



HOW² INNOVATE

INNOVATION LAB

Wachsende Marktunsicherheit, rasanter Technologiewandel und Fachkräfteknappheit erhöhen den Druck, Ideen schneller in tragfähige Lösungen zu verwandeln. Klassische F&E-Abteilungen können dabei schnell an organisatorische Grenzen stoßen, weil sie häufig als Silos agieren und wenig Beteiligung fördern. Innovation Labs können hingegen einen schlanken Gegenpol bieten. Wenn sie richtig aufgesetzt sind, bieten sie einen fokussierten Experimentierraum, der bestehende Strukturen ergänzt, nicht ersetzt. Auf diese Weise können Innovation Labs als „organisatorische Katalysatoren“ die Innovationsfähigkeit eines Unternehmens fördern.



WAS IST EIN INNOVATION LAB?

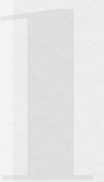
Ein Innovation Lab ist ein gestalteter Raum – physisch, virtuell oder hybrid – in dem interdisziplinäre Teams mithilfe nutzerzentrierter Methoden neue Produkte, Prozesse oder Services entwerfen, testen und bewerten.

Die drei Merkmale eines Labs sind:



Raum & Ausstattung:

Flexible kreativitätsfördernde Umgebungen (von temporären Workshop-Ecken bis zu High-Tech-Hubs mit 3D-Druckern oder VR-Studios), zunehmend auch rein digitale Umgebungen, schaffen Distanz zum Tagesgeschäft und stimulieren kreatives Arbeiten



Methodenmix:

Bewährte Innovationstools und -werkzeuge (wie z.B. Design-Thinking, Lean-Startup und Rapid Prototyping) sorgen für strukturierte Lernschleifen



Offene Teilhabe:

Mitarbeitende, Kund*innen und externe Partner werden gezielt in Recherche, Ideation und Prototyping mit einbezogen, um Marktrelevanz und Akzeptanz zu erhöhen



Innovation Labs können daher als dynamische Umgebungen verstanden werden, die Lernschleifen beschleunigen und Silodenken aufbrechen, sofern die drei Merkmale gut ausbalanciert sind und gut zusammenspielen.

VON DER IDEENECKE ZUM STRATEGISCHEN LAB

Innovation Labs treten in unterschiedlichen Ausprägungen auf. Je nachdem, welche Schwerpunkte ein Unternehmen bei Raumangebot und organisatorischer Verankerung setzt, entstehen vier typische Praxisformen. Diese Formen stehen nicht in einer Rangfolge. Abhängig von Zielen, Branche und Ressourcen, kann jedes Lab bewusst in einer Variante starten oder verweilen.

STARKER FOKUS AUF RAUM & AUSSTATTUNG

GERINGER FOKUS AUF STEUERUNG & BETRIEB

B) TECH-SHOWROOM

High-Tech-Demoraum, räumlich isoliert vom Kerngeschäft

- + Visibilität, Trendscouting
- „Innovation Theater“, Silo-Gefahr

D) INNOVATIONSKATALYSATOR

Strategisch verankerte Einheit

- + Skalierbare Ergebnisse, Kulturwandel
- Höherer Steuerungsaufwand, KPI-Druck

STARKER FOKUS AUF STEUERUNG & BETRIEB

A) ANFANGSPHASE

Punktueller Formate (z.B. Ad-hoc-Workshops, Hackathons, Bootcamps)

- + Niedrige Hürden, schnelle Aufmerksamkeit
- Aktionismus, kein Wissenstransfer, „Strohfeuer“-Risiko

C) INNOVATIONSBEGLEITER

Netzwerk- und Beziehungsplattform, die Mitarbeitende, Kund*innen und Lieferanten systematisch einbindet

- + Nutzerfokus, Ecosystem-Effekte
- Umsetzungsschwäche, Ownership unklar

GERINGER FOKUS AUF RAUM & AUSSTATTUNG

RAUM TRIFFT METHODE

Unabhängig von der Ausprägung, kann ein Innovation Lab seinen Nutzen vor allem dann entfalten, wenn die verschiedenen Raumzonen gezielt auf die jeweiligen Arbeitsschritte abgestimmt sind. Werden Raumgestaltung und Arbeitsprozesse sinnvoll miteinander verzahnt, können verschiedene Bereiche entstehen, die das kreative und strukturierte Arbeiten gleichermaßen fördern:



Explore-Zones: entdecken & verstehen

Ein offener Lounge-Bereich mit Whiteboards, Trend-Wänden und mobilem Mobiliar im physischen Raum oder ein virtuelles Pendant, das sich mit Tools wie Conceptboard oder Miro gestalten lässt, fördert divergentes Denken. Hier gehören Methoden wie Kunden-Interviews, Empathy-Maps oder PESTEL Analysen hin, da Platz für Post-its und spontane Diskussionen benötigt wird.



Co-Create-Zones: Ideen verdichten

Stehtische und digitale Whiteboards bilden den Kern für Design-Sprints, Brainwriting oder Crazy-8-Sessions. Die Nähe zu Displays erleichtert das parallele Arbeiten an Canvas-Vorlagen und die schnelle Priorisierung per Dot-Voting. Im virtuellen Raum können durch Whiteboard Tools wie Miro oder FigJam dieselben Methoden kollaborativ umgesetzt werden.



Build-Zones: Prototypen bauen

Werkstätte mit 3D-Druckern, Elektronik-Kits oder AR-Sets ermöglicht Rapid Prototyping und Sofort-Tests. Alternativ lässt sich derselbe Schritt in virtuellen Umgebungen umsetzen, etwa über cloudbasierte CAD- und Simulationsplattformen. Greifbare Funktionsmuster und kurze Erprobungszyklen senken die Hemmschwelle für Feedback und verankert den Lerngedanken im Unternehmen.

Eine gute Moderation im Innovation Lab sorgt dafür, dass die Ergebnisse der einzelnen Bereiche regelmäßig zusammengeführt und in kurzen Arbeitszyklen, etwa alle zwei Wochen, weiterentwickelt werden. Die gesammelten Erfahrungen werden gleichzeitig an klaren Kennzahlen wie der Zeit bis zum Prototyp oder der Umsetzungsquote gemessen und ausgewertet. So wird der Raum nicht nur Kulisse, sondern auch aktiver Methodenträger.

STOLPERSTEINE

Viele Labs scheitern weniger an Ideen als an fehlender Anschlussfähigkeit. Das Bewusstsein für potenzielle Risiken kann teure Fehlstarts vermeiden. Hier eine Übersicht typischer Stolpersteine und wie man mit ihnen umgeht:



Vision fehlt:

LabAgenda nicht an Unternehmensstrategie gekoppelt
→ vor Start klare, messbare Mission definieren



Innovation Theatre:

Hightech-Show ohne Umsetzung
→ Implementierungsverantwortung und Transfer Budget festlegen



Team-Schiefelage:

Zu große Homogenität der Gruppe ohne Austausch unterschiedlicher Perspektiven
→ gemischte Crews bilden, z.B. Interne Prozesskenner mit externen Spezialistinnen mischen



Keine Wirkungsmessung:

Prototypen verschwinden nach Pilot
→ Ergebnisse 6 – 24 Monate nachverfolgen und Lessons Learned teilen.

PRAXISBOX

Krones AG: Innovation Lab Regensburg

Die Krones AG aus Neutraubling betreibt seit 2016 ihr „Innovation Lab“ im Start-up-Zentrum TechBase Regensburg. Kleine, interdisziplinäre Teams aus Studierenden und Entwicklungsprofis bearbeiten dort in fünf- bis sechsmonatigen Sprints Zukunftsthemen wie 5G-Integration in Abfülllinien, automatisierte Frequenzumrichter-Parametrierung oder den Trübungssensor „Dirty Harry“. Lean-Start-up- und Design-Thinking-Methoden strukturieren den Weg vom ersten Trend-Screening über Business-Case-Checks bis zum technischen Proof-of-Concept. Gewonnene Erkenntnisse werden anschließend an die Konzernforschung zurückgespielt und in Serienprodukte überführt. Der Lab-Ansatz erlaubt Krones, risikoreiche Ideen schnell, kostengünstig und kundenorientiert zu testen, bevor größere Investitionen fließen. Gleichzeitig entstehen attraktive Praxisplätze für Talente, die früh Verantwortung übernehmen. So verbindet das mittelständisch geprägte Anlagenbauunternehmen Innovationsgeschwindigkeit mit industrieller Umsetzungskraft.

FAZIT

Innovation Labs sind kein Selbstzweck, sondern können als strukturiertes Experimentierfeld die Innovationsfähigkeit von Unternehmen gezielt erweitern. Das funktioniert aber nur, wenn Raum, Methoden und Management gut aufeinander abgestimmt sind. So kann der Weg von der Ideenecke zum strategischen Innovationskatalysator beschleunigt werden, der nachhaltig Wert fürs Unternehmen schafft.

UNSERE LIEBLINGSMETHODEN

Im Text werden viele Methoden und Techniken erwähnt. Eine umfassende Erläuterung jeder dieser Methoden hätte Rahmen und Intention dieses HowTo überschritten. Innerhalb dieser Serie sollen Inhalte fokussiert zur Verfügung gestellt werden. Dennoch wollen wir hier zumindest drei der erwähnten Methoden kurz erklären – unsere Lieblingsmethoden.

Crazy 8: Jeder Teilnehmende im Workshop erhält ein leeres Blatt, das in 8 Felder unterteilt ist. In 8 Minuten soll durch den Teilnehmenden in jedes der Felder genau eine Idee notiert werden. Dabei gilt die Erlaubnis und die Aufforderung, möglichst wild und abwegig zu denken – dadurch entstehen Ideen, die sonst niemals zu Papier gebracht worden wären.

Dot Voting: Wurden im Workshop dutzende Ideen durch die Teilnehmenden gesammelt, nutzen wir gerne Klebepunkte. Mit diesen markieren die Teilnehmenden ihre Lieblingsideen. Es handelt sich also um eine Art Abstimmung mit Punkten, an welchen Ideen weitergearbeitet werden soll.

Empathy Map: Die Teilnehmenden versetzen sich in die Perspektive einer Zielgruppe (z. B. Kunde oder Kundin) und notieren in vier Feldern, was diese Person sagt, denkt, fühlt und tut. So entsteht ein klares Bild der Bedürfnisse und Herausforderungen, das als Grundlage für Ideen und Lösungen dient.

Sie interessieren sich für andere der erwähnten Methoden? Dann schreiben Sie uns gerne direkt eine Nachricht an tim@bayern-innovativ.de.



HOW2 INNOVATE

Kreativität, gute Ideen, marktfähige Innovationen – Erfolgsfaktoren mit wachsender Bedeutung. Mit zielgerichtetem methodischen Arbeiten gelingt es im Unternehmen, genau die Lösungen zu generieren, die jetzt und in Zukunft einen Unterschied machen können.

LEGEN SIE LOS!

Das Team rund um das Innovationsmanagement begleitet, inspiriert und berät die bayerische Wissenschaft und Wirtschaft, insbesondere kleine und mittlere Unternehmen. Die Fokusthemen liegen hierbei im Trend- und Technologiemanagement, Produkt- und Innovationsdesign sowie Coaching und Training zu Innovationsfragen und dem Technologietransfer.

Das Angebot von TIM umfasst Workshops rund um Design Thinking, Geschäftsmodelle und Ideenentwicklung sowie Scouting für neue Geschäftsfelder, um Unternehmen den Schritt zum tragfähigen Geschäft zu erleichtern.

tim@bayern-innovativ.de

QUELLEN

Schiuma, G., & Santarsiero, F. (2023). Innovation labs as organisational catalysts for innovation capacity development: A systematic literature review. *Technovation*, 123, 102690.

Tönurist, P., Kattel, R., & Lember, V. (2017). Innovation labs in the public sector: what they are and what they do?. *Public Management Review*, 19(10), 1455-1479.

<https://www.krones.com/de/karriere/innovation-lab.php>, abgerufen am 29.07.2025