Sinne ermöglichen. Das kann beispielsweise durch Anreizstrukturen geschehen oder durch die Zurverfügungstellung von zeitlichen und finanziellen Ressourcen für die Arbeit an den Ideen als Ideenverantwortliche*r oder Unterstützer*in. Zum anderen sollte das Management eine Vorbildfunktion einnehmen, indem das Arbeiten an Innovationsprojekten wertgeschätzt und die Nutzung des Tools dafür unterstützt wird.

In Einführungsveranstaltungen sollte das Tool den Mitarbeitern anhand eines konkreten Beispiels vorgestellt werden, welches aufzeigt, welche Art von Ideen über das Tool vorangetrieben werden sollen. Hier sollte kommuniziert werden, welchen Stellenwert der IdeaCheck im Unternehmen hat und welche Ziele mit der Einführung verfolgt werden. Der Stellenwert definiert sich bspw. über zeitliche Ressourcen, die Mitarbeiter*innen eingestanden werden, um sich selbstständig mit dem Tool vertraut zu machen und es zu nutzen, ebenso wie über die im Unternehmen gelebte Einstellung gegenüber Innovationen und dem IdeaCheck. Holen Sie die Führungskräfte an Board – die Einstellung des Teamleiters zu einem Tool beeinflusst erheblich die Nutzungsbereitschaft seiner/ihrer Teammitglieder.

Damit der IdeaCheck kontinuierlich genutzt wird, muss er lebendig bleiben. Dazu kann das Management erheblich beitragen, indem das Tool durch regelmäßige begleitende Prozesse unterstützt wird und Feedback zu den Ideen zeitnah gegeben wird.

Zur Einführung des Tools gehört auch eine gute Vorbereitung dessen. Damit der IdeaCheck für alle Mitarbeiter*innen nutzbar ist und Sie direkt mit dem Tool durchstarten können, muss es vorab konfiguriert werden. Eine detaillierte Beschreibung des Einrichtungsprozesses inklusive anschaulicher Beispiele finden Sie in Teil II dieses Dokuments.

5 Welche Rahmenbedingungen unterstützen den IdeaCheck?

Der Erfolg des Ideenmanagements wird letztendlich an objektiven Kennzahlen gemessen (z.B. Umsetzungsrate, erzielte Einsparungen). Voraussetzung für den Erfolg ist das individuelle Engagement der Mitarbeiter*innen: Ideen entwickeln, diese als Vorschlag einreichen, über fremde Ideen nachdenken und weiterentwickeln, Ideen umsetzen und in den Arbeitsalltag übernehmen sind entscheidende Verhaltensweisen für den Erfolg. Das individuelle Engagement zeigt sich in der Nutzungshäufigkeit und –intensität von Idea-Check. Um das Ideenmanagement anzutreiben, ist die Tooleinführung im Sinne der Etablierung eines strukturierten Ideenmanagements eine notwendige aber nicht hinreichende Voraussetzung.

Die Einführung des IdeaChecks wird selbstverständlich nicht automatisch die Innovationsfähigkeit Ihres Unternehmens verändern. Ein Tool ist eine tolle Unterstützung und kann die Hürden zur Ideenentwicklung durch die Vereinfachung des Innovationsprozesses reduzieren. Jedoch benötigt es die passenden Rahmenbedingungen, um eine wirkliche Transformation in Richtung Innovation voranzutreiben. Dafür sind sowohl die gelebte Innovationskultur als auch gewisse Strukturen im Unternehmen wichtig, die Innovationen fördern.

Innovationskultur schaffen

Zu einer innovativen Unternehmenskultur tragen insbesondere die folgenden Themen bei:

- Eine klare Vision
- Ein gemeinsames Streben nach Exzellenz
- Ein offener und partizipativer Austausch untereinander
- Eine gegenseitige Unterstützung bei der Entwicklung von Ideen

Eine klare Vision, die erreichbare Ziele beinhaltet, dient Mitarbeiter*innen zur Orientierung. Sie unterstützt dabei, die individuellen Kräfte zu fokussieren und ist richtungsweisend. Daher ist es empfehlenswert, die Unternehmensstrategie sowie die Unternehmensvision transparent und greifbar zu machen, so dass Mitarbeiter*innen einschätzen können, welche Art von Ideen derzeit Priorität im Unternehmen haben.

Hohe Leistungsstandards, die untereinander definiert sind und auf die man gegenseitig achtet, unterstützen auch bei der Aufrechterhaltung einer Innovationskultur. Dabei sind nicht nur vorher festgelegte Leistungsstandards, sondern vor allem die regelmäßige gemeinsame Reflexion der eigenen Arbeit wichtig, die es erlaubt, bisherige Stärken und Schwächen zu identifizieren, und ein gemeinsames Lernen ermöglicht. Die Synergien, die durch diese gemeinsame Reflexion und das kritische Hinterfragen der eigenen Arbeit gehoben werden, sind ausschlaggebend für eine gemeinsame Weiterentwicklung in Richtung Exzellenz.

Weiterhin zeigt sich, dass Informationen und Ideen im Team bzw. im Unternehmen erst ausgetauscht werden und die Bereitschaft für ein gemeinsames Experimentieren nur dann besteht, wenn sich Mitarbeiter*innen sicher davor fühlen, persönlich attackiert oder beschämt zu werden. Das bedeutet, dass eine Kommunikation aufgebaut werden sollte, die von Offenheit und Wertschätzung geprägt ist, so dass auch „unreife“ Ideen vorgebracht werden können, auf denen dann gemeinsam aufgebaut werden kann. Weiterhin ist ein regelmäßiger Kontakt wichtig, um diesen Aufbau auf Ideen zu gewährleisten, aber auch diese Art von Vertrauenskultur zu entwickeln.

Zuletzt ist es wichtig, dass nicht nur zeitliche Ressourcen für die Ideenentwicklung zur Verfügung gestellt werden, sondern dass auch personelle und finanzielle Ressourcen vorhanden sind, um die Ideen auch umsetzen zu können. Ohne tatkräftige Unterstützung wirkt ein Lippenbekenntnis zu Innovation eher frustrierend und wirkt sich womöglich langfristig negativ auf die Motivation, neue Ideen einzubringen, aus.

Innovationsstruktur schaffen

Zu einer Innovationsstruktur tragen insbesondere die folgenden Themen bei:

- Motivation durch Zeit, Wertschätzung und Anreize
- Persönliche Relevanz
- Trainings

Durch das zur Verfügung stellen von Zeit, um sich mit Ideen auseinanderzusetzen und anderen auszutauschen, die wertschätzende Anerkennung eingebrachter Ideen und das Schaffen von Anreizen werden auch Mitarbeiter*innen motiviert, die nicht zu den Kerninnovatoren des Unternehmens gehören, Ideen einzubringen. Daher ist es empfehlenswert, die Toolnutzung in die Jobbeschreibung zu integrieren und allen Mitarbeiter*innen den Zugang zum Tool zu ermöglichen. Wichtig ist, den Mitarbeiter*innen Orientierung zu geben, wann das Tool genutzt werden soll und welche Zeiten für die Nutzung zur Verfügung stehen.

Hat die Toolnutzung persönliche Relevanz, steigt die Nutzungsbereitschaft. Ein zusätzlicher Anreiz kann darin bestehen, die Innovationstätigkeiten von gesamten Teams und/oder den einzelnen Mitarbeiter*innen in die Leistungsbeurteilung bzw. Zielvereinbarung aufzunehmen. Aus der Nutzung des Tools sollte also auch ein persönlicher Nutzen für die Mitarbeiter*innen entstehen.

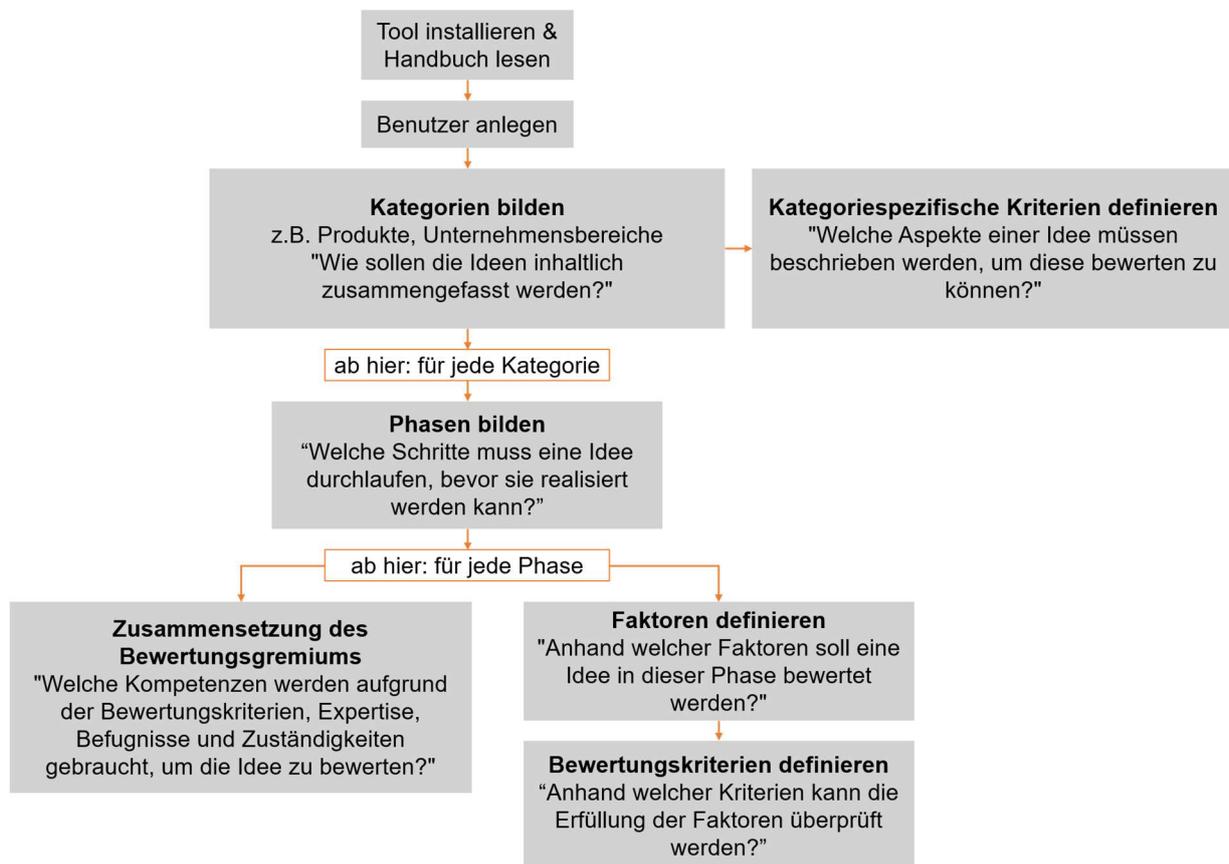
Regelmäßige Trainings über die Nutzung des Tools sorgen dafür, dass Unsicherheiten über Funktionen nicht zum Hemmnis für die Kommunikation von Innovationsideen werden. Um Innovation ein Teil der Unternehmensstruktur werden zu lassen, bieten sich ergänzende Trainings zu kreativen Techniken und Feedback an.

Teil II: Konfiguration des IdeaCheck

Das Besondere am IdeaCheck sind die Anpassungsmöglichkeiten auf Ihre ganz individuellen Unternehmensbedürfnisse. Sie entscheiden, welche Grobkategorien sich für die Sortierung Ihrer Ideen im Unternehmen am besten eignen und nach welchen Kriterien diese bewertet werden sollen. Damit konfigurieren Sie Ihren ganz individuellen IdeaCheck. Wir unterstützen Sie darin, indem wir Ihnen eine Vorlage mit möglichen Kriterien zur Verfügung stellen. Diese können Sie jedoch anpassen und auf Ihre Bedürfnisse zuschneiden.

Um den IdeaCheck in Ihrem Unternehmen einzuführen, müssen Sie sich Gedanken dazu machen,

- zu welchen **Kategorien** Sie Ideen zusammenfassen möchten,
- nach welchen **Kriterien** Sie die Ideen einer Kategorie bewerten möchten,
- durch wie viele **Phasen** eine Idee einer Kategorie laufen soll, bevor die Umsetzung entschieden wird,
- und wer (**Bewertungsgremium**) die Ergebnisse der jeweiligen Phasen bewertet.



Um Sie durch diesen Prozess für die Konfiguration des Tools zu führen, simulieren wir diesen im Folgenden anhand eines Beispiels und hoffen, Ihnen die Einrichtung des IdeaChecks hierdurch ein wenig erleichtern zu können. Wir zeigen hier, welche Überlegungen und Entscheidungen vorab in Ihrem Unternehmen getroffen werden müssen, damit die Konfiguration des IdeaChecks erfolgen kann. Die eigentliche Umsetzung der Konfiguration im Tool ist danach schnell erledigt und wird am Ende dieses Kapitels Schritt für Schritt erklärt.

In unserem Beispiel handelt es sich um die R&D-Abteilung eines Unternehmens, das Computer Hard- und Software herstellt. Das Unternehmen ist vollkommen fiktiv und auch der Entscheidungsprozess ist nur zu Erklärungszwecken entwickelt worden.

1 Kategorien

Im ersten Schritt müssen Sie als Unternehmen definieren, in welche Kategorien Ihre Innovationsideen unterteilt bzw. sortiert werden können. Das erleichtert es später den Nutzer*innen, Ideen in den für sie relevanten Kategorien zu recherchieren. Kategorien sind jedoch auch notwendig, um Ideen je nach Kategorie anhand von unterschiedlichen Kriterien zu bewerten und um den Bewertungsprozess zu individualisieren.

Beispielsweise legen Sie wahrscheinlich unterschiedliche Kriterien an, je nachdem ob Sie Produkte oder Prozesse in Ihrem Unternehmen bewerten. Genauso kann es sein, dass Ideen mancher Bereiche komplexerer Natur sind als Ideen anderer Bereiche, und dass diese daher möglicherweise mehr Phasen durchlaufen müssen. Und auch die Zusammensetzung der Bewertungsgremien wird sich bei den Produkten oder Prozessen unterscheiden. Im Folgenden veranschaulichen wir an unserem Beispiel das Anlegen von Kategorien.

Beispiel

Vor Einführung des IdeaChecks haben sich die Geschäftsführung und die Entscheidungsträger*innen der einzelnen Geschäftsbereiche unseres Unternehmens gemeinsam überlegt, wie sich das Unternehmen bestmöglich in Innovations-Kategorien einteilen lässt. Als modernes und innovatives Unternehmen arbeiten die Mitarbeiter*innen die meiste Zeit in agilen Projektteams zusammen. Da die Grenzen zwischen einzelnen Produkten nicht eindeutig identifizierbar sind, hat man sich entschieden, relativ umfassende Kategorien zu bilden, die gleichzeitig den Nutzer*innen des IdeaChecks im Unternehmen eine eindeutige Einordnung ihrer Ideen ermöglichen. Die gewählten Kategorien lauten:

1. **Mobilgeräte** (Handys, Tablets etc.):
 - Am stärksten wachsender Bereich des Unternehmens
 - Wachstumsmarkt mit viel unausgeschöpftem Potenzial
 - Große Konkurrenz, gründungsfreundliches Umfeld
 - Fokus: Energieeffiziente Technik, Benutzerfreundlichkeit und Ergonomie, Entwicklung neuer Features

2. **Computer** (Desktop-PCs, Laptops):
 - Umsatzstärkster Bereich des Unternehmens
 - Reifer, gesättigter Markt mit ausgereiztem Innovationspotenzial
 - Große Konkurrenz, geringe Differenzierungsmöglichkeiten
 - Fokus: Leistungssteigerung, Stabilität der Systeme, Design

3. **Software**:
 - Größtes Alleinstellungsmerkmal des Unternehmens
 - Wachsende Integration aller Gerätekategorien (Mobil und Computer), Software größtenteils nahtlos über alle Systeme nutzbar
 - Fokus: Verbesserung der geräteübergreifenden Kompatibilität, Entwicklung neuer Features

Aufgrund der unterschiedlichen Ausrichtungen der Bereiche, unterscheiden sich auch die Bewertungskriterien für Ideen aus dem Bereich „Mobilgeräte“ von denen der Bereiche „Computer“ und „Software“, weswegen man sich im Unternehmen für diese Sortierung der Ideen entschieden hat. Im Folgenden greifen wir uns die Mobilgeräte-Kategorie heraus, um anhand dieser beispielhaft zu beschreiben, wie die weitere Konfiguration in Bezug zu Bewertungskriterien, Gremien und Phasen vorbereitet wird.

Kategoriespezifische Kriterien

Wie bereits beschrieben, unterscheiden sich die Kriterien vermutlich zwischen den von Ihnen erstellten Kategorien. IdeaCheck bietet Ihnen daher innerhalb jeder Kategorie die Möglichkeit, kategoriespezifische Kriterien zu definieren, mit Hilfe derer Sie die Anforderungen einer Kategorie an die Nutzer*innen kommunizieren können.

Die kategoriespezifischen Kriterien müssen von Ideenverantwortliche*n ausgefüllt werden, bevor eine Idee zur Bewertung freigegeben wird. Durch eine gezielte Abfrage relevanter Aspekte einer Idee erleichtern Sie so auch die Evaluation und Bewertung der Idee. Zusätzlich kann die Idee durch die kategoriespezifischen Kriterien genauer beschrieben werden.

Sie können sowohl Freitextfelder als auch vorgegebene Antwortmöglichkeiten als kategoriespezifische Kriterien definieren.

Beispiel

In der Kategorie Mobilgeräte wurden in Vorbesprechungen vier zentrale Oberthemen herausgearbeitet, die bei der Bewertung einer Idee eine Rolle spielen und mit Hilfe derer die folgenden kategoriespezifischen Kriterien definiert wurden:

- **Zuordnung Produktkategorie**
 - *Vorgegebene Werte:* Smartphone, Tablet, Smartwatch
- **Notwendige Technische Ressourcen**
 - *Freitext:* Beschreiben Sie, welche technischen Ressourcen nötig sind, um die Idee zu realisieren
- **Notwendige Personelle Ressourcen**
 - *Freitext:* Beschreiben Sie den notwendigen Personalaufwand, um Ihre Idee zu realisieren
- **Innovationspotenzial**
 - *Freitext:* Beschreiben Sie, welche Innovationen die Idee bietet.
- **Erwarteter Wettbewerbsvorteil**
 - *Freitext:* Beschreiben Sie, inwiefern die Idee dazu beiträgt, sich von der Konkurrenz zu distanzieren und Wettbewerbsvorteile zu erzielen.

Kategoriespezifische Kriterien

Hier sollten Sie Ihre Idee um detaillierte Informationen ergänzen. Dadurch wird eine fundierte Bewertung ermöglicht.
Notieren Sie am besten alle Informationen, die Sie bereits haben.
Schauen Sie sich die [Bewertungskriterien](#) für diese Phase an und geben Sie die Idee erst dann zur Bewertung frei, wenn Sie alle für die Bewertung erforderlichen Informationen eingegeben haben.

Zuordnung Produktkategorie

Notwendige personelle Ressourcen

Notwendige technische Ressourcen

Beschreiben Sie, welche technischen Ressourcen nötig sind, um die Idee zu realisieren.

Kategorienverantwortliche*r

Beim Erstellen einer Kategorie muss zudem ein*e Kategorieverantwortliche*r designiert werden. Diese Person ist dazu befugt, unabhängig von den Entscheidungen der Gremien, Ideen zu stoppen, falls diese momentan nicht weiterverfolgt werden können (z.B. aufgrund von fehlenden finanziellen Mitteln). Ebenso kann der/die Kategorieverantwortliche Ideen wieder fortsetzen.

Beispiel

In unserem Beispiel gibt es einen Innovationsbeauftragten, der für alle Ideen der Kategorie Mobilgeräte mitverantwortlich ist. Daher wird dieser auch als Kategorieverantwortlicher eingetragen.

2 Phasen

Für jede festgelegte Kategorie gibt es einen eigenen Entscheidungsprozess, der sich in verschiedene Phasen unterteilt. Je nach Komplexität und Anforderungen an die Ideen der Kategorie unterscheiden sich die Entscheidungsprozesse und damit auch die Anzahl der Phasen.

Beispiel

Die Kategorien „Mobilgeräte“ und „Computer“ unterscheiden sich in ihren Phasen, da die Anforderungen der Nutzer*innen extrem unterschiedlich sind: Während Innovationen bei Mobilgeräten möglichst schnell sein müssen, um der wachsenden Konkurrenz zuvorkommen zu können, müssen Innovationen bei Computern gründlicher überprüft werden und sind damit zeitintensiver. Dementsprechend durchlaufen Ideen in der Kategorie „Mobilgeräte“ in unserem Beispiel nur drei Phasen im IdeaCheck, um möglichst schnell Marktreife zu erlangen.

Die drei Phasen für die Beurteilung von Ideen haben sich in Gesprächen mit führenden Angestellten, die hauptsächlich an Mobilgeräte-Projekten beteiligt sind, herauskristallisiert. Im IdeaCheck wird für jede Phase ein Titel eingetragen, der für die Nutzer*innen deutlich machen soll, worum es in dieser Phase geht. Dem Titel sollte eine kurze Beschreibung hinzugefügt werden, welche die Inhalte der Phase näher erläutert. In unserem Beispiel wurden folgende Phasen festgelegt:

1. **Grobkonzept:** Erster Ideenentwurf, Darstellung der grundlegenden Idee und zentralen Parameter
2. **Feinkonzept:** Projektteam bilden und Idee vollständig ausarbeiten
3. **Prototyping:** Erste Umsetzung der Idee, Entwicklung eines physischen Prototyps zum Testen der Idee

Gremien

Jede Phase hat unterschiedliche Anforderungen. Dementsprechend muss für jede Phase entschieden werden, wie sich das jeweilige Entscheidungsgremium der Kategorie und Phase zusammensetzt, sodass Ideen optimal bewertet werden können. Als Gremiumsmitglieder empfehlen sich Personen mit fachlicher Expertise in der jeweiligen Kategorie, aber auch mit entsprechender Entscheidungsbefugnis. Darüber hinaus empfehlen wir eine*n Vorsitzende*n für jedes Gremium zu ernennen, der/die die Schritte für die nächste Phase gesammelt zurückspielt.

Zur Veranschaulichung beschreiben wir im Folgenden die Zusammensetzung der Gremien in der Kategorie „Mobilgeräte“.

Beispiel

Da Mobilgeräte einen steigenden Anteil am Gesamtumsatz des Unternehmens ausmachen, wird Innovation in diesem Bereich besonders großgeschrieben. Daher ist die CTO des Unternehmens in den Innovationsprozess involviert und bewertet jede Idee am Ende der ersten sowie am Ende der dritten Phase.

Zusätzlich gibt es in dem Unternehmen einen Innovationbeauftragten, dessen Aufgabe es ist, jede Idee im IdeaCheck vom Anfang bis zum Ende zu begleiten. Somit ist er Mitglied jedes Entscheidungsgremiums.

Weiterhin werden in jeder Phase zusätzliche leitende Fachkräfte herangezogen, um die technische und finanzielle Umsetzbarkeit der Idee zu evaluieren.

3 Scorecard

Für den Übergang von einer Phase in die nächste wird eine Art Scorecard festgelegt. Mit Hilfe dieser Scorecard bewertet das Gremium der entsprechenden Phase die Ideen und entscheidet so, ob diese in die nächste Phase übergehen.

Jede Scorecard besteht aus **Faktoren** (Oberbegriffe) und dazugehörigen Bewertungskriterien. Jeder Faktor kann mit Hilfe einer oder mehrerer Fragen (**Bewertungskriterien**) evaluiert werden. Es können in jeder Phase maximal fünf Faktoren definiert werden.

Für jede Phase kann ein individueller **Schwellenwert** definiert werden, ab dem eine Idee in die nächste Phase übergehen kann. Die Summe der Bewertungen aller Kriterien muss diesen Wert erreichen, damit die Idee in die nächste Phase kommt.

Weiterhin können die Faktoren unterschiedlich **gewichtet** werden, so dass Schwerpunkte in den Faktoren gelegt werden können.

Im Folgenden werden sowohl die Faktoren als auch die Bewertungskriterien eingehender erklärt. Zum Abschluss dieses Abschnittes findet sich erneut ein zusammenfassendes Beispiel für diesen Schritt.

Faktoren

Für jede Phase müssen zunächst Faktoren definiert werden. Faktoren fassen die für das Unternehmen relevanten Aspekte einer Idee zusammen und helfen bei der Entscheidung darüber, ob eine Idee alle relevanten Merkmale erfüllt und somit in die nächste Phase übergehen kann. Zusätzlich können die Faktoren beim Erstellen der Scorecards gewichtet werden, um die unterschiedliche Relevanz einzelner Faktoren (z.B. Technische Machbarkeit) im Idea-Check zu verdeutlichen.

Beispiel

In der Kategorie Mobilgeräte hat unser Unternehmen die folgenden Faktoren je Phase festgelegt. Hinter dem Namen jedes Faktors steht in Klammern die gewählte Gewichtung.

1. **Grobkonzept:** Erste grobe Prüfung der Idee auf wichtigste Kriterien (Machbarkeit, Wirtschaftlichkeit, Passung zur Unternehmensstrategie)
 - *Technische Machbarkeit (1):* Um grobe Fehlinvestitionen zu vermeiden, wird jede Idee direkt zu Beginn die Idee auf die technische Machbarkeit überprüft.
 - *Return on Invest (1):* Die Kosten für die Entwicklung, Testung und Implementierung der Idee werden grob geschätzt und mit der geschätzten Rendite verglichen.
 - *Passung zur Unternehmensstrategie (1):* Passt die Innovation zum Image und zur Strategie des Unternehmens?
 - *Wettbewerbsvorteile (1):* Es wird abgewogen, inwiefern die Innovation Wettbewerbsvorteile mit sich bringt.
2. **Feinkonzept:** In einem Projektteam wird die Idee vollends ausgearbeitet und Plan für die technische Umsetzung wird aufgestellt.
 - *Prüfung des Konzepts (1):* Das Konzept wird von bisher nicht involvierten, führenden Techniker*innen auf Herz und Nieren geprüft und die Machbarkeit wird sehr streng anhand einer Vielzahl von Kriterien bewertet.
 - *Genaue Kostenrechnung (2):* Die benötigten personellen und finanziellen Aufwendungen zur Weiterentwicklung der Idee müssen kalkuliert werden und mit den Wettbewerbsvorteilen abgeglichen werden.
 - *Innovationszyklus (1):* Voraussichtliche Dauer bis zur Marktreife

3. **Prototyping:** Es handelt sich um den letzten Check bevor das Projekt den IdeaCheck verlässt und an das Marketing für eine erste Testung am Kunden übergeben wird.
- *Funktionalität (3):* Erfüllt der Prototyp die Erwartungen?
 - *Vollständigkeit (2):* Wurden alle geplanten Features umgesetzt?
 - *Genauigkeit (1):* Wurde sich an das erstellte Konzept gehalten?

Bewertungskriterien

Um die Erreichung der Faktoren messbar zu machen, müssen für jeden Faktor einer Phase Bewertungskriterien definiert werden. Kriterien dienen dazu, die definierten Faktoren quantifizierbar zu machen und müssen daher so formuliert sein, dass sie mit Hilfe einer numerischen Skala (Voreinstellung von 1: Stimme überhaupt nicht zu bis 10: Stimme voll und ganz zu) bewertet werden können.

Bei der Formulierung der Kriterien muss darauf geachtet werden, dass die Beschriftung der Skala zu den Formulierungen der Bewertungskriterien passt. In unserem Fall muss also jedes Bewertungskriterium so formuliert sein, dass es mit der entsprechenden „Zustimmung“ („Stimme überhaupt nicht zu“ bis „Stimme voll und ganz zu“) beantwortet werden kann. Die Beschriftung der Skala kann für jedes Bewertungskriterium angepasst werden, um Verwirrungen zu vermeiden raten wir aber zu einer einheitlichen Beschriftung für alle Kriterien. Es sollte zudem darauf geachtet werden, keine negativ formulierten Kriterien einzusetzen, da die Zustimmung immer die höchste Punktzahl ergibt und somit positiv bewertet wird.

Beispiel

Unser Unternehmen hat sich dazu entschieden die voreingestellte Skala von 1: „Stimme überhaupt nicht zu“ bis 10: „Stimme voll und ganz zu“ zu verwenden. Darauf aufbauend wurden beispielhaft in der ersten Phase (Grobkonzept) die folgenden Bewertungskriterien definiert:

- Faktor 1: Technische Machbarkeit
Kriterien:
 - Wir können die Idee mit den uns zur Verfügung stehenden Ressourcen umsetzen.
 - Die Umsetzung ist mit geringem technischem Aufwand verbunden.
 - Die neue Technologie lässt sich problemlos mit bestehenden Technologien integrieren.
- Faktor 2: Return on Invest
Kriterien:
 - Die Idee erfordert einen geringen finanziellen Aufwand.
 - Es ist wahrscheinlich, dass die Idee sich langfristig einen finanziellen Mehrwert für das Unternehmen darstellen wird.
 - Es ist davon auszugehen, dass die Idee innerhalb von 12 Monaten ihren Break-Even-Point erreicht.
- Faktor 3: Passung zur Unternehmensstrategie
Kriterien:
 - Die Idee ermöglicht eine engere Integration unserer Mobilgeräte und Computer.
 - Die Idee schafft viel Potenzial für weitere Innovationen.
 - Die Idee vermittelt den Kunden ein modernes und innovatives Bild.
- Faktor 4: Wettbewerbsvorteile
Kriterien:
 - Die Konkurrenz hat keine vergleichbaren Produkte.
 - Die Konkurrenz wird die Innovation nicht einfach kopieren können.
 - Die Innovation verbessert unsere Wettbewerbsposition.

Eigenschaften

Schwellenwert der Bewertungskriterien

Die Mitglieder eines Entscheidungsgremiums müssen für jedes Kriterium 1, 4, 7 oder 10 Punkte vergeben. Der Schwellenwert legt fest, wie viel Prozent der Maximalpunktzahl erreicht werden muss, damit die Idee für die nächste Phase zugelassen wird.



Entscheidungsgremium



Jürgen Breuer



Milena Treis



Amir Elharar



Rajani Khatri



Carsten Treu



Elke Neumaurer

Faktor 1: Technische Machbarkeit

Gewichtung: 1

Kriterium	1	4	7	10
Wir können die Idee mit den uns zur Verfügung stehenden Ressourcen umsetzen.	Stimme überhaupt nicht zu	Stimme eher nicht zu	Stimme eher zu	Stimme voll und ganz zu
Die neue Technologie lässt sich problemlos mit bestehenden Technologien integrieren.	Stimme überhaupt nicht zu	Stimme eher nicht zu	Stimme eher zu	Stimme voll und ganz zu
Die Umsetzung ist mit geringem technischem Aufwand verbunden.	Stimme überhaupt nicht zu	Stimme eher nicht zu	Stimme eher zu	Stimme voll und ganz zu

Beispiel: Eine Idee bewerten

Unser Beispiel-Unternehmen hat in der ersten Phase insgesamt 12 Kriterien, die auf einer Skala von 1 bis 10 bewertet werden können. Da alle Faktoren gleich gewichtet sind, kann eine Idee somit mindestens 12 und höchstens 120 Punkte erreichen. Da das Unternehmen Innovationen gerne fördern möchte, wurde entschieden, dass eine Idee in der ersten Phase mindestens 60% erreichen muss, um in die zweite Phase übergehen zu können. Daher wurden 72 Punkte als Schwellenwert definiert.

Da alle weiteren Phasen-Übergänge - im Vergleich zum Übergang von der ersten in die zweite Phase – mit substanziellen Investitionen verbunden sind, hat unser Unternehmen in den späteren Phasen strengere Schwellenwerte definiert. Durch die niedrige Schwelle zu Beginn des Prozesses erhofft die Geschäftsführung sich eine intensivere Beteiligung aller Mitarbeiter*innen am Innovationsprozess des Unternehmens.

Der gesamte Prozess, den eine Idee innerhalb der Mobilgeräte-Kategorie durchlaufen muss, lässt sich zusammengefasst wie folgt visualisieren:



4 Konfiguration im Tool

Nachdem Sie alle Vorüberlegungen abgeschlossen haben, können Sie Ihr fertiges Konzept Schritt für Schritt in das Tool übertragen. Der/die Administrator*in kann über den Menüpunkt „Konfiguration“ die Einstellungen vornehmen.

0. Allgemeine Einstellungen

Unter „Unternehmensdaten“ haben Sie die Möglichkeit, Daten wie Unternehmensname, -logo und -adresse anzupassen. Zudem können Sie auch das Design des IdeaCheck über „Dashboard & Farben“ anpassen und die Benachrichtigungen auf der Startseite, dem Dashboard, ein- und ausblenden.

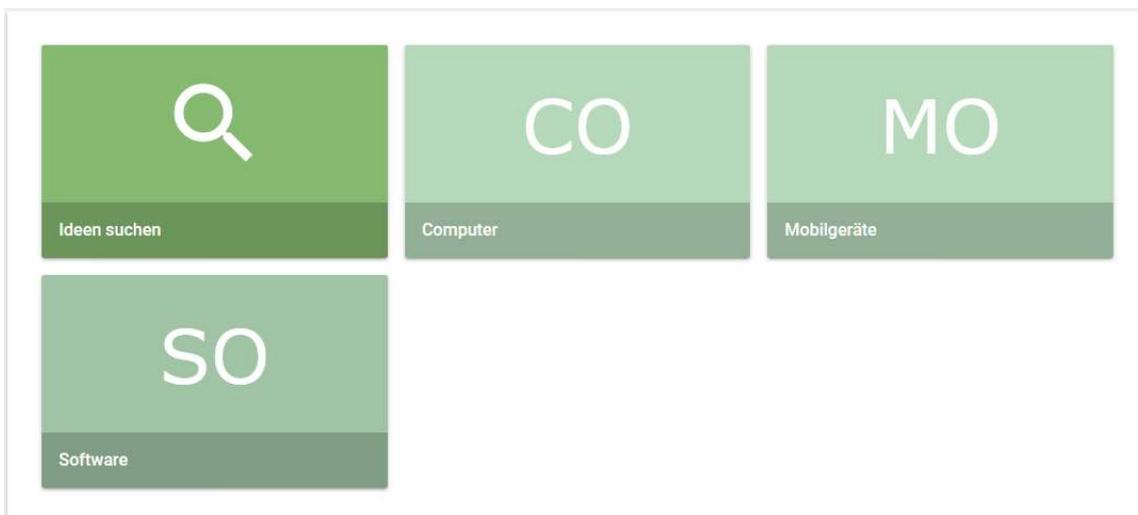
1. Benutzer*innen importieren

Laden Sie zunächst alle Beschäftigten Ihres Unternehmens ein. Klicken Sie hierzu unter Konfiguration auf „Benutzer“. Sie können über die Schaltfläche „exportieren“ eine CSV Datei herunterladen, in welcher Sie alle Beschäftigten eintragen können. Speichern Sie diese Datei und laden Sie diese über die Schaltfläche „Importieren“ im IdeaCheck hoch. Das Tool versendet anschließend automatisiert Einladungen an alle Personen auf der Liste.

Alternativ können Sie auch einzelne Beschäftigten über die Schaltfläche „neu“ hinzufügen.

2. Kategorien erstellen

Definieren Sie nun, in welche Kategorien Sie die Ideen einteilen wollen. Um eine Kategorie anzulegen, klicken Sie unter Konfiguration auf „Kategorien“. Anschließend können Sie über „Neu“ neue Kategorien hinzufügen. Geben Sie diesen einen Titel und eine Beschreibung und weisen Sie eine*n Kategorienverantwortliche*n zu. Es wird automatisch ein Kürzel für die Kategorie – bestehend aus zwei Buchstaben – generiert. Dieses können Sie manuell anpassen, um Dopplungen zu vermeiden.



Zusätzlich können Sie für jede Kategorie categoriespezifische Kriterien definieren. Diese werden nur innerhalb der entsprechenden Kategorie abgefragt und sollen dabei helfen, die Ideen genauer zu beschreiben und die für die Bewertung notwendigen Informationen zu ergänzen.

Die Schaltfläche zum Speichern der Kategorie finden Sie oben auf der Seite.

3. Gremien definieren

Bei der Konfiguration des IdeaChecks werden die Gremien definiert, bevor die Phasen jeder Kategorie spezifiziert werden. Dafür klicken Sie auf „Gremien“ und anschließend auf „Neu“. Geben Sie dem Gremium einen Namen und eine Beschreibung – wir empfehlen hier funktionale Namen wie bspw. „Mobilgeräte Phase 1“ oder „Mobilgeräte Grobkonzept“.

Über „Mitglied hinzufügen“ können Sie per Drop-Down Menü Benutzer*innen auswählen und diese über das „+“ Symbol dem Gremium hinzufügen. Wenn Sie fertig sind, speichern Sie Ihre Eingaben. Sie können auch im Nachhinein noch weitere Personen zu einem Gremium hinzufügen und die Informationen ändern.

4. Phasen definieren

Wenn Sie alle Gremien erstellt haben, können Sie damit beginnen, die Phasen für jede Kategorie hinzuzufügen. Klicken Sie hierzu auf „Phasen“ und wählen Sie die Kategorie aus, innerhalb derer Sie die Phasen hinzufügen wollen. Klicken Sie anschließend auf „Phase hinzufügen“ und vergeben Sie einen Titel und eine Beschreibung.

Anschließend können Sie für diese Phase die Bewertungskriterien hinzufügen. Klicken Sie hierzu auf „Bewertungskriterien definieren“.

5. Bewertungskriterien definieren

Legen Sie nun die Faktoren und die Bewertungskriterien jeder Phase fest. Sie können maximal fünf Faktoren pro Phase definieren. Faktoren, denen keine Kriterien hinzugefügt werden, erscheinen nicht in der Scorecard der jeweiligen Phase. Den Namen des Faktors können Sie manuell anpassen.

Anschließend tragen Sie für jeden Faktor die vorab definierten Bewertungskriterien ein und legen die Gewichtung des jeweiligen Faktors durch Eingabe der entsprechenden Zahl fest (z.B. „2“ für doppelte Gewichtung).

Die Skalenbeschriftung können Sie festlegen. Wir empfehlen die Beschriftung 1 = „Stimme überhaupt nicht zu“, 4 = „Stimme eher nicht zu“, 7 = „Stimme eher zu“ und 10 = „Stimme voll und ganz zu“.

Den Schwellenwert verändern Sie über den Schieberegler im oberen Bereich der Seite. Wählen Sie anschließend über das Drop-Down Menü unterhalb des Schwellenwertes das zuständige Gremium aus. Speichern Sie Ihre Einstellungen und wiederholen Sie diesen Schritt für jede einzelne von Ihnen definierte Phase.

6. IdeaCheck nutzen

Nun ist die Konfiguration vorerst abgeschlossen. Der IdeaCheck kann nun im Unternehmen eingesetzt werden. Selbstverständlich ist es möglich, im Laufe der Zeit weitere Kategorien hinzuzufügen. Auch die Scorecards mitsamt Faktoren und Kriterien kann und sollte im Laufe der Zeit angepasst werden. Dabei ist es wichtig zu überlegen, wie mit Ideen umgegangen wird, die eine bestimmte Phase schon durchlaufen haben, in der sich die Kriterien im Nachhinein verändert haben.