

Creative Labs in offenen Innovationsprozessen

Markus Lahr
Forschungsgruppe Innovations- und Regionalforschung

Forschungsfrage

Ziel ist es, das bisher wenig untersuchte Konzept der Creative Labs, als einen Ansatz zur Unterstützung offener Innovationsprozesse. Im Rahmen einer Studie wurden Organisationstypen, Zielgruppen und Konzepte verschiedener Labs untersucht, die die Grundlage für eine systematische Bewertung und die Ableitung von best practice bilden. Es wurden 22 Creative Labs mittels desk research analysiert und eine Typisierung von Creative Labs erarbeitet.

Methodisches Vorgehen

Anhand einer Literaturanalyse wurde zuerst die Aktualität des Forschungsthemas erfasst. Zu diesem Zweck wurde in verschiedenen wissenschaftliche Datenbanken, aber auch mit Hilfe von Suchmaschinen (Google), nach den Begriffen „Creative Lab“, „Idea Lab“ und „Innovation Lab“ gesucht. Die unterschiedlichen Suchbegriffe wurden gewählt, da sich während der Literaturrecherche herausgestellt hat, dass es keinen festen Terminus für ein Creative Lab gibt. Vielmehr werden Konzept und Name der Labs den jeweiligen Zielgruppen und Thematiken angepasst.

Datenbank ▶	Google	ebsco (davon thematisch übereinstimmend)	Web of knowledge (davon thematisch übereinstimmend)	Science direct (davon thematisch übereinstimmend)
Suchbegriff ▼				
Creative Lab	1.030.000	0 (0)	0 (0)	166 (13)
Idea Lab	362.000	0 (0)	6 (4)	23 (0)
Innovation Lab	962.000	0 (0)	380 (12)	102 (5)

Abb. 1: Thematische Übereinstimmung von Suchergebnissen

Systematisierung unterschiedlicher Creative Lab Ansätze

Die Rolle von Creative Labs als Teil des Open Innovation wurde im wissenschaftlichen Diskurs bisher weitestgehend vernachlässigt. Bisherige Forschungsarbeiten haben sich mit der Systematisierung von Inkubatoren und Präinkubatoren beschäftigt, die oftmals als institutioneller Überbau für Creative Labs dienen. Feller et. al. 2010 wiederum untersuchten erstmals die Auswirkungen von Creative Labs als knowledge intermediaries auf den Wissensaustausch.

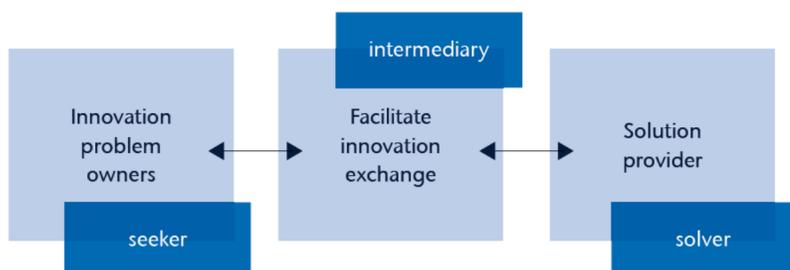


Abb. 2: Prinzip des knowledge brokering

Ergebnisse

Auf Grundlage des Desk Research und der Entwicklung von Steckbriefen zu den untersuchten Labs konnten drei grundsätzliche Typen von Kreativlaboren abgeleitet werden. Die Kategorisierung folgt dabei den verschiedenen Rollen, die das jeweilige Lab und die Teilnehmer im System des knowledge brokering (vgl. Feller et. al., 2010) einnehmen können.

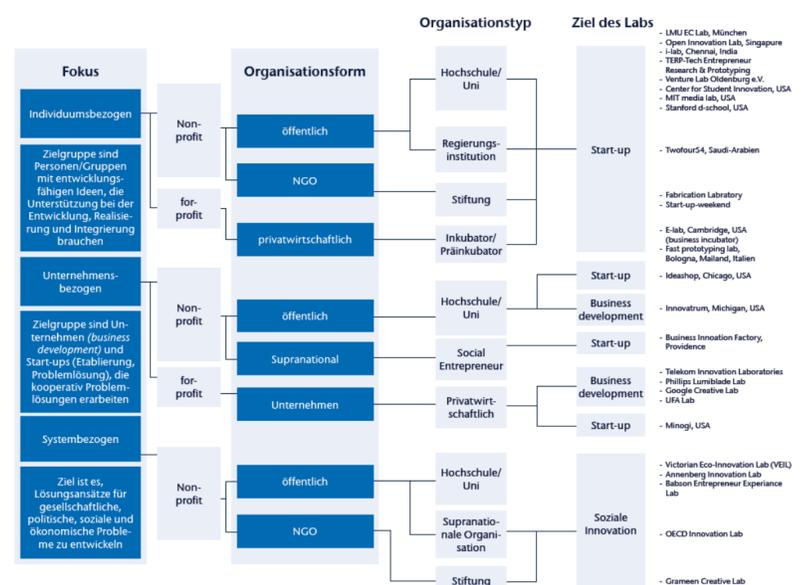


Abb. 3: Systematisierung nach Fokus, Organisation und Ziel (Eigene Darstellung nach Gassmann & Becker, 2005)

Weitere Forschungsfragen

Diese Arbeit liefert erste Aussagen dazu, an welchen Phasen des Innovationsprozesses die untersuchten Creative Labs beteiligt sind und in welchen Prozessphasen aus Sicht des Autors diesen Labs eine besondere Bedeutung zukommt. In einem nächsten Schritt bedarf es einer detaillierten Untersuchung ausgewählter Creative Lab im Rahmen von Fallstudien, um die Ergebnisse zu validieren und weiter zu präzisieren. Aus den bisherigen Erkenntnissen ergeben sich für die Entrepreneurship- und Innovationsforschung desweiteren Fragen nach der Leistungsfähigkeit und best practices von Creative Labs. Anhand detaillierter Fallstudien soll eine Indikatorik entwickelt werden, auf deren Grundlage die Leistungsfähigkeit der Creative Labs gemessen und bewertet werden kann. Konkret muss dazu auch festgelegt werden, wie Leistungsfähigkeit und Erfolg in diesem Kontext definiert werden kann.

Quellen

Feller, J. et. al. (2010). Leveraging 'The Crowd': An Exploration of how solver brokerages enhance knowledge mobility. ECIS.

Gassmann, O. and B. Becker (2006). "Towards a resource-based view of corporate incubators." International Journal of Innovation Management 10(1): 19.