

Einführung in den **BOGI**

Die Toolbox für kollaboratives Ideenmanagement



BOGI

BATTLE OF GLORIOUS IDEAS

Inhalt

BOGI – Battle Of Glorious Ideas 5

Einleitung	5
BOGI Kurzbeschreibung	6
Anwendungsgebiete	7
Motivation	8
Einschränkungen	14
<i>BOGI</i> vs. andere Methoden	16
Vorteile des <i>BOGI</i>	20
Minimale Risiken	21
Implizite Vorteile	22
Explizite Vorteile	24
Lohnt sich der <i>BOGI</i> / Wie ist der <i>BOGI</i> ROI?	26
Abgrenzung: Was ist der <i>BOGI</i> nicht ?	29
Voraussetzungen / allgemeine Empfehlungen	31

BOGI MECHANICS 36

<i>BOGI</i> Rollen	37
<i>BOGI</i> SPONSOR	37
<i>BOGI</i> MODERATOR	38
<i>BOGI</i> INCEPTOR	39
<i>BOGI</i> GUIDE	40
DAS <i>BOGI</i> BOARD	42

Veranstaltungen im *BOGI* 46

BOGI SESSION (~ the weekly arena) 48

BOGI HACKATHON 63

BOGI Hygiene 72

BOGI TIPPS & TRICKS 77

Einladungen, Trigger und Motivation 77

BOGI Tweaks 78

Beliebte *BOGI* HACKS & TWEAKS 79

Hinweise und Links 85



Willkommen bei der Einführung in den BOGI!

RING FREI für den **BATTLE OF GLORIOUS IDEAS!**

BOGI – Battle Of Glorious Ideas



Einleitung

B.O.G.I. bedeutet *Battle Of Glorious Ideas* - die Schlacht der glorreichen Ideen! Der *BOGI* ist ein schlankes Vorgehensmodell für Ideenfindung, -auswahl und -umsetzung im Team. Damit stellt der *BOGI* eine einfache Methode dar, die die strukturierte Innovation in Organisationen unterstützen und fördern soll. Ursprünglich wurde der *BOGI* in der Praxis entwickelt und erprobt. Ideen und Konzepte aus anderen theoretischen Methoden fließen hier mit ein. Inspiriert sind Anteile des *BOGI* etwa durch das *Stage-Gate*® Modell, die *KANBAN*-Methode und das Format von [Hackathons](#). Das Ziel war es, einen schlanken, skalierbaren Ansatz zu finden, der in Gruppen oder über Gruppen hinweg funktionieren und auf spezifische Bedürfnisse hin angepasst werden kann. So ist der *BOGI* als Angebot an Organisationen zu verstehen, die mit einer systematischen Bearbeitung von Ideen eine Plattform schaffen und das interne Weiterentwicklungspotenzial entwickeln wollen. Der *BOGI* wurde von Sebastian Benderoth veröffentlicht und ist (gemäß der [CC BY-SA 4.0](#) Lizenz) frei adaptierbar.

BOGI Kurzbeschreibung

Der *Battle Of Glorious Ideas* (BOGI) ist ein praxisorientiertes Modell für die kontinuierliche Sammlung und Selektion von Ideen im Team. Als effizientes Framework stellt der BOGI Prozessvorlagen und Tools für die Durchführung der Arbeit mit vielen Ideen zur Verfügung. Der BOGI sieht eine regelmäßige BOGI Session als taktgebenden Arbeitskreis vor. Eine Sitzung besteht aus zwei Teilen. In dem ersten Teil werden neue Ideen kurz und prägnant von den Teilnehmern, die eine Idee vorstellen möchten präsentiert und ad hoc vom Team bewertet (was zur Aufnahme oder Ablehnung eines Ideenkandidaten führt). Im zweiten Teil der Veranstaltung werden die besten Ideen aus einem Pool aller bisher aufgenommenen Ideen durch Abstimmung selektiert. Selektierte Ideen qualifizieren sich weiter und werden zu *Battle Candidates* aufgewertet. Diese werden im BOGI Board fließend dokumentiert und verwaltet. So eine BOGI Session findet acht Mal statt und liefert weitere *Battle Candidates*. Diese BOGI Sequenz wird mit dem BOGI HACKATHON abgeschlossen. Er dient der realitätsnahen Ausarbeitung oder Prototypenerstellung von *Battle Candidates*. Die teilnehmenden Teams bzw. Teammitglieder selektieren dafür jeweils einen Kandidaten aus dem BOGI Board. Die Prototypen und Ergebnisse werden im Anschluss in größerem Rahmen innerhalb der Organisation präsentiert. Letztlich werden alle Ergebnisse für die Kommunikation aufbereitet, so dass alle wertvollen Ideen nach einer Sequenz jeweils mit geeignetem Publikum getestet werden können. Das Ziel des BOGI ist es, eine Plattform für die kontinuierliche Arbeit an Ideen, Innovationskandidaten, Konzepten oder Prozessen zu definieren. Das Framework führt dazu die Ideensammlung, Diskussion und Qualifizierung, Prototypenerstellung sowie Dokumentation bzw. Aufbereitung für Folgeschritte zusammen. Damit der BOGI an die situativen Gegebenheiten verschiedener Teams und Organisationen optimal angepasst werden kann, ist das Framework in

vielen Aspekten offen gestaltet. Zusätzliche Methoden, Prozesse und bereits existierende Best Practices können dadurch mit in den *BOGI* einfließen. Weiterhin werden Vorschläge in Form von Tools (wie etwa *Battle Cards* für Ideen) und Konzepte vorgestellt. Darunter sind etwa bestimmte *BOGI* Rollen zu nennen. So ergibt sich eine organisatorische Blaupause für den Innovationsalltag, der für Organisationen unterschiedlicher Größe und aus verschiedenster Branchen funktioniert.

Anwendungsgebiete

- Grundsätzlich: Ideensammlung, Selektion von interessanten Ideen, Tests unter verschiedenen Bedingungen (Publikum und Praxis)
- Diskussion von Weiterentwicklungsoptionen von Produkten, Screening und Vorqualifikation für Produkterweiterungen oder im Kontext der Entwicklung neuer Produkte und Services
- Aufnahme und Bewertung von Kundenfeedback für die Optimierung eines existierenden Serviceangebots oder für die Neuausrichtung von Dienstleistungen
- Sammlung von Maßnahmen & Hypothesen für Ihre Content-Strategie sowie Marketing- oder Growth Hacking Aktivität
- Stärkung der Teamfähigkeiten und der disziplinübergreifenden Kooperation auf der Grundlage einfacher Prozesse und partizipatorischer Anreize
- Realisierung von Prototypen für die Evaluation und Aufbereitung von Innovationskandidaten
- Die kontinuierliche Praxis hinsichtlich der Arbeit im Team zur Stärkung der Sensibilität gegenüber neuen Perspektiven oder Handlungsräumen

Der *BOGI* ist, wie eingangs angedeutet, flexibel an unterschiedliche Bedürfnisse und Vorgaben anpassbar. Er lässt sich mit anderen Methoden oder Prozessen kombinieren und ist daher nicht auf bestimmte Anwendungsbereiche limitiert. Aus diesem Grund lässt sich das Framework sehr gut für solche Vorgänge adaptieren, in denen Innovation und organisatorische Erneuerungs- bzw. Anpassungsvorgänge im Fokus stehen. Der *BOGI* ist also nicht nur für beispielsweise die Produktentwicklung interessant, sondern kann ebenfalls partizipatorische *Change*-Prozesse bzw. Transitionsvorhaben unterstützen.

Für eine einfache Implementierung bietet der *BOGI* eine Sammlung von Vorlagen und Vorschlägen für die Praxis an. Das Framework ist für die Arbeit im Team bzw. für teamübergreifende Kollaboration ausgerichtet.

Der vorliegende Text ist als Übersicht zu verstehen und soll die grundsätzliche Vorgehensweise im *BOGI*-Framework illustrieren. Dazu werden in einem Hauptteil die *BOGI* MECHANICS erläutert, die alle wesentliche Konzepte einer *BOGI* Grundversion beschreiben. Zuvor werden noch unterschiedliche Aspekte betrachtet, etwa Vorteile oder Risiken sowie einleitende Betrachtungen des Frameworks.

Motivation

In einigen (vielleicht sogar vielen) Organisationen wird das kreative, „findige“ Potenzial und die Erfahrung der Einzelnen nicht systematisch genutzt. Dies gilt für thematische Entwicklungs- und Problemlösungspotenziale, aber ebenso für die Weiterentwicklung der Organisation selbst. Man stellt oftmals leicht fest, dass viele wertvolle Ideen bereits innerhalb einer bestehenden Organisation existieren. Doch sie liegen häufig brach oder werden nicht beachtet. Viel häufiger werden

dagegen Berater von außerhalb hinzugezogen oder neue Experten eingestellt, die dann für den Input und neue Ideen sorgen sollen. Auch Kundenbefragungen sollen oftmals die wichtigen Erkenntnisse und Ideen generieren. Die eigenen Mitarbeiter werden hingegen oft als Ideenquelle ignoriert. Ist das weise? Erwarten Kunden nicht gerade die Expertise der Mitglieder eines Unternehmens? Oder schenken etwa Kunden dem Unternehmen mehr Vertrauen, welches ständig fragt, was es tun soll? Viele Mitarbeiter in Unternehmen kennen die Probleme des eigenen Marktes und des Kunden oft besser als man ihnen dies zutraut. Doch ihre Lösungsideen für die Verbesserung von Produkten, Abläufen oder Dienstleistungen werden zu oft überhört. Dabei ist gerade eine vitale Arbeit an neuen Ideen (und der kontinuierlichen Erneuerung) innerhalb der Organisation ein Schlüsselfaktor für eine zukunftsfähige Anpassung. Man könnte noch einfacher sagen: Wer nicht bereitwillig einübt, regelmäßig eigene, kreative Einfälle zu untersuchen, der verweigert sich der eigenen Entwicklung. Offenheit, Aufmerksamkeit und die konkrete Investitionen in stete Ideenarbeit sind elementare Voraussetzungen für eine organisatorische Anpassungs- und damit Zukunftsfähigkeit. Der *BOGI* kann dabei behilflich sein, Hürden im Zusammenhang mit Ideen- und Innovationsarbeit zu überwinden. Hierfür stellt der *Battle Of Glorious Ideas* einen schlanken Baukasten von Möglichkeiten zur Verfügung. Der Schwerpunkt für das Design des *BOGI* ist dabei insbesondere auf die vorhandenen (aber eventuell brachliegenden) Fähigkeiten der Gruppe und des Einzelnen gelegt. Diese Kräfte gilt es nachhaltig zu entfachen!

Mit Hilfe dieses Frameworks sollen Teams / Organisationen sich schrittweise selbst in die Lage versetzen, kooperativer und natürlicher an und mit wertvollen Ideen zu arbeiten. Kooperation, minimale Koordination und die Partizipation des Einzelnen sollen durch den *BOGI* tiefer im Organisationsalltag verankert werden können. Hoffentlich auch, um „Wasserkopf“-lastige Strategieworkshops zu ersetzen, die nur selten nachhaltige Effekte generieren. Man kann den *BOGI* im

Kontext von Change-Initiativen unterstützend einsetzen, um eine regelmäßige Teampraxis bei der aktiven Mitgestaltung oder dem Austausch von Perspektiven sowie der Entscheidungsfindung zu etablieren. Wenn dies in Kombination gelingt, können Transformationsprozesse nachhaltiger in Gang gebracht werden.

Der *BOGI* basiert auf Vorschlägen, aber nicht auf Dogmen! Das Framework soll bitte nach Belieben „gehackt“ und an die speziellen Bedürfnisse oder Ziele einer Organisation angepasst werden. Der *BOGI* darf also keineswegs als Lehre aus dem Elfenbeinturm verstanden werden; er soll Anregungen schaffen, nicht Gesetze beschreiben. Diese deklarierte Offenheit des *BOGI* ist eine seiner Stärken und schließlich auch ein logisches Motiv dafür, warum er unter einer [Creative Commons Lizenz](#) (CC BY-SA 4.0) veröffentlicht wird. Als Open-Source Projekt kann er via [github](#) ebenso adaptiert und eingesehen werden.

Der *BOGI* vereint folgende Aspekte in einem Ablaufmodell:

- 1) **Partizipation:** Jeder kann Ideen und Perspektiven einbringen
- 2) **Sammlung:** Regelmäßige Aufnahme überzeugender Ideen
- 3) **Screening:** Kontinuierliche Qualifizierung der Ideen im Team
- 4) **Funnel-Logik:** Ideen (~ Innovationskandidaten) treten gegeneinander an und durchlaufen im besten Falle einen „Innovationstrichter“
- 5) **Selektion:** Auswahl von Kandidaten durch Menschen, nicht Algorithmen
- 6) **Schnelle Umsetzung:** Prototypenrealisierung im HACKATHON
- 7) **Pitch:** Präsentation und Kommunikation von (Funnel-) Ergebnissen
- 8) **Nachhaltige Dokumentation:** Fließende Dokumentation und Aufarbeitung der Erkenntnisse für weitere Tests in der Realität (z.B. mit dem Kunden)

Die Abdeckung dieser Aspekte bildet den Kern des Frameworks ab. Damit sollen zudem verschiedene **Herausforderungen des Alltags** in vielen Organisationen behandelt werden. Diese sind:

- **Dominanz weniger „Ideengenerierer“:** In vielen Organisationen sind die Generierung und Auswahl von Ideen meist wenigen Experten vorbehalten. Dies führt zu einer unnötigen Verknappung von Potenzial. Darüber hinaus kann es zu einer Gewichtung zugunsten bestimmter Präferenzen kommen, etwa zugunsten subjektiver Präferenzen oder strategischer Ambitionen. So entwickelt eine Organisation oft Filterungsmechanismen, die mit einer regelrechten Ideen-Firewall verglichen werden könnten, sollten sich diese Filter als normative Sichtweise für den operativen Alltag verfestigen. Das fördert nicht die besten Ideen zutage! Der *BOGI* bietet hier neuen Raum für die Demokratisierung der Ideenarbeit an. Generell geht der Ansatz dabei von der Prämisse aus, dass die gesamte Organisation am *BOGI* teilnehmen könnte (nicht muss!). Es gewinnen dabei nicht die lautesten Stimmen den *Battle*, sondern die besten Ideen.
- **Überbewertung von Trends:** Innovationspraktiken und prominente Herangehensweisen für die Erarbeitung von Ideen (z.B. Produktideen) unterliegen Moden. Trends lassen sich z.B. im Hinblick auf die Paradigmen für Arbeits- und Organisationsmethoden feststellen, so liegen *AGILE* oder *LEAN* Philosophien seit einer Weile im Trend. Trends oder Hypes sind dabei oft von impliziten Nachteilen begleitet. Sie werden erst von wenigen evangelisiert, kommen dann in Mode, werden nun relevant für die Masse und straucheln anschließend häufig in der Realität an den inzwischen völlig überhöhten Erwartungshaltungen. Der *BOGI* versucht hier „untrendy“ und „unmodisch“ zu bleiben. Er soll dafür situativ anpassbar sein, alte und neue Methoden integrieren können und verschiedene Abläufe integrieren. Dabei sind keine Experten nötig, um den *BOGI* in der eigenen Organisation zu implementieren. Machen Sie einfach einen Testlauf!

- **Wertende Methoden:** Einige Methoden sind oft sehr wertend und dadurch fast politisch. So unterliegen sie bestimmten Prämissen, z.B. dass nur Kunden gute von schlechten Ideen unterscheiden können oder, dass nur bestimmte Kosten gute oder schlechte Investitionen wären. Der *BOGI* soll in seiner hier vorgestellten Grundform als möglichst wertfreies Konzept verstanden werden. Er lässt sich von Organisationen verwerten, die unterschiedliche Auffassungen von dem haben, was richtig oder falsch ist. Der *BOGI* kann (beispielsweise im Bereich der Softwareentwicklung) verwendet werden, um Ideen zu evaluieren, unabhängig davon, ob die Entwicklungsmethode im Anschluss *SCRUM* (also als agile Methode) oder Wasserfall (als nicht agiler Ansatz) wäre. Das spielt eine untergeordnete Rolle und macht den *BOGI* damit flexibel.
- **Mangelnde persönliche Weiterentwicklung:** Organisationen versäumen es im Alltag manchmal, hinreichende Angebote für den Einzelnen zu schaffen, die einen sinnstiftenden Beitrag einerseits und eine persönliche Weiterentwicklung andererseits erlauben. Im *BOGI* gibt es die Möglichkeit, sich mit dem eigenen Talent einzubringen (in Form einer Idee, Moderatorenfähigkeiten, organisatorischem Geschick, Kreativität oder praktischem Können). Gleichzeitig kann man neue Dinge auszuprobieren und mit dem Team gemeinsam an neuen Herausforderungen wachsen. So bietet der *BOGI* einen Raum, in dem sich Menschen individuell einbringen und selbstwirksam neues erlernen bzw. ausprobieren können.
- **Tagesformabhängige Ideen:** Kreative Arbeit hat einen fundamentalen Nachteil: sie ist tagesformabhängig. Man kann nicht jeden Tag die gleiche kreative „Leistung“ abrufen oder gleichförmig wertvolle Ideen generieren. Zudem – und das weiß jeder Künstler – ist Ideenarbeit keine einmalige Veranstaltung, sie erfordert Kontinuität und gleicht

einem andauernden Prozess. Die kontinuierliche Auseinandersetzung mit einer Materie lässt im Laufe der Zeit neues Vokabular oder formale Neuerungen entstehen. Neue Ideen entstehen oftmals durch ungeplante, plötzliche Rekombinationen von Einsichten und Gedanken (z.B. während eines Spaziergangs), doch die Grundlage dafür ist regelmäßige Arbeit mit Ideen. Der *BOGI* ist deshalb nicht als animierendes Workshop-Format, nicht als einmaliger Sprint oder Brainstorming entworfen, sondern als kontinuierlicher Workflow. So soll möglich werden, auch unabhängig von Tagesform zu agieren und Weiterentwicklungen nachhaltig zu begünstigen.

- **Zeitmangel für Ideen:** Viele Organisationen glauben zwar, offen für Ideen und Innovation zu sein. Das Gegenteil ist jedoch häufig der Fall. Z.B. dann, wenn Mitarbeiter keinen zeitlichen Freiraum für die individuelle Arbeit an Konzepten oder Experimenten eingeräumt bekommen. Der *BOGI* setzt hier eine Treue gegenüber der Absicht in Form eines „Budgets“ voraus, damit eine grundlegende Aufmerksamkeit gegenüber neuen Ideen existieren kann. Ideenarbeit, die nicht in realen Zeitbudgets ausgedrückt werden kann, existiert nicht!

Sie haben nun vielleicht einige Aspekte nachvollziehen können, die für das grundsätzliche *BOGI*-Design von Bedeutung waren. Bestimmte Herausforderungen soll das Framework berücksichtigen. Gleichzeitig ist praktische Erfahrung aus der Innovationsarbeit eingeflossen, um den *BOGI* schließlich flexibel anwendbar zu machen. Eine Motivation ist es dabei, Innovation aus dem Elfenbeinturm heraus zu holen und einen schlanken Ansatz vorzustellen, der für die Demokratisierung von Ideenarbeit geeignet ist.

Einschränkungen

Der *Battle Of Glorious Ideas* hat natürlich Einschränkungen, die an dieser Stelle nicht verschwiegen werden sollen. Er ist limitiert in der Hinsicht, als dass keine Lösungsgarantie für eine bestimmte Problemstellung angeboten wird. Es wird beispielsweise nicht versucht, eine universelle Formel für „gute“ oder „schlechte“ Innovationskandidaten zu beschreiben. Diesen qualifizierenden Deutungshorizont überlässt der *BOGI* den Organisationen und Teams (kurzum den Menschen) selbst. Durch das Framework sollen keine verheißungsvollen Pauschalantworten gegeben werden, die etwa den spezifischen Wert von bestimmten Ideen definieren. Die Wertigkeiten existieren immer nur in ihren spezifischen Bedeutungsräumen oder Kontexten. Diese sollen mit dem *BOGI* nicht vorgegeben werden. So macht das Framework letztlich keine Angaben dazu, welche Art von Ideen oder Innovationen damit erarbeitet werden sollten. Dadurch fordert der *BOGI* Organisationen vielmehr implizit auf, den eigenen Kontext tiefer zu diskutieren und Wertigkeiten stetig zu reflektieren. Es wird weiter bei der Beschreibung des Frameworks kein besonderer Schwerpunkt auf quantitative Effekte des *BOGI* im Sinne einer marktwirtschaftlichen Nutzenbetrachtung gelegt. Allein an der Oberfläche wird auf eine potenzielle Kosten- und Nutzenseite eingegangen. Dies rührt daher, dass aus viel grundlegender Überzeugung die Annahme vorangestellt wird, dass solche Organisationen, die Kreativität, Kooperation, Interaktion und systematische Ideenarbeit fördern, ein höheres Anpassungspotenzial entwickeln als andere. Der *BOGI* wird also vielmehr als mögliche Technik oder Spielart verstanden, um die höhere Adaptivität, Offenheit und eventuell Resilienz zu begünstigen. Ferner ist der *BOGI* nicht dafür konstruiert, marktwirtschaftlich agierenden Unternehmen ein Patentrezept für die Generierung neuer Umsätze anzubieten, sondern der *BOGI* ist für alle Arten von Organisationen offen, die auf Basis neuer Ideen oder



Perspektiven und dem Mittel der Kooperation systemische Mehrwerte erschließen möchten. Das Framework garantiert dabei keinen Erfolg, sondern versucht einen Weg vorzuschlagen, wie die Erfolgswahrscheinlichkeiten durch ein für die regelmäßige Praxis ausgelegtes Vorgehen erhöht werden können. So kann der *Battle Of Glorious Ideas* für die eine Organisation als überaus kompatibel und bereichernd wirken und für eine Organisation nicht. Die Gründe dafür können unterschiedlicher Natur sein. Für streng hierarchisch organisierte und tradierte Unternehmen, die keine neue Offenheit gegenüber dem Ideenpool aller Mitarbeiter etablieren können, wird der *BOGI* vermutlich nicht gut funktionieren. So existieren für den *BOGI* physikalische Grenzen der Wirksamkeit.

Trotz aller Einschränkungen sind Sie jedoch herzlich dazu eingeladen, sich Ihr Urteil in der Praxis zu fällen und zu überprüfen, ob der *BOGI* eine Bereicherung für Ihre Organisation werden kann.

BOGI vs. andere Methoden

Der *BOGI* umfasst einen minimalistischen Bausatz von Werkzeugen und Routinen für die Ideenfindung und -bearbeitung. Er bleibt dabei versucht wertungsfrei und orientiert sich nicht an Trends. Andere Methoden, wie etwa SCRUM, erscheinen im Vergleich dazu viel dogmatischer als der *BOGI*. Und jeder, der in seiner Organisation SCRUM einmal eingeführt hat, weiß um die vielen hitzigen Diskussion, die über richtiges oder falsches SCRUM geführt werden mussten. Der *BOGI* kann immer gestaltet werden, ist aber **nie richtig oder falsch!**

Der *BOGI* löst zudem nicht eigenwirksam organisatorische Probleme und versucht keine ganzheitliche Innovationstheorie evangelisierend zu beschreiben. Sie werden also an dieser Stelle auch keine Garantie dafür ausgestellt bekommen, dass Sie durch eine Einführung des *BOGI* nach 12 Monaten x% Kosten sparen konnten, y% innovativer wurden oder eine z% höhere Kooperationsbereitschaft in der Organisation entwickelt haben. Der *BOGI* soll einen Nährboden für systematische Ideenarbeit und Weiterentwicklung begünstigen, stellt aber nicht selbst die Weiterentwicklung dar. Der reale Output hängt von vielen weiteren Faktoren neben der Methode ab. Die **Arbeit mit Menschen und an Ideen** ist das, worum es vor allem geht. Hierfür bietet der *BOGI* **Anreize und Blaupausen**.

Der *Battle Of Glorious Ideas* ist eine Möglichkeit, die Auswahl weniger vielversprechender Ideen aus vielen zu treffen. Dabei können Sie, etwa wenn es um die Entwicklung von neuen Produktideen geht, selbst entscheiden, ob Sie Kandidaten zuerst aus der Kunden- oder Nutzerperspektive betrachten, ob Sie mögliche Kosten analysieren oder anhand von strategischen Gesichtspunkten Ideen kategorisieren wollen. Der *BOGI* wird Sie also nicht des Besseren belehren und nicht einengen, wie man die richtige Entscheidung zu treffen hat. Dies ist bei

einigen Ansätzen anders, die nämlich z.B. von festgelegten Dimensionen eines theoretischen Modells ausgehen. Das [Kano-Modell](#) ist etwa nützlich für die Bewertung von Produktmerkmalen im Zusammenhang mit der Wahrnehmung des Kunden (und der Veränderung dieses Zusammenhangs über die Zeit). Das Modell ist sehr hilfreich und wird an dieser Stelle absolut nicht kritisiert. Es setzt im Vergleich allerdings an einem viel spezifischerem Punkt an, nämlich der Bewertung bestehender Produktmerkmale (aus Kundensicht). Damit geht es also weniger um einen allgemeinen Ablauf für die Ideenarbeit, sondern um die Bewertung in einem spezifischen, analytischen Kontext. Der *BOGI* könnte nun für die Bewertung von neuen Ideen mit dem Kano-Modell durchaus kombiniert werden. Indem etwa die Einordnung neuer Ideen auf Basis des Kano-Modells reflektiert oder diskutiert würde. Um beispielsweise frühzeitig abzuschätzen, ob ein neues Produktmerkmal das Potenzial besäße, für Begeisterung beim Kunden zu sorgen oder doch nur ein gewöhnliches Merkmal neben anderen wäre. Der *BOGI* ist, wie zuvor beschrieben, nicht streng nach bestimmten Bewertungshorizonten konstruiert, aber lässt dafür Integrationen mit anderen Modellen zu. Hier liegt sicherlich ein Unterschied zu vereinzelt prominenten Methoden im Bereich des Produkt Designs oder der Innovationsmethodik.

Der *BOGI* ist fachlich nahezu agnostisch. Er ist nicht etwa einzig für die Bearbeitung von Produktideen geeignet oder nur für Herausforderungen eines bestimmten Fachbereichs konzipiert, wie z.B. für Marketing. Im Gegenteil, der *BOGI* lädt zu einem stärkeren interdisziplinären Austausch ein und kann im Kontext unterschiedlicher Domänen angewandt werden. Ob Sie den *BOGI* wirklich interdisziplinär kultivieren, obliegt ganz Ihnen, wünschenswert und sicherlich wertvoller wäre es aber. Andere Methoden sind im Vergleich dazu weniger fachagnostisch und z.T. sehr speziell für das Vorgehen innerhalb einer Methodentradition, Domäne oder Fachdisziplin entwickelt worden. Viele Lösungsansätze sind viel spitzer auf einen bestimmte Klasse von Problemen



zugeschnitten (z.B. im Bereich der Softwareentwicklung oder der industriellen Fabrikation).

Die niedrigen Formalisierungsgrade gegenüber bestimmten Problemfeldern sind gleichermaßen **Schwäche und Stärke des BOGI**. Sie können die Vorschläge des *BOGI* jederzeit präziser für Ihren Anwendungsfall anpassen, ohne dabei sofort an Modellgrenzen zu stoßen. Sie könnten den *BOGI* aber ebenso gut in verschiedenen Abteilungen Ihres Unternehmens betreiben, jeweils mit anderen Zielen und Anpassungen an die operative Wirklichkeit. Das sind eindeutige Vorteile. Dabei löst das Framework nicht automatisch die fachlichen, punktuellen Herausforderungen, wie z.B. die Priorisierung von Items eines Product Backlogs. Für Fragestellungen, die um eine bestimmte Metrik herum konzipiert wurden, existieren passendere und präzisere Modelle. Dahingehend kann man dem *BOGI* Schwächen unterstellen. Diese Schwächen sind allerdings bewusst in Kauf genommen, damit eine flexibler Verwendung und eine Anpassbarkeit auf unterschiedliche Situationen möglich bleiben. Die Flexibilität (einerseits) und Unschärfe (andererseits) sind damit Designentscheidungen für den *BOGI*, deren Folge man schätzen oder kritisieren kann.

Der *BOGI* ist im Vergleich zu manchen Methoden nicht datengetriebenen Kausalitäten unterworfen. Er verwendet keine Metriken oder Kennzahlen. Andere Methoden machen dies, manchmal vielleicht auch nur, um ihren Eigenwert quantitativ zu demonstrieren oder weil man inzwischen glaubt, alles müsse durch Metriken hergeleitet werden. Natürlich können bei der Implementierung des *BOGI* quantitativ beschriebene Zielsetzungen zur Kontrolle von Effekten eingeführt werden. Es bleibt aber festzuhalten, dass sich der *BOGI* nicht an einem rein quantitativen Optimierungsdenken orientiert, sondern die qualitative Auseinandersetzung und Weiterentwicklung (des Teams) in den Mittelpunkt stellt. Der Ansatz baut etwa auf das kreative Potenzial des Einzelnen, auf organisatorische Fähigkeiten im Team und zielt übergreifend auf gemeinsame

Weiterentwicklung und Kooperation als Strategie ab. Es wird durchaus versucht, Evidenzen und Empirie basierten Erkenntnisse für die Gruppe sichtbar zu machen. Aber nicht durch ein abstrahiertes Dashboard. Es handelt sich vielmehr um die Adaption eines Gedankens, der auch z.B. in SCRUM vorkommt, wenn dort Review und Schätzklausuren zu empirischen Effekten führen sollen. Im Unterschied zu SCRUM wird hier keine Metrik oder Währung wie *Storypoints* und auch kein *Burndown-Chart* eingeführt. Lerneffekte treten bei dem *BOGI* dadurch auf, indem immer wieder neue Ideen einen Zyklus durchlaufen, so dass das Team mit der Zeit eigene Bewertungsmaßstäbe entwickelt und Lösungsstrategien verfeinert. Der *BOGI* bietet dem Einzelnen Raum für die Präsentation der eigenen Idee vor der Gruppe, für den Austausch von Argumenten in der Diskussion, Gates (~ Tore) als Qualifizierungsmechanismus von Ideen und dafür, um funktionierende Entscheidungsfindungsmodelle zu provozieren. Zudem existiert Platz für gezieltes Experimentieren und Teamwork. Der *BOGI* gießt die Realität also nicht in Zahlen, sondern diskursive Formate. Man erkennt also, dass der *BOGI* auf qualitative Fundamente abzielt. Was mit dem *BOGI* quantitativ erreicht werden kann, wie wertvoll die einzelne Idee ist oder wie sich *BOGI*-Ideen auf den Umsatz Ihres Unternehmens auswirken könnten, das soll hier nicht als Behauptung aufgestellt werden. Doch es sei behauptet: gute Teams, die lernbereit, eigenwirksam und ergebnisorientiert zusammenarbeiten, sind unbezahlbar und generieren deutlich messbare Effekte für jedwede Organisation.

Manche Innovationsmethoden oder Vorgehensmodelle geben vor, eine Art evolutionäre letzte Wahrheit zu formulieren, die eventuell durch Studienergebnisse, Testimonials und Erfolge belegt wird. Wenn z.B. Google-Methoden vorgestellt werden (ein Beispiel wäre der Design Sprint von GV), dann wird gerne in Superlativen die Methode als belegter Fakt angepriesen, die damit eigentlich schon Quasi-Standard ist. Es werden viele Zahlen und Expertenzitate ins Feld geführt und natürlich nicht versäumt zu erwähnen, wie die jahrelange

Arbeit der klügsten Köpfe des Planeten nun die finale Formel generieren konnte. Der *BOGI* ist hier ganz natürlich anders. Jedes Team ist „nur“ dazu eingeladen, sich selbst ein Bild von dem Aufwand sowie dem Nutzen des *BOGI* im Kontext der eigenen Zielsetzung zu machen. Realitätsnaher, situativer *Proof of Concept* lautet hier die Devise. Vorteile des *BOGI* sollen dennoch im nächsten Abschnitt einleitend beschrieben und somit nicht verschwiegen werden.

Vorteile des *BOGI*

Wie jedes Framework bietet der *BOGI* keinen Nutzen durch seine bloße Existenz. Der *BOGI* ohne Teams und ohne Zielsetzung ist wertlos. Der Nutzen wird erst im Kontext des spezifischen Gebrauchs definiert und durch Aktivität erschlossen.

Das Framework kann viele Hilfestellungen bieten, Fähigkeiten, Sichtweisen und Erfahrungen der Einzelnen für die Gruppe besser zu erschließen, ohne dass der Einzelne dabei zu unnötiger Konformität gezwungen wird. Der *BOGI* macht weniger Vorgaben und regelt weniger stark Details, bietet dafür aber viele Möglichkeiten an. Die Angebote sind einfach umzusetzen und erfordern keine großen Investitionen. Der Einzelne benötigt für die Mitgestaltung des *BOGI* auch keine Zertifikate oder teure Expertentrainings. Die Hürden sind also denkbar gering. Man kann den *BOGI* auch wieder unkompliziert abschaffen, wenn kein Nutzen ersichtlich wird. Die Risiken sind daher ebenfalls gering und das sind in Summe klare Vorteile. Die gemeinsame Arbeit an Ideen sollte Spaß machen – der *BOGI* ist deshalb als *Challenge* konzipiert, die Ehrgeiz weckt, Menschen zusammenbringt und Spaß sowie Kreativität deutlich erlaubt. Das alles hilft dabei, eine fruchtbare Dynamik in Gang zu setzen. Somit bietet der *BOGI* eine Reihe vorteilhafter Eigenschaften, die im Weiteren beleuchtet werden.

Minimale Risiken

Der *BOGI* wird als pragmatischer Ansatz verstanden, der den leichten Einstieg erlauben soll. Es ist nicht erforderlich, große Investitionen zu tätigen, um mit der Implementierung des *BOGI* zu beginnen. In der Regel reicht die Entscheidung aus, es einfach zu probieren und allen Beteiligten einen realistischen Zeitrahmen (ein Zeitbudget) einzuräumen.

Jedes Team kann den *BOGI* schnell testen und auch wieder abbrechen, wenn es nicht so funktioniert, wie man sich das vorgestellt hat. Man muss dabei allerdings fairerweise erwähnen, dass man allen Beteiligten und dem Prozess etwas Zeit geben sollte, bis sich eine realistische Praxis entstellt, die man dann bewerten könnte. Ohne hinreichenden Testlauf lässt sich nur schwer feststellen, ob ein Ansatz Früchte trägt.

Die Kosten, die mit dem *Battle Of Glorious Ideas* verbunden sind, sind vor allem **Zeitbudgets**. Sie sind damit leicht zu kalkulieren. Je nachdem, welche Ziele verfolgt werden, kommen eventuell **zusätzliche Material- oder Betriebskosten** hinzu, z.B. dann, wenn es um die Erstellung von Prototypen geht, die Material, Werkzeuge oder Services (bspw. für den Softwarebetrieb) und etwaige Kapazitäten im Sinne von **Räumen und Organisation** voraussetzen. Der Umfang dieser Kosten ist aber ebenso einfach zu budgetieren, wenn man die eigene Zielsetzung kennt und abschätzen kann, wie viele Personen sich beteiligen können. Es ist nicht notwendig, neues Personal einzustellen, um bestimmte Rollen im *BOGI* (diese werden später noch erläutert) zu besetzen. Sie müssen somit **keine zusätzlichen Rekrutierungs- oder Personalkosten** einplanen. Ebenso wenig müssen Sie in teure Zertifizierungsprogramme, Weiterbildungskurse oder Managementseminare investieren. Im Gegenteil, als Framework ist der *BOGI* unter einer Creative Commons Lizenz ja frei zugänglich und kann von Ihnen

selbst erarbeitet und adaptiert werden. Es kann (je nach Organisation) zwar hilfreich sein, wenn Sie sich durch eine neutrale Person von außen begleiten zu lassen, wenn es um die Einführung neuer Methoden und Praktiken geht. Zwingend erforderlich ist dies allerdings nicht. Der *BOGI* basiert auf dem Vertrauen in die bereits vorhandenen Fähigkeiten und Stärken Ihrer Organisation und baut auf die Überzeugung, dass Individuen und Teams in der Lage sind, selbstständig Tools und Routinen für den eigenen Nutzen zu erschließen!

Aus diesen Gründen ist der *BOGI* nur mit **überschaubaren, gut kalkulierbaren Risiken und Investitionen** verbunden. Daneben bietet er jedoch einige implizite und explizite Vorteile.

Implizite Vorteile

Der wichtigste Vorteil der Methode ist darin zu sehen, dass das kreative Potenzial des Einzelnen und die teamübergreifenden Erfahrungen in einem schlanken Ansatz strukturierter Kooperation kombiniert werden. Mit der Einführung des *BOGI* laden Sie Ihr Team dazu ein, eigene Konzepte und Vorschläge im Rahmen einer (hoffentlich) klar abgesteckten Zielsetzung einzubringen. Sie fordern zur Präsentation von Ideen auf und dazu, diese im Team zu qualifizieren und zu bearbeiten. Die Einladung zum *BOGI* ist somit eine starke Botschaft, nämlich ein Aufruf zur (partizipatorischen) Einflussnahme. Der *BOGI* kann, wenn der Aufruf (z.B. vonseiten des Managements eines Unternehmens) ernst gemeint ist, zu einer organisationsweiten Plattform für die Aktivierung „verborgener Superkräfte“ gedeihen. Die Plattform kann bewirken, dass die Organisation in einer konstruktiven Weise zu mehr Teilhabe und Partizipation bestärkt wird. Wenn die Absichten positiv vermittelt, die Methoden situativ angepasst („gehackt“) und mit nachhaltiger Intention implementiert

werden, stimuliert der *BOGI* die Beteiligung des Einzelnen und das Potenzial der gesamten Gruppe. Der Einzelne hat Gelegenheit (sukzessive) neue Fähigkeiten zu entwickeln, weil z.B. regelmäßig Präsentation, Argumentation in der Gruppe, konstruktive Debatte sowie kreative Problemlösung auf der Tagesordnung stehen und so aus der Komfortzone locken. Zusätzlich provoziert der *BOGI* den steten Austausch, beispielsweise über die Durchführbarkeit von Ideen oder die Relevanz von möglichen Lösungen für den Nutzer. Dadurch entsteht schrittweise ein differenzierteres und dennoch geteiltes Bild davon, was wertvolle Ideen ausmacht und wie man glorreiche Ideen (kommunikativ oder praktisch) wirksam umsetzen kann. Das hilft auch, vorhandene Gräben zwischen Teams zu überwinden. Insgesamt kristallisiert sich im besten Fall also ein solides Fundament für die selbstverständliche Optimierung gemeinsamer Diskurkultur, die bestehenden Routinen und den konstanten Wandel der Organisation heraus.

Im *Battle Of Glorious Ideas* befinden sich die Lösungsansätze im kontinuierlichen Wettstreit zueinander. Dadurch wird schnell das Ego der beteiligten Personen durch den Fokus auf bessere Argumente ersetzt. Der *BOGI* befasst sich mit der Diskussion von Entwicklungsmöglichkeiten in der Gruppe, mit neuen Spielräumen und Handlungsperspektiven. Dadurch wird der Blick eher auf Gestaltungsoptionen gelenkt, die so besser erkannt werden können.

Der *BOGI* kann übrigens auch einfach eine Menge Spaß machen. Und Spaß ist gut. Hin und wieder tauchen in einer *BOGI* Session absurde oder lustige Ideen auf - und dagegen ist absolut nichts einzuwenden! Ein breit gefächertes Denken führt zu wieder neuen Assoziationen und Spaß hilft dabei, im Flow zu bleiben. Es macht zudem Freude, der guten Präsentation eines gelungenen Prototyps zu folgen oder das positive Feedback der Kollegen einzufahren, wenn man selbst gerade einen gelungenen Prototyp vorstellen konnte. Die Einzel- und Teamerfolge werden so zu positiven Erlebnissen. Teams ritualisieren ihr gemeinsames Erleben der eigener Wirksamkeit und meistern unterschiedlichste Herausforderungen.

Während des *BOGI HACKATHONS* werden z.B. in zufällig gelosten Teamkonstellationen gemeinsam Lösungsstrategien erarbeitet. Dadurch lernen sich Menschen anders kennen als in der Kantine. Sie tauschen zwangsläufig individuelle Fertigkeiten, Wissen und unterschiedlichste Sichtweisen aus, um echte Herausforderungen zu meistern. Das sind wertvolle Erfahrungen für den Einzelnen, die gleichzeitig das Team stärken. Im Gegensatz zu künstlichen Motivations- oder Teambuildingveranstaltungen geht es hier jedoch um relevante Fragestellungen im jeweiligen Kontext der Organisation.

Der *BOGI* ist ganz eindeutig als Teamsport konzipiert, bei dem der Einzelne gefragt ist und durch seine persönlichen Eigenschaften vielleicht den entscheidenden Unterschied ausmachen kann. Der *BOGI* als Plattform kann dabei helfen, das bestehende Arbeitsumfeld sozial vielseitiger und den eigenen Beitrag sinnstiftender zu gestalten. Ein Universal-Rezept ist der *BOGI* allerdings nicht! Nur in Kombination mit ehrlichen Absichten und dem Engagement der beteiligten Personen kann der *BOGI* positive Effekte erzielen, die über die Ideengenerierung hinausgehen.

Fazit: Der *Battle Of Glorious Ideas* kann relevant dazu beitragen, ein Klima für positiven Wandel und Innovation herbeizuführen. Und zwar ohne, dass die beteiligten Menschen dabei zu Zahnrädern einer auf Performance getrimmten Maschinerie degradiert werden. Stattdessen etabliert man mit dem *BOGI* eine Schnittstelle für individuelle Weiterentwicklung von positiver Kollaboration.

Explizite Vorteile

Das explizite Ergebnis des *BOGI* sind Ideen! Nach einer Weile resultiert hoffentlich ein prall gefüllter Fundus voller mittelprächtiger, einiger guter und

einzelner glorreicher Ideen. **Nicht jede Idee ist gut oder wertvoll**, aber die *Battle Candidates* und im HACKATHON realisierten Ideen sollten durchaus interessante Optionen und Perspektiven bereitstellen. Die „Ideen-Kandidaten“, die sämtliche *BOGI*-Hürden meistern konnten, sind im besten Falle sehr relevant für Ihre Organisation und den damit verbundenen Kontext. Es könnten z.B. neue Produktideen oder Produktfeature sein, interessante Business Cases, UX Case Studies, kreative Ideen für Kampagnen, Skizzen für verbesserte Dienstleistungen, Forschungshypothesen, redaktionelle Vorschläge oder Konzepte für verbesserte Prozesse. Der Output sollte mittelfristig (nach der ersten Anlaufphase) deutlich besser und differenzierter sein, als dies z.B. durch Umfragen (Surveys) oder Brainstormings zustande käme. Durch die zusätzliche Prototypenerstellung im HACKATHON, können vielversprechende Ideen früh mit einem geeigneten Publikum realitätsnah (oder zumindest -näher) getestet werden. Demos, Entwürfe oder erste *Pitches* liegen als Resultate bereits vor, wenn Ideen im und nach dem HACKATHON aufpoliert wurden. Bei sukzessiver *BOGI*-Arbeit entsteht ein kontinuierlich wachsender Pool von potenziell verwertbaren Ideen. Dieser Fundus macht die Einbeziehung ausgewählter Kunden, Partner oder Stakeholder in die Hypothesenwelt Ihrer Organisation möglich und erlaubt anhand der aufbereiteten Ergebnisse und Prototypen ein wesentlich präziseres Feedback. Sie können so ergiebig in den Dialog mit Dritten treten und Erkenntnisse aus diesem Dialog wieder ans Team zurückspielen.

Der explizite und grundsätzlich quantifizierbare Nutzen des *BOGI* ist die Summe der generierten und in Anteilen verwertbaren Ideen.

Lohnt sich der *BOGI* / Wie ist der *BOGI* ROI?

Eine allgemeingültige Berechnung des *Return on Invest (ROI)* für den *BOGI* kann und sollte man so nicht machen! Da der Ansatz offen, „hackbar“ und insbesondere qualitativ ausgerichtet ist, wären Angaben in dieser quantitativen Form schlichtweg unseriös und aus der Luft gegriffen. Die quantitative Messbarkeit der Effekte hängt davon ab, wie Sie das Framework praktisch implementieren, wie stark die Beteiligung ist und für welche Zielsetzung Sie die den *BOGI* grundsätzlich einführen. Ab wann sich der *BOGI* also konkret lohnt und wie hoch der messbare Mehrwert für eine Organisation sein kann, soll also nicht durch eine Mondscheinformel propagiert werden.

Es ist darüber hinaus aber möglich, abstraktere Aussagen zu treffen, die für Sie in diesem Zusammenhang durchaus von Nutzen sein können. Der Zeit- und Materialaufwand entspricht Ihren Investitionen, kann in Budgets definiert und daher ziemlich exakt bestimmt werden. In welchem Umfang Sie Budgets wählen, gibt der *BOGI* aber nicht vor. Ein zeitliches Budget entspricht letztlich dem Rahmen, den Sie dem Team (allen oder nur manchen Individuen Ihrer Organisation) für die Bearbeitung von Ideen, Prototypen sowie Vor- bzw. Aufbereitungsschritten zugestehen. Nehmen wir an Sie würden zwei Stunden pro Person je Woche einplanen und zusätzlich einen Tag für den HACKATHON in der von Ihnen gewählten Häufigkeit (einmal je *BOGI* Sequenz), dann können sie leicht ein minimales, zeitliches Budget bestimmen. Für Materialkosten und sonstige Aufwände könnte ein fixer Gesamtrahmen vorgegeben werden, der dann z.B. anteilig für die beteiligten Personen bereitstünde. Dieser Rahmen zeigt dann auf, welche Materialien z.B. für die Durchführung des HACKATHON angeschafft werden könnten. Fazit: Aussagen über die Kostenseite (= Investition) und etwaige Opportunitätskosten lassen sich konkret einplanen und definieren.

Der explizite Nutzen lässt sich grundsätzlich bestimmen, wie zuvor bereits erläutert wurde. Den Nutzen kann man dabei durchaus auf quantitativer sowie qualitativer Grundlage „messen“. Die quantitative Messung ist in diesem Falle aber nicht so aussagekräftig. Warum nicht? Man könnte ja beispielsweise messen, wie viele Ideen als Output in einem bestimmten Zeitraum zustande kommen oder dann, wie viele dieser Ideen jeweils mit Dritten erfolgreich getestet werden können. Z.B. pro Quartal 50 Ideen und 3 Tests mit Kunden. Man könnte so ermitteln, wie hoch die Quote (oder Konversion) der Ideen ist, die es aus der Menge aller Ideen in reale Kommunikation mit Dritten schaffen (3 zu 50). Danach könnte man versuchen die Konversion (im *Ideation Funnel*) entlang einer bestimmten Zielsetzung zu optimieren, z.B. dass pro Quartal anstelle von 1,5% testbarer Ideen 3% erreicht werden sollte. Aber: Es müsste hier kritisch reflektiert werden, was genau und wie viel das alles aussagt! Trends, Quoten und Mengen sagen in der Regel wenig darüber aus, wie erfolgreich eine Idee im Verlauf ihres Lebenszyklus letztlich werden kann. Und sie erklären nicht, in welcher Situation eine Idee besonders innovativ erscheint. Erst die Hinzunahme **qualitativer Dimensionen** erlaubt grundlegende Analysen hinsichtlich der Wertigkeiten. Da nun die Zuweisung von Qualitäten von jeder Organisation und ihrem jeweiligen Kontext vorgenommen werden muss, sollen an dieser Stelle keine Pauschalaussagen getroffen werden. Fest steht aber, dass sich *BOGI* Aktivität grundsätzlich „messen“ lässt, sich in diesem Sinne auch Metriken ableiten und Dimensionen definieren lassen. So können ferner Erkenntnisse über quantitative Messungen und qualitative Wirkzusammenhänge abgeleitet werden. Wenn Sie das *BOGI* Framework in einem wirtschaftlich orientierten Unternehmen einführen, dann können Sie auch den Output des *BOGI* im Kontext von Effekten auf die Umsätze analysieren. Etwa sehr eindeutig dann, wenn eine erfolgreiche Produktidee über den *BOGI* entsteht und am Markt realisiert wird. Dieses Produkt könnte dann einen Umsatz x generieren und stünde den *BOGI*-Kosten gegenüber. Sie könnten auch etwa gemittelte Kosten pro Idee ermitteln, auf der Basis von

Output (Anzahl) und Budget pro Zeitintervall. So könnte man weiter ableiten, wie viel Umsatz dann die erfolgreichen *BOGI*-Ideen letztlich generieren müssten, so dass der *BOGI* eine positive Kosten-/ Nutzenbilanz erzielen kann und refinanziert wäre.

Allerdings werden die (positiven) impliziten Effekte auf Ihre Organisation dabei völlig ignoriert. Z.B., dass sich subjektive und teambezogene Effekte vielleicht bereits positiv auf die Arbeitsweise oder Problemlösungsfähigkeiten auch auf andere Prozesse auswirken. Oder, dass die Zufriedenheit der Mitarbeiter Ihres Unternehmens aufgrund neuer Partizipationsmöglichkeiten und konstruktiver Interaktion zwischen Teams zunimmt. Oder, dass auf Basis des erarbeiteten Ideenfundus immer schneller Transferleistungen im alltäglichen Arbeiten resultieren, die sich bei regulären Problemstellungen also als nützlich erweisen. All diese Effekte werden schnell ignoriert, wenn man lediglich einfache kausale Zusammenhänge mit Blick auf monetäre Effekte messen will. Viele der anderen, möglichen Effekte sind allerdings nicht immer zu erfassen und gehören auch nicht stets in dasselbe Bezugssystem.

Mit anderen Worten: Investitionen (einerseits) und positive Effekte (andererseits) können gemessen werden, hängen dabei vom jeweiligen Bezugssystem ab. Es sollen aber keine Garantien für bestimmte Effekte ausgestellt oder Erfolgsquoten orakelt werden, da dies nicht im Sinne des Frameworks wäre und zweifelhaft erscheint. Der *BOGI* sollte vielmehr deshalb implementiert werden, weil eine Organisation an den Wert von Ideen und Kooperation glaubt. Die Investition sollte auf einer authentischen Absicht beruhen, nicht auf einem vereinfachten Business Case. Wenn eine ehrliche Ambition in echte Bewegung überführt werden kann, dann werden nachhaltige Entwicklungen angeschoben, die nicht in simplen Kennzahlen enthalten sind. Viel wichtiger erscheint es, die qualitativen Ausgestaltungsoptionen einer Methode oder die Mehrwerte für soziale Interaktion, zu besprechen.

Abgrenzung: Was ist der *BOGI* nicht?

- **Keine Revolution:** Der *BOGI* kombiniert Konzepte, Methoden und praktische Erfahrung in einem schlanken Ablaufmodell. Anleihen für Teilaspekte kommen hier etwa aus dem Stage-Gate[®]-Konzept, der Kanban-Methode und anderen Ansätzen, sie werden jedoch wenig akademisch in einem Workflow integriert. Der *BOGI* ist also keine absolut neue Denkweise, sondern kann eher als *Mashup* betrachtet werden, in welches verschiedene Praxiserfahrungen und Experimente eingeflossen ist.
- **Keine Domäne:** Der *BOGI* ist kein auf eine bestimmte Domäne zugeschnittenes Framework. Aus diesem Grunde werden auch keine *spitzen* Problemfelder adressiert, wie etwa „Stakeholder Management in B2B IT-Projekten“ oder ähnlich pointierte Fragestellungen. Der *BOGI* kann aber problemlos auf spezielle Fragestellungen hin zugespitzt werden, so dass bestimmte Problemhorizonte fokussiert bearbeitet werden können.
- **Keine Disziplin:** Der *BOGI* ist damit bspw. kein Ansatz, welcher sich allein für die Produktentwicklung eignet. Nicht nur Produktideen, Feature oder Backlog-Items können hiermit im Team qualifiziert werden, sondern ebenso Maßnahmen aus völlig anderen Disziplinen.
- **Keine Philosophie:** Der Ansatz ist nicht den Paradigmen im Bereich AGILE oder LEAN zuzurechnen, aber es gibt umgekehrt auch keinen Konflikt bei der Kombination mit Methoden agiler Entwicklung oder Lean Management Ansätzen. Der *BOGI* ist zwar relativ *schlank*, aber eben nicht an einer Philosophie oder festgelegten Sichtweisen ausgerichtet.



- **Keine Garantie:** Der *BOGI* ist keine Methode mit Erfolgsgarantie. Aber er ist ein Instrument, um bei vertretbarem Aufwand und niedrigen Einstiegsbarrieren effektiv an Ideen zu arbeiten. Der Output ist dabei jederzeit bewertbar.
- **Kein Hype:** Der *BOGI* ist keine *Design Thinking* Methode und orientiert sich nicht am Trend. Er kann aber mit weiteren Ansätzen kombiniert werden. Z.B. bei der eigentlichen Generierung neuer Ideen, die erst dann in den *Battle Of Glorious Ideas* treten oder im Zusammenhang von Qualifizierungstechniken oder beim Testing des Outputs.
- **Kein Tech-Only:** Der *BOGI* ist keine Veranstaltung, die auf bestimmte technologiebasierte Innovationen beschränkt wäre. Ebenso ist das Konzept auf die Anwendung in bestimmten Organisationsformen zugeschnitten.

Der *BOGI* ist insbesondere **nicht in Stein gemeißelt!** Er kann und sollte im jeweiligen Kontext weiterentwickelt werden. Z.B. gegenüber speziellen fachlichen Anwendungsgebieten ebenso wie auf der Basis von neuen Experimenten im Workflow. Die vorliegende Version kann als eine erste Grundversion verstanden werden. Auch diese wird weiter optimiert, angepasst und ist zudem offen zugänglich für jede Art von Adaption.

Voraussetzungen / allgemeine Empfehlungen

Bevor Sie den *Battle Of Glorious Ideas* in Ihrer Organisation starten, sollten Sie sich folgende Empfehlungen durchlesen:

- **Prioritäten klären:** Die nachhaltige Einführung von Innovations- oder Ideenmanagement-Ansätzen funktioniert meist nur dann, wenn das Vorhaben unstrittig von dem Management einer Gruppe unterstützt wird. Es muss *Commitment*, also ein echtes Bekenntnis, für die Initiative signalisiert werden, um Reibungsverluste oder Irritationen nicht unnötigerweise aufkeimen zu lassen. Die Arbeit an Ideen wird eine gewisse Zeit in Anspruch nehmen, bis sie auf fruchtbaren Boden stößt. Es kann zu Beginn auch sein, dass Teamprioritäten und Zeitbudgets mit dem *BOGI* kollidieren oder ganz einfach Materialien (wie ein Whiteboard) benötigt werden, bevor die Gruppenarbeit an Ideen und Experimente im Team irgendwann alltäglich sind. Hier gilt es situativ auf der Basis von Feinjustierungen nachzusteuern. Prioritäten sollten besser noch im Vorfeld nach Möglichkeit im gesamten Team geklärt und Budgets diskutiert werden, um negative Überraschungen zu vermeiden. Die beste Initiative kann schnell mit der operativen Wirklichkeit kollidieren, wenn Auswirkungen für die Praxis nicht durchdacht wurden. Teams und Einzelpersonen sollten sich eingeladen und befähigt fühlen (~ *Empowerment*), zu Ihrem *BOGI* beizutragen. Für alle regulären (im Weiteren noch näher beschriebenen) *BOGI*-Sitzungen sollte im Vorfeld eine Faustregel als Orientierung und Konsens diskutiert werden, von der man individuell im Alltag ableiten kann, wann man sich beteiligen kann oder wann stattdessen Aufgaben mit höherer Priorität erledigt werden sollten. Sie möchten z.B. als Unternehmen sicher vermeiden, dass eines Tages Ihr Helpdesk / Support unbesetzt ist, weil alle Teammitglieder gerade an einer

BOGI-Sitzung teilnehmen. Jedes Team sollte also den Umgang mit kollidierenden Aufträgen besprechen. Es gibt hier viele Möglichkeiten, den Umgang mit Prioritäten des Alltags und Verfügbarkeit im Voraus zu klären, damit es nicht zu unschönen oder gar geschäftskritischen Konflikten führen muss. Der *BOGI* soll eine Plattform für gutes Wirken sein, nicht neuralgische Stellen im Organisationsgefüge torpedieren!

- **Moderator einsetzen:** Es wird empfohlen, bei den *BOGI*-Sitzungen einen Moderator einzusetzen, der den sinnvollen Ablauf von Sitzungen aufrechterhält (in einem späteren Abschnitt werden noch weitere Rollen vorgeschlagen). Die Moderatorenrolle kann permanent oder temporär besetzt werden, was jedoch nicht bedeutet, dass es sich um eine Vollzeitfunktion handelt. Da es sich beim *Battle Of Glorious Ideas* aber um einen *Wettstreit* (!) der Ideen handelt, kann sich der Wettstreit auf Egos ausweiten. Die frühe Eindämmung von Eskalationen geschieht hier am besten durch gute Moderatoren. Da die öffentliche Präsentation von Ideen auch bedeutet, dass jemand vor dem Publikum unter Umständen seine persönliche Komfortzone verlässt, sollte ein Moderator ebenso dafür Sorge tragen, dass alle Beiträge mit gebührendem Respekt behandelt werden. Es gibt keine dummen Ideen, nur dumme Reaktionen!
- **Die Zusammensetzung des Teams beachten:** Für praktische Umsetzungsaufgaben (z.B. die Erstellung von Materialien und Prototypen im Rahmen eines HACKATHONS) sollte im Vorfeld geklärt werden, welche Fähigkeiten im Team für die Erstellung eines Kandidaten abgedeckt werden müssten. Es kann nämlich in der Praxis schnell passieren, dass die Realisierung einer bestimmten Idee mit Anforderungen an die Fähigkeiten des realisierenden Teams verbunden ist. Sind diese nicht vorhanden, kann die Realisierung zum Erliegen kommen. Wenn Sie zum Beispiel ein technologieorientiertes Angebot haben und aus diesem Grunde *Battle Candidates* (solche Ideen stehen für den HACKATHON zur Auswahl) mit

Programmieraufgaben verbunden wären, dann wäre die Hürde für nichttechnische Kollegen zu hoch, um eine codebasierte Umsetzung zu meistern. Nicht jeder hat somit immer den geeigneten Hintergrund, um jedweden Lösungsweg zu realisieren. Sobald Sie diesen Umstand im Vorfeld berücksichtigen, können Sie ein Vorgehen abstimmen. So könnten Sie für jeden *Battle Candidate* verschiedene Lösungsvarianten zulassen. Neben Code wäre ja ebenso die Ausarbeitung einer Value Proposition denkbar, eine Analyse der Vertriebsstrategie, ein Papierprototyp oder die Betrachtung einer Customer Journey. Seien Sie somit offen und kreativ gegenüber der Summe aller Möglichkeiten, wenn es um die Realisierung geht. Ein zu eng gewählter Korridor limitiert die Chancen auf ungeahnte Ergebnisse. Zudem schließt ein enger Lösungshorizont Personenkreise unnötig aus, was nicht im Sinne des Erfinders ist.

- **BOGI Missionsziele setzen:** Es wird empfohlen, grundlegende Absichten und Missionsziele für Ihren *BOGI* zu definieren. Jeder sollte die zugrundeliegende Intention nachvollziehen können. Sie sollten daher vermitteln, welche Ziele Sie als *Sponsor* oder Initiator des *BOGI* (~ *BOGI SPONSOR*, siehe Rollen) verfolgen möchten. Was erhoffen Sie sich von der neuen Plattform? Worin drückt sich der Erfolg der Initiative aus? Welche Effekte glauben Sie für die Organisation erzielen zu können? Der *BOGI* funktioniert übrigens auch für verschiedene Arbeitsgruppen mit jeweils verschiedenen Missionszielen. Beispielsweise etabliert eine Gruppe den *BOGI* für die Erarbeitung von Ideen für die Verbesserung des Arbeitsalltags in der Organisation und eine andere arbeitet an neuen Produktideen. Beide Gruppen würden vermutlich abweichende Best-Practices entwickeln, dennoch gleichermaßen verstehen, wie die Grundmechanik der Peer-Gruppe funktioniert. Das geht, weil der *BOGI* offen gestaltet ist und für Teilziele ebenso angewendet werden kann, wie für übergeordnete Ziele. Die Definition der Ziele für alle Teilnehmer ist aber in jedem Fall notwendig,

da so ein qualitativer Bezugsrahmen geschaffen wird. Dadurch können gute von schlechten Ideen unterschieden werden.

- **Offen gegenüber allen Ideen sein:** Eine essenzielle Voraussetzung für die erfolgreiche Arbeit mit Ideen ist die bedingungslose Offenheit gegenüber allen möglicherweise aufkommenden Ideen. Das klingt trivialer als es ist. Es werden sich von 100 Ideen vielleicht nur zwei Ideen herauskristallisieren, die aus der Menge hervorstechen. Eventuell nur eine wird letztlich als Prototyp überzeugen. Aber Ideenarbeit muss man einfach anders aufwiegen. Wenn es lediglich 100 Ideen kostet, um die eine großartige Idee zu identifizieren, dann wird es höchste Zeit, die 99 anderen zu diskutieren. Seien Sie aber geduldig und stets aufgeschlossen gegenüber zunächst abwegig anmutenden Gedanken. Tolerieren Sie Ideen, die eventuell im Widerspruch zu dem aktuellen Common Sense stehen. Denn Sie wissen letztlich nie, wie sich Ideen auswirken werden und welche neuen Blickwinkel eröffnet werden. Seien Sie daher bereit für Experimente, neue Meinungen und auch für Misserfolge. Wertvolle Konzepte entwickeln sich am besten in solchen Umgebungen, in denen Ideen offen diskutiert werden können und in denen schlechte Ideen ok ist. Denn worum geht es? Es geht darum, die wenigen grandiosen Ideen durch die Schärfung des Blicks zu isolieren. Die Ideen zu erarbeiten, die nicht schon bereits Teil des Common Sense sind. Es ist also elementar, ein breites Spektrum an Möglichkeiten zunächst zulassen zu können. Durch direkte Ablehnung werden Menschen aber gehemmt und teilen ihre Sichtweisen dann nicht mehr mit. Wenn Sie nicht offen für Einfälle aus den eigenen Reihen sind, dann sollten Sie nicht ernsthaft über Innovation nachdenken. Ein schlechtes „Ideenklima“ führt in der Regel nur zu der Verstärkung der lautesten oder der prominentesten Meinungen. Es kann den Effekt haben, dass Menschen immer wieder die gleiche Idee wiederholen, ungeachtet

ihrer Qualität. Prüfen Sie Ihre ehrliche Bereitschaft gegenüber dem Neuem, bevor Sie sich in den *BOGI* begeben!

- **Hierarchien aufbrechen:** Nutzen Sie den *BOGI* nicht allein als eine Plattform für die interdisziplinäre Zusammenarbeit an Ideen, nutzen Sie das Format auch, um schrittweise hierarchisches Denken und verstaubte Verhaltensmuster aufzubrechen. Die Diskussion von Ideen ist am effektivsten, wenn Qualitäten und Argumente mehr zählen als Rang und Ego. Es kann nur hilfreich sein, wenn sich Topmanager in Sachdebatten wie jeder andere zu gleichen Bedingungen und Regeln an der Diskussion beteiligen. Besondere Privilegien kann und sollte es nicht geben, wenn es um die Aufdeckung der Sachqualitäten in der Gruppe geht. In manch einer Organisation mag dies ja heute immer noch befremdlich sein, aber nach einer Weile der Übung und mit der nötigen Disziplinierung der Egos, kann es funktionieren. Eine gute Möglichkeit hierfür ist z.B. auch, dass der oberste Indianer (CEO etc.) die anderen Häuptlinge entsprechend überzeugt, den Rang im *BOGI* abzulegen. Der *BOGI* kann in dieser Hinsicht auch zu einer guten Plattform für den Gedankenaustausch zwischen Teams, Disziplinen und eben Hierarchieebenen werden. Das Framework allein ist hier aber kein Allheilmittel und sicher wird es auch einige Organisationen geben, für die der Aufbruch der Hierarchien nicht funktioniert. Aber der *BOGI* ist eines von vielen Instrumenten, welches auch dafür eingesetzt werden kann, Silo-Strukturen und gewachsene Dysfunktionalitäten zu überwinden.

BOGI MECHANICS

Die *BOGI MECHANICS* beschreiben den Ablauf des Ansatzes als Blaupause. Zur Erinnerung, folgende Punkte sind wichtige Elemente des Vorgehens:

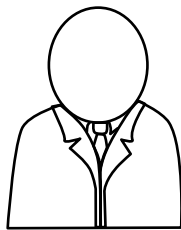
- 1) **Partizipation:** Jeder kann Ideen und Perspektiven einbringen
- 2) **Sammlung:** Regelmäßige Aufnahme überzeugender Ideen
- 3) **Screening:** Qualifizierung der Kandidaten durch das Team
- 4) **Funnel-Logik:** Ideen (~ Innovationskandidaten) treten gegeneinander in Etappen an und durchlaufen einen „Innovationstrichter“
- 5) **Selektion:** Auswahl von Kandidaten durch Teams / Individuen
- 6) **Schnelle Umsetzung:** Prototypenrealisierung im HACKATHON
- 7) **Pitch:** Präsentation und Kommunikation von Ergebnissen
- 8) **Nachhaltige Dokumentation:** Fließende Dokumentation und Aufarbeitung der Erkenntnisse für frühe Tests bei Stakeholdern, Kunden oder Experten

Um diese Punkte im Konzept des *BOGI* umzusetzen, werden Rollen, Veranstaltungssequenzen und Hilfsmittel (z.B. das *BOGI* Board) definiert. Diese bilden ein Grundkonzept, welches je nach Bedarf erweitert werden kann. Nachfolgend finden Sie eine Übersicht der zentralen Abläufe und Konzepte im *BOGI* sowie Vorschläge für deren Umsetzung. Mit diesem *default*-Setup sollten Sie beginnen und beobachten wie Ihr Team mit den Vorschlägen umgeht.

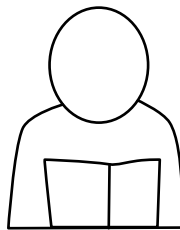
BOGI Rollen

BOGI PERSONA / ROLLEN

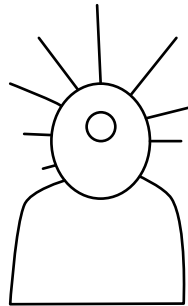
Ein Vorschlag für die Besetzung



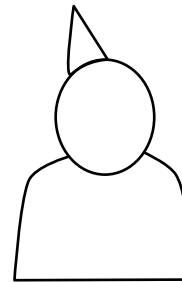
BOGI
Sponsor



BOGI
Moderator



BOGI
Inceptor



BOGI
Guide

MÖGLICHE BOGI PERSONA / ROLLEN



BOGI SPONSOR

Wenn der CEO eines Unternehmens der Sponsor oder Advokat des *BOGI* ist, dann wird die Absicht für die Initiative für mehr Ideenarbeit und Kollaboration direkt unterstrichen. Team-Manager werden so bereits im Grundsatz auf Linie gebracht und müssen nicht diskutieren, ob sich der eigene Bereich wirklich beteiligt. Eine innovationsfreundliche Kultur kann nicht gut gedeihen, wenn die Menschen das Gefühl haben müssen, in Guerillataktik Ideen und eigene Zeit beizusteuern. Ein ehrliches und konsequentes Mandat für mehr Innovation, etwa vonseiten einer Geschäftsleitung, ist daher der beste Ausgangspunkt. Alle Beteiligten möchten sicher sein, dass sie nicht in Konflikt mit anderen Tagesordnungspunkten geraten, wenn sie sich einmal mit *BOGI* -Gedanken

beschäftigen. Um eine Atmosphäre zu schaffen, die Partizipation fördert, ist das Empowerment durch das Management also eine einfache, aber wichtige Geste. Diese Geste wird noch wirksamer und verbindlicher, wenn Sie gleichzeitig in einem realen Budget mündet. Der *BOGI* SPONSOR kann und sollte hierfür Sorge tragen. Die Rolle des *BOGI* SPONSORs muss jedoch nicht zwingend in jeder Organisation Sinn machen. Open-Source Teams können den *BOGI* adaptieren, ohne die Rückendeckung eines Sponsors für die Prioritätensetzung zu benötigen. Doch generell ist es in der Praxis hilfreich, wenn die neuen Experimente von Advokaten oder Evangelisten „in die Organisation“ getragen werden. Gruppen sind nicht selten träge, wenn es um Neues geht; der Einzelne reagiert bisweilen abweisend gegenüber neuen Arbeitsweisen. Ein authentischer Fürsprecher für das Neue kann hier viel dazu beitragen, dass sich eine kritische Masse an Personen offen und neugierig zeigt.



BOGI MODERATOR

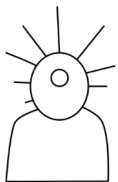
Die Rolle des *BOGI* MODERATORs ist sehr wichtig für den Diskussionsfluss, die Aufrechterhaltung der Abläufe (auf die man sich einigt) und für die Glättung von destruktiven Diskussionsmomenten im Verlauf einer *BOGI* Session (der taktgebenden Veranstaltung zur Bearbeitung neuer Ideen).

Es ist nicht entscheidend, dass immer dieselbe Person die Moderatorenrolle ausfüllt. Problemlos kann diese Rolle beispielsweise rotierend besetzt werden. Rollen können eine gute Chance bieten, dass Personen neue Dinge und Handlungen ausprobieren. Allgemein ist für eine gute Moderation zu gewährleisten, dass die moderierenden Personen einfach über bestimmte Mindestkompetenzen, wie Taktgefühl, Empathie und Kommunikationsfähigkeit verfügen sollten. Bei dem *Battle Of Glorious Ideas* ist das nicht anders. Denn

gerade das Aufrechterhalten von Dynamik, individuellem Engagement, subjektiver Sichtweise in der Balance mit Systematik, Zeitmanagement, Deeskalation, Fairness etc. sind hier die Schwierigkeit. Wenn sich also ein hervorragender Moderator an Bord befindet, schadet es im Zweifel nicht, die Rolle so zu Beginn zu besetzen. Später kann man dann nach ein wenig Tradition des Ablaufs auch in eine rollierende oder spontane Besetzung übergehen.

Ausschlaggebend ist die Unanfechtbarkeit des Mandats (gekoppelt an die Rolle) für die Ausübung der Moderation. Das Team sollte die Wichtigkeit dieser Rolle unabhängig von der Person, die diese Rolle ausübt kennen und respektieren.

Als Ansprechpartner kann der Moderator auch zwischen den verschiedenen Teamveranstaltungen koordinative Aufgaben übernehmen oder organisatorische Fragen klären. Hier empfiehlt sich eine Auslegung der Zuständigkeit, die sich am Bedarf in der Organisation orientiert.



BOGI INCEPTOR

Jede einzelne Idee wird von Personen in irgendeiner *BOGI* Session eingebracht. Die Person, die eine Idee einbringt, wird automatisch zu ihrem Initiator – dem *BOGI INCEPTOR*.

Es gibt einige Aspekte, die bestenfalls mit dieser Rolle verbunden sind. Ideen brauchen Pflege. Es macht daher Sinn, dass sich Personen für ihre Ideen verantwortlich fühlen. Sie sollten eventuell Lobbyist der eigenen Idee sein, aber auch insbesondere bereit sein, die eigene Idee weiter zu pflegen, z.B., wenn neue Informationen oder Meinungen durch andere hinzukommen. Dies gilt meist innerhalb der ersten Zeit, nachdem eine Idee gerade geteilt wurde. Später "wachsen" Ideen (vor allem solche, die den *BOGI* länger überleben) und werden

flügge. Sie erobern ihr Territorium und werden zum Objekt innerhalb der Gruppe, vielleicht mutieren sie auf unvorhergesehene Art und Weise oder finden neue Advokaten. So ist es mit Gedanken, die man ausspricht – sie gehören einem nicht mehr alleine. In der frühen Phase der Ideenfindung sollte sich der *BOGI INCEPTOR* als Anwalt seiner Idee verstehen und im *BOGI Board* sollte optimalerweise dokumentiert werden, wer der Initiator einer Idee war. So können auch im Bedarfsfalle Rückfragen gestellt werden oder Gespräche stattfinden.



BOGI GUIDE

Neben der Rolle des *BOGI MODERATORS* sollte man zusätzlich Personen ausfindig machen, die bereit sind, vor, während und nach den HACKATHONS (dem Event für die Realisierung von Ideen) zu helfen. Abhängig von der Gruppengröße im HACKATHON, den örtlichen Begebenheiten, der logistischen Komplexität, der benötigten Ausrüstung usw. sind helfende Hände unabdingbar. Die Anzahl der benötigten *BOGI GUIDES* orientiert sich an dem erwartbaren Aufwand im Hinblick auf die reibungslose Durchführung des HACKATHONS. Durch die Mithilfe der *BOGI GUIDES* können sich die (am HACKATHON) teilnehmenden Personen voll und ganz auf die Bearbeitung von Ideen konzentrieren, z.B. wenn ein Prototyp erstellt wird. Denn das ist das Ziel. Ein *BOGI GUIDE* soll dabei helfen, den HACKATHON mit Rat und Tat zu einem Erfolg zu machen. Die Vorstellung der Ergebnisse vor Publikum während des HACKATHONS kann von einer unterhaltsamen Moderation durchaus profitieren. Damit dies gelingen kann, sollte ein *BOGI GUIDE* auserkoren werden, der die Moderation der Veranstaltung übernimmt und somit auch kommunikativ durch den Tag (inklusive der Agenda) geleitet.

BOGI PERSONA / ROLLEN

EIN MINIMALES SETUP



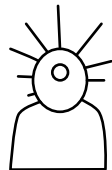
BOGI
Sponsor

- Initiiert & setzt Kontext / Ziel
- Besorgt Budget: Zeit & Material
- Demonstriert Commitment
- Regelt Interessenskonflikte



BOGI
Moderator

- Moderator of BOGI Session
- Ggfs. Moderator of BOGI HACKATHON
- Go-To Person
- Vor- und Nachbereitung der Session



BOGI
Inceptor

- Stellt Idee(n) vor
- Stimmt für / gegen Idee(n)
- Qualifiziert Battle Candidates
- Teilnehmer der BOGI Session
- Teilnehmer des BOGI HACKATHON



BOGI
Guide

- Supported BOGI HACKATHON
- Bereitet Ablauf und Todos vor
- Räumt Hindernisse aus dem Weg
- Hilft bei der Einhaltung von Zeiten
- Go-To Person für Teams

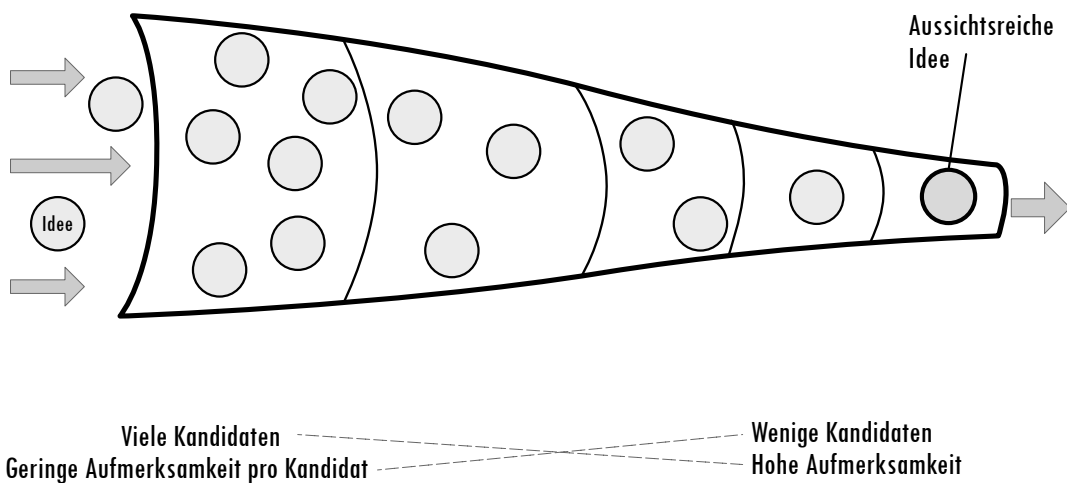
TYPISCHE ROLLEN UND FUNKTIONEN

DAS BOGI BOARD

Als Analogie folgt der Aufbau des *BOGI* Boards dem schematischen Aufbau eines Innovation Funnel / Innovationstrichters.

Innovation Funnel

mit Stages & Gates



VISUALISIERUNG IHRES FUNNELS IM BOARD

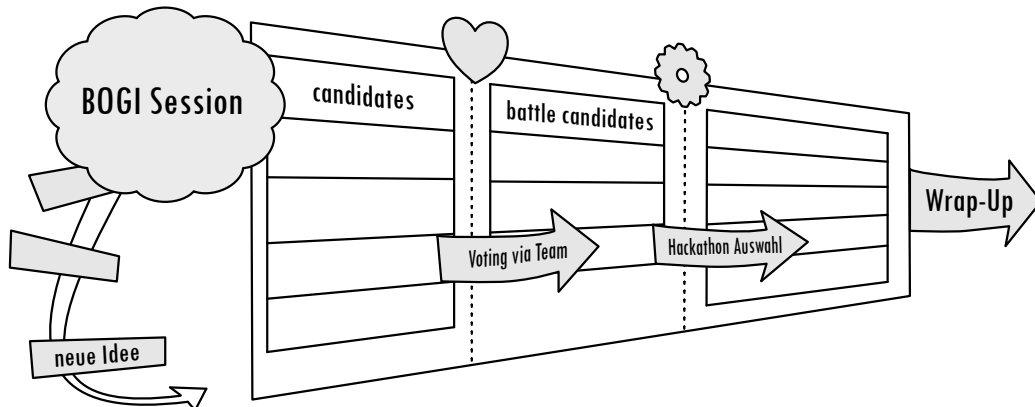
Mit dem *BOGI* Board halten Sie Zwischenstände fest und dokumentieren neue sowie bereits existierende Ideen. Durch das Board generieren Sie damit implizit eine fließende Dokumentation Ihrer Ideengenerierung.

Für das Board eignet sich entweder ein großes Poster mit Post-It®'s der Ideen oder eine digitale Umsetzung, z.B. basierend auf einem Trello-Board. Das Board ist der Übertrag dessen, was in der *BOGI* Session bewegt und hinzugefügt wurde.

Wenn Sie asynchron und ortübergreifend arbeiten, ist ein digitales Board zu empfehlen. Zudem kann Papier früher oder später unhandlich werden. Ein Tool hat also durchaus echte Vorzüge, trotz der Liebe vieler Unternehmen zu den kleinen, bunten Zetteln auf riesigen DIN-A0 Untergründen.

Das Poster bzw. das Board soll nun die Etappen Ihres Ideen**battles** im *BOGI* entlang eines gedachten Trichters (~ *Innovation Funnel*) veranschaulichen und ist daher in Spalten (von links nach rechts) untergliedert. Links ist der Eingang **Stage-1 für alle neu aufgenommenen Ideen**. Rechts daneben folgen die **weiteren Spalten für die Qualifikation und Nachbearbeitung**. Drei Spalten reichen grundsätzlich aus, in denen die essenziellen Schritte **Eingang, Qualifikation** und **Auswahl** abgebildet werden können, wie in dem folgenden Schema dargestellt ist. Manche Teams nutzen aber auch gerne mehr Spalten für diffizilere Schritte, spätere Follow-Up Phasen oder Archivierung. Die Gestaltung des Boards orientiert sich also an Ihrem finalen Workflow. Zu Beginn ist es dabei ratsam schlank zu beginnen und die Komplexität zu erhöhen, wenn es wirklich nötig wird.

Minimales **BOGI** BOARD



SCHEMA EINES MINIMALEN *BOGI* BOARDS (STAGE-1 BIS 3)

Die linke Spalte **Stage-1** ist der Eingangsbereich (~ *Funnel Entry*) für vorgestellte und durch die Gruppe angenommene Ideen. Die dort dokumentierten **Kandidaten** (neue Ideen) haben nach der initialen Präsentation mindestens 50% der Stimmen durch die Anwesenden einer *BOGI* Session erhalten.

Alternativ: Je nach Arbeitsweise kann es Sinn machen, wenn Sie in einer linken Spalte vor der Stage-1 Ideen in Vorbereitung parken. Die dortigen Ideen sind dann noch nicht vorgestellt oder angenommen, könnten aber bei der Vorbereitung einer anstehenden Sitzung dienen. Diese Spalte kann als **Vorbereitungsspalte Stage-0** benannt werden.

Die Spalte nach dem Eingang ist **Stage-2** und dokumentiert die **Battle Candidates**. Dort findet man also solche Ideen, die sich bereits aufgrund der zusätzlichen Abstimmung qualifizieren konnten (die Abstimmungsverfahren werden später noch im Kontext der *BOGI* Session genauer erläutert) und deshalb eine Spalte weiter (in die Spalte Stage-2) gezogen wurden. Alle *Battle Candidates* haben in einer ersten Auseinandersetzung (mit allen neuen Ideen) ihr Potenzial behauptet und könnten zukünftig zeigen, was weiter in ihnen steckt. Jeder dieser Kandidaten meisterte die Schnellbewertung durch die Gruppe und konnte sich als eine der zwei besten Ideen einer Sitzung behaupten.

Die dritte und größte Hürde, die es für einen Kandidaten zu bestehen gilt, ist der **BOGI HACKATHON**. Der HACKATHON ist die finale Phase im *BOGI*-Lebenszyklus. Hier trennt sich abermals die Spreu vom Weizen. Zufällig aufgestellte HACKATHON-Gruppen müssen dafür ihr Interesse am Kandidaten bekunden und diesen für die Umsetzung selektieren - anders kann sich ein *Battle Candidate* nicht weiter qualifizieren. Damit eine Idee entsprechend bearbeitet wird, sollte sie zusätzliche oder andere Merkmale aufweisen, als es für ein rein theoretisches Voting (in der Qualifikationsrunde zuvor) nötig wäre.

Ideen, die den gesamten Funnel (nachgebildet durch das *BOGI* Board) meistern können und den HACKATHON somit überstanden haben, können in eine letzte **Hall-of-Fame** Spalte (**Stage-3**) im *BOGI* Board verschoben werden. Hier befinden sich alle jemals prototypisch erarbeiteten Ideen (es sei denn, das Board wurde aufgeräumt). Da der HACKATHON ein qualifizierendes Gate (eine Hürde) und keine Stage (Etappe) darstellt, benötigt man für den HACKATHON selbst keine Spalte im Board.

Insgesamt repräsentieren Stage-1, Stage-2 und Stage-3 **Etappen**, denen jeweils eine **Hürde** bzw. ein Gate (Votierung für Aufnahme, weitere Qualifikation durch Weiterziehen in Gruppe, Auswahl zum HACKATHON) vorausging.

Alle im HACKATHON erstellten Lösungen werden abschließend separat aufgearbeitet und in der Organisation oder an Dritte kommuniziert. Hierfür könnte man theoretisch zusätzliche Spalten im Board vorsehen. Letztlich würden also durch Stage-3 erst solche Kandidaten entstehen, die sich dann im Weiteren unter realen Bedingungen testen lassen, z.B. anhand eines Prototyps oder Hochglanzprospekts. Wie Sie Folgeschritte gestalten oder ob Sie diese ebenfalls im Board aufnehmen, bleibt an dieser Stelle offen für Ihre Gestaltung.

Veranstaltungen im *BOGI*

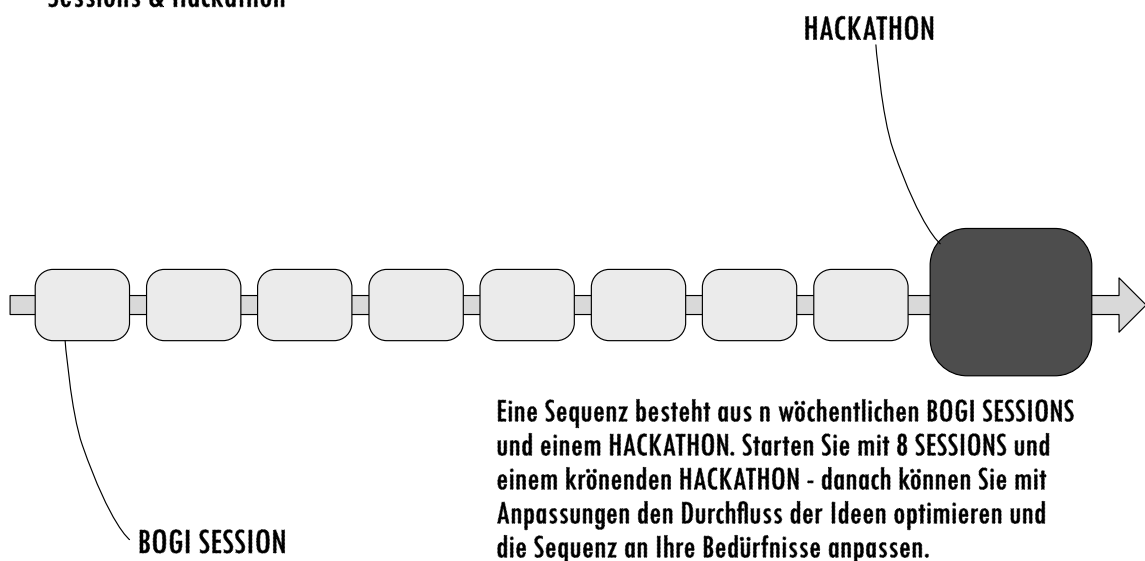
Der *Battle Of Glorious Ideas* ist als kontinuierliches Instrument konzipiert. Nur so können nachhaltige Effekte erzielt werden und es ist möglich, iterativ auf Veränderungen oder neuen Input reagieren zu können. Für die stete Bearbeitung und Bewertung von Ideen oder Innovationskandidaten werden bestimmte Veranstaltungen im *BOGI* definiert. Dabei soll mit dem *BOGI* nicht die Anzahl der Meetings in Ihrer Organisation künstlich erhöht werden. Die Arbeit und Kreativität des Einzelnen ist besonders wichtig, allerdings ist ein minimales Set an Gruppenveranstaltungen erforderlich, um einen Rahmen für den Austausch und die diskursive Bearbeitung im Team bzw. in Arbeitsgruppen herzustellen. Man darf die Sitzungen also nicht als freies Brainstorming oder Strategieworkshop verstehen, in denen man im schlimmsten Falle einmal pro Quartal über die Agenda plauscht und Kaffee trinkt.

Die minimal notwendigen Events sind als **Sequenz** konzipiert und bestehen aus einer bestimmten Anzahl wöchentlicher **BOGI Sessions** und dem **HACKATHON**. Je nach Organisation, Dynamik in der Gruppe oder der Menge der Teilnehmer kann eine Sequenz situativ optimiert werden. Die Dauer der jeweiligen Events, die Anzahl paralleler *BOGI Sessions* (falls verschiedene Gruppen aufgrund

der Personenanzahl parallel arbeiten) und der durchschnittliche Output, der pro Sitzung erzeugt werden kann, spielen hier eine entscheidende Rolle. Beginnen Sie am besten mit einer **Standardsequenz von 8 BOGI Sessions** und einem anschließenden HACKATHON. Auf dieser Grundlage werden Sie erste Erfahrungen machen und können dann Feinjustierungen pro Iteration (~ Sequenzdurchlauf) vornehmen. Wenn der HACKATHON sehr aufwändig zu werden droht, erhöhen Sie die Anzahl der BOGI Sessions je Sequenz. Letztlich muss also auch wieder das nötige Zeitbudget reflektiert werden, insbesondere wenn Kollisionen mit anderen Prioritäten zu erwarten wären oder Aufwände nicht sinnvoll verteilt sind.

BOGI SEQUENZ

Sessions & Hackathon



BOGI SESSION (~ the weekly arena)

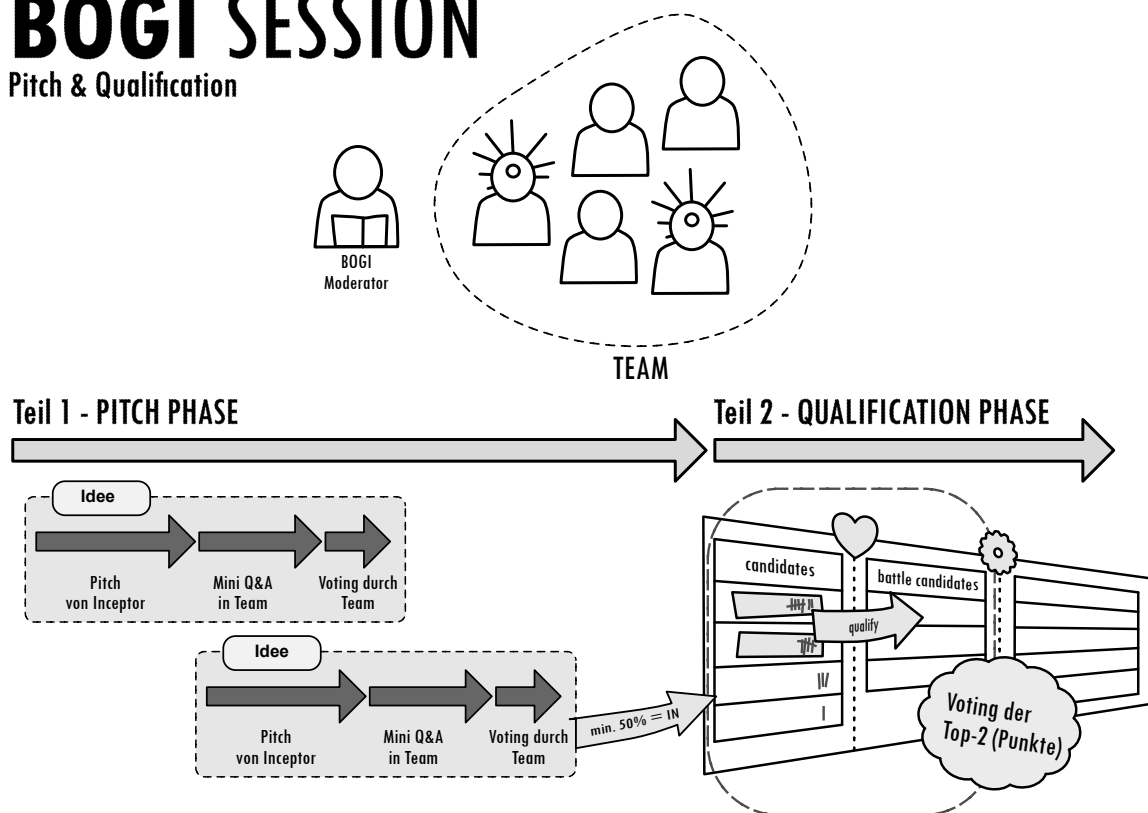
Mit der **BOGI Session** können regelmäßig, vorgeschlagen ist hier ein wöchentlicher Turnus, Ideen in der Arbeitsgruppe vorgestellt, kurz diskutiert, abgewogen und schließlich aufgenommen werden.

Diese regelmäßig eröffnete „Arena“ bildet also die Schnittstelle, mit der neue Ideen *BOGI* hinzugefügt, abgelehnt oder für weitere Schritte ausgewählt werden. Die *BOGI Session* ist ein kontinuierliches Format, durch welches der Takt für die Ideenaufnahme und Selektion gestaltet wird.

Eine einzelne *BOGI Session* dauert **60-90 Minuten** (so der Vorschlag).

BOGI SESSION

Pitch & Qualification



Der grobe **Ablauf einer Sitzung** besteht aus zwei Teilen:

- **Teil 1 - PITCH PHASE:** grob 2/3 der Zeit (z.B. 40 von 60 / 60 von 90 Minuten) wird für die **Präsentation** frischer Ideen eingeplant, die dann ein Kandidat für den *Battle Of Glorious Ideas* werden könnten.
- **Teil 2 – QUALIFICATION PHASE:** grob 1/3 der Zeit (z.B. 20 von 60 / 30 von 90 Minuten) wird für die **Auswahl der zwei besten Kandidaten** für die nächsten Etappen vorgesehen.

Als **Besetzung** einer Session benötigen Sie einen **BOGI MODERATOR** (je Gruppe, falls mehrere Sessions parallel stattfinden) und **mindestens fünf Teilnehmer**.

Erfahrungsgemäß hat nicht jeder Teilnehmer eine Idee im Vorfeld ausgearbeitet. Aus diesem Grunde können Sie in der Regel problemlos in Gruppen von bis zu 20 Personen arbeiten. Bei größeren Gruppen muss der Moderator jedoch stärker auf die Einhaltung der Zeiten (z.B. die Dauer pro Ideenvorstellung) und die Fairness im Sinne aller Teilnehmer (wer war schon oft an der Reihe, wer noch nie?) achten. Es ist also ein Mix aus Organisationstalent und sensibler Moderationsfähigkeit gefragt, um den Ablauf gut zu orchestrieren. Auf der anderen Seite sollte der Moderator aber nicht stören, damit eine echte Dynamik oder der Flow im Team entstehen und erhalten bleiben kann.

Für die *BOGI* Session sollten Sie sich in Abhängigkeit Ihrer Organisation Gedanken zu geeigneten **Gruppengrößen** machen. Bei großen Organisationen empfiehlt es sich, mehrere Gruppen zu bilden, die parallel oder zeitversetzt arbeiten. Eine weitere Option ist es, alternative Termine an unterschiedlichen Wochentagen anzubieten, so dass sich Teilnehmer selbst zuordnen können. Beginnen Sie am besten mit einer möglichst einfachen Regelung und optimieren Sie pro Sequenz die zeitlichen Abläufe und Besetzungsgrößen.

Problematischer als große Teams sind übrigens besonders kleine Gruppen. Denn es kann vorkommen, dass bei kleinen Besetzungen die Dynamik oder Beteiligung ausbleibt. Auch Abstimmungen machen dann schlichtweg weniger Sinn bzw. sind weniger aussagekräftig. In Fällen zu geringer Beteiligung sollten Sie also eine Session ruhig abbrechen oder verschieben. Wenn generell wenige Personen als Teilnehmer in Frage kämen (z.B. weil Ihre Organisation insgesamt so klein ist), dann sollten Sie das Format der *BOGI* Session so anpassen, dass es z.B. durch ein tägliches Stand-Up Meeting à 15 Minuten ersetzt wird, in dem neue Ideen mitgebracht werden können und gemeinsam diskutiert werden. Eine Selektion kann so unter wenigen Personen auf Basis von Argumenten in einer längeren Diskussion stattfinden, ohne dass das typische Voting-Verfahren angewandt wird. Eine weitere Möglichkeit ist, dass Sie bei überschaubaren Gruppengrößen zunächst die Ideen auf einer Stage-0 sammeln und erst dann eine *BOGI* Session veranstalten, sobald hinreichend neue Ideen existieren.

Jede *BOGI* Session sollte im Nachgang kurz (z.B. in Form eines Logbucheintrags) protokolliert werden. Das Kurzprotokoll kann dann beispielsweise über einen öffentlichen Slack Channel „#BOGI_log“ (oder via E-Mail etc.) kommuniziert werden. Jeder aus der Organisation kann dann selbst entscheiden, ob und wie viel sie / er nachverfolgen möchte, was zuletzt im *BOGI* passiert ist. Wenn Sie einen Dienst wie Slack oder Teams nutzen, dann könnten Sie auch einen *Bot* für automatische Session-Erinnerungen, Protokolleinträge oder Integration mit einem Trello Board (welches Ihr *BOGI* Board wiedergibt) vorsehen. Dies bietet eine komfortable Möglichkeit, die Personen in Ihrer Organisation über Bewegungen am *BOGI* Board zu informieren und sie interaktiv sowie remote einzubinden. Es empfiehlt sich völlig unabhängig von technischen Hilfsmitteln, spielerisch zu experimentieren, wie Sie das Format der *BOGI* Session weiter zum interessanten und partizipatorischen Anlass ausbauen können, der den Einzelnen inspiriert und zum Mitmachen animiert.

Die *BOGI* Session ist dazu da, Ideen einzusammeln und besondere Ideen für die weitere Bearbeitung im HACKATHON herauszufiltern. Im Folgenden wird auf Ideen im *BOGI* eingegangen und schließlich werden der erste und zweite Teil einer Sitzung detaillierter beleuchtet.

Ein BOGI Kandidat / eine Idee

Jede vorgestellte Idee ist ein Kandidat für die Qualifikation im *BOGI*. Jede Idee könnte Ruhm und Ehre im epischen *Battle Of Glorious Ideas* erlangen. Derjenige, der eine Idee beisteuert (*BOGI INCEPTOR*), sollte diese möglichst pointiert und aussagekräftig vor dem Team präsentieren. Denn für den Vortrag einer Idee sind nur maximal 10 Minuten vorgesehen. Die anderen Teilnehmer einer *BOGI* Session sollten die Idee schnell begreifen und beurteilen können. Die künstliche Hürde der geringen Vortrags- und Diskussionszeit soll den Fokus auf die wichtigsten Aspekte lenken und dem Ausufern vorbeugen. Während der individuellen Bearbeitung einer Idee im Vorfeld kann sich jeder Zeit nehmen und nach Belieben in die Tiefe gehen (insofern dies nicht mit anderen Prioritäten oder Budgets kollidiert), für die Präsentation im *BOGI* zählt jedoch die Kernaussage eines Kandidaten. Schließlich investieren alle Beteiligten ihre Zeit und Aufmerksamkeit. Sie wollen ja auch auf mehrere Ideen eingehen und keinen Monologen lauschen! Der Fokus während der Vorstellung einer Idee sollte also wirklich prägnant auf das Wesentliche gelenkt werden, nicht auf alle zu bedenkenden Details, langweilige PowerPoint Präsentationen oder Machbarkeitsstudien.

Für die Vorstellung der Idee im Team ist die Wahl der Medien oder Vortragsmittel generell frei vom Inceptor zu bestimmen. Technische Einschränkungen (Beamer, Anschlüsse etc.) sollte man dabei natürlich beachten

oder im Vorfeld klären. Wichtiger ist es, dass bei der Präsentation einer neuen Idee zwei grundlegende Aspekte erklärt werden:

... das **WAS** und das **WARUM** hinter einer Idee.

Was ist es, was man vorstellt und warum ist es wertvoll?

Das **WARUM** ist dabei meist wichtiger, das **WAS** bildet aber zusätzlich den Rahmen für die frühe Veranschaulichung und skizziert den Lösungsraum für eine Problemstellung.

Ideen sollten im besten Falle kompatibel für die generelle Ausrichtung Ihres BOGI sein. Das bedeutet, dass der *BOGI SPONSOR* und ebenso der Moderator dafür sorgen sollten, dass die Zielsetzungen der Initiative verstanden wurden. Wenn Sie beispielsweise Ideen für neue, zukünftige Geschäftsmodelle suchen, dann sollten Ideen sich auch auf diese Zielsetzung beziehen.

Diskutieren Sie auch im Hinblick auf die Fragen nach dem **WAS** und **WARUM** im Team solche Aspekte, die Sie in einer Ideenvorstellung abdecken wollen. Doch hier ist Vorsicht geboten, eine zu starke Formalisierung (etwa im Sinne eines Kriterienkatalogs) ist oft kontraproduktiv! Freiheitsgrade lassen dem Einzelnen mehr Optionen für einen authentischen Beitrag und schränken weniger ein.

Um die Ideenarbeit vorzubereiten, können simple Konventionen oder Spielregeln helfen. Z.B. kann man jeder Idee / jedem Kandidaten einen prägnanten Codenamen verpassen (an den man sich gut erinnern kann) oder vielleicht auch einen sinnvollen Untertitel um den Inhalt jeweils anzuteasern. Es liegt letztlich bei Ihnen, was Sie zur Faustregel einer Vorstellung hinsichtlich der Schnellbewertung im Team machen. Aber bedenken Sie - weniger ist manchmal mehr! Auch die gewählte Konvention können Sie schließlich wie viele andere Dinge im *BOGI* immer weiter anpassen, solange es den Flow im Team nicht stört.

Ein **Beispiel** für eine Idee:

- **Titel:** Suburbane Logistikhubs
- **Ziele:** Dörfer und Gemeinden können stationäre Mini-Automaten betreiben, die von Handel auf Kontingentbasis genutzt (angemietet) werden können, um Warensample auszustellen. Bestellungen können dann direkt digital abgewickelt werden und die Ware wird sogar dorthin geliefert. So können optimierte Versorgungswege ermöglicht werden und es entstehen neue Optionen für den bedrohten stationären Handel, der auf große Ausstellungsflächen angewiesen ist, aber digital verdrängt wird. Gemeinden können so zusätzliche Einnahmen über Vermietung generieren oder Einfluss auf den Bedarf nehmen. Mobilitätszwänge werden entzerrt, so dass am Ende CO2-Erparnisse möglich sind und ein nachhaltigeres, relevanteres Konzept erschlossen werden kann.
- **Präsentation:** frei vorgetragener Pitch mit 1-2 Skizzen auf dem Whiteboard

Die **Präsentation** und Aufnahme / Ablehnung eines solchen Kandidaten findet direkt in **Teil 1 der BOGI Session** statt.

Teil 1: Pitch Phase

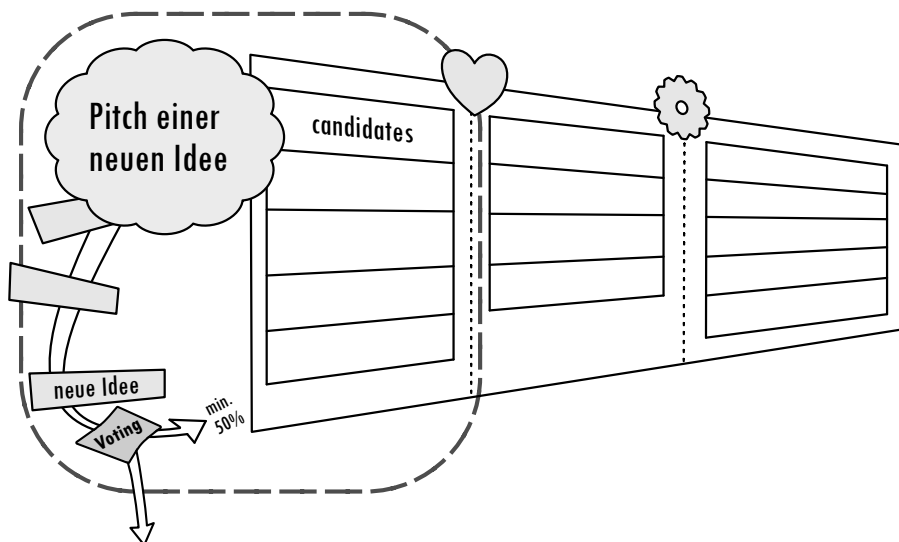
Ideen, die andere Teilnehmer aufgrund einer aussagekräftigen Präsentation hinsichtlich des WAS und WARUM überzeugen konnten, werden vom Team wohlwollend aufgenommen und sind damit offizielle *BOGI* Kandidaten.

Jede Idee kann dafür, wie bereits angedeutet, innerhalb von **5-10 Minuten (maximal)** präsentiert werden. Danach können in maximal 5-10 Minuten Rückfragen diskutiert werden. Dafür wird eine **MINI-Q&A (Frage und Antwort)**

Phase eingeplant. Die Zeit einer Session ist insgesamt schnell vorbei, so dass immer nur wenige Ideen vorgestellt werden können. Je komprimierter die Besprechung einer Idee gelingt, desto mehr Ideen können pro Sitzung an die Reihe kommen. Diese Balance muss die Gruppe selbst verinnerlichen – mit der Zeit läuft es in der Regel ganz gut.

BOGI SESSION

Part 1 - Präsentation neuer Ideen



IDEEN BEWERTEN UND AUFNEHMEN

Trotzdem sollte man auch bei der Zeitkontrolle (durch den Moderator) Wohlwollen und Augenmaß walten lassen. Seien Sie als Moderator fair, stehen Sie den Vortragenden nicht unnötig Zeit durch Ihr Drängeln oder übertriebene Prozesstreue. Die einzelnen Personen haben sich Gedanken gemacht und müssen sich unter Umständen überwinden, wenn sie ihre Idee vor anderen präsentieren. Die abgesprochene Zeit und den nötigen Respekt hat also jeder

Vortragende mindestens verdient. Achten Sie als Moderator auch darauf, dass verschiedene Personen die Gelegenheit erhalten, eine Idee vorzustellen. Sich ständig vordrängelnde Personen muss man im Zweifel gekonnt ignorieren, damit andere ebenfalls zum Zug kommen können. Seien Sie sicher: Nicht die lautesten Personen haben die besten Ideen! Fragen Sie im Vorfeld eventuell bei den introvertierten Personen nach, ob nicht vielleicht eine „Weltidee“ in der Schublade liegt, die man doch noch teilen möchte. Sie werden sich wundern ...

Das Team stimmt nach jeder Ideenpräsentation unmittelbar über die **Aufnahme in das BOGI Board (Stage-1)** ab. Als effizientes Mittel hat sich die folgende Abstimmungsart erwiesen: **IN = Hand hoch, OUT = Hände runter**

Sprich, nachdem eine Idee vorgestellt ist, Fragen in der Mini-Q&A geklärt werden konnten, stimmt jeder Teilnehmende durch Handzeichen für eine Idee oder dagegen, indem die Hände unten bleiben. Dann zählt der Moderator die Handzeichen. Wenn eine Idee **mehr als 50 % der Stimmen erhält**, wird sie als Kandidat für den *BOGI* aufgenommen und dem **BOGI Board** in **Stage-1** hinzugefügt. Die Aufnahme einer Idee in das Board muss aktiv durchgeführt werden. Dies könnte der Moderator oder ein weiterer Helfer aus dem Teilnehmerkreis übernehmen. Eine andere Option wäre es, dass jeder Inceptor seine Idee bereits am Vortag auf einer weiteren Preparation-Stage-0 im *BOGI* Board vorbereitet hat. Das hat den Vorteil, dass man eine aufgenommene Idee dann lediglich in Stage-1 zieht, was den organisatorischen Aufwand während der Session minimiert. Wenn man ein Trello-Board an einem gemeinsamen Bildschirm nutzt, kann man dort entsprechend schnell arbeiten, mit vorbereiteten Papierkärtchen geht es aber auch problemlos. Wie Sie die Mittel für sich passend organisieren, zeigt sich in der Regel nach wenigen *BOGI* Sessions. Nachdem eine Idee aufgenommen oder abgelehnt wurde, folgt die nächste Ideenvorstellung. Der erste Teil der *BOGI* Session ähnelt also ein wenig einem Speed-Dating.

Vorlagen machen hierbei das Leben einfacher und fördern zudem eine konsistente Arbeitsweise. Solche Vorlagen und Hilfsmittel können für jede am *BOGI* beteiligte Rolle Sinn machen, also für den *BOGI* INCEPTOR, abstimmende Teammitglieder und den *BOGI* MODERATOR. Der Inceptor hält sich an eine im Team erstellte Konvention für die Vorstellung einer Idee. Die Teilnehmer machen sich hingegen vielleicht gerne eigene Notizen für die Folgediskussion und Bewertung. Der Moderator möchte vielmehr sicherstellen, dass alle wichtigen Informationen und Ergebnisse, wie etwa Voting-Ergebnisse, für den späteren Verlauf festgehalten werden. Es bieten sich hier also Hilfsmittel an, die den jeweiligen Prozess unterstützen. Ein Moderator könnte während der laufenden Sitzung also eine **BOGI Battle Card (Moderator)** für die schnelle Protokollierung von Ideen verwenden, z.B. in der Form:

BOGI Battle Card

★ _____
(Codename)

👤 _____
(Inceptor)

👤 _____ / _____
(Votes / Out Of)

☰ _____

(Notes on WHAT & WHY)

(Discussion, Questions raised, Arguments)

(Notes)

Die Teammitglieder können ebenso eine **BOGI Battle Card (Team)** verwenden, um die subjektive Sicht oder Fragen für die Diskussion schnell zu erfassen. Zur eigenen Schnellbewertung kann man sich zudem geeignete Dimensionen bzw.

eine Systematik überlegen, die dann auch für die spätere Diskussion hilfreich sein kann.

Im Beispiel (nächste Abbildung) werden neben Notizen zusätzliche Dimensionen verwendet: „Komplexität“, „Wartung“ (~regelmäßige Aufwände, die anhand eines neuen Produktes, Prozesses etc. erwartet werden), „Wert (Nutzer)“ (wie viel bringt es dem, der das Produkt oder einen Prozess verwendet?), „Einfach zu erklären“ (nicht alle guten Ideen können schnell vermittelt werden und sind dann in Folge doch weniger wertvoll), „♥-Faktor“ (subjektives Gefallen oder empfundener WOW!-Faktor), „Machbarkeit“ (grobe Schätzung für die Realisierung).

BOGI Battle Card

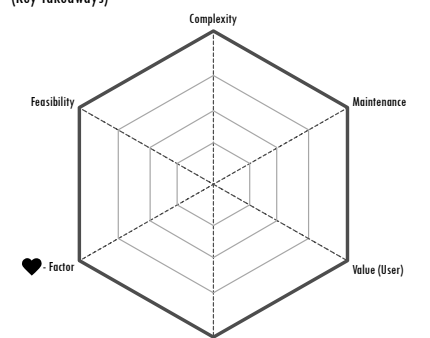
★ _____
(Codename)

👤 _____
(Inceptor)

⋮ _____

(Notes / Questions)

(Key Takeaways)



Der Vorteil solcher Karten ist, dass man sich in einer Diskussion schneller an die wesentlichen Aspekte erinnern kann, die zu jeder Idee notiert wurden. Spannende Ergebnisse können dann ebenso in das *BOGI* Board übertragen werden. Bei einem systematischen Vorgehen kann man innerhalb des Teams

eine eigene „Währung“ für die qualitative Evaluation von Kandidaten entwickeln, z.B. was genau hohe oder geringe Komplexität für das Team bedeutet.

Je nachdem, wofür der *BOGI* in Ihrer Organisation implementiert wird, können maßgeschneiderte Battle Cards auf spezielle Fragestellungen eingehen. Bei der Arbeit mit Battle Cards sollte aber der praktische Aufwand, der durch das Ausfüllen der Karten entsteht, so gering wie möglich ausfallen. Der *BOGI* ist keine bürokratische Veranstaltung. Damit eine *BOGI* Session im Fluss bleibt und unnötige Ablenkungen ausbleiben, sollten Battle Cards also nicht zu komplex aufgebaut sein. Gute Erfahrungen macht man auch ganz ohne Battle Cards.

Zusammenfassend besteht der **Ablauf jeder Ideenbesprechung** in Teil-1 der *BOGI* Session also aus den folgenden Schritten:

1. Die Idee wird vom *BOGI* INCEPTOR vorgestellt (5-10 min.).
2. In der MINI-Q&A werden Fragen geklärt (5-10 min.).
3. Es folgt die Abstimmung über die Aufnahme.
4. Ideen mit mindestens 50% Zustimmung (durch Handzeichen) werden als Kandidaten im *BOGI* Board aufgenommen.
5. Wichtige Erkenntnisse sollten in knapper Form jeweils im *BOGI* Board festgehalten werden.

Die größte Hürde bei alldem ist die Zeit! Man kann sich leicht vorstellen, dass nicht viele Ideen pro *BOGI* Session (Teil 1) betrachtet werden können. Spannende Ideen möchte man dabei eventuell gern vertiefen, weshalb es in der Praxis schwierig ist, gehaltvolle Diskussionen allein aufgrund einer zeitlichen Taktung zu unterbrechen. Es ist also die richtige **Balance zwischen Qualität und Quantität** sowie Fingerspitzengefühl gefragt, wenn es um die Optimierung der *BOGI* Session geht. Die Empfehlung lautet daher: Beginnen Sie mit einem initialen Zeitplan und prüfen Sie regelmäßig, was Sie optimieren können. **Modifikationen und**

Experimente sollte man immer wieder vornehmen, bis ein geeigneter Rahmen für das Team gefunden ist.

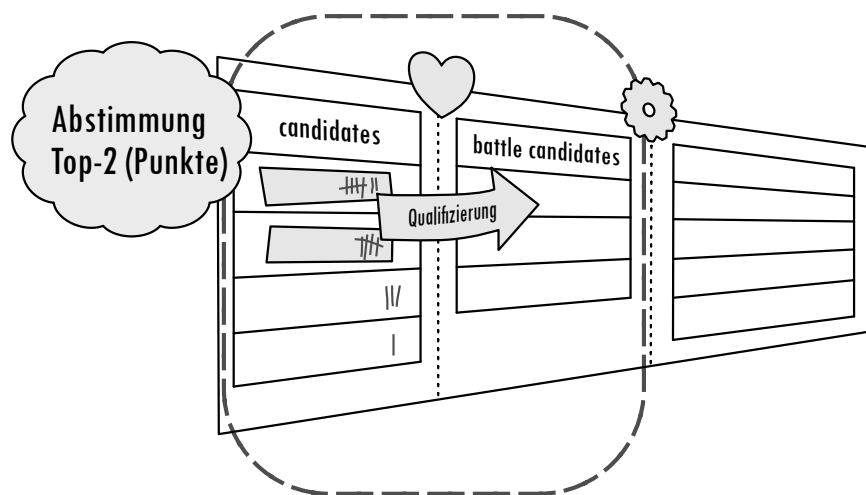
Teil 2: Qualification Phase

Während des zweiten Teils der *BOGI* Session bewerten Sie die komplette Liste **aller** bis dato angenommenen Kandidaten aus dem *BOGI* Board – also nicht allein die neu aufgenommenen Kandidaten der laufenden Sitzung. Das bedeutet, Sie betrachten die Menge sämtlicher **Stage-1 Kandidaten**.

Die Frage lautet: Welche Kandidaten haben das Zeug zum **Battle Candidate**?

BOGI SESSION

Part 2 - Qualifizierung neuer Battle Candidates



ZWEI NEUE BATTLE CANDIDATES QUALIFIZIEREN

Ziel ist, dass Sie **pro Sitzung zwei Ideen aus Stage-1** für die Qualifikation der nächsten Etappe des Battles isolieren. Die Auswahl erfolgt durch alle Teilnehmer der laufenden Sitzung und funktioniert wie folgt:

Jeder Teilnehmer kann 3 Punkte frei vergeben. Die Punkte können für die subjektiv favorisierten Ideen aus der Stage-1 des *BOGI* Board verwendet werden. Dabei steht es jedem Teilnehmer frei, die Punkte nach eigenem Ermessen zu verteilen, denn es geht um die individuelle Gewichtung. So wäre es also legitim, 3 Punkte für nur eine Idee zu vergeben oder jeweils einen Punkt auf 3 Kandidaten zu verteilen. Es ist so also möglich, dass die zur Verfügung stehenden Punkte verwendet werden, um eine, zwei oder drei der großartigen Ideen individuell hervorzuheben. Enthaltungen (~ Vergabe von 0 Punkten) kann man prinzipiell auch erlauben, doch machen diese im *BOGI* nicht viel Sinn, da es ja um das Selektieren der besten Ideen geht und nicht um Enthaltungen.

Das Vorgehen ist relativ einfach. Die Punkte werden auf der Basis von subjektiven Präferenzen, Bauchgefühl oder überzeugenden Argumenten vergeben. Gründe und Sichtweisen könnten natürlich während der Punktevergabe jeweils artikuliert werden, ein Muss ist dies aber nicht. Wenn die Gruppe aus vielen Teilnehmern besteht, dann dauert es eine Weile, bis alle Anwesenden ihre Punktevergabe argumentiert haben. Bei kleinen Gruppen lohnt sich dieser Gedankenaustausch jedoch. Wichtig ist es aber, dass rechtzeitig (also vor Ablauf der Session) alle Stimmen abgegeben werden können. Für den Blick auf die Uhr ist der *BOGI* MODERATOR zuständig. Es kann insbesondere dann zu Verzögerungen des zweiten Teils kommen, wenn nicht alle Teilnehmer die Ideen im *BOGI* Board (der gesamten Stage-1) kennen und aufgrund dessen beginnen, sich während der laufenden Abstimmung gegenseitig die Ideen zu erklären. Das ist ineffizient und man kann versuchen dem vorgreifen, indem vor dem Voting alle

Stage-1-Kandidaten nochmals bündig benannt und in einem Satz erklärt werden. Bei stabilen Gruppen (die meist aus denselben Teilnehmern bestehen) sollte dies eigentlich nicht häufig nötig sein, bei wechselnden Zusammenstellungen sollte man hier jedoch eventuell einen Vorbereitungspuffer für die individuelle Recherche im Board voranstellen. So dass sichergestellt werden kann, dass sich Teilnehmer bereits vor der *BOGI* Session einmal selbst einen Überblick über die Stage-1 des *BOGI* Board verschaffen konnten und die Zeit der Session effektiv genutzt werden kann.

Für die eigentliche Abstimmung (in der jeder drei Punkte vergibt) gibt es verschiedene Möglichkeiten, die mal mehr, mal weniger effizient funktionieren. Wenn man das *BOGI* Board als Poster verwendet und vor sich sieht, dann könnten Post-It®'s, Aufkleber oder Striche auf Zetteln stellvertretend für die Vergabe von Punkten herhalten. Nach der Vergabe der Punkte würden diese bei jedem Kandidaten zusammengezählt und dann schlussendlich die zwei „Sieger nach Punkten“ identifiziert. Also diejenigen Ideen, für welche die meisten Stimmen zusammengekommen sind. Bei digitalen Boards, etwa wenn ein Trello-Board für den *BOGI* verwendet wird, muss man sich etwas einfallen lassen, so dass die Abstimmung vergleichbar intuitiv funktioniert. Etwa, indem der Moderator jeden Kandidaten einzeln hinsichtlich der Punktevergabe durchgeht (was eindeutig weniger intuitiv ist und ‚mechanischer‘ wirkt). Dies hängt von der Findigkeit im Team ab und davon, welche Medien man als Hilfsmittel benutzt.

Das Kandidaten-Duo mit den meisten Punkten gewinnt die Runde. Beide Ideen qualifizieren sich als **Battle Candidates**. Sollten mehr als zwei Ideen auf den ersten beiden Plätzen (mit gleich vielen Punkten) landen, dann muss eine schnelle Stichwahl vom Moderator durchgeführt werden. Die neuen *Battle Candidates* aus der laufenden *BOGI* Session werden dann folgerichtig in die Stage-2 des *BOGI* Boards verschoben. Die Punkte aller Stage-1-Kandidaten, die durch die Abstimmung in einer Sitzung zustande gekommen sind, müssen Sie

übrigens nicht für die Nachwelt erhalten. Denn, wie inzwischen klar sein sollte, alle Stage-1-Kandidaten treten in jeder *BOGI* Session erneut in die Arena. Alte Punkte erzeugen nur unnötigen Overhead und beeinflussen andere Teilnehmer möglicherweise bei Ihrer Wahl.

Eine kurze Rekapitulation: Sie kennen jetzt die Abläufe aus Teil-1 und -2 der *BOGI* Session. Ideen werden schnell vorgestellt und für Stage-1 aufgenommen oder abgelehnt. Templates und Battle Cards erleichtern ebenso wie prägnante Präsentationen das Vorgehen. Für jeden Inceptor gilt es, das WAS und WARUM in maximal 10 Minuten darzustellen. Alle existierenden Stage-1-Kandidaten treten im zweiten Teil der Session schließlich in den Ring und zwei Gewinner werden pro Runde ermittelt. Auf diese Weise gibt die *BOGI* Session den Takt für Ihre Ideenschmiede vor. Nutzen Sie die Fertigkeiten des Moderators, um Präsentationen neuer Ideen, Diskussionen, die Einhaltung der Zeiten und die Abstimmungsvorgänge pro Sitzung zu erleichtern.

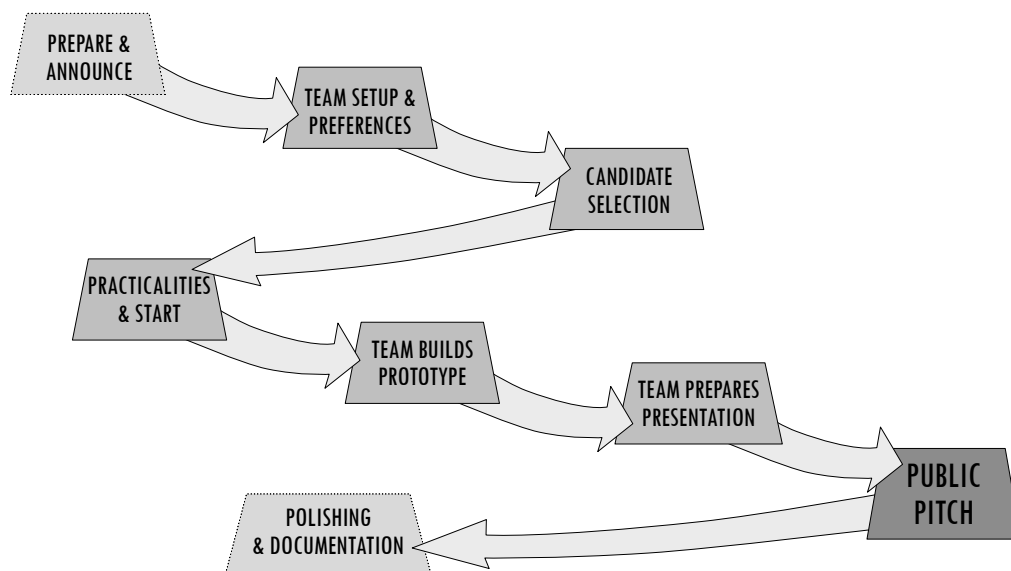
Für die *BOGI* Session gilt insgesamt, dass sie für das Team funktionieren muss. Damit der Ablauf von *BOGI* Sessions gut gelingt, sollten Details im Vorgehen und Spielregeln von der Gruppe selbst auf Konsensbasis feinjustiert werden. In bestimmten Abständen kann man dazu immer wieder eine Diskussion bzgl. der Feinabstimmung des Vorgehens einplanen (etwa einmal pro Sequenz). Die *BOGI* Session klappt dann optimal, wenn ein Grundkonsens für den Ablauf weitestgehend erreicht und kontinuierlich praktiziert wird. Konzentrieren Sie sich somit auf die Hilfsmittel und Abläufe, die für Ihr Team am besten geeignet sind. Investieren Sie in eine minimale Vor- und Nachbereitung jeder Sitzung. Bei festen Besetzungen erzeugt dies nur wenig Aufwand. Bei stetig wechselnden Teilnehmerkreisen wird es dafür umso wichtiger, den Aufwand zu investieren.

Das Wichtigste zum Schluss: Eine *BOGI* Session soll **Spaß** machen! In zwanghafter oder gar langweiliger Atmosphäre gedeiht selten Glorreiches. Eine

strikte Prozessstreue ist nicht immer geeignet, um im Team an und mit Ideen zu arbeiten. Freude und Neugier sind gute Sparringspartner – auch im *BOGI*. Und im besonderen Maße gilt dies vielleicht für den *BOGI HACKATHON* – dieser wird nun beleuchtet.

BOGI HACKATHON

HACKATHON FLOW



GROBER FAHRPLAN FÜR EINEN HACKATHON

Der **HACKATHON** ist die Veranstaltung, bei der es um die prototypische **Umsetzung oder Bearbeitung Ihrer Ideen** bzw. „um die Wurst“ geht. Es werden, wie es sich für den *BOGI* gehört, nur die erlesensten Ideen in dieses Schlachtfeld

geführt. Das Ziel des HACKATHONS ist es, die praktische Seite der *Battle Candidates* auf Herz und Nieren zu überprüfen, indem ein Prototyp oder eine kreative Ausarbeitung für die weitere Beurteilung einer Idee (bei Stakeholdern, Kunden etc.) erstellt wird. Der HACKATHON ist der Höhepunkt jeder *BOGI* Sequenz und findet damit seltener als andere Events statt, z.B. jeden zweiten Monat.

Der Ablauf des HACKATHON

1. **PLANUNG:** Geben Sie jeweils vorab bekannt, wann ein HACKATHON stattfindet und laden Sie Ihre Organisation zur Vorstellung der Ergebnisse zum Ende des HACKATHONS ein. Klären Sie vorab Zeiten, Agenda und wichtige Rahmenbedingungen, z.B.:
 - Wie und in welchem Budget werden Hilfsmittel beschafft, sollten diese benötigt werden?
 - Welche logistischen Probleme können auftauchen?
 - Wer hilft bei der Organisation im Vorfeld?
 - Wieviel Zeit hat jedes Team für die Realisierung einer Idee?
 - Wann und wo wird das Ergebnis präsentiert?
 - Gibt es eine Videoübertragung der Präsentation für die Personen, die nicht vor Ort sind?

Der HACKATHON erfordert im Vorfeld ein gewisses Maß an Logistik, wenn er jedoch ein paar Mal durchgeführt wurde, geht die Vorbereitung des Events immer leichter und effizienter von der Hand.

Bestimmen Sie früh genug helfende Hände (*BOGI* GUIDES) und bereiten Sie den Tag vor.

2. **START:** Eröffnen Sie die Veranstaltung mit den teilnehmenden Personen. Hier sind noch nicht die späteren Zuschauer anwesend, sondern jeder, der Lust an der Umsetzung der Ideen hat. Diesem Personenkreis sollten Sie nun eine informative und motivierende Eröffnung bieten: LET THE HACKATHON BEGIN!
3. **GRUPPENBILDUNG und -IDENTITÄT:** Bilden Sie in einem ersten organisatorischen Schritt Gruppen angemessener Größe (z.B. mit jeweils 5 Personen pro Gruppe). Achten Sie hierbei auch auf die Gesamtzahl aller Teilnehmenden und legen Sie daraufhin die Gruppengrößen fest. Zu viele Gruppen erschweren die Organisation, die Balance macht's also. Stellen Sie die Teilnehmer der Gruppe zufällig zusammen, so dass immer wieder neue Konstellationen neue Aufgaben lösen müssen bzw. nicht immer wieder die gleichen Sitznachbarn eine Gruppe bilden. Jede Gruppe sollte sich dann kurz finden und einen epischen Gruppennamen wählen, mit dem sie im HACKATHON antritt.
4. **FESTLEGUNG VON PRÄFERENZEN:** Jede Gruppe diskutiert nun anhand des *BOGI* Boards Präferenzen bzgl. der wählbaren **Battle Candidates**. D.h. alle Ideen aus Stage-2 können hier theoretisch ausgewählt werden. Dies dient der ersten Orientierung und beschleunigt später den Ablauf. Lassen Sie die Gruppen dafür 10-15 Minuten lang die Kandidatenauswahl diskutieren. Um Kollisionen mit der Auswahl anderer Gruppen zu vermeiden, sollten bestenfalls drei Kandidaten (A, B, C) je Gruppe ausgesucht werden. A = Das ist das, was die Gruppe möchte ... B = Der Fallback, wenn A nicht mehr möglich ist ... C = Der Fallback, wenn A und B nicht mehr möglich sind. Was ist zu beachten?

- Es ist nur erlaubt, einen der bestehenden *Battle Candidates* im HACKATHON zu bearbeiten.
 - Jedes Team des HACKATHONs wählt nach eigenem Ermessen. Denn die Gruppen des HACKATHONs stellen das endgültige GATE für jede Idee dar! Jedes HACKATHON - Team repräsentiert eine jeweils einzigartige Konstellation von Persönlichkeiten (inkl. aller Fähigkeiten, Vorlieben und Erfahrungen). Diese einzigartige Konstellation ist die besondere Hürde für den Battle Candidate.
5. **KANDIDATEN-WAHL:** Bestimmen Sie nun, welche Gruppe zuerst den Kandidaten wählen darf, z.B. im Losverfahren oder durch den Moderator. Jede Gruppe wählt nun (auf Grundlage der zuvor festgelegten Präferenzen A - C) ihren Kandidaten für die Umsetzung. Die erste Gruppe kann also aus dem Vollen schöpfen, Folgegruppen müssen vielleicht auf Präferenz B oder C ausweichen, wenn ihnen andere Gruppen zuvor gekommen sind.
 6. **BRIEFING:** Klären Sie den Zeitplan erneut, was die Umsetzung und Deadlines betrifft. Klären Sie, wann die Umsetzungsphase abgelaufen ist, wann die Präsentation der Ergebnisse beginnt und dass jede Gruppe etwas Vorbereitung für die Vorstellung einplanen sollte. Wiederholen Sie die für die Umsetzung wichtigen organisatorischen Aspekte. Klären Sie darüber auf, welche Räume für welche Gruppen bereitstehen und an wen man sich im Falle von Schwierigkeiten oder Fragen wenden kann (*BOGI GUIDES*). Stellen Sie spätestens jetzt sicher, dass es hinreichende Unterstützung für die Gruppen gibt. Die Unterstützer sollten für den reibungslosen Ablauf der Veranstaltung sorgen und gerade zu Beginn und gegen Ende der Bearbeitungszeit aktiv das Geschehen beobachten.
 7. **REALISIERUNG:** Die Gruppen beginnen anschließend mit der Realisierung ihres Kandidaten. Hierfür muss vermutlich zu Beginn eine Lösungsstrategie erarbeitet werden; es tauchen eventuell die ersten kritischen Fragen auf. Die *BOGI GUIDES* sollten gerade in der ersten Zeit

nach dem Startschuss darauf achten, ob die Gruppen Hilfe benötigen. Zur Realisierungsphase gehört auch, dass die Gruppe ihre Vorstellung vorbereitet. In der Teamdiskussion sollte das bedacht werden.

8. **PRÄSENTATION:** Schließlich findet die gebührende Präsentation der Ergebnisse vor dem geladenen Publikum statt. Jedes Ergebnis ist hier wichtig, jede Lösung gilt, insbesondere auch gescheiterte Umsetzungen! Von den Teamerfahrungen kann man viel über die Ideen lernen, insofern gibt es kein Scheitern, sondern lediglich erfolgreiche Experimente! Jede Gruppe stellt nacheinander knapp die wichtigen Ergebnisse, Überlegungen und Erkenntnisse vor (gerne auch unterhaltsam). Ziel ist es, die gewonnenen Erfahrungen auf Basis der praktischen Arbeit mit dem Publikum zu teilen. Man sollte klären, wie viel Zeit jeder Gruppe maximal für die Vorstellung ihrer Lösung zur Verfügung steht (z.B. 15-20 min.). Zudem hilft es, wenn frühzeitig im Team geklärt werden konnte, wer die jeweilige Gruppenpräsentation durchführt. Die Präsentationsrunde zum Schluss sollte allen Beteiligten Spaß machen und sollte daher nicht bierernst oder zu formal durchgeführt werden.
9. **AUFARBEITUNG (NACH DEM HACKATHON):** In einem letzten Schritt geht es um die Rekapitulation der gewonnenen Erkenntnisse und die kommunikative Aufarbeitung jeder Umsetzung (in Form eines Videos, One-Pagers, einer Demo etc.). Um den Wert der Ergebnisse und der zugrundeliegenden Ideen zu evaluieren, sollten schlichtweg alle HACKATHON-Resultate für die weitere Erprobung (und als Dankeschön an die Teams) aufpoliert werden. Man könnte beispielsweise für den Prototypen einer Produktidee eine Mini-Kampagne oder Broschüre erstellen, die so oder ähnlich auch an reale Kunden herangetragen werden könnte. Ideen, die z.B. ein Verfahren oder einen Prozess beschreiben, könnten auch nochmal prägnant visualisiert und Mehrwerte unterstrichen werden. Letztlich geht es in diesem Schritt darum, die wesentlichen

Eigenschaften und Werte zu pointieren und für eine Kommunikation an Dritte aufzubereiten. Daneben können neue Erkenntnisse auf Basis des HACKATHON zielgerichtet dokumentiert werden, etwa neue Informationen zur Machbarkeit oder erfolgreiche Lösungsstrategien. Alle relevanten Ergebnisse sollten für die Organisation zugänglich bereitgestellt und aktiv kommuniziert werden, so dass wirklich gute Ideen nicht in einer Schublade verstauben. Je lebendiger der Umgang mit dem existierenden Ideengut ist, umso besser. Grandiose Ideen werden früher oder später auf fruchtbaren Boden fallen, solange man sie kommuniziert. Alle Kandidaten, die den *BOGI* HACKATHON überstanden haben, sollten in einer *Hall-Of-Fame* gebührend als epische Idee dokumentiert werden. Im *BOGI* Board kann dies dann ebenso über eine Stage-3 geschehen.

Was sollten Sie beachten?

Für einen HACKATHON in Ihrer Organisation sollten Sie verschiedene Punkte beachten, damit die Durchführung optimal funktionieren kann.

- **Wählen Sie ein passendes Zeitformat:** Der *BOGI* empfiehlt an dieser Stelle einen Fahrplan bzw. den Ablauf eines HACKATHON. Der optimale Zeitrahmen für diese Veranstaltung kann jedoch an dieser Stelle nicht für alle Organisationen und Teams allgemeingültig beschrieben werden. Die Art der Ideen determiniert, ob eine prototypische Umsetzung einfach oder schwierig möglich wäre. Zudem spielt die Teamgröße, die Örtlichkeit und vieles andere stark in die Planung des Formats mit ein. Es kann also sein, dass der HACKATHON nicht ein 1-Tages-Event ist, sondern sich eher als 5-Tages-Event eignet. Oder, dass für ein Open-Source-Projekt besser

geeignet wäre, Prototypen gänzlich in einem anderen Format anstelle des HACKATHONS umzusetzen. Hier ist Ihre Einschätzung die jeweils richtige. Der *BOGI HACKATHON* ist als Platzhalter dafür zu verstehen, dass Ihren Ideen eine Gestalt verliehen wird, mit der man die Idee im Wesentlichen sichtbar macht und auf welcher Basis dann Feedback eingeholt werden kann. Ein Event wäre deshalb zu bevorzugen, weil dies den Aktionscharakter dieser Phase besser unterstreicht und weil es sich für die Taktung innerhalb der Sequenzen (als Teil des kontinuierlichen Arbeitsflusses) gut eignet. Andere Möglichkeiten sollen jedoch nicht ausgeschlossen werden.

- **Diskutieren Sie, was „Prototyp“ in Ihrem Falle bedeutet:** Im Zuge des HACKATHON wird eine Idee als Prototyp umgesetzt. Doch die Art der Idee schränkt Umsetzungsmöglichkeiten stark ein. Wenn die Idee eine neue Rakete ist, dann werden Sie diese nicht in wenigen Stunden bauen und für einen Testflug vorbereiten. Vielmehr würden Sie eine bestimmte Überlegung pointiert darstellen wollen, z.B. das Grunddesign oder die Idee, dass die Rakete autonom landen kann und damit wiederverwendbar ist. Wenn Ihr Thema mit Softwareentwicklung zu tun hat, dann kann ein Entwurf einer Architektur, eine Case-Study im Bereich UX oder ein klickbarer Prototyp möglich sein. Wenn Ihre Themen mit Prozessen zu tun haben, dann wäre es etwa eine detaillierte Ausarbeitung und Visualisierung eines Vorschlags. Geschäftsideen könnten als Business Case im HACKATHON erstmalig betrachtet werden oder im *Business Model Canvas* skizziert werden. Wenn Ihr Thema Content ist, dann kann eine neue Content Strategie skizziert werden. Wenn Sie CO2-Emissionen reduzieren wollen, dann könnten hier Einsparungspotenziale analysiert werden oder eine Methode konzipiert werden, die zur Einsparung führt. Vieles ist ja möglich, aber letztlich dreht sich alles um den spezifischen Kontext Ihrer Organisation! Setzen Sie also in einer grundsätzlichen Betrachtung einen

sinnhaften Rahmen, der für Ihren Kontext besonders relevant ist. Überlegen Sie, was Sie im Team anhand von praktischen Experimenten herausfinden möchten. So kann auch das spezifische Format Ihres HACKATHON sinnvoll feinjustiert werden.

- **Ein HACKATHON muss nicht in der Black-Box stattfinden:** Der HACKATHON erzeugt „Assets“ für Ihre weiteren Tests oder den allgemeinen Erkenntnisgewinn. Es ist also im Einzelfall absolut valide, Personen außerhalb Ihrer Organisation für solche Events einzuladen. Vielleicht sogar als Teilnehmer (oder vielleicht ja schon für den gesamten *BOGI*-Flow). Betrachten Sie einen HACKATHON also nicht als Pizza-Veranstaltung oder reines Belustigungsprogramm, sondern vielmehr als Labor und Handelsplattform von Ideen. Die Arbeit an Ideen vertieft sich praktisch erstmals im HACKATHON. Das beinhaltet Potenzial für viele Interaktionen, die nicht allein nur mit der „internen Bestandsgruppe“ Sinn machen müssen. Andere Personen mit anderen Hintergründen (Partner, Kunden, Kontakte aus dem erweiterten Netzwerk) können hier essentiellen Input liefern und kommen gleichzeitig mit Ihrer Hypothesenwelt in Kontakt. Das kann wertvoll sein, weil diese meist gar nicht von außen erkannt wird. Ferner ist der Beitrag von Außenstehenden meist der entscheidende, wenn es um die Erweiterung des Horizonts geht. Halten Sie Ihren *BOGI* und damit den HACKATHON also nicht unter Verschluss!
- **DOING BY LEARNING:** Unter Garantie werden bei der Durchführung der ersten HACKATHONS Probleme auftreten, mit denen niemand gerechnet hat. Das ist im Grunde ganz gut so! Denn der HACKATHON spiegelt schließlich einen kleinen Ausschnitt der Realität wider. Öffnen Sie sich gegenüber Gründen, Neues zu lernen und verbessern Sie ganz einfach das Format. Nach 4-5 HACKATHON-Runden sitzt es dann schon ganz gut und das Erlernte erzeugt vermutlich ganz nebenbei positive Effekte für den sonstigen Alltag.

- **WENN DER HACKATHON EINFACH SO GAR NICHT PASST:** Es kann unter Umständen aber auch sein, dass der HACKATHON für Ihre Organisation so gar nicht klappen möchte, Ihr Thema oder andere Umstände einfach nicht ins Bild passen. Nun, dann lassen Sie ihn weg! Aber prüfen Sie, warum eine nähere Betrachtung der praktischen oder konzeptuellen Ebene nicht ins spezifische Bild passen sollte. Wenn der HACKATHON nach dieser Überlegung immer noch nicht ins Bild passt, dann überlegen Sie, ob Sie eine geeignete Hürde (im Sinne eines Selektionsmechanismus) anstelle des HACKATHON für Ihren *BOGI* konzipieren können. Das kann ein Stakeholder-Review sein oder etwas, das kompatibel in Ihrem Sinne ist. Aus den Teams heraus sollten die Ideen die Realität erobern. Wie dies prinzipiell für Ihren Fall am besten gelingt, ist *BOGI Customizing*. Anpassungen des BOGI sind kein Manko, sondern Optimierung. Zum Glück ist der *BOGI* keine Religion!

BOGI Hygiene

Hygiene ist wichtig, das gilt auch im *BOGI*. Von Zeit zu Zeit sollten Sie deshalb unbedingt eine Hygienesitzung einplanen. Z.B. jeden zweiten Monat als separate Veranstaltung mit ein paar Teilnehmern oder als Ersatz einer regulären *BOGI* Session.

Was ist mit Hygiene gemeint?

Hygiene bedeutet hier, dass durch gezielte Pflegeaktionen die Qualität und Relevanz von Ideen und dem *BOGI* Board sichergestellt wird.

Eine Hygienesitzung ist somit eine fast administrative Aktion, in der das Board bereinigt oder aufgeräumt wird. Zuweilen bedarf dies auch der inhaltlichen Diskussion von Kandidaten und dem Review der Stages. Sie machen dann beispielsweise die Kandidaten ausfindig, die inzwischen wirklich mal bereinigt werden sollten, damit der Innovationstrichter im *BOGI* Board nicht zur Halde netter Einfälle verkommt oder schlichtweg „verstopft“. Nötig wird es dann, wenn man mit einer Gruppe zügig viele Ideen sammeln, aber nicht annähernd viele Ideen durch den HACKATHON realisieren kann. In diesem Fall sollte man die Messlatte tatsächlich höher ansetzen und alte Ideen, die es seit Monaten nicht zum *Battle Candidate* brachten, einfach löschen. **Wenn Kandidaten Staub ansetzen, sind sie einfach nicht gut genug für den BOGI!** Sie stören dafür ungemein in jeder *BOGI* Session, solange sie erhalten bleiben. Denn auch angestaubte Kandidaten müssen immer wieder von jedem Teilnehmer neu betrachtet werden – das kostet Nerven und Lebenszeit. Doch vor allem der unverstellte Blick hilft bei der Suche nach glorreichen Ideen. Es ist zudem unwahrscheinlich, dass Ideen, die sich über Monate hinweg nicht weiter qualifizieren konnten, plötzlich einen unerwarteten Aufwärtstrend erfahren. Lüften Sie also guten Gewissens ab und an das *BOGI* Board und seien Sie

durchaus ungnädig gegenüber den altbekannten Dauer-Kandidaten. Wenn Sie eine Idee archivieren oder löschen, sollten Sie dann aber unter Umständen den Initiator der entsprechenden Idee informieren, um nett auf deren Löschung hinzuweisen. Wenn das die gängige Praxis ist, wird sich hoffentlich niemand persönlich angegriffen fühlen.

Tipp: Wenn Sie ein Board z.B. mit Trello pflegen, dann könnten Sie über eine geeignete Erweiterung das Alter der Kandidaten visualisieren. Diese optische Hilfestellung erleichtert die Pflege ungemein. Daneben können auch andere Kniffe bei Hygiene-Automatisierung helfen.

Schauen Sie Ihr *BOGI* Board hin und wieder auch auf Basis einer „**Funnel-Logik**“ an. Reflektieren Sie dabei die Verhältnismäßigkeiten der Stages (hinsichtlich der Kandidatenmengen je Stage) zueinander. Beispiel: Wenn mehr als 99 Ideen in Ihrer Eingangsstufe (Stage-1) liegen, aber nur 5 *Battle Candidates* (in Stage-2), dann ist Ihr *BOGI*-„Motor“ nicht sauber getaktet oder auf die Gruppengrößen etc. abgestimmt. Man sollte dann prüfen, wie es zu solchen Schieflagen kommen kann und wie der Durchsatz über die verschiedenen Phasen hinweg besser austariert werden kann.

Zur Erinnerung, wann wie viele Kandidaten pro Stage zustande kommen: Die Anzahl der Kandidaten in Stage-1 resultiert aus allen vom Team angenommenen Ideen, die zuvor jeweils vorgestellt wurden, abzüglich der Ideen, die sich weiter pro Sitzung für Stage-2 als *Battle Candidates* qualifizieren. Es sollten pro *BOGI* Session nur zwei Kandidaten Stage-2 erreichen. Stage-2 ist dann weiter der Fundus der Ideen, die im HACKATHON bearbeitet werden können. Je nachdem wie häufig und teilnehmerstark ein HACKATHON durchgeführt wird, ergeben sich unterschiedlich viele Realisierungen. Realisierte Ideen wandern von Stage-2 in Stage-3. Die Konversionslogik regulieren Sie also über die Nachjustierung der Kriterien oder Häufigkeiten von bestimmten Aktionen.

Jeder weiß vermutlich, wie eine solide gefüllte Pipeline in einer Trichteranalogie (in diesem Falle Ihr *BOGI* Innovation-Funnel) aussieht – am Eingang (Stage-1) sollten viele Kandidaten existieren und am Ausgang (Stage-3) realistisch wenige, dafür aber sehr gute. In der Mitte des Funnels (also Stage-2) kann in Hinblick auf die Mechanik von Zu- und Abgängen ebenso nachjustiert werden, sollten die Verhältnisse gar nicht sinnvoll zueinander passen. Wichtig ist aber, dass die Wahrscheinlichkeit steigt, dass es sich in der „Mitte“ um bessere Ideen handelt.

Man muss in diesem Kontext zusätzlich anmerken, um falsche Deutungen bezüglich der Trichterlogik zu vermeiden: Die Anzahl der Kandidaten je Stage kann ein verzerrtes Bild erzeugen und spiegelt einen optimalen Funnel nicht immer sauber wider. Denn die Mechanik pro Stage ist abweichend. Stage-3 leert sich etwa nicht (durch Verschiebungen), wodurch diese Stage als „Hall-of-Fame“ alles kumuliert, was jemals dort ankommt. Die Bereinigung wird ja vor allem für Kandidaten in Stage-1 oder vielleicht Stage-2 als relevant erachtet, um dort Kandidaten ohne Potenzial auszufiltern. Zudem ergeben sich durch die Qualifikationen automatisch Abhänge in Stage-1 und -2. Dadurch fluktuiert die Listenlänge in Stage-1 und -2, aber Stage-3 wird scheinbar immer länger. Behalten Sie diese Effekte bei der Analyse und Hygiene im Hinterkopf.

Doch wie kann man nun die Verhältnisse zwischen den Stages oder genauer den **Durchfluss im Innovation Funnel optimieren?**

- **Optimieren Sie die Übergänge zwischen den Stages:** Indem die Anzahl der Kandidaten je Sitzung angepasst wird, die mindestens oder maximal pro Stage qualifiziert werden können, regeln Sie den Durchfluss. Wenn für den HACKATHON z.B. jeweils zu wenige *Battle Candidates* vorliegen, können Sie in einer *BOGI* Session zusätzliche

Battle Candidates in Teil-2 der Sitzung qualifizieren. Also mehr als zwei, wie es hier der ursprüngliche Vorschlag ist.

- **Hacken Sie die Sequenz:** Ähnliche Korrekturen erreichen Sie, indem Sie die Anzahl der der *BOGI* Sessions vor einem HACKATHON (~also in einer Sequenz) erhöhen oder verringern. Das Verhältnis von *BOGI* Sessions zu HACKATHONs ist dann besonders für die Regulierung geeignet, wenn konstante Teilnehmerzahlen (in allen Veranstaltungen) zu verzeichnen sind.
- **Manipulieren Sie die Zeitachse:** Die Zeit pro Sitzung (also einer *BOGI* Session) sowie die Anzahl der jeweils teilnehmenden, aktiven Personen kann ebenfalls erhöht oder eingeschränkt werden. Hiermit können Sie grundlegende Verhältnismäßigkeiten anpassen, indem Sie Einfluss darauf nehmen, wie viele Ideen überhaupt aufgenommen oder besprochen werden könnten.
- **Machen Sie passend, was nicht passt:** Ferner können Sie grundlegend härtere Kriterien einführen, was die Übergänge der Stages betrifft. Sie könnten auch eine ganz neue Stage einführen, z.B. eine, die einen weiteren „Veredelungsschritt“ eines Kandidaten nach Stage-2 als Voraussetzung vorsieht, so dass nur ausgewählte oder entsprechend aufbereitete Kandidaten für den HACKATHON (aus dem Pool der neuen Stage) in Frage kommen.

Sie erkennen vermutlich, dass es flexible Optionen gibt, den Ideenfluss zu regulieren. Wenn Sie Ihre Maschinerie einmal sauber eingestellt haben, dann läuft der Motor und schnurrt hoffentlich dauerhaft wie ein Kätzchen! Der Kontrollblick lohnt sich aber allemal, um den Durchfluss von Kandidaten optimal zu gewährleisten und an der Teamstärke und -dynamik auszurichten.

Zur Hygiene gehört schließlich, dass Sie bei Ihren eigenen **Standards und Absichten** bleiben, um Kandidaten in formal (!) gleichförmiger Qualität zu

generieren, die inhaltlich (!) auf die Ziele ihres *BOGI* einzahlen. Wenn Sie bestimmte Standardkriterien für die Beschreibung von Kandidaten definieren, dann sollten diese Standards also auch bei allen Ideen angewandt werden. Wenn Kandidaten untereinander völlig inhomogen beschrieben werden oder im Einzelfalle für Dritte nicht mehr verständlich sind, sollten diese jeweils neu aufgearbeitet oder gelöscht werden. Wenn Sie Kandidaten entdecken, die nichts mit den Zielen der Veranstaltung zu tun haben, dann hinterfragen Sie diese einfach. Ein Beispiel kann hier sein, dass Sie den *BOGI* praktizieren, um neue Weiterentwicklungsideen für ein bestehendes Produkt zu isolieren. Sie sehen dann aber eine Idee, die ein vom Produkt vollständig losgelöstes Experiment beschreibt. Zögern Sie nicht und hinterfragen diese Idee direkt gemeinsam mit dem Inceptor, also dem Autor der Idee. Vielleicht haben Sie oder der Inceptor einfach etwas falsch interpretiert und der Fall ist schnell geklärt. Das kommt vor und ist kein Drama! Doch ein *BOGI*, der an seinen Zielsetzungen vorbeiläuft, fasert aus und wird früher oder später irrelevant. Sinnloses wird für alle Beteiligten zur Last - und das ist nicht die Intention! Bleiben Sie also auf Kurs oder erstellen Sie eine weitere Parallelveranstaltung für „anderes“. Denn gute Ideen sind wertvoll!

Dokumentieren Sie zudem die Voting-Ergebnisse oder Erkenntnisse aus den Diskussionen bündig. Hiermit vertiefen Sie die Qualität des Boards für Leser oder Remote-Publikum und können nachhaltig mehr Nutzen ziehen. Hygiene hat also auch mit dem Blick für nachhaltigen Mehrwert zu tun.

BOGI TIPPS & TRICKS

Einladungen, Trigger und Motivation

Der *BOGI* MODERATOR (zu Beginn besser noch der *BOGI* SPONSOR) lädt die Teilnehmergruppe jeweils für die *BOGI* Session ein, z.B. via E-Mail oder Slack. Die zentralen Events sollten immer kurz in Form einer Erinnerung angekündigt werden. Wenn diese Dinge zu aufwändig für eine Person werden sollten, können Sie jederzeit auch zusätzliche Rollen einführen, wenn es um die Organisation oder regelmäßige Koordination geht. Wichtig ist, dass es geschieht.

Es ist eine größere Aufgabe, (1) den „Motor“ eines Events zum Laufen zu bringen und (2) dann das Tempo zu halten. Denn nach der ersten Euphorie treten schnell (wie bei allem!) die ersten Trägheitssymptome ein. Das ist normal! Lassen Sie sich nicht davon demotivieren. Aber aus diesem Grund dürfen auch die regelmäßige Einladung und eine nette Motivation von außen nicht ausbleiben. Es verhält sich hierbei ein wenig wie mit regelmäßigem Sport und dem inneren Schweinehund, den es immer wieder neu zu überwinden gilt. Wenn einen jedoch Freunde oder Kollegen zum Mitmachen animieren, dann überwindet man schnell die Bummellaune. Seien Sie also gerne kreativ und lassen sich neue Dinge einfallen, um die Gruppe zusammenzutrommeln. Verbreiten Sie Lust auf das Mitwirken, ohne dabei einen Gruppenzwang zu erzeugen. Sozialer Zwang und penetranter Druck sind absolut kontraproduktiv.

Kommunizieren Sie vor jeder Sitzung, worum es eigentlich geht und wo alle Informationen zum Nachlesen der letzten Ideen zu finden sind. Teilen Sie die Highlights der letzten Wochen oder geben Sie Ausblicke darauf, welche neuen Kandidaten eventuell heute zur Abstimmung stehen könnten. Seien sie abwechslungsreich und inhaltlich inspirierend. Zeiten, Orte und organisatorische

Details sind dabei ebenso wichtig mitzuteilen wie organisatorische Hinweise, die auf Ihren besonderen und eventuell neuen Regelungen beruhen. Wenn die Personen in hinreichender Anzahl zusammenkommen, kann es losgehen. Der Moderator übernimmt ab hier eine *BOGI* Session.

BOGI Tweaks

Der *BOGI* ist kein geschlossenes Konzept und soll nicht als einzig wahre Lehre dargestellt oder verstanden werden. Es ist ein Tool, ein schlankes Framework oder ein pragmatisches Vorgehensmodell, welches nach Belieben erweitert und angepasst werden kann. Es soll funktionieren und nicht nerven. *BOGI* Tweaks sind daher gern gesehene Anpassungen!

Der *BOGI* ist ein Format, welches ursprünglich in der beruflichen Praxis entstanden ist, dann immer stellenweise angepasst wurde und dabei aber für verschiedene Bereiche von Ideen (Produktideen, Prozessideen, Marketingaktivitäten etc.) funktioniert.

Je nach Budget, Teamkomplexität und Zielsetzung bietet sich die Anpassung des *BOGI* ganz einfach an, um im Detail mehr Relevanz für die eigene Organisation und das eigene Thema zu etablieren. Es wird daher direkt empfohlen, den *Battle Of Glorious Ideas* an spezifische Bedingungen und Fragestellungen anzupassen. Der *BOGI* soll und kann erweitert werden, soll Ausgangspunkt, nicht Ende sein. Als Blaupause können Sie in 80% aller Fälle ganz sicher mit dem vorliegenden Vorschlag (den *BOGI* MECHANICS) arbeiten. Doch mit den ein oder anderen Feinjustierungen können Sie eventuell mehr aus dem *BOGI* herausholen. Im *BOGI* ist eines aber wichtig, nämlich dass der Prozess zu den Menschen passt und nicht die Menschen zu dem Prozess passen müssen!



Der *BOGI* soll nicht Menschen determinieren, sondern ihnen eine partizipatorische Plattform bieten. Wenn Sie also eine Top-Down-Maschine aus dem *BOGI* basteln, in der die Menschen im Sinne einer Innovationsmanufaktur funktionieren sollen, dann ist es ganz eindeutig kein *BOGI*. Ganz sicher scheitern solche Vorhaben auch bereits in den Grundannahmen.

Der *BOGI* soll nicht festlegen, wie Organisationen am besten arbeiten sollten oder an welchen Ideen auf Basis welcher KPI gearbeitet werden müsste. Dem *BOGI* ist es sogar einerlei, welche speziellen Gütekriterien für Ideen die dominierenden innerhalb Ihrer Organisation sind. Der *Battle Of Glorious Ideas* soll ein für viele Sachverhalte nützlicher Werkzeugkasten sein, aus dem man sich bedient, in den man aber nicht hineingezwängt werden sollte. Deshalb sind bestimmte Aspekte auch bewusst allgemein und unverbindlich formuliert. Doch gerade aus diesem Grunde bietet der *BOGI* viel Raum für Gestaltung und bietet im Sinne einer Grundrezeptur Vorschläge an.

Als Anregung sollen Ihnen nun einzelne Möglichkeiten aufgezeigt werden, für die Sie vielleicht ihren *BOGI tweak*en oder *hack*en möchten.

Beliebte BOGI HACKS & TWEAKS

- **BOGI-on-steroids:** Je nach Organisationsgröße und -komplexität muss der *BOGI* auf eine höhere Skalierbarkeit abgestimmt werden. Dies kann auf verschiedenem Wege geschehen. Es können parallele *BOGI*-Lanes eingeführt und mit abweichenden Routinen oder Rhythmen definiert werden. Ebenso können Sequenzen und Abläufe der Veranstaltungen verändert werden. Man kann ein Vorgehen für Remote-Teams optimieren,

so dass es vom Default-BOGI abweicht. Der Grundaufbau bleibt dabei unverändert.

- **Preparation & Follow-Up:** Der Ideen- oder Innovationstrichter, der durch das *BOGI* Board repräsentiert wird, kann in unterschiedlichster Weise modifiziert werden. Es ist möglich, den Ansatz zugunsten einer schnellen, leichtgewichtigen Ideensondierung zu optimieren oder eine stärkere Formalisierung und Differenzierung einführen, etwa um besondere Kriterien zu überprüfen oder um harte Qualifizierungshürden (Gates) für jedwede Idee vorzusehen. Ein *BOGI* Board kann jedoch auch für administrative Zwecke (Vorbereitung, Nachbereitung, Archive ...) erweitert werden und so letztlich anders aussehen.
- **BOGI-Stage-N:** Die Fortführung des *BOGI* Flow nach dem HACKATHON ist meist absolut wünschenswert und kann stärker formalisiert werden, so dass z.B. bestimmte Ideen als Business Cases weiterentwickelt werden. Bedenken Sie in diesen Fällen jeweils, dass Phasen kreativer Arbeit und Phasen der Analyse oder gar politisch-strategische Einflussnahme jeweils andere Formen der Bewertung sind. Meist ist es empfehlenswert, „klein“ anzufangen und später die Komplexität dort zu erhöhen, wo es sinnvoll und zwingend notwendig erscheint. Man ist also unter Umständen gut beraten, den Output des regulären *BOGI* auch einfach erst einmal abzuwarten, um danach zu schauen, wie es weitergeht. Denn nicht ohne Grund wollten Sie doch etwas Neues einführen.
- **Ideen-Templates:** In welcher Form und Detailtiefe Sie Ihre Ideen beschreiben, hängt von kontextbezogenen Faktoren ab. Doch auch hier gilt, dass man zunächst besser fährt, wenn man mit geringer Komplexität beginnt und nicht direkt zu viele Details einbaut. Denn ansonsten wird die Ideensammlung schnell zum bürokratischen Unterfangen, was schlichtweg nicht zum Mitmachen motiviert. Im Team können Sie

Templates für neue Ideen einfach diskutieren, um so die für Sie wesentlichen Aspekte abzudecken.

- **Zusätzliche ROLLEN:** Rollen und Zuständigkeiten können abgewandelt werden, wenn Bedarf besteht. Ob Sie generell für Rollen feste Besetzungen oder rollierende bzw. spontane Zuständigkeiten festlegen, zeigt sich meist von allein. Es bildet sich oft ein Kern aktiver Mitgestalter heraus, die ein Format wie den *BOGI* auch organisatorisch stützen. Warum sollte man diese nicht stärker einbeziehen? Umgekehrt bieten Rollen auch immer wieder die Option für alle, etwas Neues ausprobieren und lernen zu können. Dies spricht dafür, Rollen immer wieder neu zu besetzen, um vielen eine Option zur Weiterentwicklung zu bieten. Beide Aspekte sind positiv und sollten abgewogen werden.
- **REMOTE *BOGI*:** Ein *Battle Of Glorious Ideas* kann in Teams oder (auch oder sogar parallel) innerhalb der gesamten Organisation stattfinden. Er eignet sich aber ebenso für Remote-Teams. Z.B. Teams, die an Open-Source Projekten in der Community arbeiten. Die Details der Ausgestaltung sollten immer für die Personen funktionieren, die sie aktiv ausführen werden. Damit der *BOGI* für verteilt arbeitende Teams ebenso gut funktionieren kann, ist hier natürlich die Abstimmung der geeigneten Tools neben der Klärung der Prozesse und Zeiten wichtig.
- **Weitere Spielarten des *BOGI*:** Den Ablauf und die Beschaffenheit des *BOGI* kann man durch Zusatzregeln oder Gimmicks erweitern. Hier ein paar Beispiele:
 - **Voting gegen Ideen:** Sie könnten sich überlegen, dass Ideen nicht nur immer weiter qualifiziert, sondern eventuell auch wieder disqualifiziert werden können. Man könnte dafür anstelle eines Votings für also auch ein Voting gegen Ideen einführen. Im default-*BOGI* ist bewusst darauf verzichtet worden. Doch eine solche Logik

kann u.U. für eine Thematik Sinn ergeben und dann eine gute Erweiterung darstellen.

- **HIGH-SCORE-Metrik:** Man könnte hinsichtlich der Kandidaten, die jeweilige Stages hoffentlich durchlaufen, ein übergeordnetes SCORING- bzw. Punktesystem einführen. So könnten etwa auf Basis jeder Stage Punkte für die Performance des Kandidaten vergeben werden. Z.B. erhält der besser abschneidende Kandidat in einer *BOGI* Session (in Teil-2) dann mehr Punkte als der zweitbeste. Auch im HACKATHON könnte eventuell Feedback des Publikums in Punkten widergespiegelt werden. Auf diese Weise lässt sich eine High-Score-Liste erstellen anstelle einer Hall-Of-Fame. Ob diese Punkte den Wert einer Idee darstellen, ist zu bezweifeln. Es kann aber Anreize schaffen.
- **The *BOGI-OF-BOGIS*:** Ein *BOGI* kann für sich selbst als abgeschlossenes Format betrachtet werden, welches einen bestimmten „Output“ erzeugt. Dieser „Output“ kann für einen *BOGI* höherer Ordnung als „Input“ betrachtet werden. Auch wenn dies eventuell abstrakt klingen mag, kann es einige Anwendungsfälle hierfür geben. Stellen Sie sich etwa drei parallele Organisationen vor, die jeweils den *BOGI* praktizieren. Eine Dach-Entität könnte jeweils nun auf Basis aller Ergebnisse weiter operieren und somit die besten Ideen aller Organisationen als Input für den eigenen *BOGI* betrachten.
- **Mehr Raum für qualitative Diskussionen:** Ideen müssen manchmal länger, tiefer, breiter diskutiert werden, nachdem Sie als Vorschlag auf dem Tisch in der geteilten Realität lagen. Dafür lohnt es sich dann stets sinnvolle Formate oder Räume zu schaffen. Der *BOGI* setzt inhaltliche Debatten als Alltagswerkzeug voraus und regelt deshalb nicht erschöpfend, wie viel und in welcher Form debattiert wird. Ein gutes Maß hängt von der Anzahl der Personen ab, die sich potenziell beteiligen, von den Egos in der Gruppe

und auch davon, um welche Art von Zielsetzungen es eigentlich geht. Vor allem auch von Ihrer Debattenkultur! Machen Sie sich also bitte Gedanken, wie gehaltvolle Diskussionsrunden am besten für Ihr Team möglich sein können und wie man diese in den *BOGI*-Ablauf effizient integriert.

- **OPEN BOGI** ... Wer sagt eigentlich, dass der *BOGI* nur innerhalb Ihres Teams funktioniert? Sie können ein Format wie den *Battle Of Glorious Ideas* hervorragend dafür nutzen, Ideen mit Partnern und Kunden zu erarbeiten. Dafür sollten allerdings auch verschiedene Aspekte angepasst werden. Event-Formate können dafür komprimiert und in der Häufigkeit so modifiziert werden, damit Sequenzen für Partner oder Kunden praktikabel sind. Sie werden feststellen, dass die Form der Auseinandersetzung (auf Basis einer kontinuierlichen Ideenarbeit) mittelfristig weitaus ergiebiger sein wird als einzelne Meetings oder ein Ping-Pong von Anfragen und Antworten via E-Mail. Bringen Sie doch einfach wichtige Meinungen und Akteure in einen gemeinsamen *BOGI*-Flow, der viele Ideen transparent nebeneinanderlegt und wenige grandiose Möglichkeiten offenbart. Der weitere Vorteil ist, dass die Genealogie der Ideen aufseiten aller Beteiligten transparent und nachvollziehbar ist. Es entsteht kein Gefälle bezüglich der Frage, wer mehr oder weniger Einfluss auf die Wahl der Ideen hat und wieso Gewichtungen entstehen. Im Zentrum stehen die Güte der Ideen und eine gemeinsame Erarbeitung. Das trägt Früchte.
- **HYBRID-BOGI**: Kombinieren Sie den *BOGI* nach Belieben mit anderen Methoden oder Frameworks. Sie könnten Ideen, die auf der Basis von *Design Thinking* entstanden sind, ebenso aufnehmen, wie Ideen auf Basis realer Kundenanfragen. Der *BOGI* soll Sie hier weder methodisch noch inhaltlich limitieren, sondern vielmehr eine offene Plattform darstellen, mit der Sie nachhaltig arbeiten können.
- **BOGI-DASHBOARD**: Sie könnten auch die *BOGI*-Performance prüfen. Beispielsweise, indem Sie das Geschehen in einem Dashboard



visualisieren oder Reports erstellen, um den Effekt des *BOGI* zu messen. Dies kann auf einer quantitativen Analyse der Kosten und der Anzahl verwertbarer Ideen basieren, oder Beteiligungsquoten, Feedbackdaten und vielem mehr. Bedenken Sie aber jeweils, insbesondere die qualitativen Effekte zu rekapitulieren und nicht nur nach Zahlen zu suchen, die nicht alles darstellen. Sonst verpassen Sie eventuell, ob Sie den teamübergreifenden Dialog und interdisziplinäre Zusammenarbeit fördern konnten oder ob die gemeinsame Arbeit an Ideen Auswirkungen auf Stimmung und Kreativität bei der Arbeit an Problemstellungen allgemein hat. Der *BOGI* soll qualitatives Potenzial stützen und kann sicherlich auch in verschiedenster Hinsicht quantitativ vermessen werden. Was Sie letztlich als wichtige *Insights* deklarieren, gibt der *BOGI* nicht vor.

LET THE BATTLE BEGIN!

Join The BOGI CLUB Today



Hinweise und Links

Der Urheber des *BOGI* v.1.0 ist Sebastian Benderoth. Sebastian ist seit vielen Jahren im Bereich des Produkt Managements tätig und hat in diesem Kontext viele digitale Produkte betreut. Seit 2019 ist er als freiberuflicher Berater tätig. Der *Battle of glorious ideas* wurde von Sebastian zweckorientiert für die berufliche Praxis entwickelt und getestet. Seither wird der Ansatz in verschiedenen Formen weiterentwickelt. Der *BOGI* zählt zu den Aktivitäten der conceptMonkey Ventures.

Unter <https://www.conceptmonkey.de> können Sie weiterführende Informationen zu den conceptMonkey Initiativen finden und sich über die Arbeit von Sebastian Benderoth informieren. Das BOGI Framework in der vorliegenden Form wird unter der Lizenz [CC BY-SA 4.0](#) veröffentlicht. Parallel zu dem Dokument wird die *BOGI* Einführung via [github](#) der Community frei zugänglich gemacht.

Unter <https://bogi.work/> finden Sie Neuigkeiten und Hilfsmittel rund um den *BOGI*. Neues Tipps & Tricks, Adaptionen für spezielle Anwendungsgebiete und nützliche Zusatzmaterialien sowie Tools zur kollaborativen Innovationsarbeit werden dort weiter vorgestellt. Übrigens: Updates zum *BOGI* können Sie auch bequem via [Newsletter](#) abonnieren. Helfen können Sie auch dem *BOGI* mit Ihren Ideen: wenn Sie spannende Erfahrungen mit dem *BOGI* machen konnten oder Ideen für neue *BOGI* HACKS teilen möchten, dann schreiben Sie bitte an innovate@bogi.work – die besten Beiträge werden bei der Weiterentwicklung des *BOGI* einfließen oder via Web geteilt. Vielen Dank im Voraus!