



Name: **«Ich brauche Ideen und Inspirationen»**

Zielgruppe: Alle interessierten Mitarbeiter der Aduno Gruppe

Datum / Version: 31.07.2017 / Version 1.0

Absender: Innovation & Technology Management / Julia

Ausgangslage

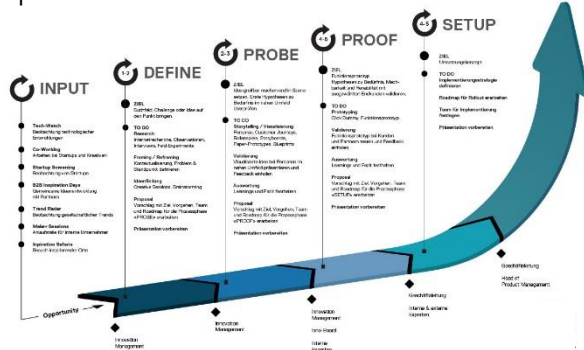
Es gibt Teilideen zu einem Produkt oder einer Lösung, aber es fehlen noch Bestandteile oder das Team muss zu einer bestimmten Fragestellung komplett neue Ideen sammeln. Im Creative-Workshop lassen sich mit einer strukturierten Methodik viele Ideen in Rekordzeit sammeln. Dieses Modul erklärt, wie das geht.

Ziele des Moduls

- Wann wende ich welche Methoden an?
- Wie funktioniert mein Creative-Workshop?
- Wer sollte bei einem Creative-Workshop dabei sein?
- Welche Ergebnisse kann ich erwarten?
- Wie strukturiere ich einen Creative-Workshop?
- Wie strukturiere ich meine Gedanken vor einem Creative-Workshop?
- Was mach ich mit den Learnings nach dem Creative-Workshop?
- Wer kann mir helfen?
- Was gibt es für Dos und Don'ts?

Einsatz im Aduno Innovations Prozess

Input / Define



Ein Creative-Workshop funktioniert dadurch, dass man Fachexperten mit einer festen Meinung und viel Themen-Erfahrung zusammen mit themenfremden Personen sowie mit Kunden, die das Produkt oder die Dienstleistung später nutzen sollen, zusammen bringt.

Wer sollte beim einem Creative-Workshop dabei sein?

1/3 + 1/3 + 1/3 Kunden, Themen Fremde, Themen Experten

Wie funktioniert mein Creative-Workshop?

Die Themenfremden trauen sich alles zu fragen was sie nicht verstehen. Die Kunden bringen ihr Wissen aus der Anwendung, ohne die Hintergründe zu verstehen. Die Experten müssen sich erklären. Grob kann man sagen: Die Themenfremden katalysieren das Wissen der Experten und Kunden. Gemeinsam kommen sie auf neue Inspirationen und Ideen.

Welche Ergebnisse kann ich erwarten?

Die Ergebnisse sind nur so gut wie die Gesamtheit aller Teilnehmer. Unbedingt vor dieser Phase definieren, welche Ergebnisse man gerne erzielen möchte und wie man misst, ob die Ziele erreicht worden sind.

Wie strukturiere ich einen Creative-Workshop?

Beschaffen, Verdichten, Entscheiden.

Es ist wie auf einem Flohmarkt, Es ist immer das Kombinieren von zwei Dingen, oder es ist das Addieren und Subtrahieren.

Aufgabe A

Formuliere deine Aufgabenstellung so, dass sie beim Zuhörer Bilder im Kopf erzeugt. Erstelle fünf völlig verschiedene Fragestellungen zu deinem Thema. Kurz, prägnant, mit Wörtern, die Bilder im Kopf erzeugen, offen mit Fragezeichen am Ende.

Aufgabe B

Definiere 10 Suchfelder für deine Aufgabenstellung. Die Suchfelder findest du in deiner Auftragsklärung. Im Schritt zwei kombiniere jedes Suchfeld mit mindestens drei Triggern. Wie können die Fragen aussehen? (Suchfeld ist z.B. Produkt / Trigger ist z.B. in einer anderen Kultur)

Aufgabe C

Gestalte einen Workshop:

Thema: Wie sieht die fliegende Kreditkarte aus. Du brauchst eine Auftragsklärung. Eine Fragestellung. Teilnehmer. Aufgaben. Ein Datum und einen Ablaufplan. Eine Einladungsmail. Einen Ort. Material.

dann immer kopieren.

Der erste Workshop ist am schwierigsten. Wenn du den erstmal geplant hast gehen alle weiteren schon viel leichter. Du kannst

Aufgabe C

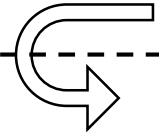
ist eine Mischung zwischen guter Komposition und einem kniffligen Rätsel.

Das Schreiben von Fragen für die Beschaffungsphase ist für unübliche sehr schwierig. Daher muss man das üben um es später aus dem ff zu können. Aus jedem Suchfeld kann man eine gute Frage machen. Aber nicht jeder Tripper passt zu jeder Frage. Es

Aufgabe B

Die Projektfrage ist die einzige Frage die in der Verdichtungsphase gestellt wird. Diese Frage muss gut funktionieren. Eine Frage kann sofort beantwortet werden. Die Frage muss für viele gute Antworten generieren und ist daher so wichtig.

Aufgabe A



Intranet

<https://intranet/pages/viewpage.action?pagelid=96999391>

Wer hat das Modul schon angewandt?

<https://intranet/pages/viewpage.action?pagelid=99189342>

Wer kann mir weiterhelfen in der Aduno Gruppe?

Isabella Gyr

Wer sich aus der Aduno Gruppe sicher in diesem Thema fühlt darf mir gerne seinen Namen sagen und ich ergänze ihn hier. Danke

Wer kann mir weiterhelfen außerhalb der Aduno Gruppe?

- Innoveto
<http://www.innoveto.com/>
- BrainStore
<https://www.brainstore.com/de>
- Yutongo
<https://www.yutongo.com/>
- Creaholic
<https://www.creaholic.com/>
- HCD Works / Swisscom
<https://www.swisscom.ch/de/business/hcd-works.mobile.html?wcmmode=disabled&endless>

Interessante Links:

<https://de.wikipedia.org/wiki/Osborn-Checkliste>

Wann wende ich welche Methoden an?

Ich kann diese Methode immer für jede Fragestellung anwenden und in jeder Prozessphase.

Die Länge eines Creative-Workshops kann variieren von 10 Min. bis zu 48 Stunden. Je nachdem, was man erreichen möchte. Wichtig ist, dass eine ausgearbeitete DIN-A4 große Ausgangslage vorliegt.

Wie strukturiere ich meine Gedanken vor einem Creative-Workshop?

Am besten mit einer 5 Punkte-Ausgangslage: Fragestellung, Ausgangslage, Projektziele, erwartete Resultate und Kriterien zum Messen der Resultate. Für das Erstellen eines Workshops sollte man das Problem 360 Grad beleuchten. Am besten mit einer Mindmap, um sicher zu sein, dass man alle Felder ideal abgedeckt hat.

Was mache ich mit den Learnings nach dem Creative-Workshop?

Ich (z.B. Projekt-/Produktverantwortlicher) muss die Ergebnisse auswerten, priorisieren und auf einer Road Map positionieren.. Danach muss ich entscheiden, was wie umgesetzt werden soll

Was gibt es für Dos und Don'ts?

Do

Nein-Sager einladen.

Alles ist erlaubt. Offen auf alles Neue zugehen in der Beschaffungsphase.

Don't

Nur im gleichen Ideen-Kosmos bleiben.

Die Phasen „Beschaffen, Verdichten und Entscheiden“ mixen.