

IDEENGENERIERUNG



Kreativitätsblockaden

KREATIVITÄTSBLOCKADEN

Zeitdruck

Unter Zeitdruck schüttest du Anti-Stress-Hormone aus und dein Körper antwortet entweder mit Flucht oder Lähmung. Deshalb ist es wichtig Teams in kreativen Prozessen genügend Zeit zu geben, damit Ideen reifen können.

Perfektionismus

Perfektionismus ist während des Innovationsprozesses fehl am Platz. Erwartungen an ein perfektes Ergebnis setzen Beteiligte unnötig unter Druck. Es sind oftmals kleine Fehler oder Kompromisse, die einen Prozess vorantreiben.

Einstellung

Negative Gefühle wirken sich störend auf den kreativen Prozess aus. Fördere in deinem Team eine positive Stimmung. Kommunikation ist das A und O in der Teamarbeit. Ihr solltet gemeinsam für die Idee und das Produkt brennen.

Gedankliche Schranken

Individuelle Befindlichkeiten, eigene Glaubenssätze, Bedürfnisse nach Anerkennung und andere Schranken behindern oft innovative Ideen. Versuche diese inneren Blockaden im Team z.B. durch lustige Bilder an den Wänden in die Wüste zu schicken.

Produktivität und Pausen

Es bringt nichts, sich auszupowern und pausenlos zu arbeiten. Dies kann zu Blockaden führen und dich in deinem Prozess zurückwerfen. Pausen fördern die Motivation und eine stabile Arbeitsleistung.

IDEENAUSWAHL



7K – Checkliste

7K-CHECKLISTE

- Was?** Die 7K-Checkliste enthält Bewertungskriterien, die im weiteren Verlauf des Prozesses für die meisten der Ideen relevant sind.
- Wann?** Die Checkliste wird nach der Ideengenerierung eingesetzt und eignet sich als erste grobe Orientierung. Für die vollständige Bewertung einer Idee reicht sie jedoch nicht.
- Wie?** Die Checkliste besteht aus einer Sammlung von sieben Punkten, von denen du Fragen, individuell oder im Team, für die Idee ableiten kannst. Die Ergebnisse und Antworten werden anschließend im Team diskutiert und bewertet.
- Der Wert, den ein Produkt für den Kunden hat (Kundennutzen).
 - Der Wert des Marktes für das Produkt (Kundenpotenzial).
 - Was macht das Produkt besser als seine Konkurrenten? (Konkurrenzvorteil)
 - Fähigkeiten, die erforderlich sind, um das Produkt bereitzustellen (Kompetenz).
 - Wie erfolgt die Kommunikation mit dem Markt?
 - Die Ausgaben, um das Produkt bereit zu stellen und zu vermarkten (Kosten).
 - Der benötigte Finanzierungsbetrag (Kapitalbedarf).

ZEIT 45-60 Min.

TEAMGRÖSSE 1-6

Quelle: ideal.ovgu.de

IDEENAUSWAHL



PPCO-TECHNIK

- Was?** PPCO ist eine Fragetechnik, um neue Ideen zu beurteilen und weiterzuentwickeln. Die Abkürzung steht für Pluses (Positives), Potentials (Potenziale), Concerns (Bedenken) und Overcome Concerns (Bedenken überwinden).
- Wann?** Die Methode wird eingesetzt, um Ideen zu analysieren, zu verbessern oder, um anderen deine Idee vorzustellen. Die Technik kann deshalb auch zur Ideenverbesserung angewendet werden.
- Wie?** Aus den vier Aspekten lassen sich Fragen für deine Idee ableiten, die du im Team oder individuell beantworten kannst. Pro Frage solltest du mindestens fünf Punkte nennen.
- Positives: Was gefällt dir an der Idee?
 - Potenziale: Was könnte sich aus der Idee entwickeln?
 - Welche Bedenken hast du bezüglich der Idee?
 - Bedenken überwinden: Wähle die wichtigsten Bedenken aus und generiere pro Punkt ca. zehn Ideen, um die Bedenken auszuräumen. Diese werden im Team diskutiert und die besten Lösungen auf die Idee angewendet.

ZEIT 30–45 Min.

TEAMGRÖSSE 1–6

Quelle: Rustler

IDEENVERBESSERUNG



Osborn – Checkliste

OSBORN – CHECKLISTE

Was? Mit Hilfe eines Fragenkatalogs (Impuls-Fragen) wird dein Betrachtungsfeld über eine bestehende Idee oder Produkt erweitert. Die Methode kannst du gemeinsam im Team oder individuell durchführen. Sie ist nach ihrem Erfinder Alex Osborn benannt.

Wann? Die Checkliste eignet sich sehr gut dazu, vorhandene Ideen und Produkte zu verbessern und weiterzuentwickeln. Spontane, zusätzliche Ideen werden mit der Methode nicht hervorgebracht.

Wie? Der Fragenkatalog besteht aus einer Sammlung von zehn Punkten, von denen sich damit verbundene Fragen ableiten lassen. Die Osborn-Checkliste sollte vollständig bearbeitet werden.

- | | |
|---------------------|--------------------|
| 1. Anders verwenden | 6. Ersetzen |
| 2. Anpassen | 7. Umstellen |
| 3. Ändern | 8. Umkehren |
| 4. Vergrößern | 9. Kombinieren |
| 5. Verkleinern | 10. Transformieren |

BEISPIEL

Anders verwenden: Wie könnte x (wo-)anders eingesetzt werden?

ZEIT 40–60 Min.

TEAMGRÖSSE 1–6

Quelle: Sartorius, kreativitätstechniken.info

IDEENVERBESSERUNG



Persona

PERSONA

- Was?** Die Persona ist eine fiktive Person, welche stellvertretend die Bedürfnisse, Gedanken und Ziele einer Nutzergruppe repräsentiert und sie dadurch greifbar macht.
- Wann?** Eine Persona wird idealerweise nach der Ideenauswahl erstellt. So kannst du deine Idee optimal auf die Bedürfnisse der Nutzergruppe zuschneiden.
- Wie?** Die Persona besitzt konkrete Eigenschaften und Bedürfnisse. Mit Hilfe von Interviews, Umfragen, Beobachtungen usw. kannst du mehr über diese erfahren. Eine Persona sollte folgende Aspekte beinhalten:
- Name und Alter
 - Geschlecht
 - Sozialer Status
 - Herkunft und Wohnort
 - Beruf
 - Persönlichkeit
 - Hobbies
 - Qualifikationen
 - Ziele
 - Einflüsse
 - Verwendete Produkte
 - Zitat und Bild

ZEIT 60 Min.

TEAMGRÖSSE 1–6

Quelle: lukew.com

IDEENVERBESSERUNG



Denkhüte

DENKHÜTE

| | |
|--------------|--|
| Was? | Mit Hilfe von Denkhüten (= Rollen) wird eine Idee aus sechs verschiedenen Blickwinkeln beleuchtet und analysiert. Dadurch wird eine einseitige Betrachtung der Idee verhindert. |
| Wann? | Die Methode dient dir zur Bewertung und Verbesserung von komplexen Ideen und kann zur Pitch-Vorbereitung genutzt werden, um sich auf mögliche Kritik einzustellen. |
| Wie? | Für jede Rolle wird ein Erkennungsmerkmal in der entsprechenden Farbe vorbereitet. Jedes Teammitglied schlüpft für eine bestimmte Zeit in eine dieser Rollen und argumentiert von diesem Standort aus. Anschließend werden die Rollen getauscht. Wenn jedes Teammitglied alle sechs Rollen durchgespielt hat, werden die entstandenen Argumente diskutiert und bewertet. |
| weiß | Analytisches Denken – Fakten, Zahlen, Daten |
| rot | Emotionales Denken – positive und negative Gefühle |
| schwarz | Pessimistisches Denken – Zweifel, Risiken, Einwände |
| gelb | Optimistisches Denken – objektive Chancen der Idee |
| grün | Innovatives Denken – neue Ideen, kreative Vorschläge |
| blau | Strukturiertes, steuerndes Denken – Zusammenfassung der Erkenntnisse |

ZEIT 60 Min.

TEAMGRÖSSE 1–6

Quelle: Herb (et al.), kreativitätstechniken.info

IDEENVERBESSERUNG



SWOT – Analyse

SWOT – ANALYSE

- Was?** Bei der SWOT-Analyse untersuchst du die Stärken und Schwächen einer Idee mit gezielten Fragestellungen, um die Chancen und Risiken zu erkennen. SWOT steht für Strengths (Stärken), Weakness (Schwächen), Opportunities (Chancen) und Threats (Risiken).
- Wann?** Die SWOT-Analyse eignet sich für die Ideenbewertung und für eine detaillierte Auseinandersetzung mit einer Idee. Du kannst sie, individuell oder im Team, speziell für ein Produkt anwenden.
- Wie?** Für jede der vier Kategorien wird eine Fragenliste erstellt, welche nacheinander abgearbeitet wird. Daraus kannst du weitere Handlungsschritte ableiten. Die Fragenliste kann wie folgt aussehen:
- **STRENGTHS** Was sind die Stärken der Idee?
 - **WEAKNESS** Was sind die Schwächen der Idee?
Welche Störungen behindern die Funktion der Idee?
 - **OPPORTUNITIES** Welche Zukunftschancen hat die Idee? Löst ein tatsächliches Problem? Wie kann sie ausgebaut werden?
 - **THREATS** Welche Risiken (wirtschaftlich, technologisch, demografisch) sind bereits sichtbar? Womit muss gerechnet werden?

ZEIT 45–60 Min.

TEAMGRÖSSE 1–6

Quelle: Rustler, kreativitätstechniken.info

IDEENVERBESSERUNG



Worst – Case – Szenario

WORST – CASE – SZENARIO

- Was?** Das Worst-Case-Szenario ist eine Methode, um mögliche Probleme, die bei der Umsetzung der Idee auftreten könnten, vorwegzunehmen. Potenzielle Hürden werden identifiziert und beseitigt.
- Wann?** Die Methode wird nach der Entwicklung und vor dem Pitch oder der Umsetzung einer Idee eingesetzt.
- Wie?** Im Team oder individuell wird in eine Zukunft geblickt, in der die Idee fatal gescheitert ist. Welche Gründe gibt es für das Scheitern? Jedes Teammitglied listet für sich seine spontanen Gründe und Gedanken auf. Diese werden im Team zusammengetragen und in eine Übersicht gebracht. Anschließend wird gemeinsam nach Lösungsideen für die identifizierten Probleme gesucht. Die besten werden ausgewählt und auf die Ideen und den Plan angewendet.

ZEIT 30 Min.

TEAMGRÖSSE 1–6

Quelle: Rustler, kreativitätstechniken.info

IDEENPRÜFUNG



Nutzerinterview

NUTZERINTERVIEW

- Was?** Mit dem Nutzerinterview kannst du die Reaktionen von Nutzern auf deinen Konzept/Prototyp hautnah miterleben und die Hintergründe ihrer Verhaltensweisen erfragen. So werden die getroffenen Annahmen für deine Idee überprüft und die Idee weiter verbessert.
- Wann?** Das Nutzerinterview sollte nach der Entwicklung eines Konzeptes/Prototypen eingesetzt werden, um das Produkt oder die Service-Idee in einem offenen Gespräch zu überprüfen. Die Methode kann nach jeder Iteration mit neuen Nutzern wiederholt werden.
- Wie?** Für die Methode solltest du eine Person wählen, die nicht mit der Idee vertraut ist. Verdeckte Probleme und Chancen der Idee werden dadurch schneller erkennbar. Ein Gesprächsleitfaden hilft dir und deinem Team bei der Durchführung des Interviews. Dabei ist es wichtig das Verhalten des Nutzers Schritt für Schritt zu erfragen und nach Vorschlägen für Verbesserungen zu bitten.
- Wichtig: Geduld beim Zuhören und keine Verteidigung der Idee gegenüber dem Nutzer. Fotos und Tonaufnahmen helfen dir, das Interview genau und unverfälscht zu dokumentieren. Kläre im Vorfeld, ob die Interviewpartner mit diesen Medien einverstanden sind. Garantiere Datenschutz.

ZEIT 30 Min. pro Interview

TEAMGRÖSSE 1–6

Quelle: IDEO, Flick (et al.)

ZIELFORMULIERUNG



Zielformulierung

