



IDEENFINDUNG UND INNOVATION



Finanziert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind jedoch ausschließlich die des Autors/der Autoren und spiegeln nicht unbedingt die der Europäischen Union oder der Europäischen Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA können für diese verantwortlich gemacht werden.



Kofinanziert durch das
Programm Erasmus+
der Europäischen Union

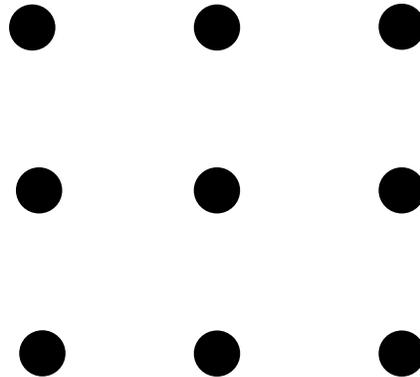
**DAS SCHÖNE AM LERNEN
IST, DASS ES EINEM
NIEMAND WEGNEHMEN
KANN.**

B.B. King

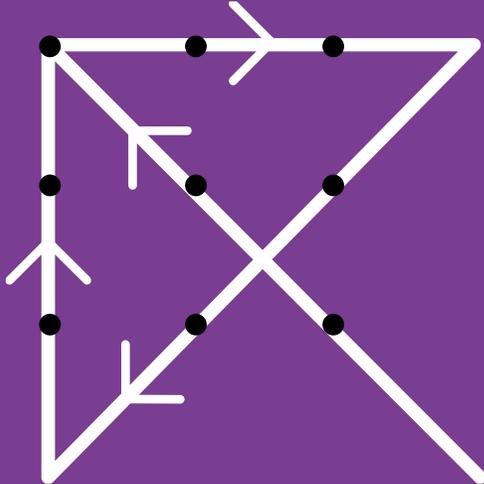
AUFWÄRMÜBUNG



Verbinde alle Punkte mit einem Stift durch vier gerade Linien, ohne den Stift abzusetzen. Es kann an einem beliebigen Punkt begonnen werden.



DIE LÖSUNG



Denke über den Tellerrand hinaus!

Grenzen hinterfragen

Was sind die Grenzen, in die sich die Lösung einfügen muss? Bestehen die Grenzen nur in der eigenen Wahrnehmung oder sind sie Realität? Was ergeben sich für Möglichkeiten, wenn Sie die Grenzen überschreiten? Was sind die Vorteile von Grenzverschiebungen?

Harte Arbeit allein ist nicht die Lösung

Die Wiederholung desselben falschen Prozesses immer und immer wieder funktioniert nicht. Man kann einer Lösung sehr nahe sein, ohne ihr näher zu kommen. Nicht nur durch reines Nachdenken kann man die Lösung finden.

ÜBER DEN TELLERRAND HINAUS:

EIN BEISPIEL AUS DER PRAXIS

Airbnb hat das traditionelle Gastgewerbe auf den Kopf gestellt, indem es eine einzigartige und innovative Plattform anbietet, über die Menschen ihre Häuser oder Gästezimmer an Reisende vermieten können. Anstatt dem konventionellen Hotelmodell zu folgen, bot Airbnb eine völlig neue Möglichkeit für Reisende, ein Reiseziel zu erleben, indem sie in Häusern, Wohnungen oder einzigartigen Unterkünften übernachteten.

Dieser ungewöhnliche Ansatz schuf ein Gefühl der Zugehörigkeit und Authentizität, das Hotels nicht bieten konnten.



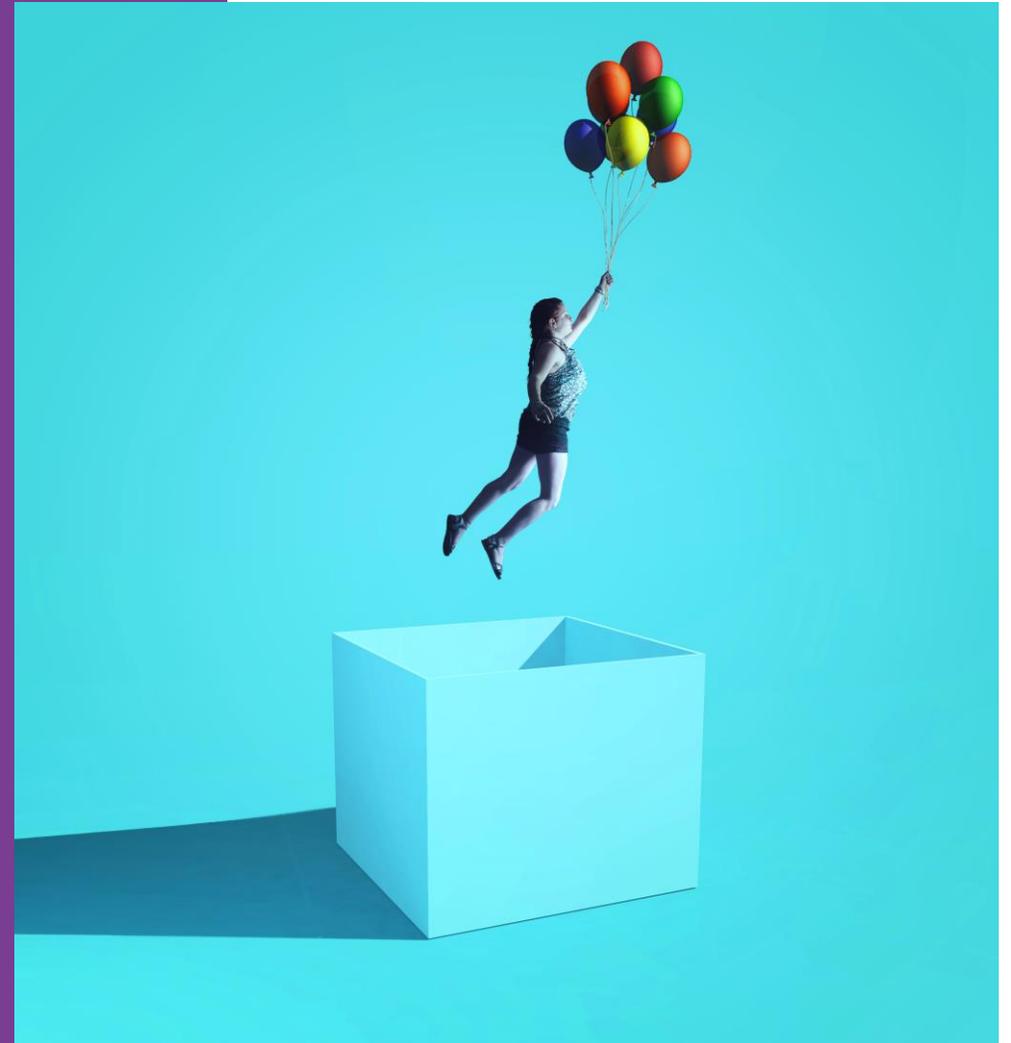
IHRE LÖSUNGEN

Wie haben Sie das Problem gelöst?
Durch Ausprobieren oder Strategie?

Was war die größte Schwierigkeit?

Was können Sie aus dieser Übung
lernen?

Behalten Sie Ihre Erkenntnisse für
den nächsten Workshop im Kopf!



INHALT

- 01** Einführung und Motivation
- 02** Konzept und Grundlagen
- 03** Entwicklung praktischer Fähigkeiten
- 04** Reflektion und Zusammenfassung



01

EINFÜHRUNG UND MOTIVATION



EINFÜHRUNG UND MOTIVATION

Dieses Modul konzentriert sich auf
Innovatives Denken und Generierung von Ideen

Was denkst du:
**Warum sind diese Kompetenzen für das
Unternehmertum wichtig?**



WARUM SIND INNOVATIVES DENKEN UND DAS GENERIEREN VON IDEEN WICHTIG FÜR DAS UNTERNEHMERISCHE HANDELN?

Förderung von Kreativität und Innovation

- Unternehmertum lebt von kreativen Lösungen und innovativen Ideen
- Die Entwicklung neuer Ideen hilft Unternehmen, sich auf einem wettbewerbsintensiven Markt abzuheben
- Innovatives Denken führt zur Entwicklung einzigartiger Produkte, Dienstleistungen und Geschäftsmodelle

Unternehmerisches Denken und Handeln

- Das Generieren von Ideen und innovatives Denken sind der Kern einer unternehmerischen Denkweise
- Unternehmer, die sich diese Kompetenzen zu eigen machen, sind eher bereit, kalkulierte Risiken einzugehen und Chancen zu nutzen
- Es fördert eine proaktive und vorausschauende Herangehensweise an Problemstellungen

Erkennen von Marktchancen

- Die Fähigkeit, Ideen zu entwickeln, ermöglicht es Unternehmern, Marktlücken und -chancen zu erkennen
- Innovatives Denken hilft dabei, unerfüllte Kundenbedürfnisse und aufkommende Trends zu erkennen
- Unternehmer können Lösungen schaffen, die diese Chancen nutzen und so zum Geschäftserfolg führen

Anpassungsfähigkeit

- Innovative Denker sind besser in der Lage, sich an die sich ständig verändernde Unternehmenslandschaft anzupassen
- Die Entwicklung von Ideen ermöglicht es Unternehmern, ihre Strategien und Angebote als Antwort auf Marktveränderungen anzupassen
- Innovatives Denken ermöglicht es Unternehmen, in einer sich schnell verändernden Welt relevant und flexibel zu bleiben

WARUM SIND INNOVATIVES DENKEN UND DAS GENERIEREN VON IDEEN WICHTIG FÜR DAS UNTERNEHMERISCHE HANDELN?

Inspirierende Zusammenarbeit im Team

- Unternehmer, die Wert auf die Entwicklung von Ideen und Innovationen legen, inspirieren eine Kultur der Kreativität innerhalb ihrer Teams
- Teammitglieder sind motiviert, ihre einzigartigen Perspektiven und Ideen einzubringen
- Kollaborative Innovation fördert ein dynamisches und engagiertes Arbeitsumfeld

Wettbewerbsvorteile ausbauen

- In einem wettbewerbsintensiven Markt hebt die Fähigkeit zur Innovation Unternehmen von anderen ab
- Unternehmer, die ständig neue Ideen entwickeln, können sich einen Wettbewerbsvorteil verschaffen
- Innovation wird zu einem entscheidenden Faktor für den Erfolg des Unternehmens

Ermutigung zu Wachstum und Expansion

- Innovative Ideen können zur Ausweitung von Produkten, Dienstleistungen oder Geschäftsmodellen führen
- Unternehmer, die Ideen zur Diversifizierung entwickeln, können neue Märkte und Einnahmequellen erschließen
- Kontinuierliche Innovation fördert Unternehmenswachstum und Skalierbarkeit

WARUM SIND INNOVATIVES DENKEN UND DAS GENERIEREN VON IDEEN WICHTIG FÜR DAS UNTERNEHMERISCHE HANDELN?

Die Entwicklung von Ideen und innovativem Denken sind für Unternehmer von grundlegender Bedeutung, um Herausforderungen zu meistern, Chancen zu ergreifen und wirkungsvolle Unternehmen zu gründen. Diese Kompetenzen treiben die unternehmerische Reise voran und tragen zum Aufbau nachhaltiger Unternehmen bei.



02

KONZEPT UND GRUNDLAGEN



DESIGN THINKING

Einige Grundkenntnisse: Was ist Design Thinking?

Design Thinking ist eine kreative und strukturierte Methode, um Probleme zu lösen und innovative Ideen zu entwickeln.

**Menschen
zentriert**

Der Mensch mit seinen Bedürfnissen, Möglichkeiten, Erfahrungen und Kenntnissen ist der Ausgangspunkt der Überlegungen. Design Thinking legt den Schwerpunkt auf die Gestaltung von Produkten, Dienstleistungen oder Lösungen, die das Leben der Menschen verbessern.

Empathie

Design Thinking ermutigt dazu, sich in die Lage anderer zu versetzen, um deren Gefühle, Herausforderungen und Bestrebungen besser zu verstehen.

**Iterativer
Prozess**

Es geht darum, immer wieder Ideen zu entwickeln, Prototypen zu erstellen und sie zu testen, so dass eine kontinuierliche Verbesserung und Anpassung möglich ist.

Offenheit

Design Thinking ermutigt dazu, über den Tellerrand zu schauen und offen zu sein für neue Möglichkeiten und unkonventionelle Ideen.

Innovation

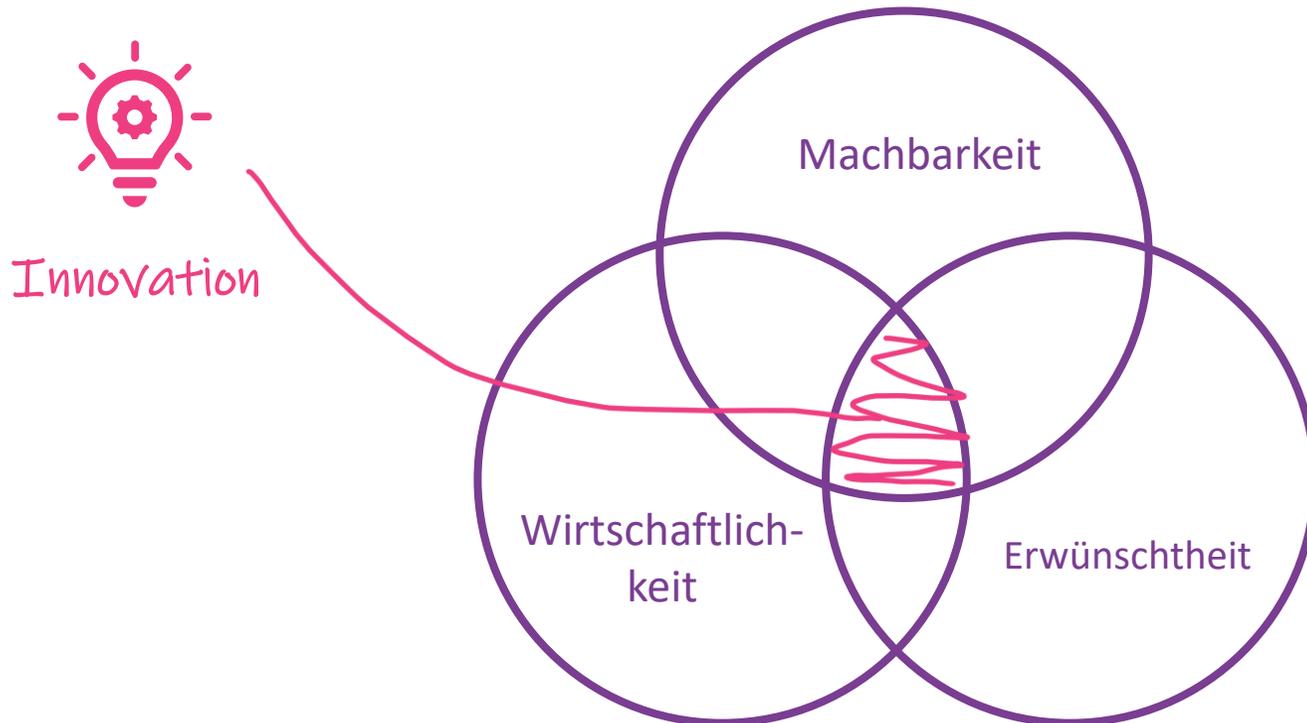
Sie fördert die Entwicklung einzigartiger und bahnbrechender Lösungen, die den sich wandelnden Bedürfnissen Ihrer Generation gerecht werden.

**Kolla-
boration**

Design Thinking fördert die Zusammenarbeit in verschiedenen Teams, die den kreativen Prozess aus unterschiedlichen Perspektiven bereichern.

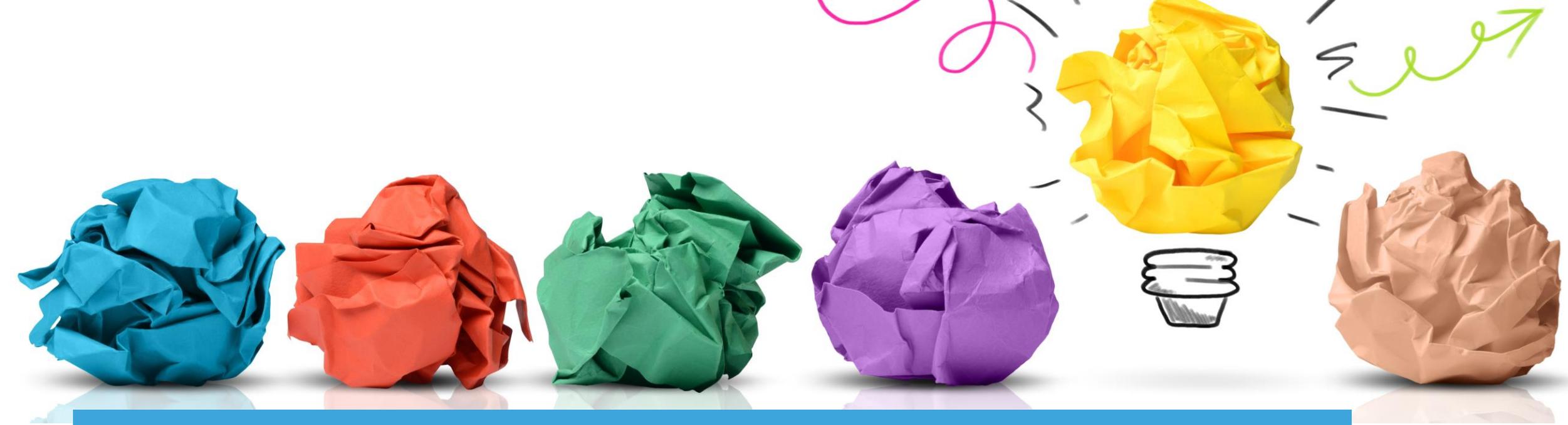
DESIGN THINKING

Erfolgreiche Innovationen ergeben sich aus den Bedürfnissen der Nutzer (Erwünschtheit), einer rentablen Lösung (Wirtschaftlichkeit) und der technischen Machbarkeit.



Warum sind die 3 Dimensionen so wichtig?

- Sie verringern die mit der Einführung neuer Lösungen verbundenen Risiken
- Sie helfen Teams, Organisationen und Unternehmen, schneller zu lernen
- Sie führen uns zu Lösungen, die innovativ sind und nicht nur das Problem beheben



DESIGN THINKING IST EIN AUF DEN MENSCHEN BEZOGENER INNOVATIONSANSATZ,

BEI DEM DIE BEDÜRFNISSE DER MENSCHEN, DIE MÖGLICHKEITEN DER TECHNOLOGIE

UND DIE ANFORDERUNGEN AN DEN GESCHÄFTLICHEN ERFOLG INTEGRIERT WERDEN.

Tim Brown, Chef von Ideo

Besuchen Sie die Ideo-Website, um mehr über Design Thinking zu erfahren: <https://designthinking.ideo.com/>

03

ENTWICKLUNG PRAKTISCHER FERTIGKEITEN



ÜBUNG



Lasst uns einen Design Thinking Workshop veranstalten!

Unsere heutige Herausforderung:

"Wie können wir ein Gefühl der Einheit und Zusammenarbeit unter jungen Menschen fördern, um lokale Herausforderungen zu bewältigen und positive Veränderungen in unserer Gemeinschaft voranzutreiben?"

UNSERE WORKSHOP-GRUNDSÄTZE

Erledigt ist besser als perfekt! Lege los und fange an, anstatt auf die perfekte Lösung zu warten.

Übe dich in Zurückhaltung bei Kritik, vor allem wenn keine Alternative zur Hand ist und gib stattdessen ungewöhnlichen Ideen eine Chance!



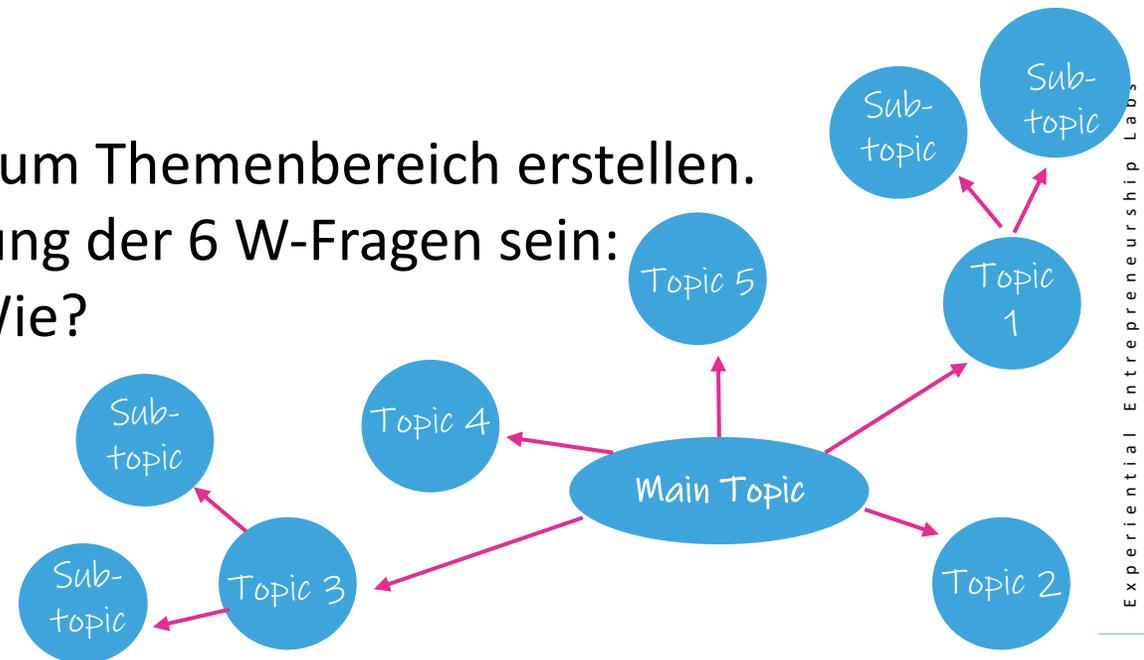
SICH MIT DEM THEMA VERTRAUT MACHEN



Macht euch in der Gruppe mit dem Themenbereich vertraut und diskutiert, welche Themen in Frage kommen. Welche Anwendungsfelder fallen euch ein?



Ihr könnt eine einfache Mindmap zum Themenbereich erstellen. Hilfreich kann auch die Beantwortung der 6 W-Fragen sein: Wer? was? Wann? Wo? Warum? Wie?



FIND THE FOCUS



Definiert ein Schwerpunktthema und beschreibt das spezifische Problem! Konzentriert euch auf eine bestimmte Zielgruppe, einen Aspekt oder einen Bereich des Problems.



Achtet darauf, dass euer spezifisches Thema enger gefasst ist als die ursprüngliche Herausforderung. Ihr solltet euch abstimmen, wenn ihr euch nicht sofort auf einen Schwerpunkt einigen könnt.

PERSONA / BENUTZERPROFIL

Nutze die Persona-Methode, um mehr über Deine Nutzer oder Kunden und ihre mögliche Lösung zu erfahren. Schlüpf in ihre Schuhe! Mit der Persona-Methode kannst Du einen detaillierten "Charakter" erstellen, der Deine Zielnutzer oder -kunden repräsentiert. Es ist, als würdest Du zum Detektiv werden und verstehen, was sie lieben, brauchen und wovon sie träumen. Entfessele Deine Empathie! Mache Dich bereit, Dich wie ein Superheld des Verständnisses zu fühlen! Personas helfen Dir, die Welt mit den Augen Deiner Nutzer oder Kunden zu sehen, ihre Ziele, Wünsche und Bedürfnisse zu verstehen, damit Du ihre Probleme lösen und ihr Leben verbessern kannst.



SICH IN DAS THEMA EINARBEITEN



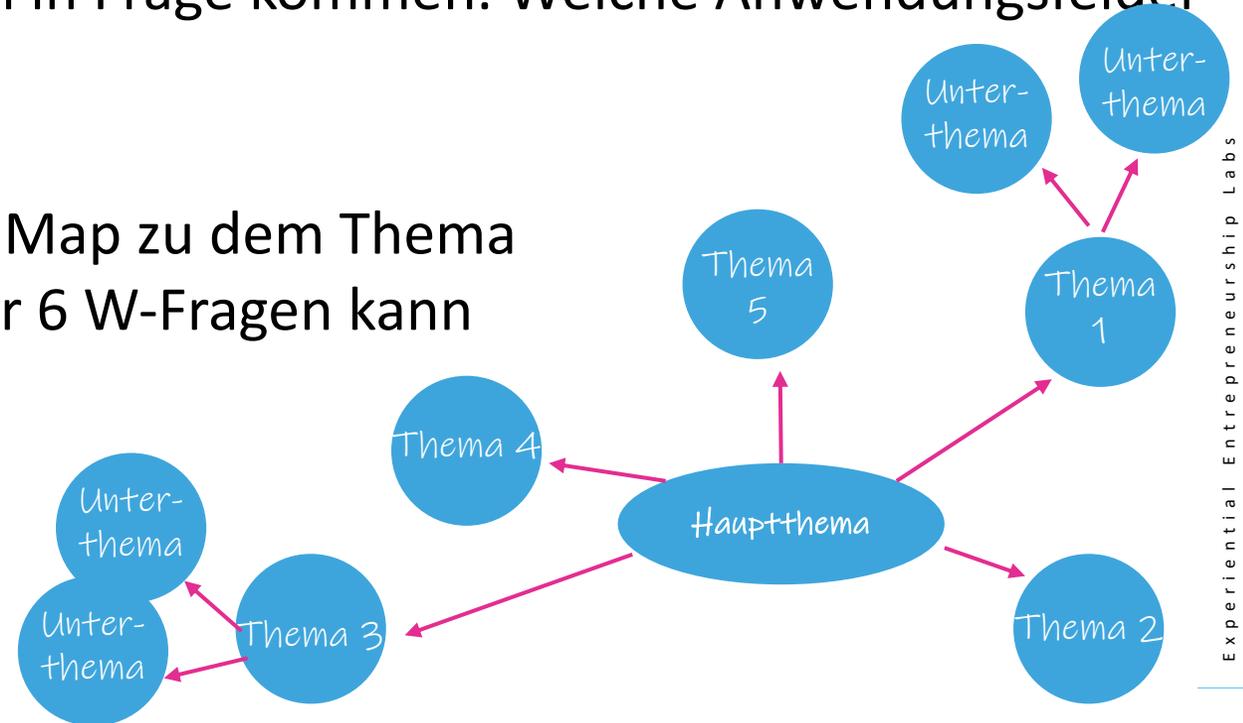
Machen Sie sich in der Gruppe mit dem Themenbereich vertraut und diskutieren Sie, welche Themen in Frage kommen. Welche Anwendungsfelder fallen Ihnen ein?



Sie können eine einfache Mind Map zu dem Thema erstellen. Die Beantwortung der 6 W-Fragen kann ebenfalls hilfreich sein:

Wer? was? Wann? Wo?

Warum? Wie?



SICH FOKUSSIEREN



Definieren Sie ein Schwerpunktthema und beschreiben Sie das spezifische Problem! Konzentrieren Sie sich auf eine bestimmte Zielgruppe, einen Aspekt oder einen Bereich des Problems.



Achten Sie darauf, dass Ihr spezifisches Thema enger gefasst ist als die ursprüngliche Herausforderung. Sie können abstimmen, wenn Sie sich nicht sofort auf ein Schwerpunktthema einigen können.

PERSONA / NUTZERPROFIL

Nutzen Sie die Persona-Methode, um mehr über Ihren Nutzer oder Kunden und Ihre mögliche Lösung zu erfahren.

Schlüpfen Sie in eine andere Perspektive! Mit der Persona-Methode können Sie einen detaillierten "Charakter" erstellen, der Ihren Zielnutzer oder -kunden darstellt. Es ist, als würden Sie zum Detektiv werden und verstehen, was der Kunde liebt, braucht und wovon er träumt.

Setzen Sie Empathie frei! Personas helfen Ihnen, die Welt mit den Augen Ihrer Nutzer oder Kunden zu sehen, ihre Ziele, Wünsche und Bedürfnisse zu verstehen, damit Sie ihre Probleme lösen und ihr Leben verbessern können.



ERWECKEN SIE DIE PERSONA ZUM LEBEN



Beschreiben Sie die Persona. Erwecken Sie sie zum Leben, indem Sie ihr einen Namen geben und ein Porträt zeichnen. Wodurch zeichnet sich die Persona aus? Was macht die Persona gerne?



Seien Sie so konkret wie möglich und formulieren Aussagen, die die Bedürfnisse und Eigenschaften Deiner Persona beschreiben.

PERSONA

Name

Bild

Demographie

Charakter und Verhalten

Erwartungen Ziele und Emotionen

Motivatoren

Herausforderungen

PERSONA

Name: Lara

Bild



Demographie

... ist eine 17-jährige Gymnasiastin, die in einem vielfältigen Stadtviertel aufgewachsen ist.

Charakter und Verhalten

... setzt sich leidenschaftlich für einen positiven Wandel ein und ist überzeugt, dass junge Menschen das Potenzial haben, in ihren Vierteln etwas zu bewirken, und engagiert sich in der Gemeinde.

Erwartungen, Ziele und Emotionen

... hat ein starkes Gefühl der Zugehörigkeit zu ihrem Kiez und möchte das Zusammengehörigkeitsgefühl der Bewohner stärken.... wünscht sich mehr gemeinschaftliche Projekte, von Gemeinschaftsgärten bis hin zu Mentorenprogrammen.

Motivatoren

... inspiriert von der Idee, dass die Zusammenführung junger Menschen ihr Viertel in eine blühende, eng verbundene Gemeinschaft verwandeln kann.

Herausforderungen

Einige junge Menschen in der Nachbarschaft fühlen sich abgekoppelt und es mangelt an Ressourcen für gemeinschaftliche Initiativen.

SPEZIFIZIEREN SIE DIE HERAUSFORDERUNG



Bereiten Sie sich auf die nächste Phase vor, indem Sie die Eckpunkte festlegen:

Formulieren Sie Ihren Schwerpunkt als konkretes Problem.

Wie können wir

der Persona

helfen

ihr spezifisches Problem zu lösen

?

BRAINSTORMING



Sammeln Sie eine Vielzahl von Ideen, um das Problem anzugehen! Führen Sie Gruppendiskussionen durch und entwickeln Sie die zuvor genannten Ideen weiter. Was wäre eine besonders innovative Idee?



Quantität ist wichtiger als Qualität! In diesem Schritt geht es zunächst darum, so viele Ideen wie möglich zu sammeln.

Schreiben Sie jede Idee auf einen separaten Post-it-Zettel.

BRAINSTORMING REGELN

- Zusammenarbeit in der Gruppe
- Quantität geht vor Qualität - Lassen Sie Ihren Gedanken freien Lauf!
- Kritik ist nicht erlaubt
- Bauen Sie auf den Ideen anderer auf - Lassen Sie sich inspirieren!
- Nehmen Sie alle Ideen an!



EXTRA-SCHUB FÜR IHRE KREATIVITÄT: REVERSE BRAINSTORMING

Wie funktioniert Reverse Brainstorming?

1. Kehren Sie das Problem um und listen Sie die Dinge auf, die es noch schlimmer machen könnten. Welche Faktoren könnten das Problem verschlimmern oder es schwieriger machen? Wie könnte genau das Gleiche erreicht werden?
2. Kehren Sie diese Ideen um, um Lösungen dafür zu finden.
3. Identifizieren Sie Lösungen, die zur Lösung des ursprünglichen Problems beitragen können.

ZUSÄTZLICHER SCHUB FÜR IHRE KREATIVITÄT: MASH-UP-INNOVATION

Was ist eine Mash-up Innovation?

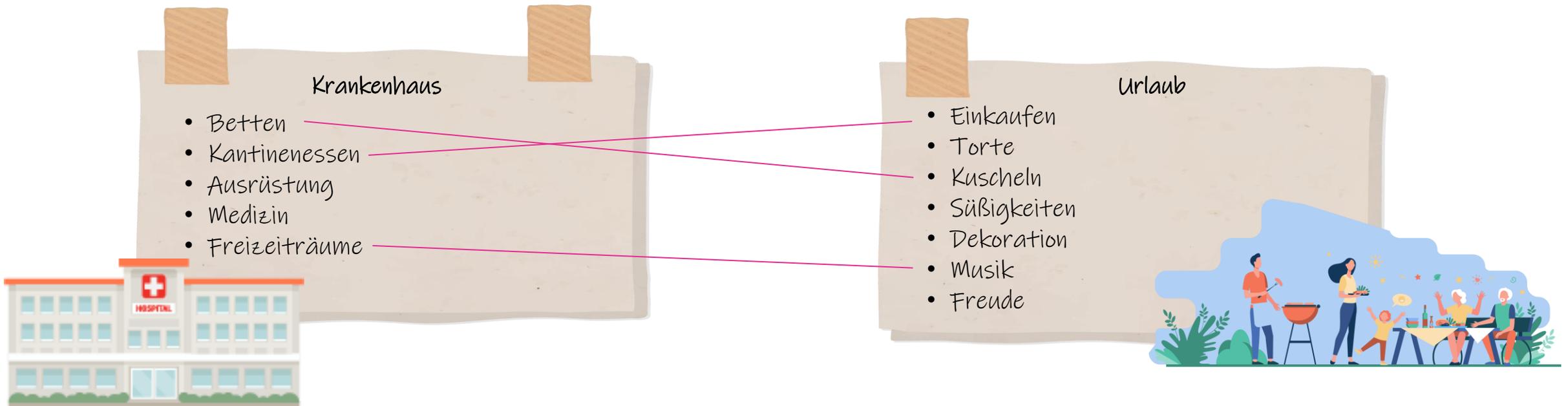
Bei Mash-Ups geht es darum, durch die Verschmelzung verschiedener Elemente gemeinsam originelle Ideen zu entwickeln.

1. Brainstorming zu verschiedenen Aspekten wie Technologien, menschlichen Bedürfnissen und bestehenden Lösungsangeboten.
2. Vermischen von Elementen, um frische, aufregende und innovative Konzepte zu entwickeln.

Mash-ups zeigen, wie schnell und einfach sich innovative Ideen entwickeln lassen.

BEISPIEL FÜR EINE MASH-UP-INNOVATION

Frage: Wie können wir die Familien von Patienten im Krankenhaus besser unterstützen?
In unserem Beispiel werden die Bereiche Krankenhaus und Urlaub betrachtet.



- **Kuschelbetten:** Betten, die groß genug sind, damit sich z. B. Eltern mit ihren Kindern hinlegen können.
- **Lounge-Musik:** Verleih von Musik und Videospiele in den Aufenthaltsräumen des Krankenhauses.
- **Einkauf von Lebensmitteln in der Kantine:** Krankenhausinterne Supermärkte, in denen Patienten und ihre Familien frisches Obst, Hygieneartikel und alles, was sie brauchen, jederzeit kaufen können.

IHR MASH-UP

Entwickeln Sie Ihr eigenes Mash-up!

Wählen Sie einen Bereich (z. B. Technologien, menschliche Bedürfnisse oder bestehende Dienstleistungen) und überlegen Sie, welche Elemente davon für Ihre Anwendung nützlich sein könnten.

Lasst eurer Kreativität freien Lauf!



DIE SUCHE NACH DER BESTEN IDEE

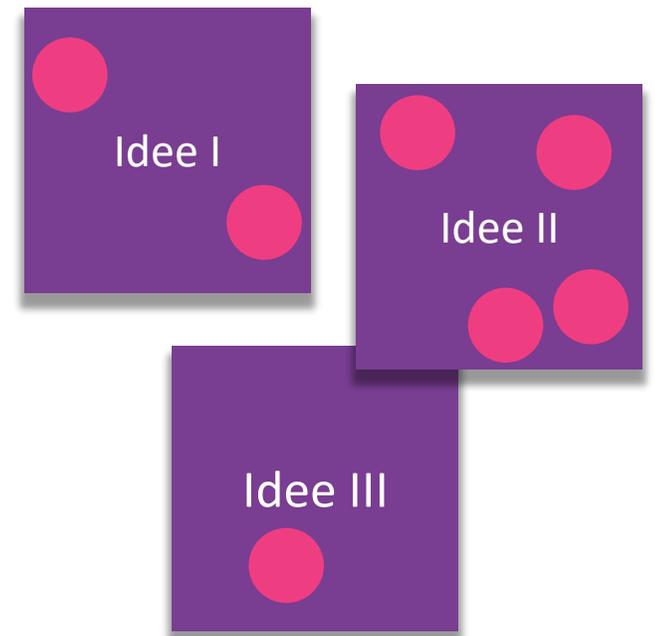


Diskutieren Sie in der Gruppe über die Qualität der Ideen und entscheiden Sie sich für die beste Idee!



Nehmen Sie ein paar Haftnotizen zur Hand, wenn Sie sich nicht auf eine Idee einigen können und stimmen Sie ab.

Vielleicht lassen sich auch verschiedene Aspekte der Ideen zu einer noch besseren Lösung kombinieren?



ENTWICKLUNG EINES PROTOTYPEN



Stellen Sie sich die Ideen bildlich vor. Überlegen Sie sich einen Namen für das Produkt/ die Dienstleistung/ das Unternehmen. Wie sieht das Produkt aus? Wie funktioniert es?



Erwecken Sie die Idee zum Leben: Machen Sie sie sichtbar, greifbar und konkret!

PROTOTYPING

Das Prototyping dient dazu, die ausgewählte Idee greifbar und erlebbar zu machen, indem es eine erste Version der Idee generiert.

Betrachten Sie das Prototyping als die schrittweise Reise zum endgültigen Produkt oder zur Dienstleistung.

Folgen Sie bei der Entwicklung des Prototyps dem Design-Thinking-Prinzip „Liebe es! Ändere es! Oder lass es!“.



Zeichnen Sie eine Skizze Ihres Prototyps!

Halten Sie die wichtigsten Elemente visuell fest, um Ihre Idee zum Leben zu erwecken.

PROTOTYPING BEISPIEL

Vor allem am Anfang ist es nicht notwendig, aufwendige Prototypen zu bauen (oder gar zu programmieren). Wichtig ist, dass die Grundidee dargestellt wird. Je einfacher die Prototypen gestaltet sind, desto schneller können sie angepasst und optimiert werden.

Dieses Video zeigt, wie der Prototyp einer App aussehen kann:



IDEEN VORSTELLEN



Zeit, die Idee vorzustellen!



Arbeiten Sie in der Gruppe zusammen, um eine überzeugende Präsentation für die Lösungsidee zu erstellen. Nutzen Sie die Fragen auf der folgenden Folie, um die Diskussion zu leiten und die Präsentation zu strukturieren.

PRÄSENTATION (PITCH)



Element	Mögliche Fragen
Der Einstieg (Geschichte)	Aufmerksamkeit mit einer Geschichte wecken
Problem	Was ist das größte Problem? Warum ist es ein Problem?
Zielgruppe / Kunden	Wer ist von dem Problem betroffen? Für wen ist es ein Problem (Persona)? Wie groß ist das Ausmaß des Problems?
Lösung / Idee	Was ist die Lösung? Was ist der Mehrwert? Was macht diese Lösung einzigartig? Warum ist sie besser als bestehende Alternativen?
Geschäftsmodell	Wie kann man damit Geld verdienen? Was sind die Herausforderungen und Risiken?
Nächste Schritte	Was machen wir als nächstes? Was brauchen wir dafür?
Zusammenfassung	Warum lohnt es sich, das Problem zu lösen? Warum jetzt?

TESTEN SIE IHREN PROTOTYP



Sammeln Sie strukturiertes Feedback von den anderen Gruppen, um eine mögliche Verfeinerung der Idee zu erreichen!



Nach der Erstellung jedes Prototyps ist es wichtig, Tests durchzuführen. In der realen Welt ist der Austausch mit potenziellen Nutzern entscheidend. Durch das Testen erhalten wir Feedback, das uns bei der Verbesserung unserer Prototypen hilft. Hierfür gibt es verschiedene Methoden; heute werden wir die Feedback-Matrix verwenden (siehe folgende Folie).

FEEDBACK-MATRIX

Alle, die sich die Pitch-Präsentation angehört haben, sind eingeladen, diese 4-Felder-Matrix auszufüllen:

<p><i>Ich mochte</i> Aspekte, die Sie mögen oder bemerkenswert finden</p> <p>+</p>	<p><i>Das hätte ich mir gewünscht</i> Konstruktive Kritik</p> <p>▲</p>
<p>?</p> <p><i>Fragen</i> Was blieb unklar?</p>	<p>💡</p> <p><i>Ideen</i> Was ist eine zusätzliche Idee?</p>

04

REFLEKTION UND ZUSAMMENFASSUNG



REFLEXION

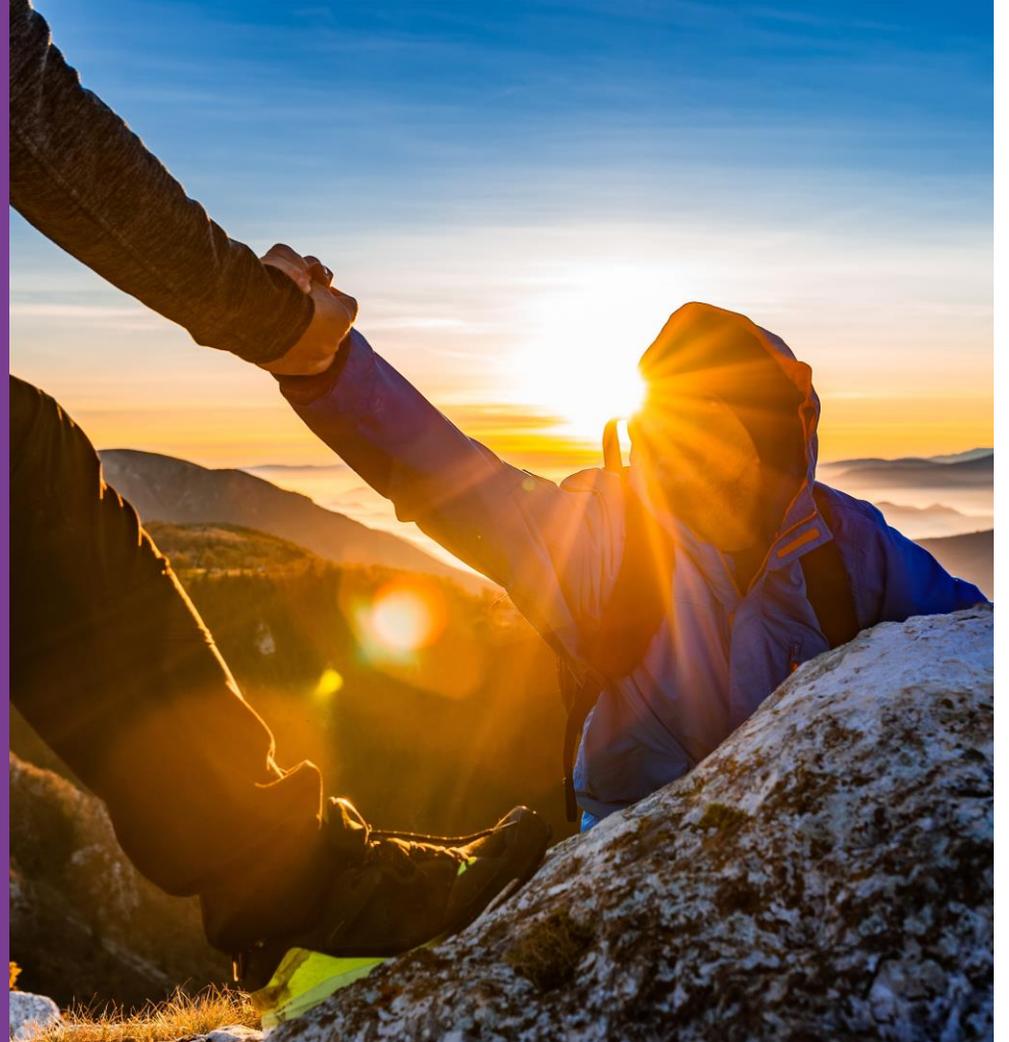
Was haben wir gelernt?

Wie hat es sich angefühlt, auf diese Art und Weise kreativ zu arbeiten? Welche Aufgabe hat Spaß gemacht?

Welche Aufgabe war besonders herausfordernd? Wie haben wir die Herausforderungen als Team gemeistert?

Welche Einsichten oder Erkenntnisse haben wir in Bezug auf die Ideenentwicklung gewonnen?

Wie können wir unsere Erkenntnisse in Zukunft anwenden?





**FOLGEN SIE uns auf
UNSERER REISE**



www.entrepreneurshiplabs.eu



Kofinanziert durch das
Programm Erasmus+
der Europäischen Union

Finanziert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind jedoch ausschließlich die des Autors/der Autoren und spiegeln nicht unbedingt die der Europäischen Union oder der Europäischen Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA können für diese verantwortlich gemacht werden.