



Case Study

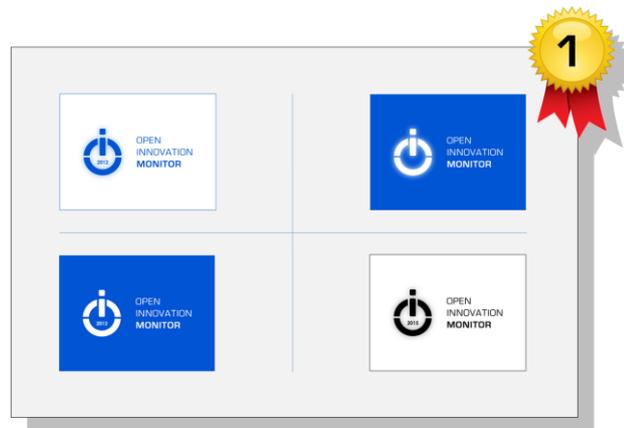
Crowd kreiert OIM-Logo

Open Innovation Monitor (OIM)

Der Open Innovation Monitor (OIM) ist eine regelmässige Erhebung unter deutschsprachigen Führungskräften und Innovationsverantwortlichen zu aktuellen Themen aus dem Bereich des Innovationsmanagements. Im Frühjahr 2012 wurde der OIM erstmals von der **Innovationsgesellschaft, St.Gallen** und der **Fachhochschule St.Gallen** durchgeführt. Im Mittelpunkt der 2012er-Studie standen die Themen Open Innovation und Crowdsourcing.

Logo-Wettbewerb als Crowdsourcing-Case

Die Entwicklung des Logos für den Open Innovation Monitor erfolgte als Crowdsourcing-Prozess und wird nachfolgend als kurze Case-Study beschrieben. Die Ausschreibung erfolgte auf einer deutschen Crowdsourcing-Plattform (12designer.com). Innerhalb von **10 Tagen** kreierten **23 Designer** eine Auswahl von **163 verschiedenen Logoentwürfen**. Der Gewinner des Crowdsourcing-Projekts war Christian Laimer, ein Jung-Designer aus Südtirol.



Was ist Crowdsourcing?

Crowdsourcing ist die Auslagerung zur Problemlösung und Ideengenerierung an eine grosse und zugleich anonyme Gruppe von Internetnutzern über einen öffentlichen Aufruf. Organisationseigene und Intermediär-Plattformen sowie soziale Medien dienen dabei zur Umsetzung bzw. als Kanäle. Crowdsourcing kann für sehr unterschiedliche Zwecke eingesetzt werden: Ideen- und Wissensgenerierung, Kreativität, Finanzierung (Crowdfunding) und für Mini-Jobs.

In der Praxis ist Crowdsourcing noch relativ wenig bekannt und bei Unternehmen wenig verbreitet. Aufgrund der vielfältigen Möglichkeiten von Web-2.0-Technologien, und der Vorteile von kollaborativen und vernetzten Arbeits- und Kreativitätsprozessen ist in Zukunft eine starke Zunahme der Nutzung zu erwarten.

Crowd kreiert OIM-Logo

Prozess: Vom Auftrag zum Logo



- 1. Briefing:** Bevor ein Crowdsourcing-Projekt initiiert wird, muss Klarheit über Ziele und Erwartungen geschaffen werden. Erst dann kann der Auftrag formuliert und die passende Plattform gefunden werden. Für den OIM-Logo-Wettbewerb wurde 12designer.com eingesetzt. Aufgabenstellung und Teilnahmebedingungen wurden in einem detaillierten Projekt-Briefing (Aufgabe, Zielgruppen, Logo-Assoziationen etc.) festgehalten.
- 2. Projekt-Aktivierung:** Wenn das Briefing steht, kann das Projekt als Wettbewerb auf der Crowdsourcing-Plattform eingestellt werden. Die Rahmenbedingungen können, falls nötig, noch weiter spezifiziert werden (z. B. öffentliche oder geschlossene Projekte, verschiedene Kategorien, Laufzeiten etc.). Der Wettbewerb zur OIM-Logo-Gestaltung war öffentlich und hatte eine Laufzeit von 10 Tagen. Die Preissumme für das Gewinner-Logo betrug 300 Euro.
- 3. Feedback:** Mit gezielten Feedbacks lässt sich die Ideenentwicklung während des Prozesses steuern. Mit einer standardisierten Bewertungsfunktion (z. B. Vergabe von Sternen für bestimmte Qualitätsmerkmale) kann ein Rating der Vorschläge gemacht werden. Ebenso ist die direkte Ansprache der Designer (private Nachricht) oder durch Kommentare auf der öffentlichen Pinnwand möglich. Wichtig: Nehmen Sie die Teilnehmer ernst, beurteilen Sie deren Ideen und Entwürfe nach transparenten Kriterien und gehen Sie auf deren Fragen zeitnah ein.
- 4. Auswahl:** Die Auswahl der Vorschläge kann zeitintensiv sein. Aufgrund der grossen Anzahl eingereichter OIM-Logo-Vorschläge (163) war es schwierig, den Sieger auszuwählen. Deshalb empfiehlt es sich – schon zu Beginn des Projekts – Auswahl- und Entscheidungskriterien zu definieren, schrittweise vorzugehen und geeignete Hilfsmittel (z. B. Short-List) im Auswahlprozess zu verwenden.
- 5. Finalisierung:** Nachdem der Gewinner über die Plattform bekanntgegeben wird, besteht die Möglichkeit, direkt mit dem/r Designer/in kleinere Anpassungen vorzunehmen. So wurden für das OIM-Logo unterschiedliche Varianten (z. B. mit und ohne Jahreszahl) erstellt und über 12designer.com bereitgestellt.



Case Study

Crowd kreiert OIM-Logo

Der Logo-Design-Gewinner

Alter:	18
Ausbildung:	angehender Student
Herkunft:	St. Pankraz (IT)
Bei 12desinger:	seit August 2012



Was motiviert Sie, an online Design-Wettbewerben teilzunehmen?

Als begeisterter Kreativer war ich auf der Suche nach einer Beschäftigung in den freien Sommermonaten. Für 20 Projektteilnahmen habe ich in 2 Monaten fast 60 Stunden investiert.

Wie schätzen Sie die Verdienstmöglichkeiten auf Crowdsourcing Plattformen ein?

Ein guter und mit der Plattform vertrauter Designer gewinnt jeden zehnten Wettbewerb. Dabei investiert er z. B. für jedes Projekt 2 Stunden, wodurch sich für den Gewinn 20 Stunden anhäufen. Bei einem durchschnittlichen Projektpreis von 250 € wäre dies ein Stundenlohn von fast 13 €.

Wo sehen Sie für sich als Anbieter von Designleistungen Vorteile von Crowdsourcing?

Vorteile sehe ich darin, dass der Arbeitsplatz zu Hause ist, ich mir die Arbeitszeit frei einteilen kann und dass auch Nicht-Qualifizierte an Wettbewerben teilnehmen können. Gerade bei Crowdsourcing hängt das Ergebnis nicht vom Grad der Qualifizierung, sondern vom Ideenreichtum und der Umsetzung einer Aufgabenstellung ab.

Wird Crowdsourcing die klassischen Design-Agenturen verdrängen?

Die Plattformen benötigen zwar noch viele Verbesserungen, könnten aber die klassische Design-Agentur einschränken oder verdrängen. Bestes Beispiel für ähnliche Wandlungen ist Wikipedia.

Gründerin und CEO 12designer

Ausbildung:	Studium Wirtschaftsingenieurwesen
Hintergrund:	Internet-Agentur-Umfeld
Herkunft:	Berlin (D)
Seit 2008:	CEO von 12designer



Wie ist 12designer entstanden?

Die Gründung war von der Frage geleitet, wie Geschäfts- und Arbeitsprozesse aus dem Agenturumfeld (Kreativsektor) online abgebildet werden können. Unser Ziel ist es, klassische Kommunikationsketten zu durchbrechen und Auftraggeber und Designer schneller zusammenzubringen.

Wer sind Ihre Kunden?

Unsere Kunden stammen v. a. aus dem KMU-Umfeld und aus der IT-Startup-Szene. Vereinzelt bieten wir unsere Leistungen Grossunternehmen an. Diese sehen 12designer als gute Gelegenheit, Crowdsourcing auszuprobieren und wiederum ihre Kunden in den Entscheidungsprozess für ein neues Design einzubinden.

Wo sehen Sie potentielle Hürden in der Nutzung von Crowdsourcing?

Die Art der Kommunikation im Internet oder die Eigendynamik sozialer Medien sind potentielle Hürden. Diese überfordern Auftraggeber teilweise. Auch die adäquate Aufgabenformulierung kann zum Problem werden: Man muss wissen, was man will und dieses auch artikulieren können.

Wird Crowdsourcing nachhaltig das Wirtschaftsgeschehen verändern?

Noch fristen Crowdsourcing-Geschäftsmodelle ein Nischendasein. Sie sind im gesamten Gestaltungs- und Designmarkt eine Randerscheinung, aber mit erheblichen Wachstumspotentialen. In den letzten Jahren ist die Branche sehr stabil gewachsen.

Crowd kreiert OIM-Logo

Wie Sie von Crowdsourcing profitieren?

Effizienzsteigerung: Wenn es darum geht, eine grosse Anzahl von Ideen zu sammeln oder viele Vorschläge zu generieren, eignen sich Crowdsourcing-Ansätze besonders gut. Eine grosse Gruppe von Arbeitern kann in kürzerer Zeit mehr und vielfältigere Ideen und Vorschläge generieren als Einzelpersonen oder kleine Gruppen. Durch die Einbindung der 12designer-Community (23'400 Kreative) war es in kürzester Zeit (10 Tage) möglich, über 160 Logo-Vorschläge für den Open Innovation Monitor zu sammeln.

Kostenreduktion: Die Kosten für Crowdsourcing-Projekte können geringer als bei klassischen Innovations- oder Designprojekten sein, denn nur die besten Vorschläge werden prämiert. Im Fall des OIM-Logos erhielt der Gewinner eine Prämie von € 300.-. Zusätzlich mussten € 34.- für die Plattformnutzung bezahlt werden.

Vielfalt durch Masse: Durch die Vielfalt an Wettbewerbsteilnehmern (Alter, Ausbildungsniveau, kulturelle Prägung, Designstil) fliessen unterschiedliche Perspektiven und Ansätze in die Ideen- und Entwurfsvorschläge. Damit steigt die Ideenvielfalt und das Potential, aus einer Vielzahl von unterschiedlichen Vorschläge auswählen zu können. Am OIM-Logodesign-Wettbewerb nahmen 23 Designer teil und reichten zusammen 163 Logo-Vorschläge ein.

Transparenz und Werbewirkung: Die Arbeitsprozesse sind in der Regel öffentlich und transparent - für jedermann einsehbar und kommentierbar. Der OIM-Logo-Wettbewerb war ebenfalls öffentlich: Logovorschläge sind für Auftraggeber, Teilnehmer, 12designer-Community aber auch für Dritte einsehbar und kommentierbar. Diese Transparenz lässt sich öffentlichkeitswirksam zu Werbezwecken nutzen und damit bspw. das innovative Firmenimage stärken und ausbauen.

Externe Begleitung & Coaching: Es gibt eine grosse Zahl von verschiedenen Crowdsourcing Plattformen. Entsprechend kosten- und zeitaufwändig kann die Suche nach der richtigen Plattform sein. Hier empfiehlt sich eine externe Begleitung und ein Coaching durch Fachleute.

Expertenanfragen und Kontakt

Robert Rekece (Projektleiter)

Die Innovationsgesellschaft mbH
Lerchenfeldstrasse 5
CH-9014 St.Gallen

robert.rekece@innovationsgesellschaft.ch

Tel. +41 (0)71 274 72 66

www.innovationsgesellschaft.ch

Dr. H.-D. Zimmermann

Institut IPM-FHS der FHS St.Gallen
Teufener Strasse 2
CH-9000 St.Gallen

hansdieter.zimmermann@fhsg.ch

Tel. +41 (0)71 228 76 53

www.fhsg.ch