

NORBERT HILLINGER

Erinnern Sie sich noch, als Sie gemeinsam mit vielen anderen Kindern im Sand gespielt und eine viel bessere Sandburg gebaut haben als Sie das alleine gekonnt hätten? Einer baute einen Turm an, ein anderer grub einen Wassergraben, ein dritter kam dadurch erst auf die Idee, dass jetzt eine Zugbrücke sinnvoll wäre.“ Dies ist ein oft zitiertes Bild des Hamburger Kreativitätsexperten Marc Schüling von der Innovationsmanufaktur Shakers & Makers. Er macht damit auf die unterschätzte Tatsache aufmerksam, dass Kreativität und Innovation zu großen Teilen aus der Verkettung und Kombination bereits bekannter Dinge entstehen. Mehr noch: Er ruft sogar die neue „Blütezeit der Innovation durch Kombination“ aus und belegt das gerne mit einem Beispiel – dem MP3-Player. Speicherchips, Kopfhörer und MP3-Software gab es schon Jahre vor dem ersten MP3-Player, sie wurden nur nie *kombiniert*. Welchen marktverändernden Erfolg diese „simple Kombination“ hatte, braucht nicht mehr belegt zu werden.

Ob man es mit aktuellen Buzz-Words wie Crossover-Design oder Mash-ups betitelt, spielt keine Rolle. Fakt ist, dass insbesondere Unternehmen der neuen Märkte die gegenwärtige Hochphase der „Kombinationsinnovationen“ für sich entdecken. So kombiniert zum Beispiel das niederländische Unternehmen SPRXmobile die beiden derzeit wohl größten technologischen Potenzialträger im mobilen Bereich – GPS und Augmented Reality – miteinander und schafft mit „Layar“ ein der österreichischen Erfolgsanwendung Wikitude nicht unähnliches Augmented Reality Browser-Plug-in für mobile Endgeräte. Die kostenlose Applikation für Android-Mobiltelefone stattet den Browser des Handys mit der Fähigkeit aus, lokale Informationen in Augmented Reality darzustellen. Wird die Umgebung mit der Handykamera abgefilmt, zeigt ein Radar auf dem Display die Entfernung zu interessanten Orten an. Sucht der Nutzer z.B. nach Häusern, die zum Verkauf stehen, werden diese ihm mit Bild und Angabe zum Kaufpreis angezeigt, sobald er das Handy in die Himmelsrichtung hält, in der sich ein Kaufobjekt befindet.

Ein Mash-up ist nicht genug

Bereits wenige Wochen nach dem Start von Layar ging die Agentur JWT International in einer Kampagne für Mazda noch einen Schritt weiter und kombinierte die Anwendung mit einer Zeitungsannonce inklusive 2D-Barcode. So nutzte das Unternehmen die Software, um ausgehend vom QR-Code in einer Printanzeige den Weg zum nächsten Mazda-Händler zu weisen. Sobald das Handy den Code ver-



© BUCKPHOTO

Mix it up

In Kombination Wir leben in einer Mash-up-Kultur, in der Trends und Innovationen selten durch vollkommen Neues entstehen, sondern vielmehr bestehende Ansätze, Ideen und Technologien miteinander kombiniert werden. Doch das Verknüpfen mit Vorhandenem will gelernt sein.

arbeitet hatte, wurde die aktuelle Position des Users bestimmt und ein Pfeil im Display zeigte an, wo er entlangfahren musste, um zur Probefahrt zu kommen.

Spielerische Innovation

Wie Layar entstehen die meisten Innovationen abseits des allgemeinen öffentlichen Interesses. Startups schreiben neue Programme oder entwickeln revolutionäre Ideen, die in den meisten Fällen auf Verknüpfungen basieren. Welche Wogen radikale Trends, die durch Kombination entstehen, jedoch schlagen können, zeigt sich erst, wenn sie von einem Konzern oder einer großen Marke aufgenommen und umgesetzt werden. Ein gutes Beispiel stammt von der belgischen Firma Softkinetics, die Mit-

te 2008 ein System gebaut hat, das Ganzkörpererfassung für Videospiele – also eine Art Full-Body-Wii – ermöglicht. Weder irgendeine Form von Controller noch ein spezieller Anzug sind dazu nötig. Möglich wird das durch Sensorkameras, die die Körperposition erfassen können.

Einige Monate später, bei der Spielmesse E3 in Los Angeles, stellte Microsoft sein „Project Natal“ vor und sorgte für enormes Aufsehen in der Öffentlichkeit. Der Softwareriese befreit mit seiner neuen Hardware für die Spielkonsole Xbox 360 den Gamer vom Controller und lässt ihn seine Spielfigur über eine Kamera und Körpererkennung steuern. Alle Bewegungen des Körpers werden von einer RGB-Kamera und einem Infrarot-Sensor erfasst und so für die Spielfiguren

umgesetzt. Zudem kombiniert man diese radikale Neuerung der Spielsteuerung mit einer integrierten Stimm- und Gesichtserkennung. Spieler werden an der Stimme erkannt, wodurch es bei der Anmeldung genügt, seinen Namen zu nennen. Um dem von Steven Spielberg mitentwickelten Konzept die Krone aufzusetzen, ließ Microsoft den Gaming-Experten Peter Molyneux die virtuelle Figur Milo entwickeln, einen Avatar, der auf den Spieler reagiert und reale Objekte virtuell übersetzen kann.

Warum kompliziert ...

... wenn es auch einfach geht: Radikale Trends wie Layar oder Project Natal zu entwickeln ist also nicht immer gleichbedeutend mit der Kombination der allerneuesten

NORBERT HILLINGER
Senior Trend Analyst
www.trendone.de



Trends zu setzen ist nicht immer gleichbedeutend mit der Entwicklung von vorher noch nie Dagewesenem. Meist reicht auch ein Überblick über Vorhandenes und die Gabe, eins und eins innovativ zusammenzählen zu können.“

Anwendungen und Technologien. Das beweist auch der Suchmaschinen-Primus Google. Mit seiner neuen Echtzeitkontaktplattform „Wave“ tut er nämlich nichts anderes, als bekannte Kommunikations- und Organisationskanäle wie E-Mail, Instant Messaging, Wikis, Chats, soziale Netzwerke und Projektmanagement zu kombinieren und in einem Browserfenster zu vereinen, um damit der Kommunikation und Zusammenarbeit im Web ein neues Gesicht zu geben.

Schreibt der Nutzer über Wave z.B. eine E-Mail, kann diese gleichzeitig wie in einem Forum für mehrere Adressaten angezeigt werden, ebenso wie die zugehörigen Antworten in Echtzeit für alle Teilnehmer sichtbar sind. Da es sich um eine Open-Source-Plattform handelt, lässt sich die vereinfachte Kommunikation problemlos in Blogs und soziale Netzwerke integrieren und sogar von Programmierern verbessern und weiterentwickeln. Fazit: Das kluge Verknüpfen ist ein äußerst fruchtbarer Weg zu immer neuen, relevanten Innovationen und mit jeder weiteren Innovation entsteht gleichzeitig ein neuer Stimulus für weitere Neuerungen – ein sich selbst beschleunigendes Perpetuum Mobile.

TrendOne hat zusammen mit Shakers & Makers eine innovationsfördernde Methodik namens „Radical Game“ entwickelt. Infos dazu gibt es unter <http://blog.trendone.de>