



## Innovationsprozesse: Neue Praktiken in der Produktentwicklung

Die Innovationsforschung geht traditionell von zwei verschiedenen Strategien aus: der Push- und der Pull-Strategie. Mit der Forschung zu design-basierten Innovationen zeichnet sich nun eine dritte, vielversprechende Alternative ab. Das Projekt begleitet empirisch die Entwicklung eines design-basierten Produkts und greift dabei theoretisch auf die aktuelle Diskussion zu design-basierten Innovationen, boundary objects und ästhetischem Wissen zurück. Die Erkenntnisse sollen zu Handlungsempfehlungen und neuen Praktiken in der Innovationspraxis von Unternehmen führen.

### Über das Institut Unternehmensentwicklung (INU)

Das Institut Unternehmensentwicklung bietet grossen und kleinen Organisationen aus dem In- und Ausland Unterstützung auf Basis neuester wissenschaftlicher Erkenntnisse und langjähriger praktischer Erfahrung. Expertinnen und Experten aus verschiedenen Disziplinen garantieren eine umfassende Perspektive auf individuelle Kundenanliegen. Durch dieses optimale Zusammenspiel entstehen marktgerechte Lösungen in den Bereichen Forschung, Beratung, Coaching, Evaluation, Studiererstellung, Training und Weiterbildung.

Berner Fachhochschule  
Fachbereich Wirtschaft  
**Institut Unternehmensentwicklung**  
Brückenstrasse 73  
CH-3005 Bern

### Leitung

Prof. Dr. Kim Oliver Tokarski  
Tel.: +41 31 848 34 30  
E-Mail: kim.tokarski@bfh.ch

## Neue Praktiken in der Produktentwicklung

### Ausgangslage

Innovationen sichern die Lebensfähigkeit von Unternehmen. Immer öfter erfordern Innovationsprozesse interdisziplinäre Teams, in denen gemeinsam neue Produkte und Dienstleistungen entwickelt werden. Des Weiteren ist die implizite, d.h. nicht in Worte zu fassende Wissensform, die als ästhetisches Wissen beschrieben wird, von grosser Bedeutung. Dieses Wissen manifestiert sich beispielsweise als charakteristischer Stil (z.B. eines Architekturbüros) oder als Kompetenz, die in konkreten Schaffensprozessen produktiv wird und entscheidend für die innovative oder kreative Komponente eines Produktes ist. Unklar ist jedoch, wie solche interdisziplinären Entwicklungsprozesse koordiniert und geführt werden können, ohne den kreativen Handlungsspielraum der beteiligten Akteure zu reduzieren.

### Projektziele

Am Beispiel einer design-basierten Produktentwicklung soll das Potenzial von Kunst und Design für die Innovationspraxis in Unternehmen herausgearbeitet werden.

### Methodisches Vorgehen

Das Projekt folgt einem qualitativen, ethnographischen Forschungsansatz. Die Datengenerierung mittels Beobachtungen und Interviews verläuft entlang des Produktentwicklungsprozesses bei Humiecki & Graef und den am Prozess beteiligten Parfumeuren.

### Ergebnisse

Design-basierte Objekte (wie beispielsweise visuelle Konzepte) spielen bei der interdisziplinären Zusammenarbeit eine zentrale Rolle. Sie vermitteln über Professionsgrenzen hinweg Wissen und können bei der Bedeutungs-generierung von neuen Produkten eine aktive Rolle einnehmen. Sie schaffen es, die am Prozess beteiligten Disziplinen zu koordinieren, ohne dabei den kreativen Schaffensprozess einzuschränken.

### Weitere Informationen

**Projektzeitraum:** 01.01.2011-31.12.2012



**Projektleitung:**

Prof. Dr. Nada Endrissat

**Mitarbeitende:**

Prof. Dr. Claus Noppeney,

Prof. Robert Lzicar,

Prof. Dr. Kim Oliver Tokarski

**Partner:** Humiecki & Graef / BelEpok, Zürich

**Kontaktperson :** Nada Endrissat

**E-Mail:** nada.endrissat@bfh.ch

**Tel.:** 031 848 44 38