

Forschungsdialog an der ETH Zürich  
28. September 2001

Ideensuche und Bündelung  
Klausurtagungen und Gruppenprozess

### Pathfinding

Kennen Sie die Situation, dass Sie zur Sicherung der Marktführerschaft Ihr Produkt verändern müssen und nicht wissen, wohin die Reise gehen soll? Im Pathfinding verlassen Sie im Team den klassischen Weg der Produktablösung, um neue, erfolgversprechende Ideen zu generieren.

Der englische Begriff Pathfinder heisst PfadfinderIn, aber auch BahnbrecherIn. Im Pathfinding wird ganz bewusst die herkömmliche Bahn durchbrochen, um einen neuen Pfad zu finden, der zu neuen Erfolgshorizonten führt. Dass in diesem Prozess bewährte Denkmuster und Strategien neu überdacht und verändert werden, ist die natürliche Konsequenz. Das ganze findet im Team statt – im Pathfinding Workshop.

An einem Beispiel aus der Praxis wird Ihnen dargelegt, was Pathfinding bewirken kann und worauf besonders geachtet werden muss.

### «Click» – Innovationsworkshop in der Möbelfabrik

Was motiviert eine an sich mittelständische Möbelfabrik, als Industriepartner am Forschungsprojekt innopro zu partizipieren? Erstens die für die WelliS AG lebenswichtige dauernde Auseinandersetzung und der Umgang mit Innovationen. Zweitens das interdisziplinäre Denken, das notwendig ist, um die Ziele zu erreichen. Und drittens, wertvolle Erfahrungen für die Arbeit in Projektgruppen und mit Kreativitätstechniken zu sammeln.

Hinzu kommt der handfeste Wunsch, mehr über das «Junge Wohnen für junge Leute» zu erfahren. Aus dieser klaren, aber nicht einfachen Fragestellung heraus entstand der einwöchige Workshop «Click». Eine intensive Projektwoche mit jungen StudentInnen von verschiedenen Ausbildungsstätten und Studienrichtungen. Der in Zusammenarbeit dem KTI-Projekt organisierte und in den Fabrikräumen in Willisau durchgeführte Workshop brachte neue, verblüffende Produkteideen hervor. Doch noch wichtiger als die konkreten Einrichtungsobjekte sind für die WelliS AG die Erkenntnisse «zwischen den Zeilen». Erkenntnisse über zukünftige Zielgruppen, Konsumentenverhalten, Markenführung und Vertrieb.

Vom Urschlamm zur innovativen Projektidee. Eine Reise ins Ungewisse. Ein Wagnis und ein bewusster Umgang mit dem Ungewissen bis hin zum entscheidenden «Click»! Eine Unsicherheit die es sich lohnt einzugehen.

Presse:  
Peter Troxler  
trox.net - Wissenschaft für Unternehmen  
Geissensteinring 41 - 6005 Luzern  
Tel. +41 (0)79 410 31 60  
E-mail: peter@trox.net  
<http://www.trox.net/innopro/>