

Rudolf Schwarz

# Crowd Innovation mit Feedback.

Ideen und Vorschläge aus der  
Kompetenz-Pyramide nutzen

Buchschmiede

©2023 Rudolf Schwarz

Druck und Vertrieb im Auftrag des Autors: Buchschmiede von  
Dataform Media GmbH, Wien  
[www.buchschmiede.at](http://www.buchschmiede.at)

ISBN:  
978-3-99165-070-6 (Paperback)



Das Werk, einschließlich seiner Teile, ist urheberrechtlich geschützt.  
Jede Verwertung ist ohne Zustimmung des Verlages und des Autors  
unzulässig. Dies gilt insbesondere für die elektronische oder sonstige  
Vervielfältigung, Übersetzung, Verbreitung und öffentliche Zugäng-  
lichmachung.

*Feedback holt Menschen  
in ein Wir.*

Rudolf Schwarz



## Inhalt

Wie entstehen Ideen? .....	9
Wie entstehen Ideen außerhalb von Betrieben? .....	9
Wohin mit so einer Idee? Derzeit: Nirgendwohin! .....	10
Neue Ideen sind wichtig .....	10
Offen für Ideen, auch in Non-Profit-Bereichen .....	11
Eine Anlaufstelle für Ideen – was sollte sie leisten?.....	11
Die Kompetenz-Pyramide .....	12
Fortschritt erwächst aus Ideen .....	12
Dezentrale Ideen.....	12
Die Kompetenz-Pyramide .....	13
Crowd Innovation mit Feedback – Ideen und Vorschläge aus der Kompetenz-Pyramide nutzen .....	14
Der Überblick .....	14
Wollen wir Ideen?.....	15
Natur und Evolution als Vorbild .....	15
Lohnt sich der Aufwand, auch im Non-Profit-Bereich? .....	15
Ein Schatz an Ideen .....	15
Wie bekommen wir gute Ideen? .....	16
Definition von „Idee“ und „Vorschlag“ .....	16
Respektvoll – das Wie ist entscheidend! .....	16
Klare Regeln .....	16
Regel 1: Wer darf Ideen einbringen?.....	16
Regel 2: Welche Eigenschaften muss eine Idee haben? .....	17
Regel 3: Welche Inhalte sind möglich?.....	17
100% benutzerfreundlich .....	17
Kosten der Eingabe .....	17
Anerkennung für jeden Vorschlag .....	17
Prämie bei Erfolg.....	18
Frustrationen vermeiden.....	18
Wie werden Ideen „verarbeitet“? .....	18

Dokumentation .....	18
Beurteilung: der anspruchsvollste Part.....	18
Aufbereitung einer Idee: klare Darstellung .....	19
Prüfung der Idee .....	19
Prämien und Anerkennung .....	20
Das Feedback .....	20
Ein günstiges Klima für künftige, neue Ideen.....	22
Öffentlichkeitsarbeit .....	22
Die besten Ideen kommen manchmal von außen: Beispiel Vespa	23
Das Vorbild „Betriebliches Vorschlagwesen“ .....	23
Wer kann Ideen und Vorschläge nützen? .....	23
Mehr zur Höhe von Prämien, an einem Beispiel .....	24
Ideen-Wettbewerbe sollten Ideen-Wettbewerbe sein .....	24
Prominente Stimmen .....	25
Bundespräsident Dr. Thomas Klestil, 1998 .....	25
99 Ideen für Österreich, eine Aktion von „Die Presse“, 2014....	25
Ideen von Kindern .....	26
Das Beispiel von den Feuerlöschern .....	26
Besteck in der Pizzeria.....	26
Praxis: Vorschläge, eingebracht von 1980 bis 2023.....	26
1980 Konzept für eine neue Art von Werbung im ORF .....	26
1984 Kärntner Brot in Wien anbieten.....	26
1986 Kindergarten-Gebäude in ökologischer Bauweise.....	27
1987 Vision zur Weiterentwicklung von Ö1, ORF .....	27
1990 Biersorte „Dunkles Pils“ .....	27
1994 Kiosk-Terminal "Österreichische Nationalbibliothek" .....	27
1999 Geisterfahrer-Stopp für Autobahnen.....	27
2001 Aufhängung für Geschirrtücher ohne Schlaufen .....	28
2012 Süßigkeit in Riegelgröße.....	28
2015 Brotaufstrich: kostengünstig und naturrein .....	28
2019 Beschleunigungsmesser für Busse und Straßenbahnen ..	28
2023 Ein musikalisches Signal für Öffis in Wien.....	28
Eigene Ideen – kurz notiert .....	29

Webseite des Autors: ..... 31

Ein weiteres Buch des Autors: ..... 32



## Wie entstehen Ideen?

Ideen entstehen laufend, spontan und überall. Wo Menschen arbeiten oder über etwas nachdenken, ist der Gedanke allgegenwärtig: kann man das nicht noch besser machen? Nirgendwo sieht man das besser als in Unternehmen, die etwas produzieren, zum Beispiel Autos. Menschen führen ihre Arbeit mit großer Routine aus, sie beherrschen ihr Handwerk. Sie wissen viel über Materialien, Maschinen und Methoden. Und während sie arbeiten, kommt ihnen ein Geistesblitz: diesen einen Vorgang könnte man ja sogar *noch* besser machen! Schneller, einfacher, mit weniger Anstrengung oder kostengünstiger – großartig! Aber – wohin nun mit dieser Idee?

In einem gut geführten Unternehmen ist die Antwort einfach: aufschreiben und in den Ideen-Briefkasten werfen, den es in jedem guten Betrieb gibt. Wer würde schon auf eine vorteilhafte Idee verzichten wollen? Im Jahr 1872 legt Alfred Krupp im *Generalregulativ* seiner Gusstahlfabrik fest (damals größtes Industrieunternehmen Europas, heute ThyssenKrupp AG):

“Verbesserungsvorschläge seitens der Belegschaft sind stets dankbar entgegenzunehmen“. So lange schon bewährt sich das „Betriebliche Vorschlagswesen“ (siehe die Statistiken auf Wikipedia), heute unter Bezeichnungen wie „Ideenmanagement“.

Die Worte „Idee“ und „Vorschlag“: *Ideen* sind neue Gedanken, ab dem Zeitpunkt des Vorschlagens ist eine Idee auch ein *Vorschlag*.

## Wie entstehen Ideen außerhalb von Betrieben?

Was passiert nun, wenn „Menschen wie du und ich“ am sozialen Leben in ihrer Umgebung teilnehmen, in all jenen Bereichen, die wir für den Alltag brauchen? Vom Straßenkehren vor dem Haus bis hinauf zu den Aufritten des Bürgermeisters oder der Bürgermeisterin? Sie machen sich natürlich auch ihre Gedanken. Diese Menschen haben Kenntnisse in vielen Bereichen und vergleichen diese mit dem, was in ihrer Umgebung und in der Politik geschieht. Auch sie denken manchmal: also das kann man doch besser machen? So entstehen auch hier laufend Ideen, als Geistesblitze von Bürgerinnen und Bürgern. Manche davon wären in der öffentlichen Wirtschaft, in der Verwaltung oder in der Politik umsetzbar. Wohin kann ein Mensch mit so einer Idee nun gehen?

*Zwei Anmerkungen:*

*Ich erwähne beide Geschlechter. An Stellen, wo es zu kompliziert würde, vereinfache ich – es sind immer alle Menschen gemeint.*

*Ich formuliere in dieser Arbeit in einem Komplexitätsgrad, der das Verständnis ohne Vorkenntnisse ermöglicht, aber dennoch alle Details enthält, die zur Ausführung notwendig sind.*

Wohin mit so einer Idee? Derzeit: Nirgendwohin!

Von wenigen, seltenen Ausnahmen abgesehen, scheint in Politik und Verwaltung niemand an Ideen von Bürgerinnen und Bürgern interessiert zu sein. Das hat handfeste Gründe. Verbesserungen sind Veränderungen, und die kosten immer Kraft. Wenn Menschen aber bereits „am Anschlag ihrer Leistungsfähigkeit“ arbeiten, dann haben sie für eine *neue Idee* keine Kraft mehr übrig. Neue Ideen haben es hier besonders schwer.

Stellen wir uns das praktisch vor: ein Politiker möchte eine neue Idee ins Spiel bringen. Hier würde es nicht genügen, eine einzelne Person (wie den Inhaber oder eine Managerin in einem Betrieb) zu überzeugen, hier müsste der Politiker gleich eine ganze Gruppe von einer neuen Idee überzeugen. Das wäre sehr kräfteraubend, es scheint unter normalen Umständen nahezu unmöglich. Ideen müssen hier in der Regel einen anderen, langsam aufbauenden Weg nehmen.

Neue Ideen sind wichtig

Andererseits sind Ideen auch sehr wichtig. Menschen in Führungspositionen wissen, dass laufend Anpassungen notwendig sind, wenn man den Anschluss nicht verlieren will. Und dass es tatsächlich immer Potential für Verbesserungen gibt, das wissen (fast) alle, nicht nur Manager und Managerinnen.

In der Politik ist es zudem wichtig, immer wieder mit Neuem Aufmerksamkeit zu gewinnen. So muss man eben doch auch offen sein für Neues ... zumindest im Prinzip. Denn wenn „die Anderen“ eine wirklich gute Idee als Erste entdecken – dann wäre man ja Zweiter ....