



1. Passenden Kontext für das gewählte Potenzialfeld aussuchen

Wozu begeben wir uns auf Entdeckungstour? Was wollen wir lernen? Wie helfen uns die Erlebnisse für die Gestaltung unseres Vorhabens?

Von Interesse sind z.B. neue Arbeitsformen und Führung, neue Geschäftsmodelle, soziale Innovationen oder Start-Up-Kultur, Gebäude- und Arbeitsarchitekturen, Technologienutzung, Umgang mit Digitalisierung aber auch spezifische Themen wie nachhaltige Lieferketten, der Umgang mit Nahrungsmitteln oder neue Familienmodelle.

2. Raus aus der Komfortzone, um unbekannte Erfahrungen zu machen

Wovon haben wir schon gehört, aber es selbst noch nie erlebt? Wo sind echte Unterschiede zur gewohnten Umgebung erfahrbar? Wovor haben wir Respekt oder vielleicht auch etwas Angst, es auszuprobieren?

Für echte und authentische Erfahrungen ist es wichtig, das gewohnte Umfeld und die eigene Komfortzone zu verlassen. Eine Klimademo ist anders als die Umweltkonferenz in klimatisierten Hallen. Airbnb-Unterkünfte sind anders als eine Suite im Fünf-Sterne-Hotel. Start-Ups arbeiten anders als ein Großkonzern der Automobilbranche.

3. Vielfalt nutzen, um sich ganzheitlich Impulse einzuholen

Welche Vorgehensweisen gibt es in unterschiedlichen Disziplinen? Welche Sektoren wollen wir besuchen? Wie gehen verschiedene Personen mit neuen Ansätzen um?

Interdisziplinarität und Diversität sind wichtige Gebote – und zwar sowohl bei der Zusammensetzung der Teilnehmenden, als auch was das Angebot betrifft. Schließlich sollen alle Beteiligten neue Perspektiven kennenlernen und Impulse erhalten.

6. Wissenstransfer durch Artefakte ermöglichen

Wie sorgen wir dafür, dass die Erlebnisse und insbesondere flüchtige Eindrücke nachhaltig dokumentiert werden können und der gesamten Organisation zu Gute kommen? Welche Materialien werden dazu benötigt? Was muss organisiert werden, um danach den Wissenstransfer in die Organisation zu gewährleisten?

Wer von der Reise ins innovative Neuland zurückkehrt, sollte seine Erfahrungen gezielt weitergeben. Durch digitale Reflexionselemente wie kurze Statements per Video oder Sprachnachricht sowie durch Bilder belebte Notizeiten wird das Teilen des Erlebten möglich. An diesen Stellen können wir kreativ werden.

5. Interaktiv Vorgehen, um Eindrücke zu verankern

Wann und wie können die Teilnehmer:innen während der Reise Dinge selbst ausprobieren? Wobei kann nah zugeschaut oder konkret mitgemacht werden?

Den Großteil unseres Wissens eignen wir uns durch Erfahrung an. Durch den direkten Kontakt in Verbindung mit zahlreichen *Hands-on*-Elementen verankern sich Eindrücke am nachhaltigsten.

4. Reisegruppe gezielt zusammenstellen

Welche Personen sind Leidenschaftstäter:innen, Veränderungsagent:innen oder Organisationsrebell:innen? Wer vom Topmanagement ist für die Reise im ausgewählten Potenzialfeld relevant?

An der **Innovationsreise** sollten Menschen teilnehmen, die durch ihre Position oder Rolle eine *Veränderungsmacht* besitzen und das Gesehene reflektiert weiterentwickeln können. Nur mit einem diversen Teilnehmer:innenmix aus Personen mit Umsetzungsmacht lohnt sich der hohe Ressourceneinsatz.

