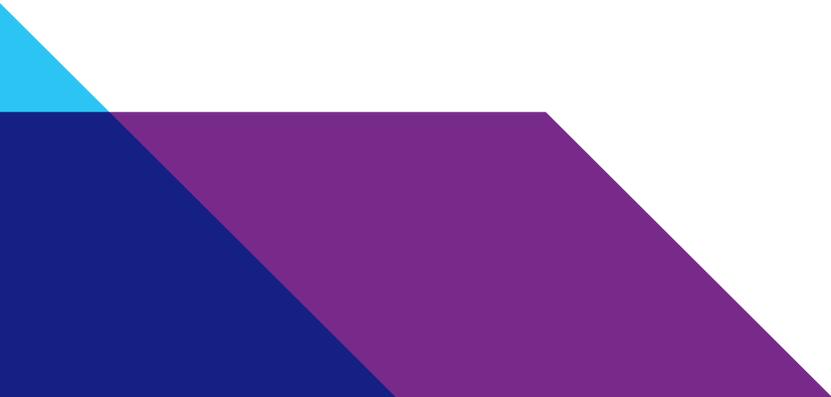


EASY INNOVATION

EIN LEITFADEN FÜR DIE
ENTWICKLUNG «GUTER» IDEEN



EASY INNOVATION
EIN LEITFADEN FÜR DIE ENTWICKLUNG «GUTER» IDEEN

WOZU DIESER LEITFADEN?

Ideen – davon gibt es viele. Doch die meisten entpuppen sich als reines Gedankenspiel, weil sie weder ein reales Problem lösen noch einen Mehrwert für die Zielgruppe haben. Das möchtest du verhindern.

Mit dem folgenden Leitfaden begleiten wir dich Schritt für Schritt durch die **FRÜHPHASE DER IDEEN-ENTWICKLUNG**. Du wirst Ideen entwickeln und diese in der Realität validieren. Dadurch entstehen Lösungen, die relevante Probleme von realen Menschen lösen. Das nennt man «menschenzentrierte Innovation», und solche Ideen bezeichnen wir von nun an als **«GUTE IDEEN»**.

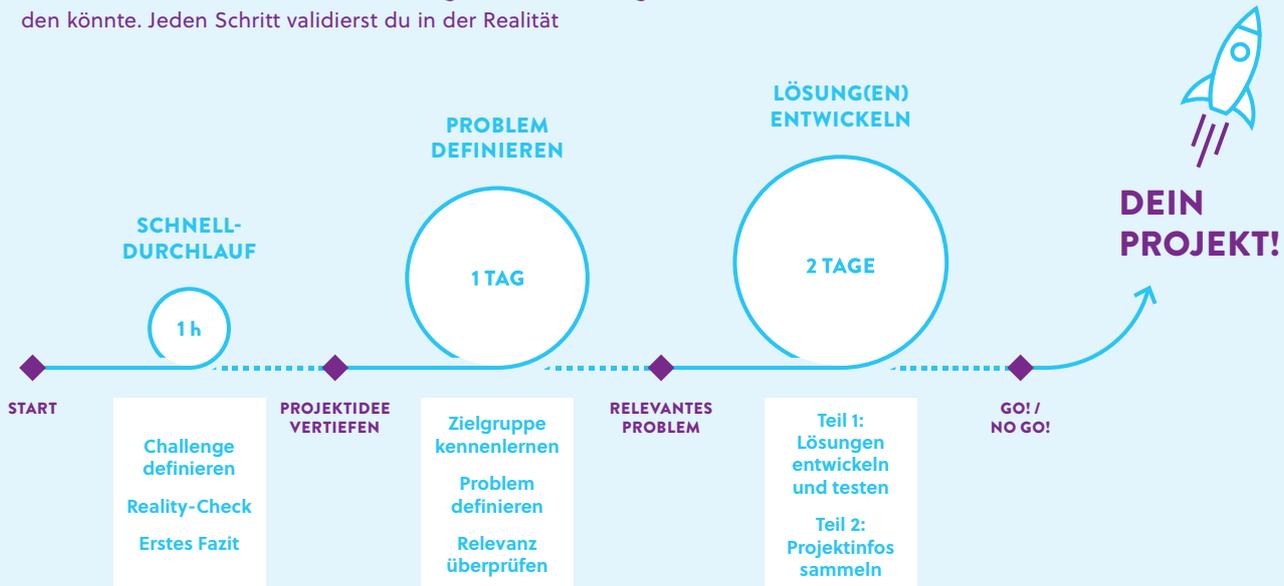
Dieser Leitfaden basiert auf der «Design Thinking» Methode. Um zielsicher durch diesen Prozess zu manövrieren, brauchst du weder die ganze Theorie noch musst du sämtliche Design Thinking Tools kennen. Es reicht, dass du Schritt für Schritt diesem Leitfaden folgst, um die richtigen Dinge zur richtigen Zeit zu tun. Das ist die Einzigartigkeit dieses Leitfadens.

Im zweitbesten Fall überführst du deine validierte Idee in einen Projektauftrag. Im besten Fall brichst du die Übung frühzeitig wieder ab, weil du erkannt hast, dass das Problem nicht genügend wichtig ist, um Ressourcen in ein Projekt zu investieren. Ist dies der Fall, hast du den Kern der menschenzentrierten und agilen Ideenentwicklung verstanden. Bravo!

WIE IST DER PROZESS AUFGEBAUT?

Der folgende Prozess entspricht einem vereinfachten und praxistauglichen Design-Thinking-Prozess. Du beginnst mit der Identifikation des «Problems» und der Bedürfnisse deiner Zielgruppe, um anschließend Ideen zu entwickeln, wie dieses Problem gelöst werden könnte. Jeden Schritt validierst du in der Realität

und, sofern möglich, in direktem Kontakt mit deiner Zielgruppe, um herauszufinden, ob du **WIRKLICH** auf dem richtigen Weg bist. Zudem gibt es drei Check-points, an denen dich deine Möglichmacherin mit Fragen herausfordern wird.



WER IST IM IDEEN-PROZESS INVOLVIERT?

Gute Ideen sind immer das Resultat von gutem Teamwork. Dazu gehören mindestens zwei Gruppen: Die **MACHERINNEN** und die **MÖGLICHMACHERINNEN**¹:



DU BIST EINE MACHERIN Du bist Miss Marple und Lara Croft in einem. Deine Aufgabe ist es, die Bedürfnisse der Zielgruppe zu identifizieren, die wirksamsten Lösungen zu entwickeln und diese laufend in der Realität zu validieren. Dabei sind dir ständig deine grössten Feinde auf den Fersen: Perfektionismus und Detailtreue. Um dich davor zu schützen, geben wir dir maximal drei Tage Zeit. Denn der Mangel an Zeit hilft dir, in der experimentellen Frühphase nur die absolut wichtigsten Dinge zu tun.



DU BIST EINE MÖGLICHMACHERIN Die Macherin legt sich ins Zeug. Die Möglichmacherin hält ihr als Entscheidungsträgerin den Rücken frei: Sie stellt die Ressourcen zur Verfügung und stellt zum richtigen Zeitpunkt die richtigen Fragen. Die Frühphase der Ideenentwicklung ist auch für die Möglichmacherin anspruchsvoll. Dort gibt es keine Sicherheitsanker wie Wirkungsmodelle und Business Cases. Das kommt später. Ihre Rolle ist es, an den Checkpoints mithilfe der Checkliste die richtigen Fragen zu stellen.

¹ Wir verwenden ausschliesslich die feminine Form – mal zur Abwechslung.

KEINE SORGE

Viel Spass auf deiner Reise! Sie wird voller Überraschungen und anders als geplant sein. Solltest du zwischendurch den Wald vor lauter Bäumen nicht mehr sehen, mach dir keine Sorgen. Das ist normal. Und falls du dir Unterstützung wünschst, dann helfen wir dir gerne.

MIRIAM GANTERT & DINO BEERLI
SUPERLOOP INNOVATION

STARTPUNKT

JEDE IDEE HAT DREI MÖGLICHE STARTPUNKTE:



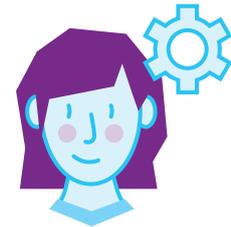
Du hast eine Idee. Grossartig.
Doch löst deine Idee wirklich ein
relevantes Problem einer realen
Zielgruppe?

FIND ES HERAUS.



Du stösst oft auf dieses eine
Problem und fragst dich: Muss
das so sein? Wie könnte man
das noch besser lösen?

FIND ES HERAUS.



Du bekommst einen Projekt-
auftrag, aber bist noch nicht
überzeugt von der Sache.
Braucht es das Projekt wirklich?

FIND ES HERAAUUUSSS!!

SCHNELLDURCHLAUF

Stell dir vor, du brauchst drei Tage für die Entwicklung deiner Idee und merkst dann, dass es eine Schnaps-idee ist. Du gelangst zur Erkenntnis: «Das hätte ich mit nur einem Gespräch mit der Zielgruppe oder einer Expertin zu Beginn schon erkennen können.»

Genau deshalb gibt es den Schnelldurchlauf. In nur **ZWEI STUNDEN** durchläufst du einmal den ganzen Ideen-Prozess, um herauszufinden, ob es sich bei deiner Idee tatsächlich um eine «gute» Idee handeln könnte oder ob du den Prozess bereits wieder abbrechen kannst.

DEINE CHALLENGE



15'

REALITY CHECK



90'

ERSTES FAZIT



15'

Der Balken zeigt dir wo du im Prozess bist und wieviel Zeit du dafür aufwenden solltest.

DEINE CHALLENGE

15'

90'

15'

Nimm dir **15 MINUTEN ZEIT**, um folgende Fragen zu beantworten. Notiere die wichtigsten Punkte:

Schäle nun die wichtigsten Elemente deiner Challenge heraus und bringe sie in maximal zwei kurzen Sätzen auf den Punkt. Die folgende Form bewährt sich dafür:

1. ZIELGRUPPE

Wer hat das Problem?

2. BEDÜRFNIS, WUNSCH, ZIEL

Was ist das Problem, das du (mit deiner Idee oder deinem Projekt) lösen möchtest? Welches Bedürfnis/welcher Wunsch deiner Zielgruppe steht dahinter? Versuche es aus Sicht deiner Zielgruppe zu formulieren.

3. NUTZEN

Welchen Mehrwert hat es, wenn dein Problem gelöst ist? Was bringt es deiner Zielgruppe?

**[MEINE IDEE] BRAUCHT ES,
WEIL [ZIELGRUPPE] [BEDÜRFNIS,
WUNSCH, ZIEL] HAT, UM [NUTZEN].**

**WIR WOLLEN [ZIELGRUPPE] HELFEN,
[BEDÜRFNIS, ZIEL, WUNSCH] ZU
ERREICHEN, UM [NUTZEN].**

**DAS IST DEINE CHALLENGE,
DIE DU LÖSEN WILLST.**



**WIR WOLLEN SENIOREN HELFEN, DEN
KONTAKT ZU IHREN ENKELN
ZU PFLEGEN, TROTZ PHYSISCHER DISTANZ,
UM SICH WENIGER EINSAM ZU FÜHLEN.**

INPUT

WARUM REDEN WIR VON EINER CHALLENGE?

Eine Challenge ist im Grunde genommen nichts anderes als eine Fragestellung, der man sich widmen will. Doch eine Challenge kann noch mehr: Sie ist anspruchsvoll, ihre Zeit drängt und sie zündet deine Motivation – sie fordert dich heraus, sie zu lösen!

Wie eine Superheldin am Anfang der Story noch nicht weiss, wo sich das Problem versteckt, geschweige denn, wie sie die Welt retten soll, so geht es dir mit deiner Challenge: Es geht darum, ein ganzes Knäuel an Problemen und Optionen zu entwirren und daraus die beste Lösung zu entwickeln. Sieh deine Challenge wie eine Knobelaufgabe an, die man auf hundert verschiedene Arten lösen kann. Deine Mission ist es, die beste Lösung herauszufinden!

REALITY CHECK

15'

90'

15'

Das Wichtigste bei der Entwicklung guter Ideen ist die laufende Validierung in der Realität. Nimm dir deshalb **90 MINUTEN** Zeit, um deine Challenge einem Reality Check zu unterziehen: Gibt es das Problem wirklich? Hat bereits jemand eine Lösung entwickelt oder mindestens Erfahrungen damit?

→ Stelle zwei bis drei Personen aus der Zielgruppe dein Problem vor und frage sie, was sie davon halten. Kennen sie das Problem? Ist es ein relevantes Problem? Wie, wo manifestiert es sich? Eine Skizze des Problems kann dir dabei helfen.

15 MINUTEN PRO PERSON

→ Frage nach, ob jemand in deiner Organisation dieses Problem schon mal angegangen ist oder aktuell daran arbeitet. Welches sind die Erkenntnisse?

30 MINUTEN

→ Suche auf Google, ob sonst jemand auf dieser Welt sich mit dem Thema befasst.

15 MINUTEN

ERSTES FAZIT

15'

90'

15'

Du bist bereits am Ende des Schnelldurchlaufs. Der Schnelldurchlauf führt zu drei möglichen Schlussfolgerungen:

- Vielleicht hast du schon jetzt erkannt, dass es entweder kein relevantes Problem gibt oder jemand anderes schon daran arbeitet. Gratulation! Es braucht Mut, Dinge wieder abzubrechen.
- Oder du hast gemerkt, dass es zwar ein Problem gibt, aber es nicht genau jenes ist, wovon du am Anfang ausgegangen bist. Dann solltest du deine Challenge umformulieren: Was ist wirklich das Problem? Wer ist deine wichtigste Zielgruppe?
- Das Problem und deine Challenge haben sich bestätigt.

Im Falle von Schlussfolgerung 2 oder 3 ist es jetzt Zeit, Ressourcen für die nächsten Schritte zu beschaffen: Erkläre der Möglichmacherin, in der Regel deine Vorgesetzte, weshalb dieses Problem relevant ist. Bitte sie um drei Arbeitstage Zeit, das Problem vertiefen zu dürfen und Lösungsideen zu entwickeln. Bereite dafür eine kurze, prägnante **5 MINUTEN** Präsentation vor.

CHECKPOINT

PROJEKTIDEE VERTIEFEN

Willkommen am ersten Checkpoint. Du, die Macherin, präsentierst deine Challenge und vielleicht sogar deine erste Idee. **5 MINUTEN** reichen dafür, längere Präsentationen sind zu diesem Zeitpunkt nicht notwendig. Nach diesem Checkpoint sollte klar sein, ob es sinnvoll ist, dein Vorhaben zu vertiefen oder abzubauen.

Die Möglichmacherin wird dich herausfordern und dir auf den Zahn fühlen. Dabei hält sie folgende Fragen im Hinterkopf:

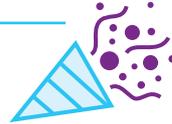
- Kann die Macherin das Problem und die Bedürfnisse der Zielgruppe verständlich erklären?
- Hat die Macherin einen ersten «Reality Check» gemacht? Hat sie dafür mit Menschen geredet: Zielgruppe, Expertinnen oder Kolleginnen?
- Ist die Macherin motiviert und offen, das Problem zu lösen oder scheint sie blind und besessen von der eigenen Idee?

**STOP!
ZURÜCK
AN START.**

**GO! LOS
GEHT'S.**



HÜRDE 1 GESCHAFFT!



Du hast deine Möglichmacherin davon überzeugt, dass es tatsächlich ein relevantes Problem einer realen Zielgruppe gibt, das man lösen sollte. Gratulation! Doch nun beginnt die Knochenarbeit. Du wirst vollends in deine Challenge eintauchen und dich während **DREI TAGEN** vertieft mit deiner Zielgruppe und deren Bedürfnissen auseinandersetzen, Lösungen entwickeln und diese laufend mittels Prototypen einem Reality Check unterziehen. Anschliessend wirst du Klarheit darüber haben, ob es sich lohnt, ein Projekt zu starten oder nicht.

Solltest du zwischenzeitlich die Orientierung verlieren, wo du stehst, schau dir einfach die Übersicht auf Seite 5 an.

Um die Werkzeuge zu veranschaulichen, nehmen wir ein fiktives Projekt für «Heidi, die Super-Oma» zur Hilfe.

**VIEL ERFOLG, WIR
BEGLEITEN DICH.**

superloop 