

# Co-Kreation



Schleswig-Holstein. Der echte Norden.



# Über mich



**Benjamin Peters**

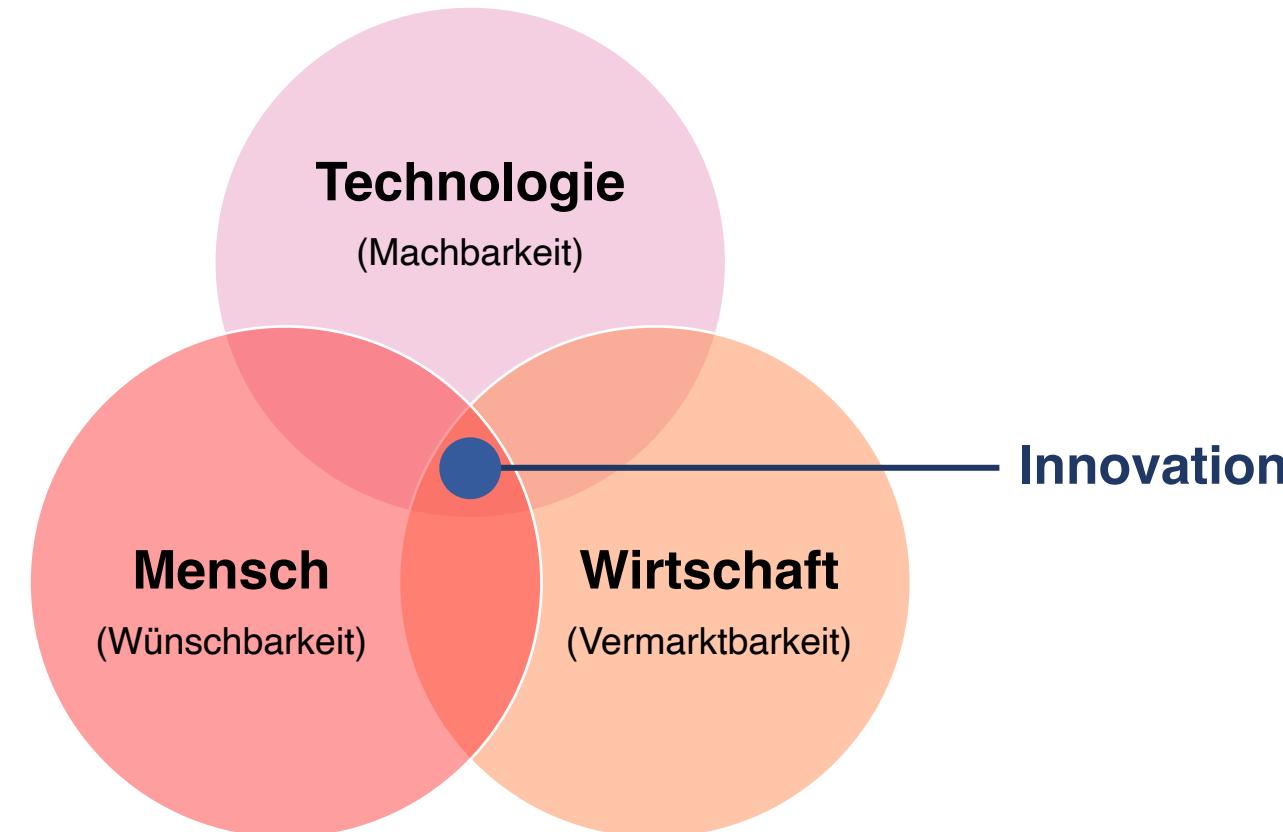
- Verlagskaufmann | 2005-09
- Sportökonomie (B.Sc & M.Sc) | 2009-16
- Marketing Manager Events & Cooperations bei BLACKROLL | 2016-18
- Sura running | ab 2019
- Gründungsberater Uni Lübeck & TH Lübeck | ab 2020



# Gliederung

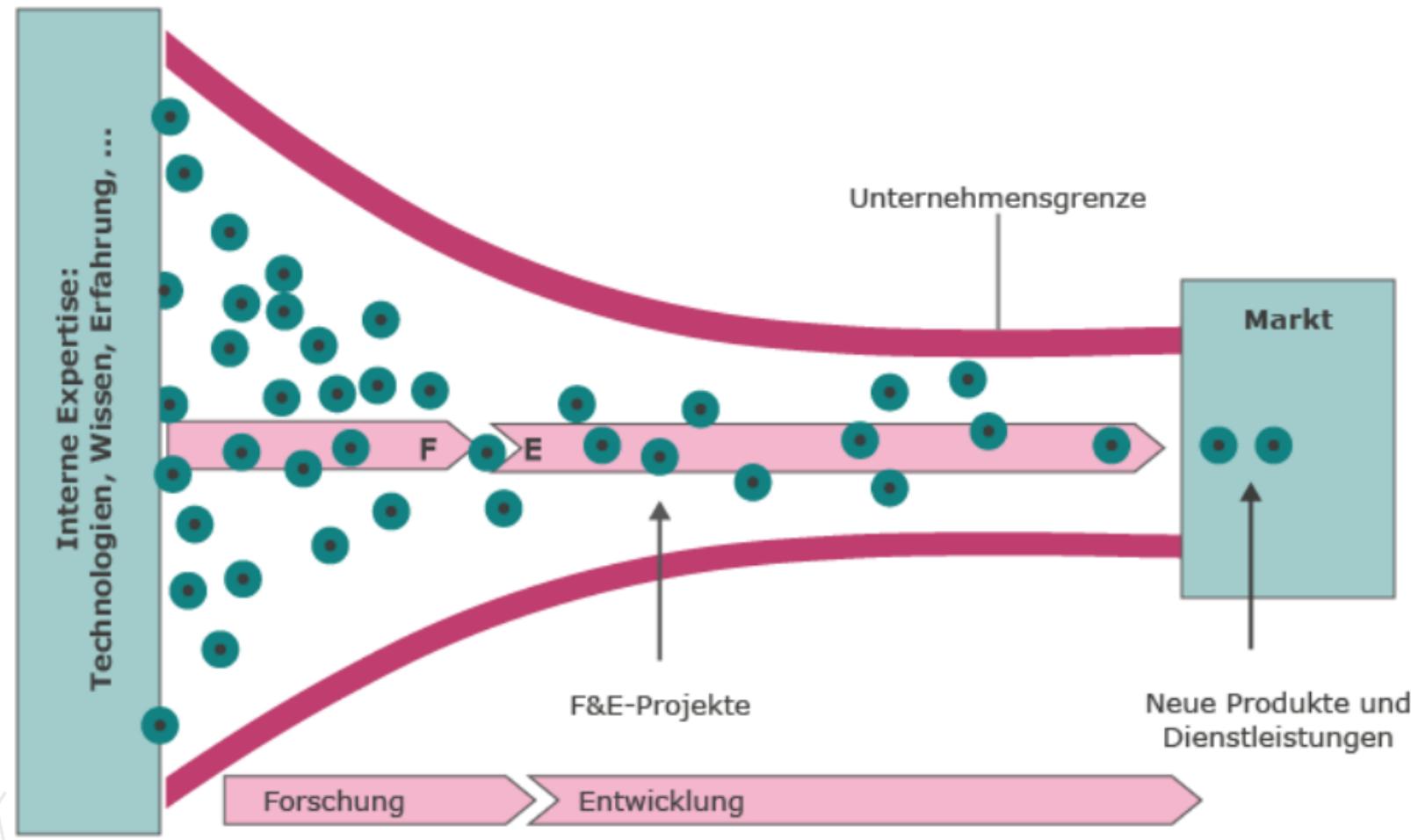
- Wie funktioniert Innovation und wie öffnet man den Prozess?
- Der Want-Find-Get-Manage-Ansatz
- Co-Kreation bei sura running
- Der Lead User Ansatz

# Innovationen



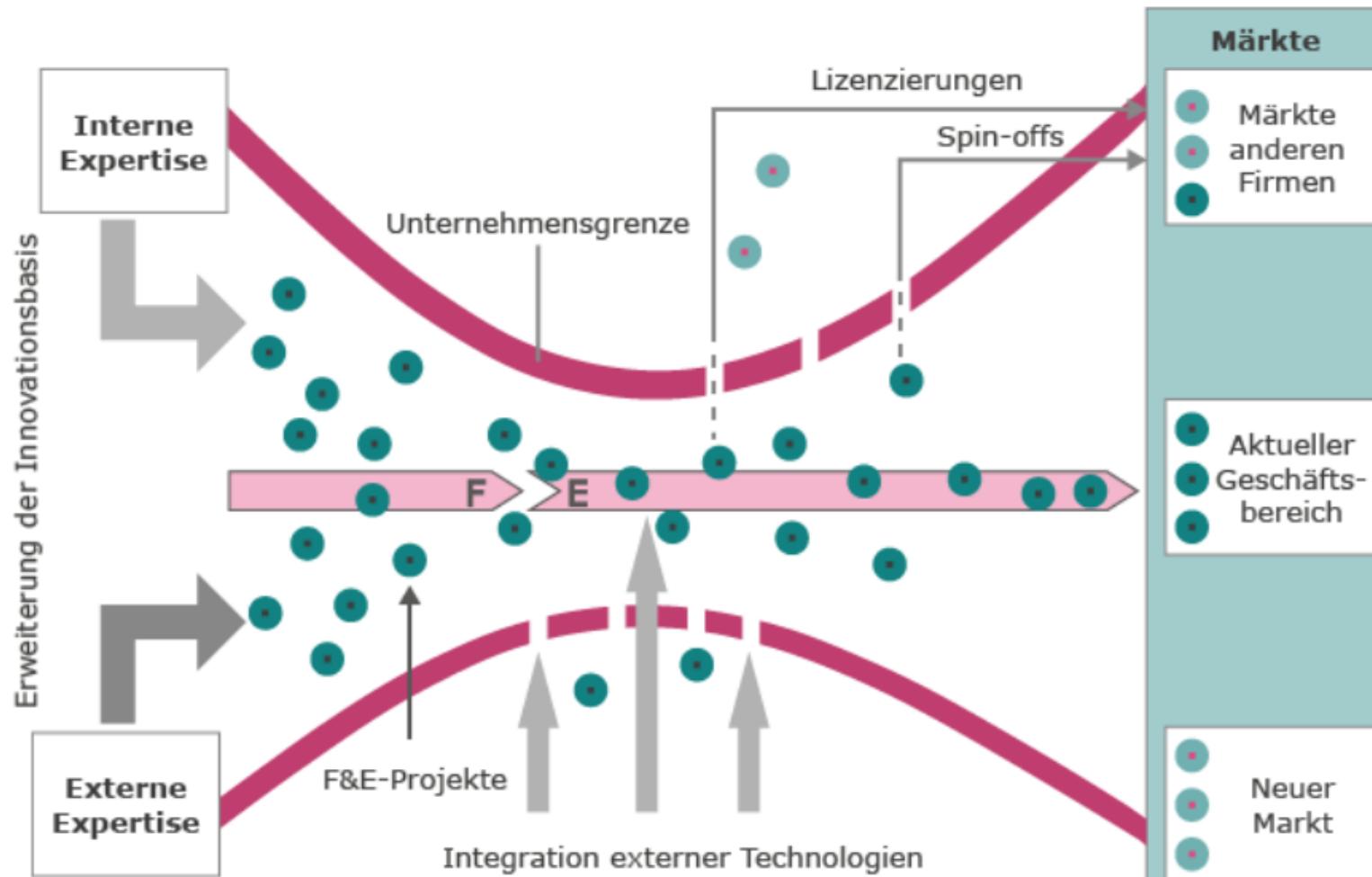
Quelle: Gütler, Meyer 2014, S. 10 ff.

# Closed-Innovation-Modell



Quelle: in Anlehnung (Ili & Albers, 2010, S. 45) (Chesbrough H. W., 2003, S. 3)

# Open-Innovation-Modell



# Open-Innovation- oder doch closed?



Mega Flop Ford Edsel

„Ich habe zwei Tage lang in mein Bier geweint und dann gesagt: Zum Teufel! Ich habe das getan, was man von mir erwartet hat, und einen guten Job gemacht!“ (Roy Brown)



The Homer

Quelle: [https://www.focus.de/auto/gebrauchtwagen/oldtimer/tid-30252/der-edsel-war-der-groesste-flop-aller-zeiten-fuer-dieses-auto-schaemt-sich-ford-noch-heute\\_aid\\_945953.html](https://www.focus.de/auto/gebrauchtwagen/oldtimer/tid-30252/der-edsel-war-der-groesste-flop-aller-zeiten-fuer-dieses-auto-schaemt-sich-ford-noch-heute_aid_945953.html)

# Want-Find-Get-Manage Ansatz

Vier Phasen zur systematischen Planung:

**Wants:** Bedürfnisse. Welche Ressourcen benötigen wir? Welche haben wir intern, welche holen wir von extern?

**Find:** Suche nach externen Ressourcen. Wie finden und bewerten wir die benötigten Ressourcen, um unsere „wants“?

**Get:** Welche Prozesse nutzen wir zur Planung, Strukturierung? Was müssen wir leisten, um an die externen Ressourcen zu gelangen?

**Manage:** Wie integrieren wir die externen Prozesse in unsere internen Prozesse?

Quelle: [https://www.researchgate.net/profile/Matthew-Sagal-2/publication/233706554\\_Good\\_Practices\\_in\\_Open\\_Innovation/links/54c543aa0cf219bbe4f4655f/Good-Practices-in-Open-Innovation.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Matthew-Sagal-2/publication/233706554_Good_Practices_in_Open_Innovation/links/54c543aa0cf219bbe4f4655f/Good-Practices-in-Open-Innovation.pdf)

# Want-Find-Get-Manage Ansatz

## Beispiel Ulanzi

**Wants:** Produktdesigner

**Find:** aus dem Kundenpool, Facebook Anzeigen

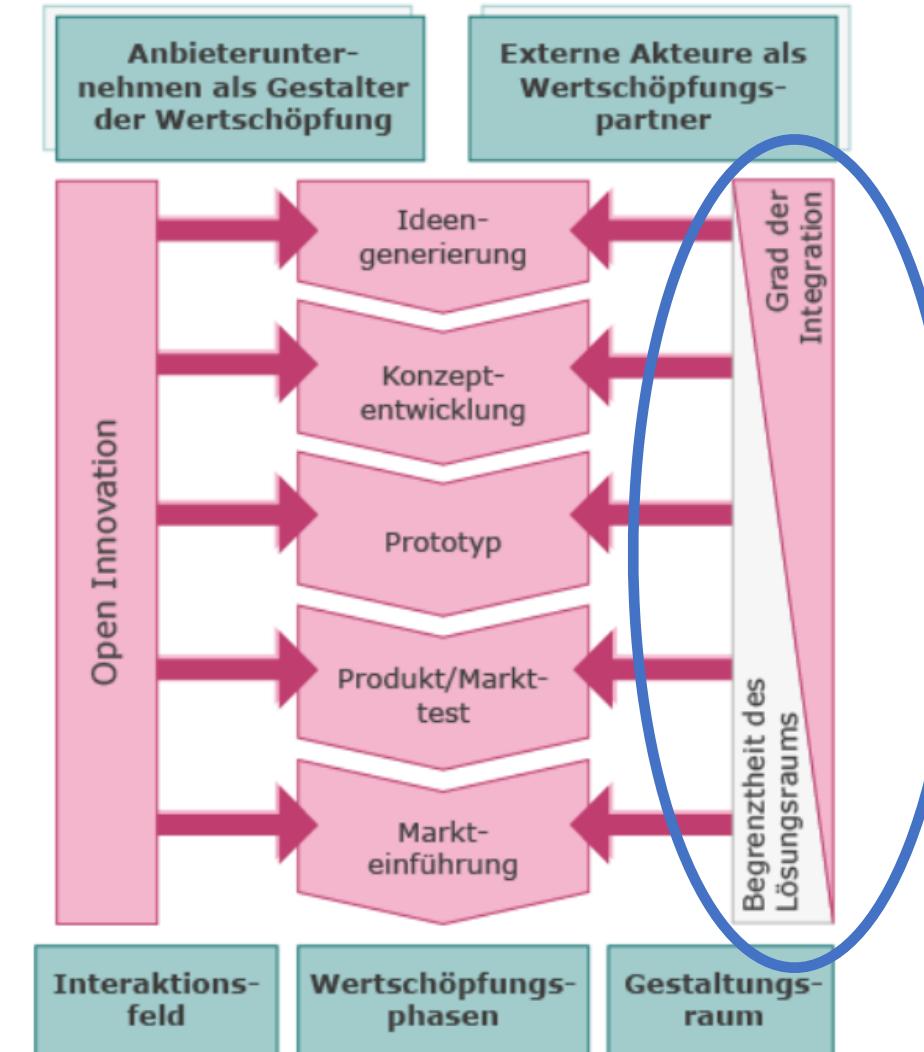
**Get:** Rating von Einsendungen. CRM bei Bewerbern

**Manage:** Freie Nutzungsrechte erforderlich



Quelle: [https://www.researchgate.net/profile/Matthew-Sagal-2/publication/233706554\\_Good\\_Practices\\_in\\_Open\\_Innovation/links/54c543aa0cf219bbe4f4655f/Good-Practices-in-Open-Innovation.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Matthew-Sagal-2/publication/233706554_Good_Practices_in_Open_Innovation/links/54c543aa0cf219bbe4f4655f/Good-Practices-in-Open-Innovation.pdf)

# Phasen eines idealtypischen Innovationsprozesses



- Open Innovation in vielen Entwicklungsphasen möglich!
- Bei welchen Fragestellungen hilft uns Open Innovation?
- Was ist das Richtige Timing?
- Was der richtige Ort?

# Open Innovation: Beispiel sura



Schleswig-Holstein. Der echte Norden.



# Open Innovation in den verschiedenen Entwicklungsphasen: Beispiel sura



Abfrage Bedarf



Test eines Prototypes



Produkteigenschaften



Test des Prototypens



Marktreifes Produkt

# Die Problemstellung



Wenig Transparenz  
Wenig Glaubwürdigkeit



Laufanfänger\*innen fühlen sich  
überfordert



Großer Teil der Frauen fühlen sich  
nur wenig durch Sportmarken  
angesprochen



## Unser Ansatz



Produktion in Europa  
Recycelte Materialien



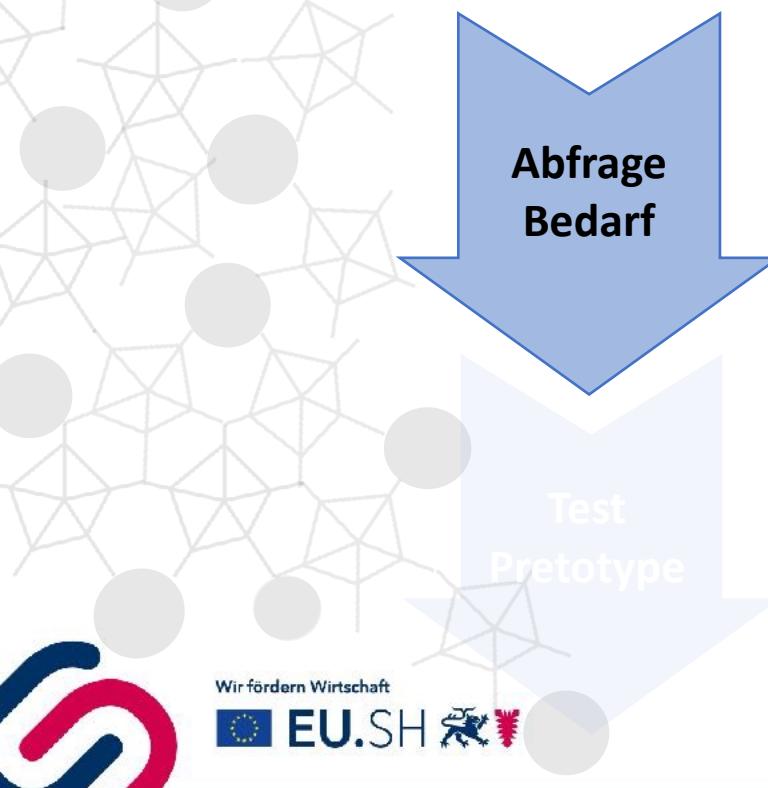
Trainingspläne zur Kleidung  
Community



Schwerpunkt Balance  
Wir bringen Yoga ins Laufen



# Open Innovation in den verschiedenen Entwicklungsphasen: Beispiel sura



Zunächst: **Annahme**, was das Problem der Kundin sein könnte! —> Überprüfung!

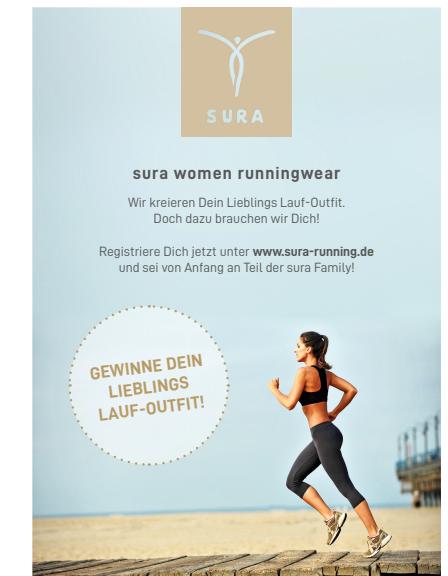
Was ist Läuferinnen wichtig? Welche Eigenschaften muss unser Produkt erfüllen?

Nachhaltigkeit/ Attribute wie technologische Lösungen, Geruch, Schweißflecken

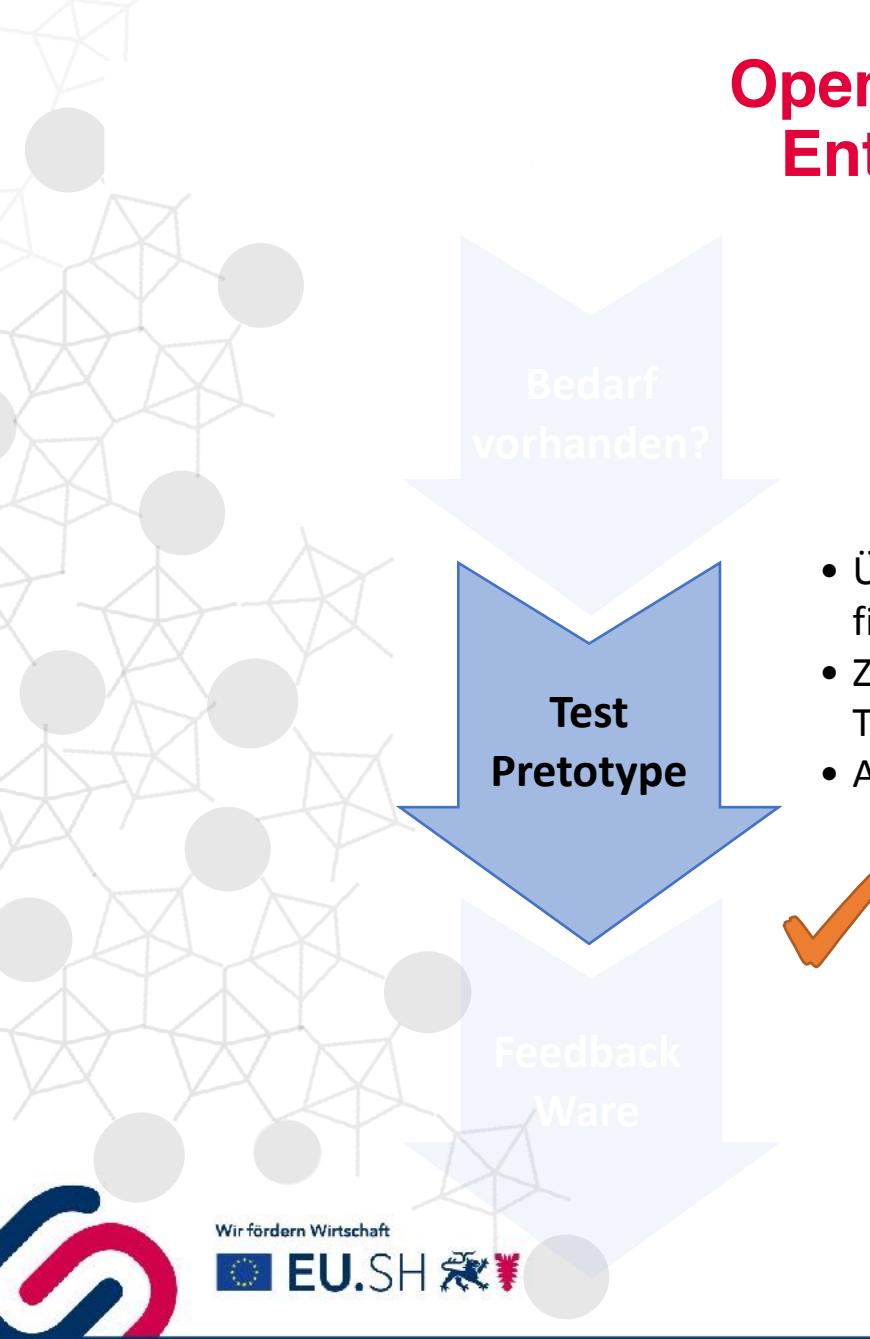
Umfrage erstellt aufgrund von ersten Annahmen

Umfrage unter Läuferinnen auf *Frauensportevent* in Ischgl und *München Marathon*.

Erkenntnisse über wichtige Attribute, Preis, Einstellung der Kundinnen

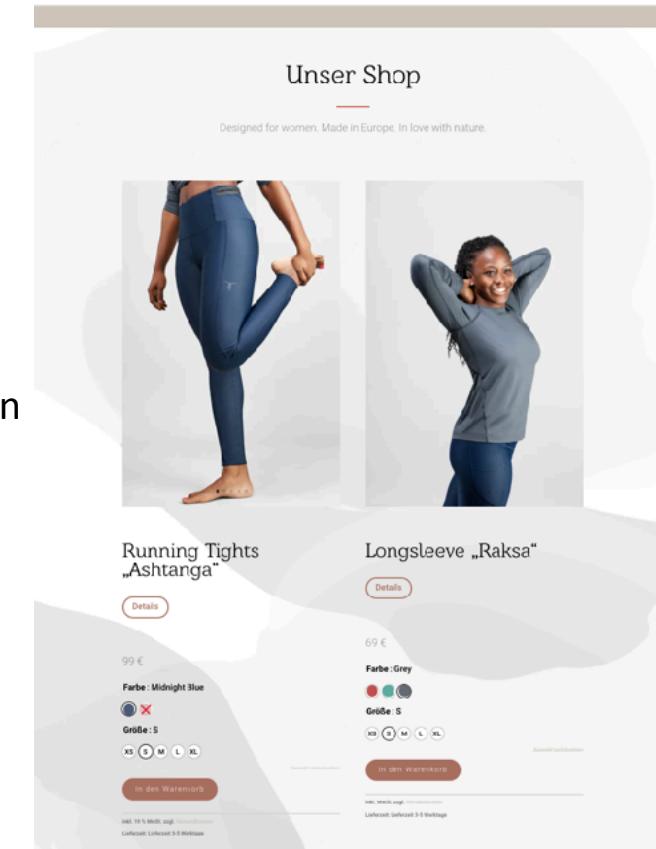


# Open Innovation in den verschiedenen Entwicklungsphasen: Beispiel sura

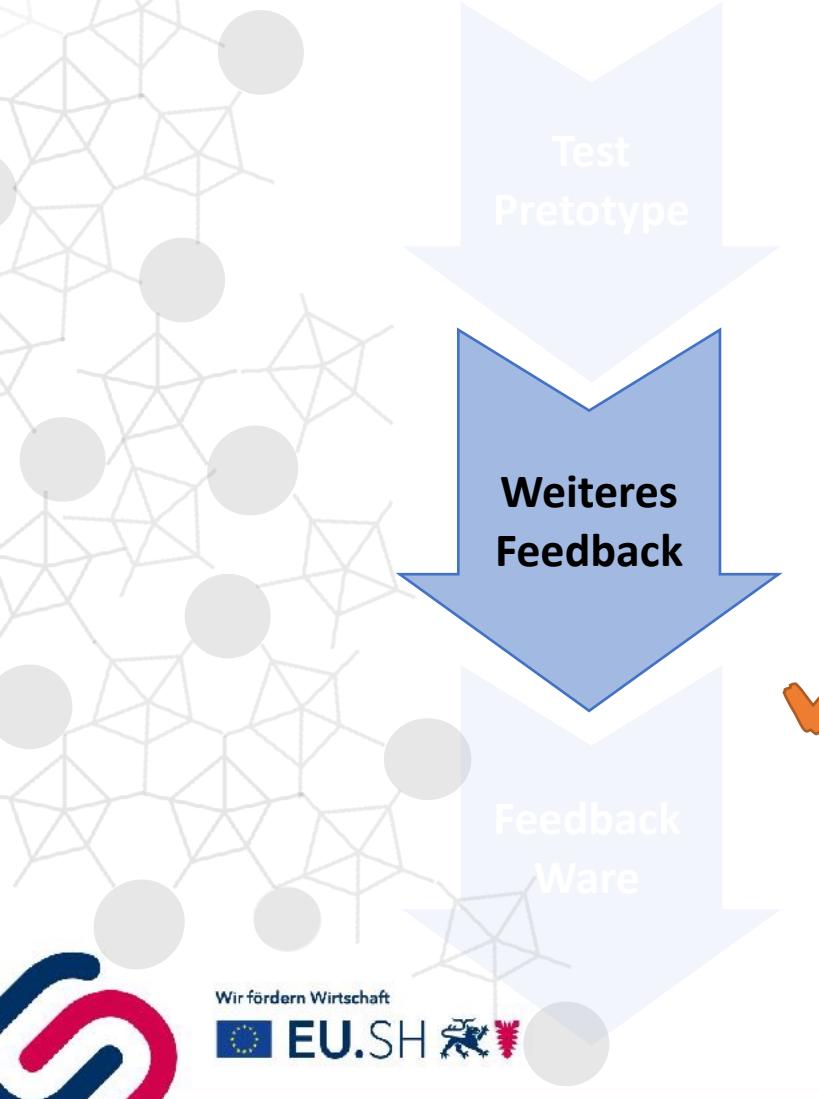


- Überprüfung der Annahmen: Präsentation einer fiktiven Website mit fiktiven Produkten
- Ziel: realistische Simulation eines später wichtigen Touchpoints
- Atmosphäre wie beim normalen Surfvgang

Live-Reaktion der Kundinnen  
Echtes erstes Feedback auf sura



# Open Innovation in den verschiedenen Entwicklungsphasen: Beispiel sura



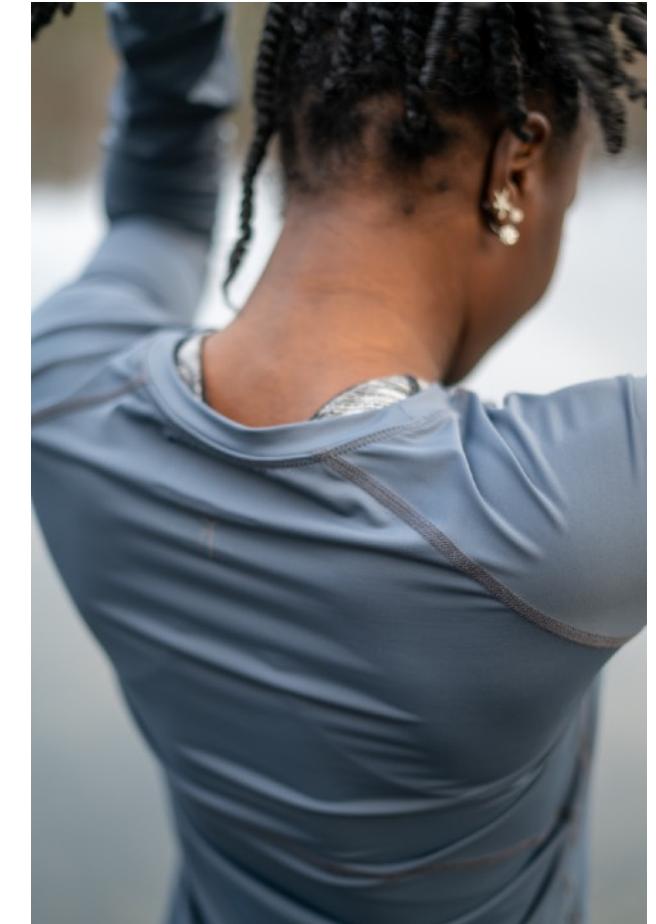
- Welche Stoffe findet unsere Kundin gut?
- Worauf achtet sie, wie geht sie vor?
- Welche Farben könnten sie mehr ansprechen?
- Weiteres Feedback, Email Adressen
- Erste Werbeaktion

✓ Spezielles Feedback zum Produkt

! Realisierung nur teilweise möglich



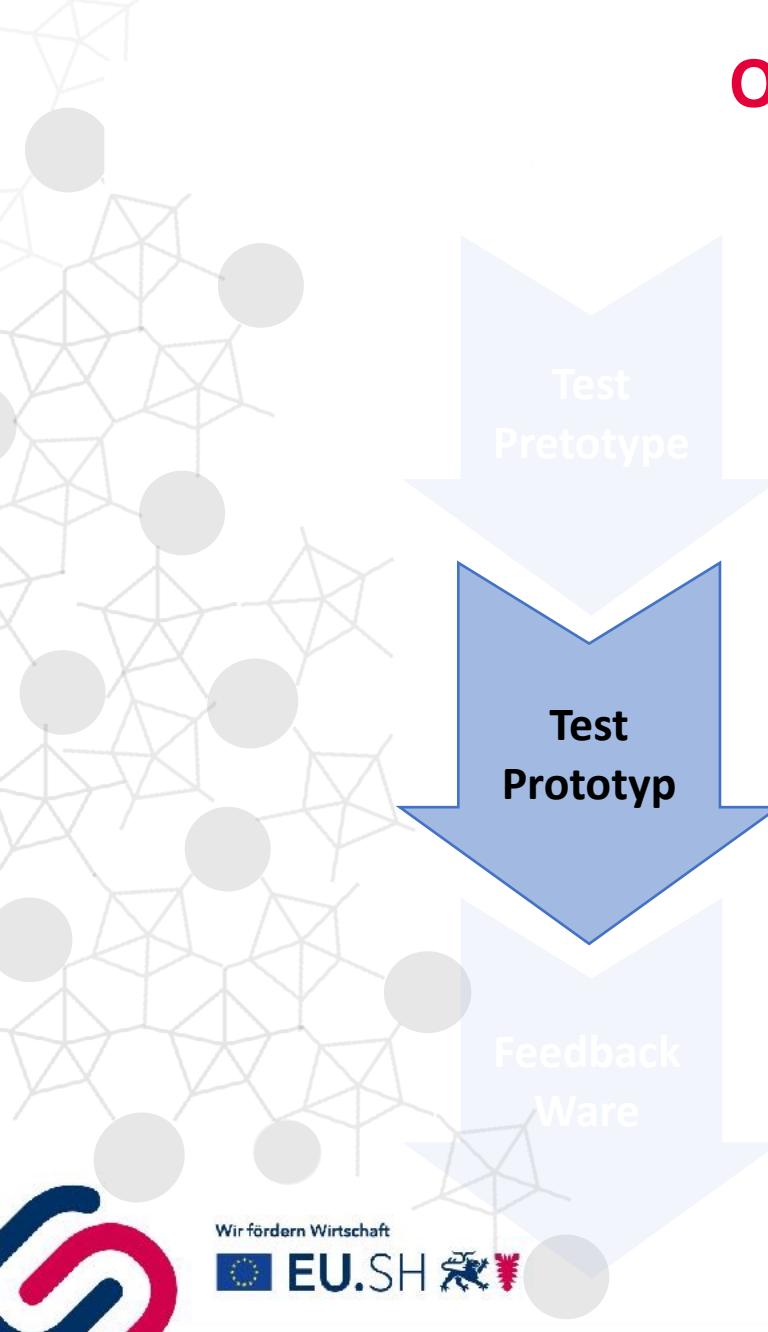
# Open Innovation in den verschiedenen Entwicklungsphasen: Beispiel sura



- Test mit 30 Läuferinnen
- Was stört dich? Nutzt du die Taschen? Rutscht die Hose?
- Abfrage: wichtiger Kriterien aus dem Fragebogen erfüllt?



Kleine Änderungen in der Passform



# Co-Kreation richtig umsetzen

## Tipps aus meiner Praxis:

- Kooperation mit Universitäten (Abschlussarbeiten, Workshops, Seminare)
- Berichterstattung lokale Presse
- Social Media
- Events
- Gründernetzwerk



Sura running, Innovationsfestival Kiel

# Tüftler auf Youtube

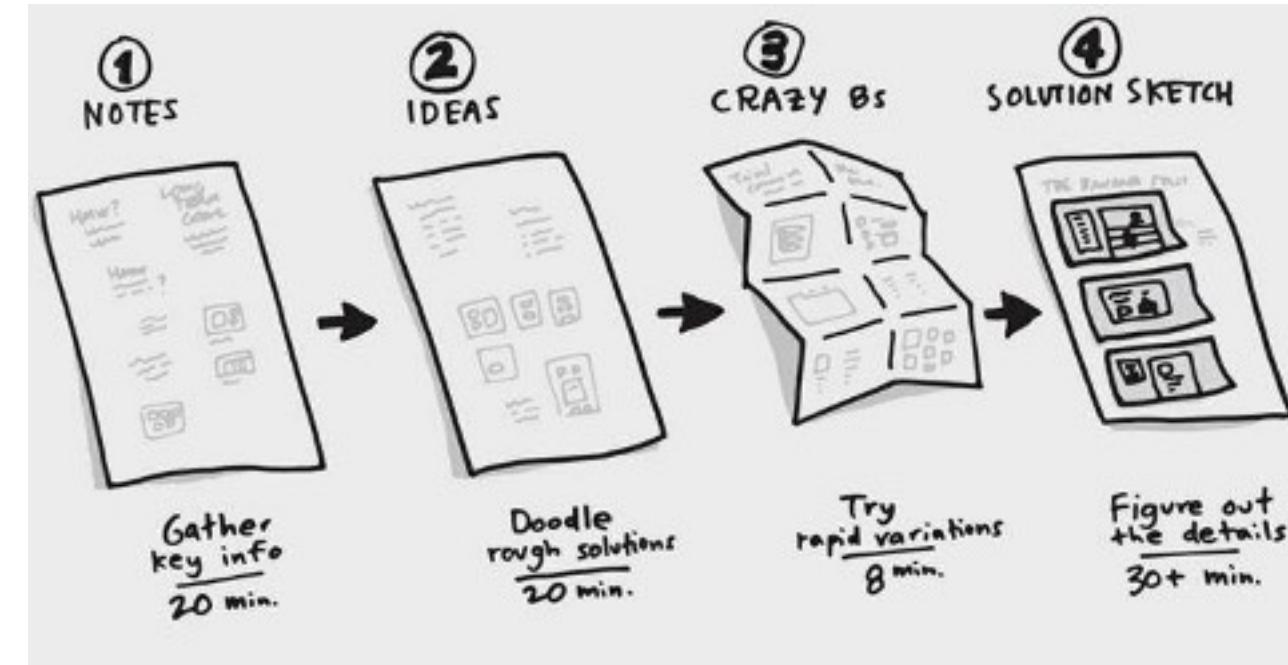


**Worx fährt sich NICHT mehr fest!**  
**Offroad - Upgrade / 3D Druck / WR142e**



# Workshop nach der Ideensprint Methode

- Ideenentwicklung im Express Modus
- Zunächst: Ideen verfielfältigen, dann in eine Lösung überführen



Quelle: Reichwald; Piller 2009, S. 186 f.; Wagner, P.; Piller, F. (o.J.), S.18 ff.



# Plattformen für Open Innovation



# Plattform Xeem

The screenshot shows the Xeem platform interface. At the top right, it says "Hallo, Ben". On the left, there's a sidebar with navigation links: "FÜR TEILNEHMER" (Challenges, Abgeschlossene Challenges, Profil bearbeiten, FAQ, Hilfe), "FÜR UNTERNEHMEN" (Challenge erstellen, FAQ), and "KONTAKT". The main area displays two challenges:

- SAP | Virtual Collaboration of the Future**  
SAP logo  
Entwickle Ideen für ein virtuelles Kollaborationstool der Zukunft.  
400 €, 20 Teams, 2 Stunden  
[Challenge ansehen](#)
- Evonik | Karriereseite 4.0**  
EVONIK logo  
Entwickle kreative Ideen und Features für die Karriereseite der Zukunft.  
600 €, 5 Teams, 2 Stunden  
[Challenge ansehen](#)



Schleswig-Holstein. Der echte Norden.



# TZL: Open Innovation Workshops



The banner features the STARTUP.SH logo with the tagline "Frische Ideen aus dem echten Norden". The main title "OPEN INNOVATION WORKSHOP" is displayed prominently. Below it, the text "JETZT KOSTENLOS ANMELDEN" and the website "WORKSHOP.GRUENDERVIERTEL.DE" are provided. A QR code is included for easy access. On the right, there is a photograph of a small wooden device with a screen showing a colorful bar chart. The text "Wir fördern Wirtschaft" and the EU.SH logo are present, along with a note about funding from the European Union, the Federal Government, and Schleswig-Holstein. The bottom right corner contains the slogan "Schleswig-Holstein. Der echte Norden.".

# ISPO Open Innovation



The image shows the homepage of the ISPO Open Innovation website. At the top is a navigation bar with links for Home, Über ISPO, Messen, Konferenzen & Events, Innovation & Awards, Stories, Community, and Jobbörse. Below the navigation is a secondary menu with links for Home, Über, Projekte, Blog, FAQs, and Für Unternehmen. A prominent blue button on the right says "JETZT REGISTRIEREN!". The main visual is a collage of various people engaged in different sports and outdoor activities like skiing, cycling, and running, set against a background of geometric shapes.

WERDE TEIL VON  
ISPO OPEN INNOVATION

JETZT REGISTRIEREN!

Willkommen bei der ISPO OPEN INNOVATION Community



Schleswig-Holstein. Der echte Norden.





# **Vielen Dank für Eure Aufmerksamkeit!**

