



Social Innovation Hackathon Handlungsleitfaden

SiliconVilstal

Social Innovation Hackathon

Handlungsleitfaden

Präambel/Zielsetzung

Ein ‚Social Innovation Hackathon‘ ist ein mehrtägiges regionales Cross-Innovation-Format, in dem Soziale Innovationen erarbeitet und real verprobt werden. Das Ziel eines Social Innovation Hackathons ist es, in einer Zusammenarbeit zwischen lokaler Gesellschaft, sozialer Startups und der Kultur- und Kreativwirtschaft innovative Lösungsansätze für soziale Herausforderungen zu entwickeln. Dabei lernen die Startups in einem praxisbezogenen Pilotierungsrahmen der Region und die daran beteiligten regionalen Akteure ‚auf Augenhöhe‘ über soziale und technische Innovationen. Der Schwerpunkt des Events liegt auf Innovationsansätzen, die gesellschaftlichen Mehrwert z.B. in den Bereichen Gesundheit, Bildung und Kommunikation erzeugen. Mit Hilfe von Kreativitätsmethoden werden umsetzbare Lösungen für gesellschaftliche Probleme aus verschiedenen Bereichen entwickelt und erprobt. Dieser Handlungsleitfaden soll zum Durchführen von eigenen Social Innovation Hackathons anregen.

Definition Soziale Innovationen

Soziale Innovationen sind gesellschaftliche Veränderung Der Begriff ‚Soziale Innovationen‘ geht zurück auf das englische ‚social innovation‘, ins Deutsche am besten als ‚gesellschaftliche Innovation‘ übersetzt. Nach dem Verständnis von Silicon Vilstal geht es um einen von mehreren Akteuren getragenen gesellschaftlichen Innovations- und Veränderungsprozess, wie er auch von der Stanford University definiert wird: „Soziale Innovation ist der Prozess der Entwicklung und des Einsatzes effektiver Lösungen ... zur Förderung des sozialen Fortschritts. ... Lösungen erfordern oft die aktive Zusammenarbeit von ... Politik, Wirtschaft und ... gemeinnützigen Organisationen.“

Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft für Soziale Innovationen

Die Kultur- und Kreativwirtschaft fördert soziale Innovationen durch einzigartige Ansätze und Perspektiven. Diese Branche umfasst viele Aktivitäten und Akteure, die kreative Prozesse und innovative Metho-

den nutzen, um gesellschaftliche Herausforderungen zu lösen. Ein zentraler Aspekt ist die Anwendung human-centered Methoden aus dem Design, die den Menschen und seine Bedürfnisse in den Mittelpunkt stellen. Durch intensive Nutzerforschung, Empathie und iterative Prototypenentwicklung werden Lösungen entwickelt, die auf die Bedürfnisse der Menschen abgestimmt sind. Solche Methoden fördern die Partizipation der Betroffenen und erzielen höhere Akzeptanz und Wirksamkeit. Neue Dienstleistungen, Produkte oder Prozesse können so entstehen, die auf die speziellen Bedürfnisse von Randgruppen oder sozial benachteiligten Bevölkerungsgruppen zugeschnitten sind.

Der nicht-technische Blickwinkel der Künstler ist ein weiterer wichtiger Beitrag. Künstler betrachten Probleme oft unkonventionell und bieten dadurch neue Perspektiven und Lösungsansätze. Sie hinterfragen bestehende Strukturen und regen alternative Denk- und Handlungsmuster an. Durch ihre Fähigkeit, komplexe soziale Themen zu visualisieren, schärfen Künstler das Bewusstsein für gesellschaftliche Herausforderungen und stoßen Dialoge an, die zu innovativen Lösungen führen können.

Die Anwendung von Kreativmethoden ist ebenfalls ein Schlüssel zur Förderung sozialer Innovationen. Diese Methoden zeichnen sich durch Offenheit, Flexibilität und Interdisziplinarität aus und ermöglichen es, neue Ideen zu generieren und bestehende Konzepte radikal zu überdenken. Workshops, Brainstorming-Sessions und andere kreative Techniken fördern die Zusammenarbeit und den Austausch zwischen verschiedenen Akteuren. Diese kollaborativen Prozesse führen zu stärkerer Vernetzung und einem besseren Verständnis der komplexen sozialen Herausforderungen.

Die Kultur- und Kreativwirtschaft fördert soziale Innovationen durch human-centered Methoden, den nicht-technischen Blickwinkel der Künstler und verschiedene Kreativmethoden. Diese Ansätze ermöglichen es, innovative Lösungen zu entwickeln, die die Lebensqualität verbessern und gesellschaftliche Herausforderungen nachhaltig angehen. Die Integration kreativer Perspektiven in den Innovationsprozess führt zu ganzheitlicheren und menschenzentrierten Lösungen, die zu einer gerechteren und inklusiveren Gesellschaft beitragen.

Bei diesem Cross Innovation Eventformat arbeiten soziale Innovatoren und Startups mit lokalen Praxispartnern aus der ländlichen Gesellschaft zusammen. Exkursionen zu Praxisorten und Reallaboren stärken diese Verzahnung und das gegenseitige Lernen, wodurch ein sozialer

Innovationstransfer ‚auf Augenhöhe‘ erfolgt.

Umgebendes Programm SOCIALTECH4EU

Das Projekt ‘SocialTech for Europe for Resilient and Responsible Ecosystems’, kurz SocialTech4EU, ist das größte Europa-weite Social Startup Programm. Es ist ein 2-jähriges Projekt, welches im September 2022 gestartet ist. Es ist gefördert von der Europäischen Exekutivagentur für den Innovationsrat und für KMU (EISMEA) und durch die Joint Cluster Initiatives (EUROCLUSTERS) für Europas Wiederherstellung (SMP-COSME-2021-CLUSTER).

Silicon Vilstal ist einer der Konsortium Partner dieses Projektes. Im Rahmen dieses Projektes wurde der Social Innovation Hackathon eingebettet, um die Social-Startups auf die Innovations-Phase des



Programms vorzubereiten.

Ablauf des Gesamtprojektes ‚Social Innovation Hackathon‘

Projektzeitplan für die Durchführung eines Social Innovation Hackathons

Im Vorfeld: Auswahl des übergreifenden Innovationsprozesses, in den sich der Social Impact Hackathon einbettet (z.B. domänenbezogener Innovationsprozess oder regionaler Entwicklungsprozess), Vereinbarung des Eventtermins und der Location, Gewinnung von Multiplikatoren.

Monat 1: Im ersten Monat soll die Grobagenda erstellt werden und die Startups, Team Coaches sowie Reallaborpartner identifiziert und erstmals angesprochen werden, beispielsweise durch Info-Calls. Zudem sollte auch nach einem Headcoach gesucht, eine passende Location gefunden und die nötige Infrastruktur abgeklärt werden.

Monat 2: Im zweiten Monat sollte der Bewerbungsaufruf für die Startups beginnen. Gleichzeitig werden Team Coaches sowie passende Reallaborpartner gewonnen. Ein Filmteam und Fotografen sollten organisiert und Sparringpartner aus den Bereichen Kreativität und Design angesprochen und gewonnen werden.

Monat 3: Im dritten Monat wird die Location, die Detailagenda und die Logistik finalisiert. Die notwendigen Materialien, wie Methodenposter, Namensschilder, Lagepläne und Beschilderungen, werden vorbereitet und gedruckt. Das finale Programm inklusive der Abendplanung wird erstellt.

Monat 4: Im vierten Monat werden die teilnehmenden Startups ausgewählt und die Team Coaches gebrieft. Letzte Details werden mit der Location geklärt, wie die finale Anzahl der Teilnehmer und Essenswünsche. Auch die Startups werden gebrieft, und Materialien für die Meetingräume werden je nach vorhandener Infrastruktur vor Ort bestellt. Zudem wird ein Lookbook der Startups erstellt.

Monat 5: Im fünften Monat findet der dreitägige Social Innovation Hackathon statt.

Monat 6: Im sechsten Monat erfolgen das Debriefing und die Nachkommunikation des Hackathons.

Grobagenda des Social Innovation Hackathons

Methodische Grundlage ist die Design Thinking Methode:
Research – Insight – Ideation – Prototype

- **Tag 1:** Anreise der 20 Startups
- **Tag 1 nachmittags/abends:** Networking unter den Teilnehmern
- **Tag 2 vormittags:** Pitches (Kurzpräsentationen) der Innovationsideen der Start-ups und Matching mit den weiteren Teilnehmern (Team Coaches, Praxispartnern)
- **Tag 2 nachmittags:** ‚Research‘-Workshops mit zusätzlichen Exkursionen in die ‚Realität‘ zu Reallaboren/Praxispartnern. Daraufaufgehend: ‚Insight‘-Workshops mit Vertiefung des Verständnisses für die Nutzergruppen, Verstehen des Innovationsthemas in allen Facetten
- **Tag 3 vormittags:** kreativer ‚Ideation‘-Workshop zu den Innovationsthemen, skizzieren konkreter Lösungsansätze
- **Tag 4 nachmittags:** ‚Prototyping‘ der Ideen und Präsentation



Methodik und Ablauf des Events ‚Social Innovation Hackathon‘

Ein Hackathon ist eine zeitlich begrenzte Veranstaltung, bei der Menschen mit unterschiedlichen Fähigkeiten und Hintergründen zusammenkommen, um gemeinsam an kreativen und innovativen Lösungen für spezifische Probleme oder Herausforderungen zu arbeiten. Der Begriff ‚Hackathon‘ setzt sich aus den Wörtern ‚Hack‘ und ‚Marathon‘ zusammen, wobei ‚Hack‘ in diesem Kontext das kreative und experimentelle Lösen von Problemen bedeutet und ‚Marathon‘ auf die intensive und oft mehrtägige Dauer der Veranstaltung hinweist.

Hackathons zeichnen sich durch mehrere Merkmale aus. Erstens sind sie zeitlich begrenzt und dauern in der Regel zwischen 24 und 72 Stunden, was konzentriertes und schnelles Arbeiten fördert. Zweitens bestehen die Teilnehmerteams aus Personen verschiedener Disziplinen wie Softwareentwicklung, Design, Marketing und Geschäftsmodellentwicklung. Diese interdisziplinäre Zusammensetzung ermöglicht eine breite Perspektive und innovative Lösungen. Drittens liegt der Fokus eines Hackathons auf Problemlösung und Innovation. Das Ziel ist es, kreative und oft unkonventionelle Lösungen für spezifische Herausforderungen zu entwickeln, sei es in Form von Software- oder Hardware-Prototypen, neuen Geschäftsmodellen, sozialen Innovationen oder Designlösungen.

Es gibt verschiedene Arten von Hackathons, darunter technische Hackathons, die sich auf die Entwicklung von Software- oder Hardwarelösungen konzentrieren, und Business-Hackathons, bei denen die Entwicklung neuer Geschäftsmodelle oder die Lösung betriebswirtschaftlicher Herausforderungen im Vordergrund steht. Social Innovation Hackathons fokussieren sich auf soziale Innovationen und Lösungen für gesellschaftliche Probleme. Bei Social Innovation Hackathon werden statt realer Daten wie bei technischen Hackathon die Realität in Form von Reallabor-Partner zur Verfügung gestellt.

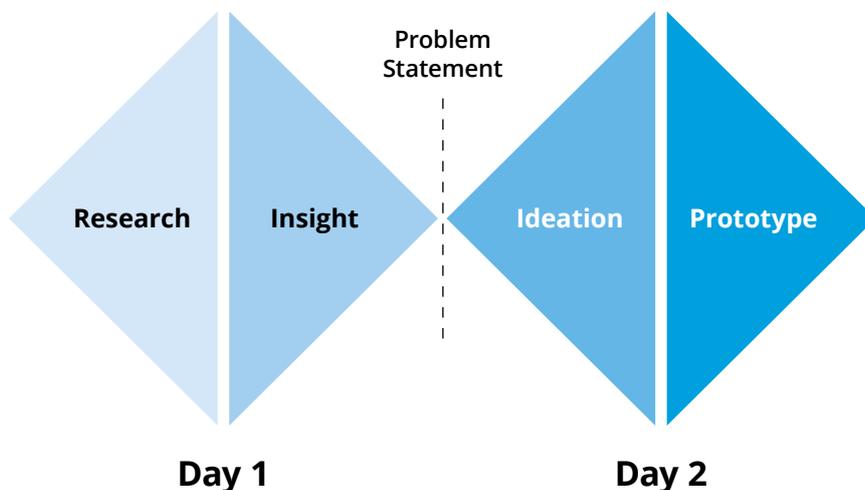
Methodik des Hackathons für soziale Innovation: Die dem Social Innovation Hackathon zugrunde liegende Methodik wurde von Silicon Vilstal über Jahre hinweg entwickelt und erfolgreich in der Praxis angewandt. Sie basiert auf zwei wesentlichen Erfolgsfaktoren:

- (1) die Cross-Innovation zwischen Akteuren aus der Kreativwirtschaft (Designer, Künstler) und sozialen Startups
- (2) ländliche Reallabore, bestehend aus regionalen Unternehmen und der regionalen Bevölkerung, die bereit sind, die von den sozialen Startups eingebrachten neuen Ideen für soziale Innovationen zu testen.

Diese Mischung bietet eine einzigartige Gelegenheit sowohl für die sozialen Startups als auch für die ländliche Gesellschaft. Die sozialen Startups haben ein lebendes Labor, das ihnen ein Testfeld für ihre Ideen bietet, und die ländliche Gesellschaft lernt auf subtile Weise soziale Innovationsideen auf Augenhöhe kennen.

Die Agenda und der Ablauf eines Hackathons für soziale Innovation sind in der Design Thinking-Methode verankert, einem weithin anerkannten und effektiven Ansatz für Innovation. Design Thinking konzentriert sich auf Problemlösung und Ideenentwicklung, wobei der Schwerpunkt auf der Schaffung von Lösungen liegt, die bei den Nutzern Anklang finden und gleichzeitig markt- und produktorientiert sind. Die Methode durchläuft vier Schlüsselphasen: Research, Insight, Ideation und Prototyping.

Design Thinking Process



Researchphase: Der erste Schritt besteht in einer umfassenden Recherche, um ein tiefes Verständnis der Herausforderungen, Bedürfnisse und Möglichkeiten zu erlangen. Diese Grundlagenforschung bildet die Grundlage für die nachfolgenden Entscheidungsprozesse.

Insightphase: Im Anschluss an die Forschung beginnt das Projekt mit der Insight-Phase, die Workshops und Exkursionen zu praktischen Orten oder Reallaboren umfasst. Dieser praxisnahe Ansatz erleichtert

die Zusammenarbeit zwischen sozialen Innovatoren/Unternehmen und lokalen Praxispartnern, fördert das gegenseitige Lernen und ermöglicht einen sozialen Innovationstransfer ‚auf Augenhöhe‘.

Ideationphase: Das Projekt geht dann in die Ideenfindungsphase über, in der kreative Workshops durchgeführt werden, um ein Spektrum innovativer Ideen zu entwickeln. Diese Phase ermutigt innovationsübergreifende Teams, kritisch zu denken und gemeinsam verschiedene Perspektiven und potenzielle Lösungen für identifizierte Herausforderungen zu erforschen.

Prototyping-Phase: In der letzten Phase werden Prototypen erstellt und die Umsetzung geplant. Die Teams arbeiten an der Umsetzung ihrer Ideen in greifbare Prototypen, um sicherzustellen, dass die entwickelten Lösungen nicht nur konzeptionell, sondern auch praktisch und anwendbar sind.

Zusammenfassend ist Design Thinking als Projektmethode durch die Nutzerzentrierung, die Ausrichtung auf soziale und wirtschaftliche Ziele und den strukturierten Rahmen, den es für die Bewältigung von Herausforderungen bietet, untermauert wird. Diese Wahl spiegelt eine strategische Entscheidung wider, einen bewährten und effektiven Ansatz zu nutzen, um die Wirkung des Social Innovation Hackathon zu maximieren.

Das Projekt beinhaltet einen einzigartigen sozialen Innovationstransfer-effekt durch die Förderung der Zusammenarbeit zwischen sozialen Innovatoren/Unternehmen und lokalen Praxispartnern. Dieses innovationsübergreifende Format, gekoppelt mit Exkursionen zu Praxisstandorten und realen Labors, stellt sicher, dass das Lernen und die Zusammenarbeit in realen Kontexten verankert sind. Dieser Ansatz erhöht die Relevanz und Anwendbarkeit der erarbeiteten Lösungen und trägt zu einem sozialen Innovationstransfer ‚auf Augenhöhe‘ bei. Die Betonung der Zusammenarbeit zwischen verschiedenen Interessengruppen stellt sicher, dass die Innovationen nicht nur innovativ, sondern auch kontextuell sinnvoll und nachhaltig in ländlichen Gemeinden sind.

Ausblick und Danksagung

Wir würden uns freuen, wenn durch diesen Handlungsleitfaden andere Akteure, vor allem der Kultur -und Kreativwirtschaft, angeregt werden selbst einen Social Innovation Hackathon zu organisieren. Silicon Vilstal steht für Rückfragen gerne zur Verfügung unter info@siliconvilstal.de

Unser Dank geht an alle Beteiligten des Social Innovation Hackathons und besonders an das Bayerische Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie für die Förderung des Events.



Bayerisches Staatsministerium
für Wirtschaft, Landesentwicklung
und Energie