

KAPITEL 2

Ideenfindung

Alles beginnt mit einer guten Idee	24
Der Ideenfindungsprozess	26
Kreativitätsmethoden	28
Ideenworkshop	30

Alles beginnt mit einer guten Idee

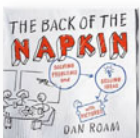
Eine gute User Experience zu bieten, bedeutet, die Erwartungen der Kunden zu übertreffen – dazu braucht es Innovation. Innovation ist die Kunst, ein bestehendes Problem auf irgendeine Art eleganter, einfacher oder effizienter zu lösen als alle bisher bekannten Lösungen. Innovation entsteht durch Kreativität – die Fähigkeit, durch Kombination von bestehendem Wissen neue Ideen zu schaffen.

Grundsätzlich ist jeder Mensch kreativ, wenn auch nicht gleich ausgeprägt. Kreativität hängt von gewissen Persönlichkeitseigenschaften, der Motivation und der Assoziationsfreude einer Person ab. Gestalterische Tätigkeiten, wie Zeichnen, Musizieren oder Basteln aktivieren die rechte Hirnhälfte, während logische, abstrakte Tätigkeiten, wie Rechnen oder Sprachenlernen eher die linke Hirnhälfte aktivieren. Um innovative Lösungen zu finden, muss zuerst die Kreativität in uns geweckt werden.

Ein weiterer wichtiger Aspekt für kreatives Schaffen ist eine geeignete Umgebung. Wichtig ist dabei, dass wir uns in dieser Umgebung wohlfühlen. Denn nur dann können wir Stresshormone abbauen, welche die Kreativität hemmen. Eine kreativitätsfördernde Umgebung sollte uns durch verschiedene Reize zu neuen Assoziationen inspirieren. Dazu eignen sich verschiedene Bilder, Farben, Formen oder Klänge. Die Natur ist ebenfalls eine gute Quelle der Inspiration.

Wenn die vorhandene Inspiration nicht ausreicht, kann die Kreativität auch gezielt durch Kreativitätsmethoden gefördert werden. Sie bringen uns dazu, gewohnte Denkmuster zu verlassen, um bewusst ungewohnte Assoziationen zu bilden, welche dann zu neuen Ideen führen.

Eine innovative Lösungsidee zu haben ist Gold wert, denn sie bildet die Grundlage für das neue Produkt. Auf ihr bauen alle nachfolgenden Gestaltungsarbeiten auf. Die Innovationskraft einer Idee kann über Niederlage oder Erfolg eines Produkts entscheiden. Durch eine gute Lösung können ohne weiteres Monate an Entwicklungsarbeit eingespart werden oder Alleinstellungsmerkmale geschaffen werden, die das Produkt von Mitbewerbern abheben. Es lohnt sich daher in jedem Fall, genügend Zeit in eine gute Idee zu investieren.



BUCHTIPP

The Back of the Napkin. Solving problems and selling ideas with pictures.
Roam, Dan (2008). Portfolio Hardcover, ISBN: 978-1591841999

MERKSATZ

„Eine gute Idee ist der Kern jeder Produktentwicklung – ihre Innovationskraft entscheidet über Erfolg oder Misserfolg.“



Der Ideenfindungsprozess

Der Ideenfindungsprozess beschreibt ein mögliches Vorgehen, wie mit wenig Aufwand in kurzer Zeit eine innovative und passende Lösung zu einer Problemstellung gefunden werden kann. Dazu werden zuerst in einer analytischen Phase das Problem und die Ziele formuliert, anschließend werden in einer kreativen Phase möglichst viele Ideen gesammelt, die dann in der kritischen Phase schrittweise aussortiert und konkretisiert werden, bis am Ende eine optimale Lösung steht.

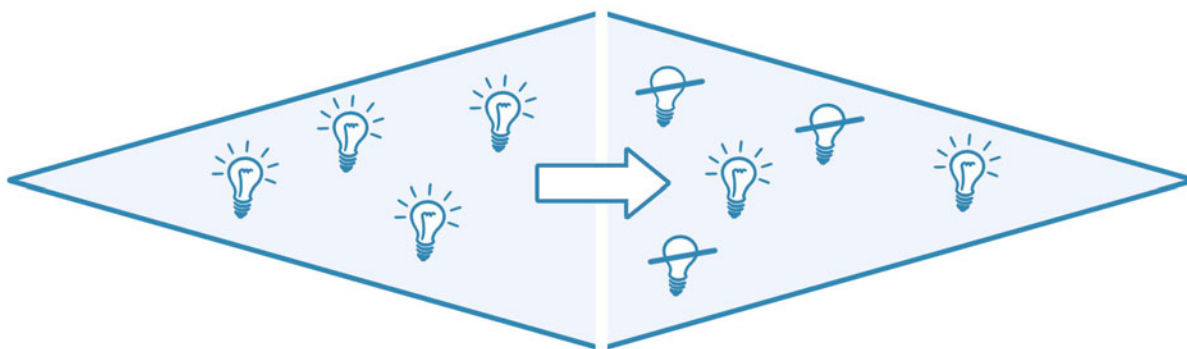
Der Ideenfindungsprozess verhindert, dass durch Kritik gute Ideen zu früh verworfen werden und dass an einer ersten Lösung festgehalten wird, ohne weitere Lösungsvarianten in Betracht zu ziehen. Tut man dies, läuft man Gefahr wertvolle Innovationskraft zu verschenken und im Ernstfall keine Alternativen bereit zu haben.

Auch wenn eine Idee anfangs nicht alle Fragen beantworten kann, sollte sie trotzdem weiter verfolgt und ausgearbeitet werden, bis sich entweder die Fragen klären, oder die Idee bewusst ausgeschlossen werden kann. Besonders Ingenieure tun sich schwer damit, mehrere Ideen zu verfolgen, vor allem dann, wenn von einer Idee noch nicht abschließend gesagt werden kann, ob sie überhaupt zu einer Lösung führt.



1. Die analytische Phase

In der analytischen Phase soll ein gemeinsames Verständnis für das gestellte Problem geschaffen und die Ziele festgelegt werden. Dazu wird ein sogenanntes Briefing durchgeführt. Bei diesem Treffen setzen sich die Lösungssuchenden mit dem kreativen Team zusammen, besprechen die Rahmenbedingungen und versorgen sie mit allen nötigen Informationen. Dann erfolgt der Übergang in die kreative Phase.



2. Die kreative Phase

In der kreativen Phase werden zuerst anhand verschiedener Kreativitätsmethoden möglichst viele verschiedene und unbeeinflusste Ideen generiert. Danach werden die einzelnen Ideen einander gegenübergestellt, um weitere Ideen zu wecken. Wichtig ist dabei, die Ideen noch nicht zu kritisieren. Die gefundenen Ideen werden anschließend weiter ausgearbeitet und konkretisiert. Mehrfache oder sehr ähnliche Ideen werden kombiniert, dann folgt die kritische Phase.

3. Die kritische Phase

In der kritischen Phase werden die Ideen anhand von Selektionskriterien bewertet und in mehreren Runden aussortiert und weiter konkretisiert. Als Selektionskriterien eignen sich die Produktvision, Personas und Szenarien, Designprinzipien, Feedback von Benutzern, aber auch eine gute Intuition des Produktmanagers. Durch die schrittweise Aussortierung und Ausarbeitung der Ideen wird sichergestellt, dass bei minimalem Aufwand die optimale Lösung gefunden wird.

Kreativitätsmethoden

Kreativitätsmethoden fördern die Kreativität gezielt, indem sie auf verschiedene Arten versuchen, bestehendes Wissen neu zu kombinieren, um daraus Ideen zu generieren. Kreativitätsmethoden werden in intuitive und diskursive Methoden unterteilt. Intuitive Methoden versuchen durch gezielte Reize das Hirn dazu zu bringen, neue Gedanken-

assoziationen zu bilden, um implizites Wissen an die Oberfläche zu bringen. Diskursive Methoden hingegen suchen systematisch nach neuen Ideen, indem sie das Problem in kleine Teile zerlegen und diese neu kombinieren.

Intuitive Methoden

Brainstorming

Beim Brainstorming werden in der Gruppe in kurzer Zeit möglichst viele Ideen generiert, ohne dabei zu werten. Durch die Diskussion regen sich die Teilnehmer gegenseitig zu neuen Ideen an. In einem zweiten Schritt werden die Ideen bewertet und aussortiert.



Galeriemethode

Bei der Galeriemethode erarbeitet zuerst jeder Teilnehmer für sich eine Lösungsidee. Danach werden die Lösungen einander kurz vorgestellt. In einer zweiten Runde werden ungeeignete Lösungen aussortiert, gute Ansätze kombiniert und weiter ausgearbeitet.



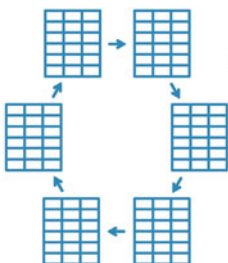
Semantische Intuition

Bei der semantischen Intuition werden zwei beliebige Wörter aus dem Umfeld der Aufgabe miteinander verbunden. Daraus entstehen interessante Wortkombinationen, die nicht immer direkt einen Sinn ergeben, dafür aber zu interessanten Ideen anregen.

Spiegelschrank Föhn
Wasserhahn Zahnbürste
Rasierapparat Dusche
Vorhang Licht

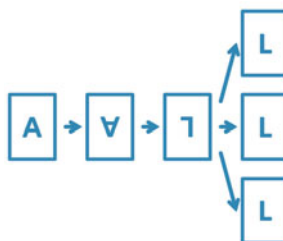
Methode 6-3-5

Bei der Methode 6-3-5 schreiben 6 Teilnehmer 3 Ideen auf ein Blatt und reichen es nach 5 Minuten weiter. So entwickelt jeder Teilnehmer die Ideen eines anderen weiter. So entstehen in 30 Minuten 108 Ideen. Dazu braucht man ein Blatt mit 6 x 3 Feldern.



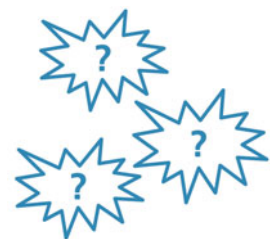
Kopfstandtechnik

Bei der Kopfstandtechnik wird die Aufgabenstellung umgekehrt. Anschließend werden für die umgekehrte Aufgabe Lösungen gesucht. Diese Lösungen werden dann wieder auf den Kopf gestellt. So entstehen neue Lösungsideen.



Provokationstechnik

Bei der Provokationstechnik wird durch Provokationen (Was-wäre-wenn-Szenarien), das Denken aus den gewohnten Bahnen geworfen, um neue Ideen zu generieren. Dabei können Aspekte idealisiert, vereinfacht, übertrieben oder weggelassen werden.



Diskursive Methoden

Morphologischer Kasten

Beim morphologischen Kasten werden Merkmale des Produkts in den Zeilen und mögliche Ausprägungen davon in den Spalten einer Tabelle aufgelistet. Anschließend können aus dem Merkmalkasten verschiedene Produkte kombiniert werden.

	A	B	C	D
Merkmal 1	●	●		●
Merkmal 2	●	●	●	●
Merkmal 3	●	●	●	●
Merkmal 4	●		●	●

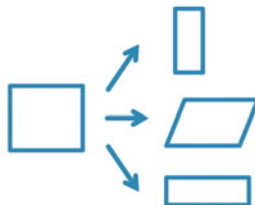
Kraftfeldanalyse

Die Kraftfeldanalyse untersucht die verändernden und zurückhaltenden Kräfte einer Situation. Daraus können Szenarien entwickelt werden, was passiert, wenn eine zurückhaltende Kraft abgeschwächt oder eine verändernde Kraft verstärkt wird.



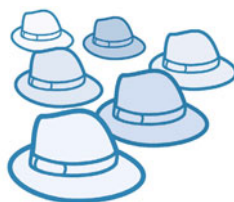
SCRAMPER

SCRAMPER ist eine Methode, bei der durch das systematische Verändern eines bestehenden Produktes neue Produktideen gesucht werden. Das Akronym steht für Ersetzen, Kombinieren, Ändern, Vergrößern, Modifizieren, Entfernen und Umkehren.



Sechs-Hut Methode

Bei der Sechs-Hut Methode wird eine Problemstellung diskutiert, wobei jeder Teilnehmer eine Rolle vertritt: Weiß denkt analytisch, Rot denkt emotional, Schwarz denkt pessimistisch, Gelb denkt optimistisch, Grün denkt kreativ und Blau denkt organisiert.



TRIZ

TRIZ ist eine Sammlung der 40 häufigsten Lösungsansätze, die in zahlreichen Patenten zum Erfolg geführt haben. Es sind allgemeine Erfolgskonzepte, die bei der Ideenfindung angewendet werden können. Nachfolgend ist ein Teil der Liste abgebildet:

- Zerlege es
- Trenne etwas ab
- Mach es universeller
- Verhindere es
- Verwende eine Rückkopplung
- Kehre seine Funktion um
- Mach es dynamisch
- Verwende Selbstbedienung
- Schädliches zu Nützlichem
- Setze einen Vermittler ein
- Kopiere es
- Kurzlebig anstatt langlebig
- Nutze Gleichartigkeit
- Verändere seine Eigenschaften
- usw.

Ideenworkshop

Gute Ideen entstehen oft dann, wenn sich verschiedene Personen gegenseitig inspirieren. Deshalb findet die kreative Ideenfindung oft in einer Gruppe statt. Dazu eignet sich ein Ideenworkshop, zu dem verschiedene Teilnehmer aus dem Projektumfeld eingeladen werden, um gemeinsam an Ideen für das neue Produkt zu arbeiten.

Die Teilnehmer können Produktmanager, Designer, Entwickler, Stakeholder, Fachexperten, aber auch Benutzer des Produktes sein. Idealerweise vertreten sie verschiedene Interessen und haben eine breite Sicht auf das Problemfeld. Für eine effektive Gruppenarbeit sollten zwischen drei und acht Personen am Workshop teilnehmen. Bei größeren Gruppen besteht die Gefahr, dass die Koordination mehr Zeit beansprucht als die eigentliche Ideenfindung.

Der Workshop besteht aus einer Einleitung, einem Kreativteil und einem Abschluss. In der Einleitung gibt es eine kurze Vorstellungsrunde, eine Einführung in das Thema und eine Präsentation der Ziele. Im anschließenden Kreativteil werden mit Hilfe verschiedener Kreativitätstechniken neue Ideen erarbeitet, die dann für den Abschluss zusammengetragen, präsentiert und diskutiert werden. Der Workshop wird durch einen Moderator geleitet.

Vorbereitung des Workshops

Zur Vorbereitung des Workshops gehört das Einladen der Teilnehmer, eine kurze Einarbeitung in das Thema und die Organisation eines Raumes. Dieser sollte genügend groß sein, um in Gruppen arbeiten zu können, und Platz für Stellwände bieten. Ein heller und gemütlicher Raum fördert zudem die Kreativität. Der Raum sollte mit folgender Infrastruktur ausgestattet sein:

- Moderationskoffer (Stifte, verschiedene Karten, Klebepunkte, Stecknadeln)
- Flipchart
- Pinnwände
- Digitalkamera
- Getränke

Durchführung des Workshops

Wenn sich alle Teilnehmer eingefunden haben, beginnt der Moderator mit der Einleitung. Dabei werden der Ablauf und die Ziele des Workshops erklärt. Dann folgt eine Vorstellungsrunde und die Einführung in das Thema. Dazu eignen sich eine Bildschirmpräsentation, eine Produktvorführung, aber auch ein Rollenspiel.

Danach beginnt der Kreativteil. Der Moderator erteilt den Gruppen Aufgaben, und diese versuchen unter Zuhilfenahme verschiedener Kreativitätsmethoden möglichst viele innovative Ideen zu generieren. Zwischendurch trifft sich die Gruppe wieder und die Lösungen werden konsolidiert und besprochen. Danach beginnt die nächste Aufgabe.

Für einen erfolgreichen Workshop ist es wichtig, dass Störungen so gut es geht vermieden werden. Daher sollten die Türen geschlossen, Laptops zur Seite gelegt und Mobiltelefone lautlos gestellt werden. Wichtig ist auch, den Zeitplan einzuhalten und genügend Pausen zu machen.

Nach dem Kreativteil folgt der Abschluss des Workshops. Dabei werden die Ergebnisse des Tages nochmals zusammengefasst und möglichst konkrete Maßnahmen abgeleitet. Jeder Teilnehmer kann zudem ein kurzes Feedback zum Workshop abgeben.

Nachbearbeitung

Die Dokumentation der Ergebnisse ist ein wichtiger Schritt, da sonst viele gute Ideen und Details schnell wieder in Vergessenheit geraten. Da beim Workshop gerne mit Papier und Whiteboards gearbeitet wird, sind Digitalfotos eine einfache und schnelle Art der Dokumentation. Die Fotos können anschließend in einem Dokument zusammengetragen und an die Teilnehmer verschickt werden – fertig ist das Protokoll. Die überdimensionalen Flipcharts und unzähligen Papierkarten brauchen damit nicht länger aufgehoben werden.



Workshop-Techniken



Kartenabfrage

Die Teilnehmer schreiben ihre Beiträge zu einer Frage auf Karten und hängen sie an die Pinnwand. Der Moderator liest alle Karten vor und gruppiert sie in Themen.



Punkteabfrage

Der Moderator schreibt eine Frage mit einer Antwortskala auf das Flipchart. Die Teilnehmer erhalten Selbstklebepunkte und kleben diese auf die Skala.



Zurufverfahren

Die Teilnehmer rufen dem Moderator Beiträge zu und er notiert diese auf einem Flipchart.



Fragen- und Themenspeicher

Themen oder Fragen, die nicht sofort behandelt werden können, werden an einem gut sichtbaren Ort aufgeschrieben, so dass sie nicht vergessen werden.



Kleingruppen

Der Moderator teilt die Teilnehmer in Kleingruppen auf und gibt jeder Gruppe ein Thema. Diese diskutiert das Thema und hält die Ergebnisse auf einem Flipchart fest, das anschließend der ganzen Gruppe präsentiert wird.



Blitzlicht

Jeder Teilnehmer darf nacheinander kurz seine Einschätzung der Situation oder seine Stimmung mitteilen. Die Beiträge werden nicht kommentiert. Dies ist oft ein guter Abschluss eines Workshops.



IDEENFINDUNG ZUSAMMENGEFASST

- Um die Erwartungen der Kunden zu übertreffen braucht man Innovation.
- Innovation bedeutet, eine simplere, innovativere oder elegantere Lösung zu finden, als sie Produkte von Mitbewerbern bieten. Dazu benötigt man Kreativität.
- Kreativität ist die Fähigkeit neue Idee zu generieren, indem bestehendes Wissen neu kombiniert wird.
- Um kreativ zu sein, ist eine entspannte, positive Atmosphäre erforderlich, da Stress das freie Denken hemmt.
- Kreativität entsteht meist durch Inspiration. Sie kann jedoch auch bewusst durch den Einsatz von Kreativitätsmethoden gefördert werden.
- Kreativitätsmethoden stimulieren entweder das Gehirn, um die Ecke zu denken, oder sie suchen systematisch nach neuen sinnvollen Assoziationen.

User Experience Design

Mit erlebniszentrierter Softwareentwicklung zu
Produkten, die begeistern

Moser, C.

2012, VIII, 252 S. 100 Abb. in Farbe., Hardcover

ISBN: 978-3-642-13362-6