

Modul 2

Arbeitswelt 4.0

Inhalte und Zielsetzung

Innovation und Kreativität

Mehr denn je wird unsere Arbeitswelt heute und morgen geprägt durch rasanten Wandel. Wir sind konfrontiert mit digitalem Fortschritt und neuen Technologien, die in immer **kürzeren Entwicklungszyklen** entstehen, und lösen immer **komplexere Probleme**. In einem unsicheren und komplexen, sich ständig verändernden Umfeld sind menschliche Fähigkeiten gefragt, die durch Maschinen nicht ersetzt werden können: Innovation durch Kreativität. Erfolgreich ist, wer in der **kreativen Zusammenarbeit** mit anderen neue Lösungsräume entwickeln kann.

Im Modul «Innovation & Kreativität» stehen deshalb **Agilität, Kreativität** und die Auseinandersetzung mit Unsicherheiten in Innovations- und Verbesserungsprozessen im Fokus.

- Sie lernen agile Methoden kennen, die sich zur Entwicklung von Lösungen bei komplexen Problemen eignen. Dazu zählen unter anderem SCRUM, Design Thinking oder KANBAN.
- Sie arbeiten mit **Kollaborationstools**, die Sie bei den agilen Methoden unterstützen.
- Sie lernen den Design-Thinking-Prozess verstehen und wenden die sechs **iterativen** Schritte: Verstehen, Beobachten, Standpunkt Definieren, Ideen Finden, Prototypen Entwickeln und Testen praktisch an.
- Anhand einer eigenen Challenge, die Sie zusammen mit Ihrem Innovationsteam und mit der Unterstützung von professionellen Coaches bearbeiten, entdecken Sie Ihre eigene Kreativität und erfahren, wie neue Lösungen entstehen.
- Sie werden ausprobieren, scheitern und lernen und entwickeln damit die zentralen Fähigkeiten, um mit agilen Projektmanagementmethoden Innovations- und Verbesserungsprozesse erfolgreich zu gestalten.

Das bringen Sie mit

- Teamplayer: inter- oder multidisziplinäre Teams (**«radical collaboration»**)
- Konstruktives Verhalten im Team (**«build on ideas of others»**)
- Positive Haltung gegenüber Ungewissheit (**«embrace ambiguity»**)
- Lust und Freude an unkonventioneller Lösungssuche (**«out of the box thinking»**)
- Menschen-orientierte Einstellung (**«human centered»**)

Rahmenbedingungen

«Innovation & Kreativität» ist kein klassisches Lernangebot, bei dem die Teilnehmenden im Klassenzimmer lernen. Die Weiterbildung basiert einerseits aus einem Selbststudium, welches die Teilnehmenden im «digitalen Raum» auf einer Onlineplattform autonom und flexibel gestalten können. Über verschiedene Kollaborationstools arbeiten sie dabei untereinander zusammen und tauschen sich virtuell aus. Andererseits entwickeln die Teilnehmenden im Rahmen von vier Präsenztagen in Innovationsteams ihre eigenen Innovationsprojekte anhand des Design Thinking-Prozesses. Bei der praktischen und kreativen Arbeit werden sie von fachkundigen Coaches begleitet und unterstützt. Diese Tage finden in unterschiedlichen inspirierenden Arbeitsumgebungen statt und werden jeweils mit einem spannenden Impulsreferat einer Expertin oder eines Experten eingeführt.

Kosten

Fr. 2'400.00

Das bringen sie mit

Privater PC, Notebook oder Tablet. Es werden keine spezifischen IT-Kenntnisse vorausgesetzt. Diese werden im Kurs aufgebaut.

Leistungsnachweis

Form und Inhalt des Leistungsnachweises wird während des Kurses bekanntgegeben.

Dauer & Umfang

Total ca. 14 Tage (4 Präsenztage und ca. 10 Tage für Onlinestudium und Gruppenarbeit)

Termine

Die Präsenztage (ca. 08:00 Uhr bis ca. 17:00 Uhr) müssen besucht werden. Die andere Lernzeit kann individuell flexibel geplant und eingesetzt werden.

- Mi. - 09. September 2020 in Bern im Braingym
- Mi. - 23. September 2020 in Basel im Launchlab
- Mo. - 05. Oktober 2020 im Luzern im Tüftelwerk
- Mi. - 21. Oktober 2020 in Rotkreuz im Innovationspark

Achtung, die Orte können noch wechseln, da durch COVID-19 noch nicht alle Partner feste Zusagen machen können.

Hinweise CAS

Das Modul «Innovation & Kreativität» kann mit zwei weiteren Modulen kombiniert mit einem CAS abgeschlossen werden. Modul 1 und Modul 3 dieses CAS-Programms sind in Erarbeitung und starten ab 2021.

Voraussetzung für die Möglichkeit zur Erlangung des CAS-Zertifikats sind:



Ein Abschluss auf Tertiärstufe (Universität, Fachhochschule, Höhere Berufsbildung) sowie mehrjährige Berufserfahrung.



Personen mit einer gleichwertigen Qualifikation können in beschränkter Anzahl über ein standardisiertes Zulassungsverfahren («sur dossier») aufgenommen werden.

Design Thinking

Gute Ideen sind **kein Zufall**. Als neue kreative Methode zur Innovationsentwicklung hat sich der Ansatz des Design Thinking in verschiedenen Zusammenhängen bewährt. Diese und andere Methodiken werden mittlerweile in vielen Unternehmen von kleinen StartUps bis hin zu Google angewandt. Design Thinking setzt auf **interdisziplinäre Teams**, **Visualisierung** und klar umrissene Schritte zur Ideenfindung, bleibt dabei aber offen in der Prozessgestaltung.



Diese Vorgehensweisen werden in jüngerer Zeit unter dem Begriff „Design Thinking“ zusammengefasst und von Institutionen und Unternehmen vermehrt als **kreative Prozessgestaltung** genutzt. Dieser menschenfokussierte Ansatz vereinigt Methoden und Instrumente aus Design, Sozialwissenschaften (Ethnographie), Technik und Wirtschaft.

Die oftmals **verdeckten Bedürfnisse** der Nutzer und Nutzerinnen werden in einem **iterativen** Prozess identifiziert, in eine mögliche Lösung transformiert, visualisiert und auf die Machbarkeit und Umsetzung getestet. Wichtige Elemente sind dabei die multidisziplinären Teams und die stimulierenden und variablen Räumlichkeiten mit einer Vielfalt an kreativen Gestaltungsmöglichkeiten. Der Design-Thinking Prozess mit einem stark **partizipativen** Ansatz ist als iterativer Prozess zu verstehen und gliedert sich in folgende 6 Schritte: Verstehen, beobachten, Standpunkt definieren, Ideen finden, Prototypen entwickeln und testen.

Im Feld der Innovationsmethodik kommen sowohl bei der Produkt- wie auch bei der Dienstleistungsentwicklung zunehmend menschenzentrierte Vorgehensweisen (**human-centered design**) zum Einsatz. Dieser Zugang, welcher in Kombination mit den traditionellen Kompetenzen des **Designs** (Kreativität, Prototyping, Zukunfts-Orientiertheit, Visualisierung usw.) und den herkömmlichen Kompetenzen der **Sozialwissenschaften** (partizipative und ethnographische Methoden, teilnehmende Beobachtung usw.) sehr gut geeignet sind für die Entwicklung von Angeboten, die den Bedürfnissen und Verhaltensweisen einer spezifischen Gruppe von Benutzern entsprechen.

