

Beispiele für gute Ansätze und einzelne Initiativen in Unternehmen zur Förderung von Kreativität

• Die DATEV lädt Mitarbeiterinnen, Kunden, externe Beraterinnen & Coaches sowie Interessierte aus anderen Unternehmen jährlich zu Barcamps, zum Beispiel dem CoCreationCamp ein:

<https://www.datev.de/web/de/aktuelles/veranstaltungen/datev-cocreationcamp/>

• Die Telekom hat intern ein Lern- und Wissensnetzwerk aufgebaut, in dem Kolleg*innen ihr Wissen mit anderen Kolleg*innen teilen:


<https://www.telekom.com/de/blog/konzern/artikel/lernen-von-experten-lex-die-erfolgs-geschichte-615210>

• Adobe hat eine Kickbox eingeführt, um Mitarbeiter*innen mit Ideen bei der Umsetzung systematisch zu unterstützen: <https://kickbox.org/>

• 3M hat die 15 %-Regel eingeführt, um Mitarbeiter*innen zu ermutigen, einen Teil ihrer Arbeitszeit der Weiterentwicklung und -verfolgung innovativer Ideen zu widmen:

https://www.3mdeutschland.de/3M/de_DE/karriere/kultur/15-prozent-regel/

• Die Commerzbank treibt den Perspektivenwechsel im Unternehmen mithilfe des „Reverse Mentoring“-Konzeptes aktiv voran:

 Reverse:Mentoring – ein Perspektivwechsel

©Isabelle Schäfer