

Wie kommt das Neue in die Welt?

1

IMPULS ZUM AUFTRAG & ZU DEN ERGEBNISSEN DES PROJEKTES METALOG

Inhalt:

1. Aufgabe & Zielsetzung METALOG
2. Vorgehen im Projekt
3. Ergebnisse:
 - a) die Prozesse MID und MCC
 - b) Schlussfolgerungen zur METALOG-Allianz

Das Projekt: Zielsetzung & Grundannahme

2

1 2 3 4 5 6 7 8

Ausgangsfrage der Untersuchung:

Wie lassen sich Prozesse zum **Hervorbringen gesellschaftlicher Innovationen** ideal gestalten?

1)

Grundlegende
(radikale)
Innovationen
schaffen wirkliche
Veränderung
(vs. Inkrementelle
Innovationen/
KVP)

2)

Voraussetzung für
radikale
Innovation ist:
intersektorale
Zusammenarbeit
(strategischen
Allianzen zwischen
Unternehmen/
Kommunen/
Zivilgesellschaft)

-> Reibung an
Grenzflächen

3)

Soziale Innovationen
lassen sich durch
Partizipation
(Bürgerengagement)
& Social
Entrepreneurship
(sozial-
unternehmerisches
Handeln) befördern

4)

Radikale
Innovationen
erfordern die
Möglichkeit
- Neues
auszuprobieren
- Experimentieren
- Versuch & Irrtum

→ Social Rapid
Prototyping

Aufgabe im Projekt

• **Teilnehmende Beobachtung**

- Begleitende Beratung mit den Initiatoren
- begleitende **Experteninterviews**
- Reflexion im Erfinderteam

• **Theoretische Basis**

- (Kooperation/ Innovation)
- Ähnliche Initiativen & Konzepte analysieren
- Erfolgsfaktoren & Wirkungsprinzipien filtern
- Experteninterviews

4)
Prozess begleiten
& untersuchen

1)
**Voraussetzungen
analysieren**

3)
Akteure
zusammen
bringen

**METALOG
starten**

2)
Schlussfol-
gerungen ableiten

Prototypen/
Konzept
entwickeln

• **4 METALOGE**

- unterschiedlicher Art
- 2 Regionen,
- 2 Partner
- Moderation der METALOGE/ Workshops

• **InnovationsWorkshops**

- Partnersuche
- **Vorort-Interviews**
- Zielsetzung & Konzeptanpassung mit Partnern vor Ort

Ergebnisse im Projekt

1 > 2 > 3 > 4 > 5 > 6 > 7 > 8

4

A)

Zwei Innovations-Allianzen
(Instrumente als Modulbaukasten)

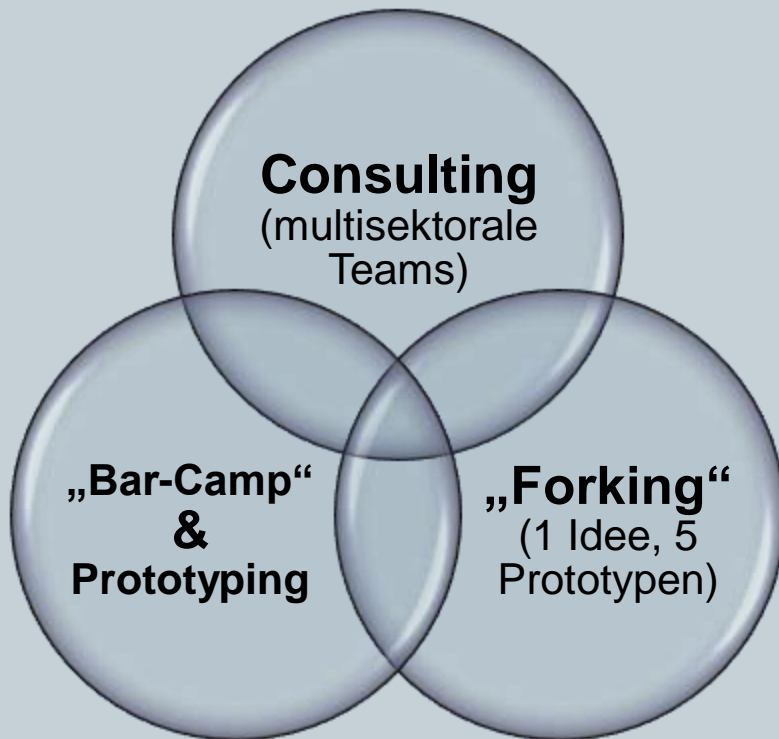
- a) METALOG *m^{CC}*
„**Citizen Consulting**“
- b) METALOG *m^{iD}*
„**Ideenstifter**“

B)

Schlussfolgerungen auf der META-Ebene

- Befördernde und hemmende Faktoren der (sozialen) Innovationsallianz
- Innovationstreiber
- Systematik zum modularen „Baukasten“

3 Innovations-Förderer



Ziel:

- Innovationen für bestehende Organisationen hervorbringen
- Bürger in Engagement bringen
- Social Entrepreneurs fördern

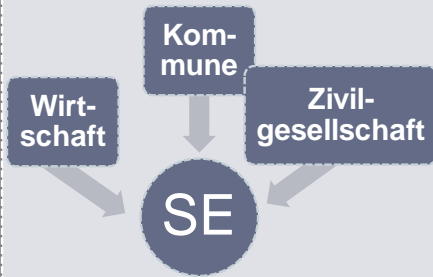
Setting

- 2 moderierte BarCamps
- 1 begleitetes Prototyping
- Bürger als Berater(multisekt.)

Methoden z.B.

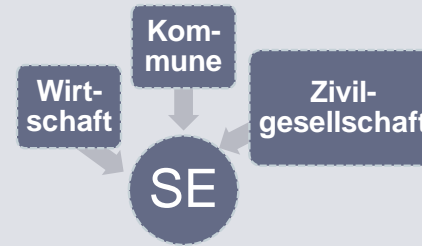
- Wandereinladungskarte (Beratergewinnung)
- Mailinglisten
- Checkliste Testphase

Phase 1: Bar Camp (2h):

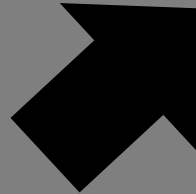
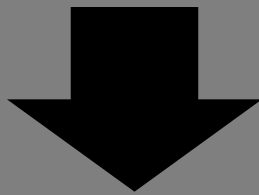


- Frage „verstehen“
- Ideen generieren
- Beratung des SE
- Aktionsplan & Support

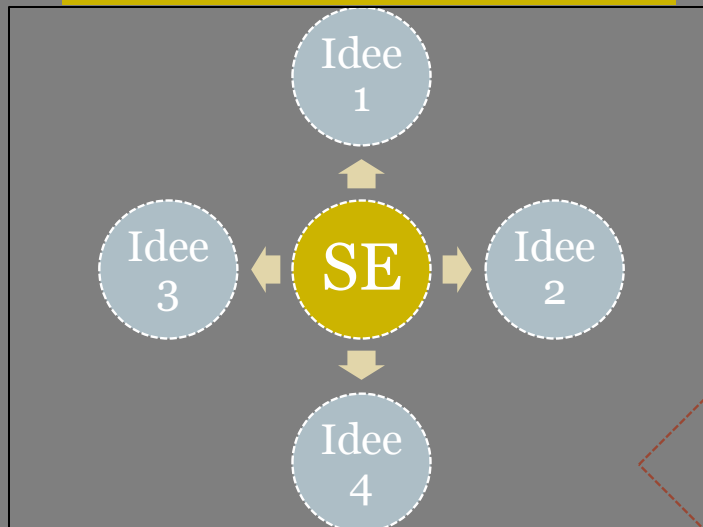
Phase 3: Bar Camp (2h): Beratung



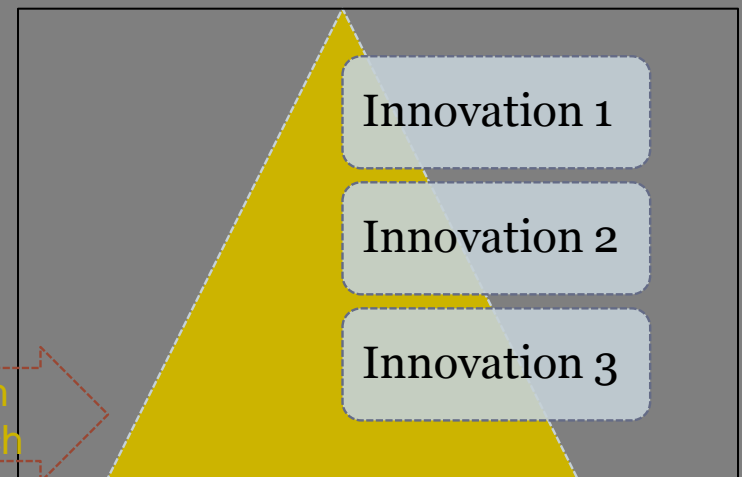
- Praxis-Reflexion
- Neue Ideen
- Kontakte/ Ressourcen
- „Aktionsplan“ & Support



Phase 2: Praxistest/ Prototyping



Phase 4: Umsetzung in Praxis des SE



Das Format Ideenstifter³ *MⁱD*

1 2 3 4 5 6 7 8

7



Ziel:

- Innovationen für eine Region erfinden und SELBST umsetzen! (Nachbarschaftsansatz)
- Bürger in (lokales) Engagement bringen
- Partizipation & Handlungsmöglichkeiten durch Social Entrepreneurship

Setting:

- 2 moderierte Innovations-Marktplätze (à 2 Stunden – „1 Day Off“-Konzept)
- Teilnehmer sind Bewohner der Region
- Teamgründungen!
- Prozessbegleitung in Komponenten (Mentoring/ Mikrokredite/ Ressourcenpaket)

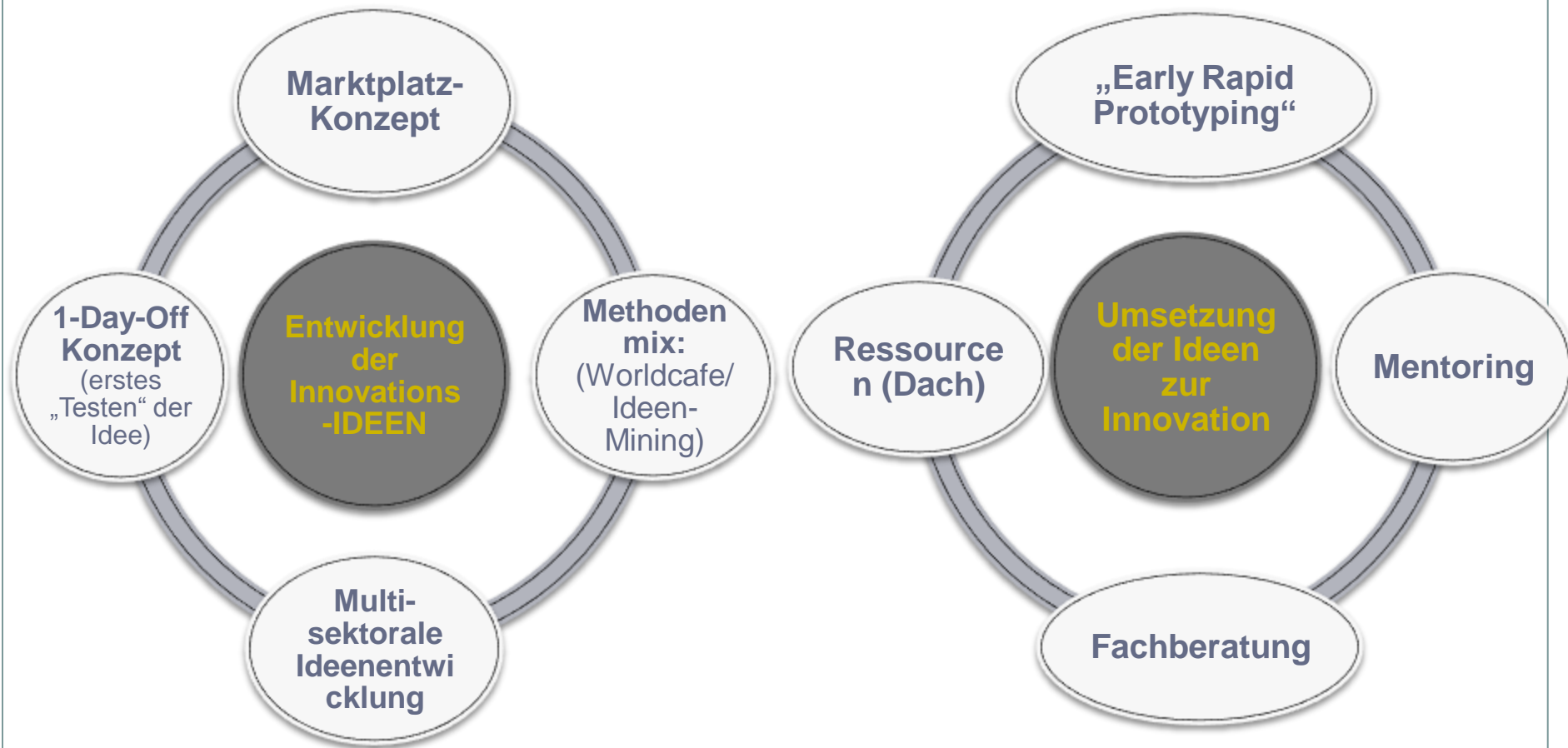
Wirkung über:

- Multisektorale Zusammenarbeit
- Sofort persönliche Identifikation (Region/ Thema/ Personen)
- passgenaue Prozessbegleitung
- Schutzmantel: Teamgründung & org. Dach

Methoden im *M^{iD}*-Prozess

8

1 2 3 4 5 6 7 8



Beispiele aus den Innovationsallianzen

1 > 2 > 3 > 4 > 5 > 6 > 7 > 8

9

Gabel Consulting

Beratungsaufträge von Social Entrepreneurs
z.B. zu

1) Unternehmerische Umsetzungsmöglichkeit
von „Wohnen für Hilfe“ im Ruhrgebiet

2) Kulturhauptstadt 2010: „geht die freie
Kulturszene daran zugrunde?“
unternehmerische Ideen/ neue
Finanzierungskonzepte für die freie
Kulturszene

Ideenstifter³

1) Agentenbüro „Punkt347“

Von Bürgern für Bürger eines Stadtteils.
Persönliche Anliegen von „Nachbarn“
hören(!) und persönlich an Fachstelle
vermitteln

-> Social Entrepreneurship-Ansatz darin:

Verknüpft: Fachvorträge für Bürger im
Stadtteil & zentralem Treffpunkt (Cafe)

In Entwicklung:

2) Kulturbesetzung Beeck

(Problembereich: Leer stehende Immobilien
durch wandernde Kunst des Stadtteils
„besetzen“. Kunst soll dort gemacht &
verkauft werden (SE Ansatz))

Gabel Consulting & Ideenstifter³ „hautnah“

10

1. Reinhard Wieseemann
Unperfekthaus Essen

2. Manfred Berns
Bürgerstiftung Duisburg gAG