Co-Creation Toolbox

Wissenschaft und Gesellschaft erfolgreich verbinden

Praktische Karten
zur direkten
Anwendung

Dr. Kerstin Kurzhals, Katrin Uude, Eva Sormani,
Choiwai Maggie Chak, Madleen Banze

FH MÜNSTER
University of Applied Sciences

Welchen Nutzen hat die Toolbox?

In der Toolbox sind wissenschaftlich fundiert und zugleich praxisnahe Methoden und Instrumente für die Zusammenarbeit zwischen Akteuren*innen aus Wissenschaft und Praxis zur Verfügung gestellt. Die Karten sollen als Unterstützung dienen, um gemeinsam Transferhemmnisse, die während der verschiedenen Phasen im Projekt bzw. in der Kooperation auftauchen, erfolgreich zu überwinden.

In welchem Kontext ist die Toolbox entstanden?

Zusammen mit 75 weiteren Partner*innen hat sich die FH Münster im Rahmen der Bund-Länder-Initiative „Innovative Hochschule" mit dem Projekt münster.land.leben einer großen gesellschaftlichen Herausforderung angenommen: Gesundheit, Teilhabe und Wohlbefinden im ländlichen Raum zu verbessern. Münster.land.leben umfasst insgesamt 13 verschiedene Teilprojekte, die sich im Kontext unterschiedlicher Fragestellungen mit Transferhemmnisse, sprich Stolpersteine, die im Rahmen von Kooperationen zwischen Wissenschaft und Gesellschaft auftreten und deren sektorübergreifende Zusammenarbeit hindern, zu verstehen, zu adressieren und zu überwinden. Die im Projekt eingesetzten Tools zur Adressierung und Überwindung der Transferhemmnisse, haben Eingang in diese Toolbox gefunden.

An wen richtet sich die Toolbox?

Diese Toolbox richtet sich an Akteure*innen aus Wissenschaft und Gesellschaft, die zusammenarbeiten, um die Gesellschaft voranzubringen. Die Verantwortlichen in den Projekten, egal, ob sie aus der Wissenschaft, aus Unternehmen, aus non-profit Organisationen oder aus dem politischen Bereich kommen, können die Tools in dieser Box nutzen, um gemeinsame Kooperationen und Projekte möglichst erfolgreich umzusetzen.

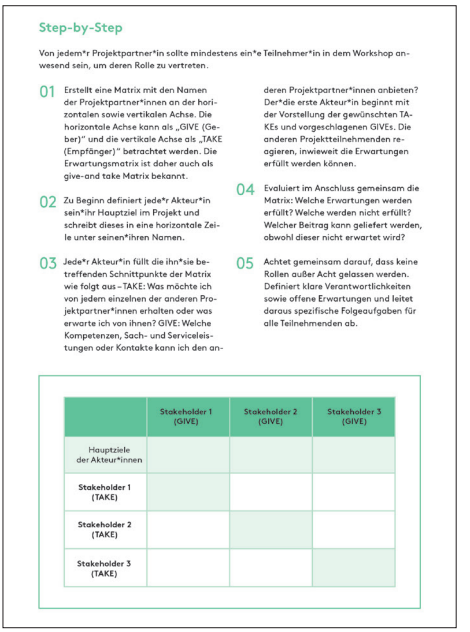
Wie ist die Toolbox aufgebaut?

Diese Toolbox ist dem Ansatz von Lang et al. (2012) eines kooperativen Prozesses in einer transdisziplinären Kooperation folgend in drei Projektphasen aufgeteilt:

Projektbeginn
Projektdurchführung
Projektabschluss & Projektcontrolling

Dieser Prozess dient als Referenz, die einzelnen Transferhemmnisse und die zugehörigen Instrumente und Methoden einzuordnen. Jeder Projektphase sind verschiedene Transferhemmnisse zugeordnet. Diese können mit den hier aufgeführten Methoden überwunden werden. Hierbei ist anzumerken, dass der Projektverlauf nicht immer linear sein muss, sondern die Phasen mit den entsprechenden Transferhemmnissen iterativ auftreten können. Zudem kann es sein, dass Transferhemmnisse gar nicht oder in anderen Phasen, als in dieser Toolbox zugeordnet, vorkommen oder in späteren Projektphasen wiederkehren.

Auf der Vorderseite der Karten steht jeweils der Name der Methode in der Farbe der jeweiligen Projektphase mit dem dazugehörigen Transferhemmnis. Zudem ist eine Übersicht zu der benötigten Personenanzahl, dem Schwierigkeitslevel, der Dauer und dem Einbezug der Zivilgesellschaft dargestellt.



Auf der Rückseite haben wird eine Step-by-Step Anleitung der Methode bereitgestellt, sowie ein Template zur entsprechenden Methode, welches zusätzlich auf einer zugehörigen Webseite heruntergeladen werden kann.

Was bedeuten die Icons?

Personen

Die am Projekt beteiligten Personen können aus der Wissenschaft, Wirtschaft, Politik und Gesellschaft stammen.
Projektverantwortliche: Sind federführend am Projekt beteiligt (meist Projektmanagement).
ProjektpartnerIn: Institutionen und NGOs, die im Projektantrag eingetragen sind (wenn dieser vorhanden ist) und in Kooperation mit den Projektverantwortlichen arbeiten.
BürgerIn: Sind im Projekt involviert werden aber nicht monetär vergütet.

Einbezug der Zivilgesellschaft

Unter zivilgesellschafte Akteure*innen fallen Freiwilligenverbände (Clubs), Stiftungen, Initiativen, Nichtregierungsorganisationen (NGOs) oder gemeinnützige Organisationen (NPOs), etc.
Verstehen: Zivilgesellschaft durch Sammlung qualitativer und quantitativer Informationen verstehen.
Einbinden: Zivilgesellschaft wird an bestimmten Stellen der Ausführung mit eingebunden.
Interagieren: Zivilgesellschaft interagiert mit den Projektverantwortlichen und ist direkt mit in die Aus- und Durchführung involviert.

Schwierigkeitslevel

Einige Methoden können ohne große Vorbereitung angewendet werden, während andere spezifische Fähigkeiten und Erfahrungen in transdisziplinären Prozessen erfordern.

Leicht: Die Methode kann ohne methodische oder fachliche Vorkenntnisse verstanden und angewandt werden.
Medium: Die Methode lässt sich leicht mit Vorkenntnissen und weiteren Infos anwenden
Hoch: Die Methode benötigt gewisse methodische oder fachliche Vorkenntnisse oder Einarbeitung.

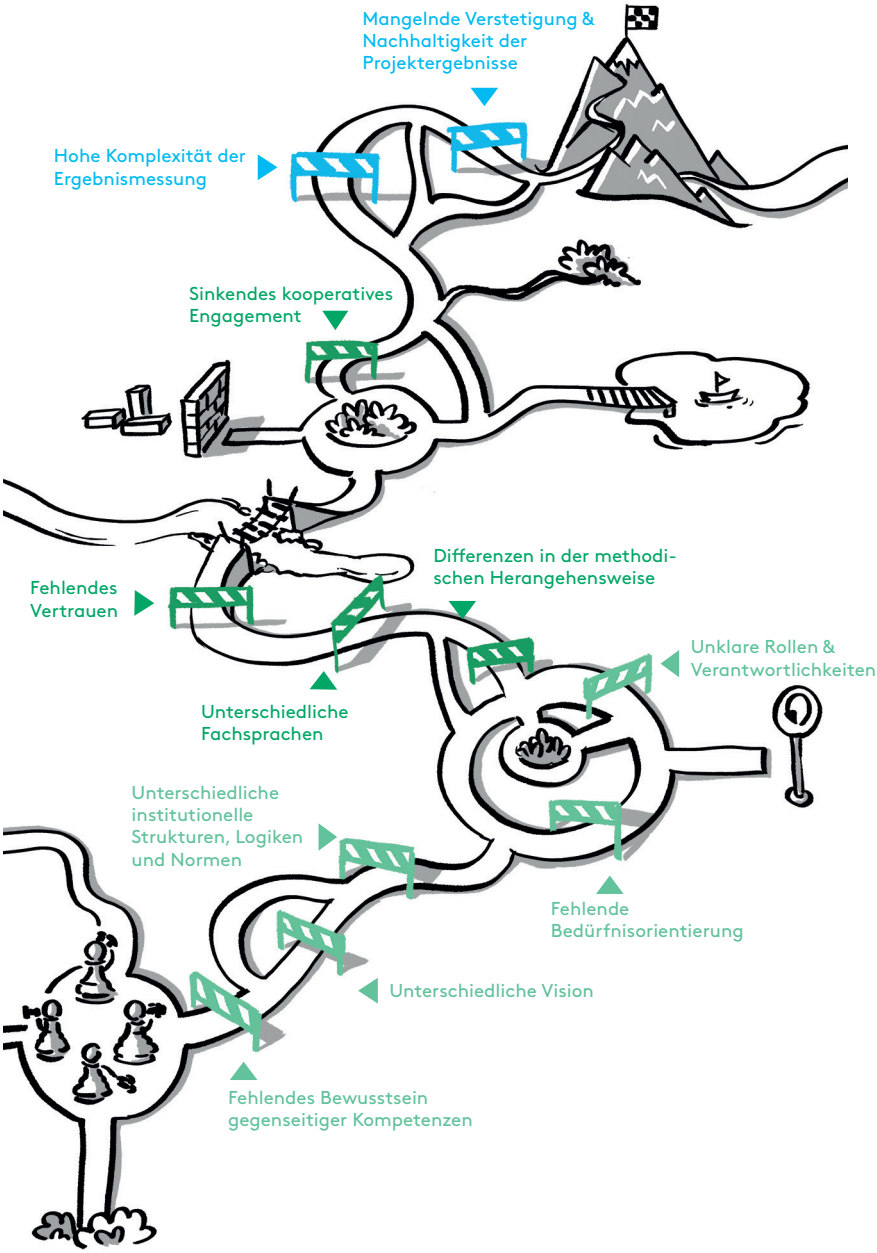
Zeit

Der hier angegebene Zeitaufwand ist eine Einschätzung der an der Toolbox beteiligten Akteure*innen. Dieser kann sich je nach Ausführung, Personenzahl und Kontext ändern. Außerdem sollte immer genügend Zeit für die Vor- und Nachbereitung eingeplant werden.

Materialien

Wir haben Euch einige Materialien zur Hilfestellung angegeben, die wir für die Anwendung der Tools sinnvoll finden. Je nach Durchführung können aber weitere Materialien hinzugenommen werden. Ihr könnt hier Eurer Kreativität freien Lauf lassen und die für Euch passenden Materialien verwenden.

Transferhemmnisse im kooperativen Prozess



Transferhemmnisse im kooperativen Prozess

1. Fehlendes Bewusstsein gegenseitiger Kompetenzen

Akteure*innen aus unterschiedlichen Sektoren sind sich häufig nicht der Kompetenzen der jeweils anderen beteiligten Akteure*innen einer Kooperation bewusst.

2. Unterschiedliche Visionen

Insbesondere in transdisziplinären Kooperationen besteht die Gefahr, dass die Akteure unterschiedliche Visionen ohne klare Ausrichtung und Fokussierung auf das Projekt entwickeln.

3. Unterschiedliche institutionelle Strukturen, Logiken und Normen

Jede der vier Sektoren (Wissenschaft, Wirtschaft, Zivilgesellschaft und Politik) hat ihre eignen Strukturen, Logiken und Normen, die einen Wissenstransfer innerhalb eines kooperativen Projektes erschweren.

4. Fehlende Bedürfnisorientierung

Eine fehlende Orientierung und Bezugnahme auf die unterschiedlichen Bedürfnisse aller Akteure*innen eines Projektes können die Kooperation hemmen.

5. Unklare Rollen und Verantwortlichkeiten

Unklare Verantwortlichkeiten, Leitlinien und Zuweisungen von Aufgaben zwischen den Projektbeteiligten sowie asymmetrische Rollenverteilungen erschweren die transdisziplinäre Zusammenarbeit insbesondere in Hinblick auf das Management und deren Organisation.

6. Differenzen in methodischen Herangehensweisen

Kooperationen zwischen Wissenschaft-lern*innen und gesellschaftlichen Akteuren*innen finden schnell Differenzen in methodischen Herangehensweisen und Ausrichtungen. Hinsichtlich der verwendeten Forschungsmethoden besteht die Gefahr, den wissenschaftlichen Ansprüchen nicht ausreichend und gleichzeitig für die gesellschaftlichen Akteure*innen nicht relevant zu sein.

7. Unterschiedliche (Fach-)Sprachen

Unterschiedliche (Fach-)Sprachen können zu kommunikativen Missverständnissen führen, die die Zusammenarbeit und den Abstimmungsprozess erschweren.

8. Fehlendes Vertrauen

Fehlendes Vertrauen verhindert eine gute Beziehung unter den verschiedenen Akteuren*innen eines Projektes.

9. Sinkendes kooperatives Engagement

Bei fortlaufender Projektlaufzeit besteht die Gefahr, dass das Engagement der einzelnen Akteure*innen im Projekt sinkt und es sogar zum Verlust kommen kann.

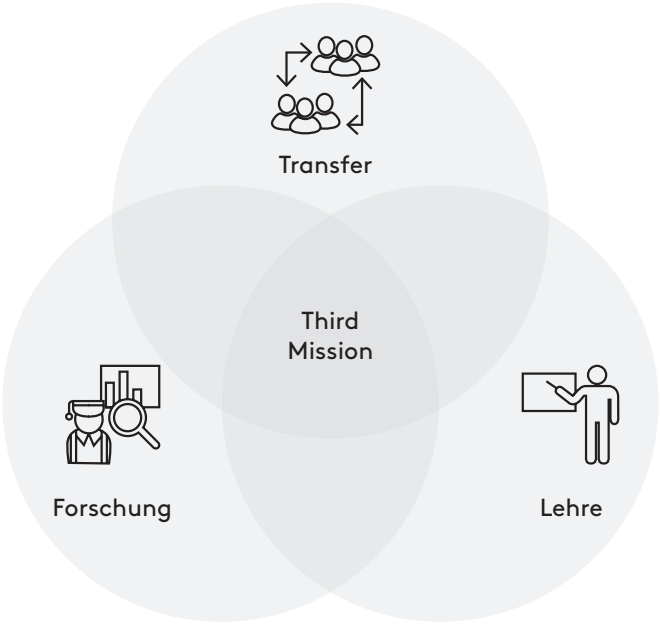
10. Hohe Komplexität der Ergebnismessung

Die gesellschaftliche Relevanz der Ergebnisse eines kooperativen Projektes sind nur schwer zu messen.

11. Mangelnde Verselbstständigung und Nachhaltigkeit der Projektergebnisse

Mit der Beendigung des Projektes besteht die Gefahr, dass die Ergebnisse in der Praxis nicht nachhaltig gesichert werden und/oder eine Verselbstständigung des Projektes ausbleibt.

Third Mission



Was ist Third Mission?
Die stärkere Verzahnung der Hochschulen mit der Gesellschaft durch Kooperationen mit externen Akteur*innen stellt neben den zwei traditionellen Aufgaben von Lehre und Forschung eine weitere Funktion der Hochschulen dar und wird daher als „Third Mission" bezeichnet (Burawoy, 2011). Moderne Hochschulen sehen in der „Third Mission" einen dialogischen Prozess, bei dem gemeinsam erarbeitete Erkenntnisse von Wissenschaftler*innen und externen Akteur*innen in verschiedenen gesellschaftlichen Bereichen wie Kultur, Wirtschaft und Politik, positive Veränderungen herbeiführen (Calhoun, 2006; Wissenschaftsrat, 2013).

Wie sieht das Transferverständnis der FH Münster aus?
Gemeinsam sollen durch einen direkten und wechselseitigen Austausch mit Akteur*innen aus anderen gesellschaftlichen Sektoren Innovationen entwickelt werden. Dabei sind die Entwicklungen der Innovationen unabhängig davon, ob sie im kulturellen, sozialen, politischen oder wirtschaftlichen Bereich entstehen. Hierbei steht der Wechsel vom unilateralen zum multilateralen Transferverständnis im Vordergrund. Daher ist eine hohe Mitwirkungsintensität von externen Akteur*innen von besonderer Bedeutung, sodass hier nicht nur von Wissens- und Technologietransfer aus der Hochschule heraus, sondern von „Co-creation" gesprochen werden kann. Ziel ist es, den Wohlstand und die Lebensqualität der Gesellschaft zu sichern und langfristig zu verbessern (FH Münster, 2020 a; FH Münster, 2020 b).

Gesamtübersicht Tools & Methoden

Projektbeginn

- Kompetenz Sonne
- Appreciative Inquiry
- World Café
- 6 Hüte Methode
- Lean Canvas
- Roleplay
- Persona
- Prototyping
- Erwartungsmatrix
- Stakeholder Salience
- Ego Netzwerk
- Netzwerkmoderation

Projektdurchführung

- Usability-Test
- Smart PICO
- 6-3-5 Brainwriting
- Treasure Hunting
- Nudging
- River of Life

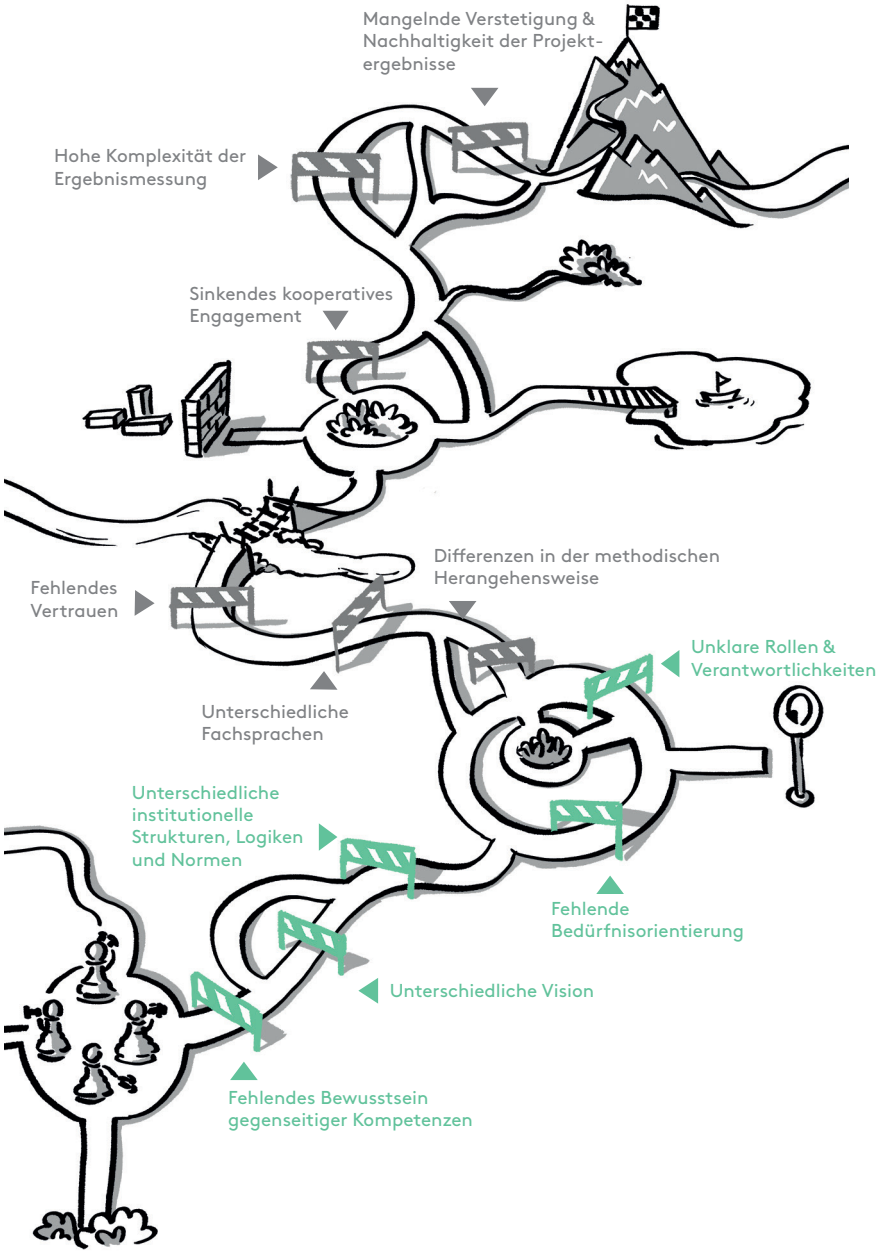
Projektabschluss

- UTAUT Modell
- Botschafter Konzept

Projektübergreifend

- Digitale Tools

Projektbeginn


Mangelnde Verstetigung & Nachhaltigkeit der Projekt-ergebnisse
Hohe Komplexität der Ergebnismessung
Sinkendes kooperatives Engagement
Differenzen in der methodischen Herangehensweise
Fehlendes Vertrauen
Unklare Rollen & Verantwortlichkeiten
Unterschiedliche Fachsprachen
Unterschiedliche institutionelle Strukturen, Logiken und Normen
Fehlende Bedürfnisorientierung
Unterschiedliche Vision
Fehlendes Bewusstsein gegenseitiger Kompetenzen

Kompetenz Sonne

Mehr Infos & Template zum Download

Was ist das?

Die Methode Kompetenz Sonne bietet auf eine einfache und kreative Art und Weise die Möglichkeit, etwas über den Charakter und die Kompetenzen einer anderen Person herauszufinden, Gemeinsamkeiten und Unterschiede in der Gruppe zu entdecken und dadurch die Teamfähigkeit zu stärken.

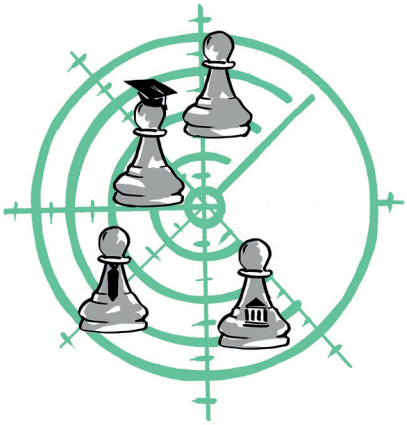
min. 3 Projektverantwortliche oder -partner*innen oder Bürger*innen

30-40 Minuten

Leicht

Interagieren

Leeres A3 Blatt oder Whiteboard, Stifte, Klebezettel



Fehlendes Bewusstsein gegenseitiger Kompetenzen

Step-by-Step

Diese Methode kann sowohl digital mit Hilfe eines online Whiteboards z.B. Miro oder persönlich auf einem großen Blatt Papier oder Whiteboard durchgeführt werden.

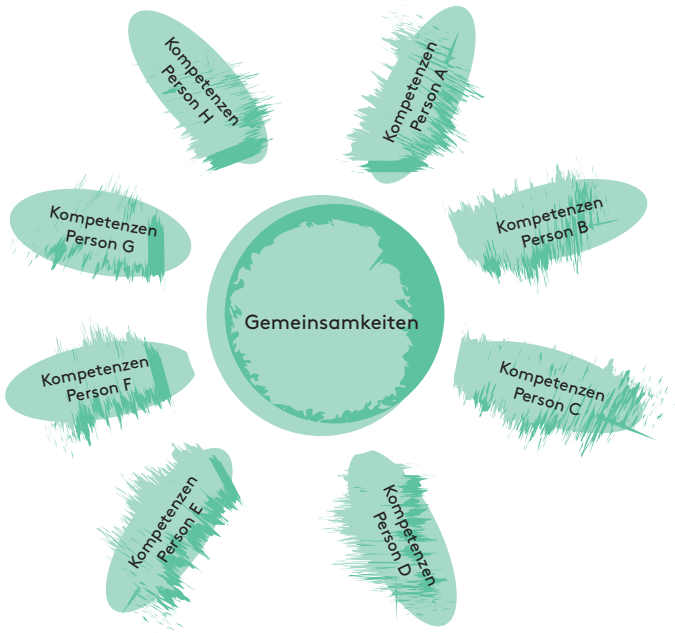
01 Malt breite Sonnenstrahlen entsprechend der Anzahl der Teilnehmenden auf ein Papier/Whiteboard.

02 Jede Person wird nun einem Sonnenstrahl zugeteilt und sammelt mindestens zehn Eigenschaften (z.B. Kompetenzen oder Merkmale) über sich selbst. Auf einem Klebezettel wird je eine Kompetenz aufgeschrieben und auf den entsprechenden Sonnenstrahl geklebt.

03 Die erste Person beginnt nun ihre Eigenschaften vorzustellen. Eigenschaften, die auch auf andere Personen zutreffen, teilen dieses sofort mit. Fragen können jederzeit gestellt werden. Sammelt die Eigenschaften, die ihr alle gemeinsam habt in der Mitte der Sonne. Alle anderen Eigenschaften werden in dem Sonnenstrahl der jeweiligen Person platziert. Die Eigenschaften, die nur einige Personen teilen, werden mit den Namen oder mit farbigen Punkten vermerkt.

04

05 Findet abschließend einen gemeinsamen Gruppennamen für die zusammengetragenen Kompetenzen (z.B. die Kommunikativen). Ihr habt nun einen guten Überblick über die vorhandenen Kompetenzen in der Gruppe.



Appreciative Inquiry

Mehr Infos & Template zum Download

Was ist das?

Bei der Methode „Appreciative Inquiry“ handelt es sich um einen werteorientierten Ansatz aus der Team- und Organisationsentwicklung. Er fördert eine wertschätzende Grundhaltung in Teams oder im Gemeinwesen, um eine gemeinsame Vision zu entwickeln. Der Fokus liegt dabei auf den Ressourcen und Potenzialen des Projekts oder des Teams. Hierbei werden insbesondere die verschiedenen Aspekte: Entdecken, Träumen, Gestalten und Verwirklichen nacheinander in den Blick genommen.

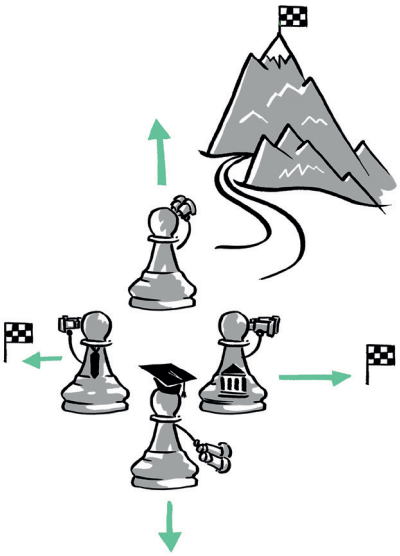
1 Projektverantwortliche & 2-5 Projektpartner*innen oder Bürger*innen

1-2 Stunden

Leicht

Interagieren

Zettel, Stifte, Stühle



Unterschiedliche Vision

Step-by-Step

Diese Methode kann sowohl digital mit Hilfe eines online Whiteboards z.B. Miro oder persönlich auf einem großen Blatt Papier oder Whiteboard durchgeführt werden.

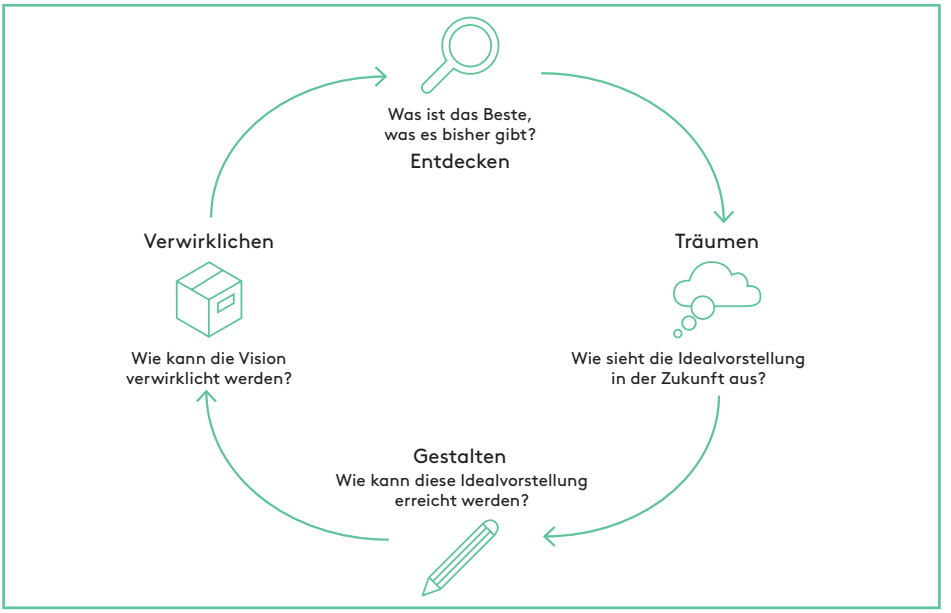
01 Bereitet vorab die Fragen für die einzelnen Stufen vor: Entdecken, Träumen, Gestalten und Verwirklichen. Die Fragen sollten auf das Interviewthema abgestimmt sein und zu der Persönlichkeit des/der Interviewpartners*in passen.
Entdecken: Erkennt das Beste des*der Interviewpartners*in aus seinen*ihren vergangenen Erfahrungen.
Träumen: Ergründet die Idealvorstellung des Umfeldes des*der Interviewpartners*in, ohne Rücksicht auf Zeit, Geld und andere Ressourcen.
Gestalten: Konkretisiert die Vision des*der Interviewpartner*in.
Verwirklichen: Verknüpft vorhandene Ressourcen mit Interessen und Fähigkeiten, um die Vision zu verwirklichen.

02 Beginnt die Gespräche, indem sich der*die Interviewpartner*in vorstellt. Startet mit der ersten Stufe - Entdecken - und stellt die vorbereiteten Fragen. Geht auf die Antworten des*der Partners*in ein. Fokussiert euch nicht auf die vorformulierten Fragen, sondern passt diese der Gesprächssituation an. Stellt anschließend die Fragen der weiteren Stufen.

03 Definiert im Anschluss auf Basis des Gesprächs gemeinsam mit dem*der Interviewpartner*in eine gemeinsame Vision.

04 Wenn ihr die Methode in einem Workshop anwendet, führt sie zunächst in Zweiergruppen durch, tauscht euch danach in Kleingruppen über eure Vision aus und sucht nach Gemeinsamkeiten.

05 Die Ergebnisse werden abschließend in der großen Gruppe zusammengetragen. Versucht eine Definition einer gemeinsamen Vision herauszuarbeiten.

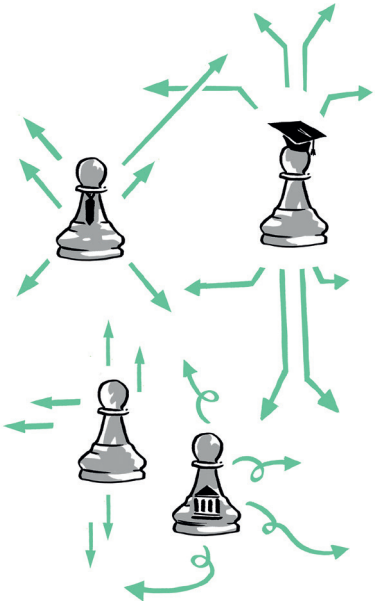


World Café

Mehr Infos & Template zum Download

Was ist das?

Das World Café ist eine flexible und kreative Methode, die zu einem intensiven Dialog zwischen den Teilnehmenden führt. Auf diese Weise können Problem- und Fragestellungen zu einem bestimmten Thema in transdisziplinären Kleingruppen intensiv diskutiert, Ansichten aufgrund verschiedener struktureller Hintergründe und Logiken verstanden und Lösungsvorschläge erarbeitet werden.



1 Projektverantwortliche*r & min. 15 Projektpartner*innen oder Bürger*innen

min. 2 Stunden

Leicht - Medium

Interagieren

Stellwände, ausreichend großer Raum, beschreibbare Tischdecken, Stifte, Café-Atmosphäre

Unterschiedliche institutionelle Strukturen, Logiken und Normen

Step-by-Step

Diese Methode kann sowohl digital mit Hilfe eines online Whiteboards z.B. Miro oder persönlich auf einem großen Blatt Papier oder Whiteboard durchgeführt werden.

01 Stellt zunächst eine angenehme Atmosphäre für die Teilnehmenden her und beklebt jeden Tisch (idealerweise einen runden) mit einer beschreibbaren Tischdecke (z.B. Papiertischdecke).

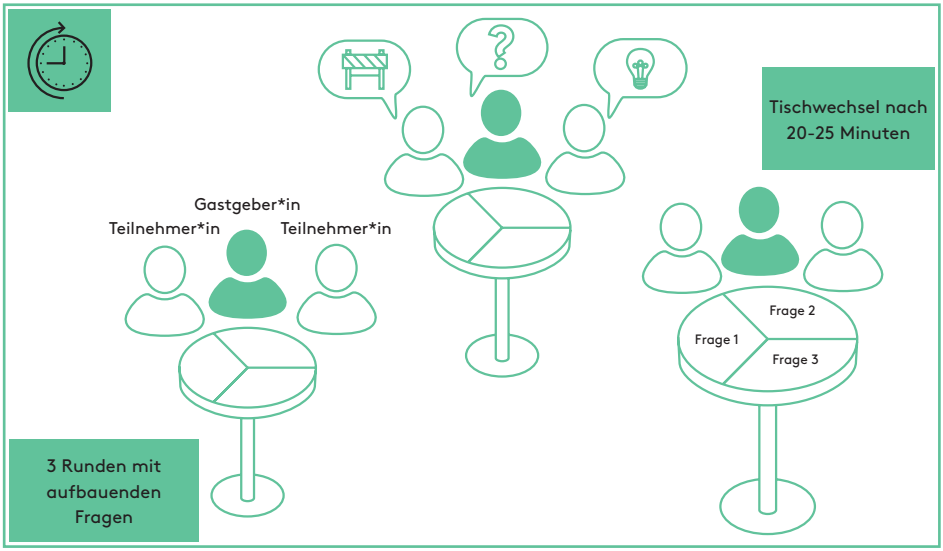
02 Ordnet die Teilnehmenden kleinen Gruppen (3-5 Personen) zu, die sich zusammen an einen Tisch setzen. Hierbei kann jeder Tisch ein anderes Thema aufgreifen.

03 In den Kleingruppen diskutieren die Teilnehmenden zu dem entsprechenden Thema entlang einer vordefinierten Fragestellung (+/- 20 Minuten). Die wichtigsten Punkte der Diskussion sollten direkt schriftlich oder grafisch auf der Tischdecke festgehalten werden. Es gibt mehrere Diskussionsrunden, i.d.R. nach Anzahl der verschiedenen Fragestellungen.

04 Nach jeder Runde wechseln die Teilnehmenden an einen beliebigen anderen Tisch. Ein*e zuvor ausgewählte Teilnehmer*in bleibt als „Gastgeber*in" am Tisch sitzen, um die vorherigen Diskussionen den neuen Teilnehmenden kurz zusammenzufassen.

05 In der zweiten Gesprächsrunde werden die festgehaltenen Punkte der vorherigen Diskussion genutzt, um diese mit der neuen Gesprächsrunde zu verknüpfen. Es besteht aber auch die Möglichkeit völlig neue Anregungen zu sammeln. Dieser Ablauf wiederholt sich bis jede*r Teilnehmer*in alle Tische besucht hat oder die letzte Frage zur Diskussion gestellt wurde.

06 Nach der letzten Runde werden die Ergebnisse und Erkenntnisse durch die Gastgeber*innen der Tische allen Teilnehmenden vorgestellt, diskutiert und abschließend zusammengefasst.

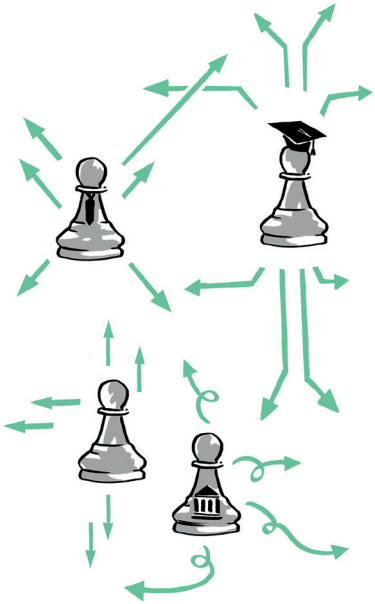


6 Hüte Methode

Mehr Infos & Template zum Download

Was ist das?

Die Methode der „6 Denkhüte" oder „6 Thinking Hats" entwickelt von de Bono (2017) dient zur Gestaltung von Gruppendiskussionen zu einer bestimmten Thematik. Dabei nehmen die Teilnehmenden sechs Rollen ein, die durch Hüte in den Farben weiß, rot, grün, schwarz, gelb und blau repräsentiert werden. Ziel dieser Methode ist es, sich einem Thema aus unterschiedlichen Blickwinkeln zu nähern und somit eine möglichst konstruktive Gesprächsgrundlage zu gestalten.



1 Projektverantwortliche*r & min. 15 Projektpartner*innen oder Bürger*innen

min. 2 Stunden

Leicht - Medium

Interagieren

Stellwände, ausreichend großer Raum, beschreibbare Tischdecken, Stifte, Café-Atmosphäre

Unterschiedliche institutionelle Strukturen, Logiken und Normen

Step-by-Step

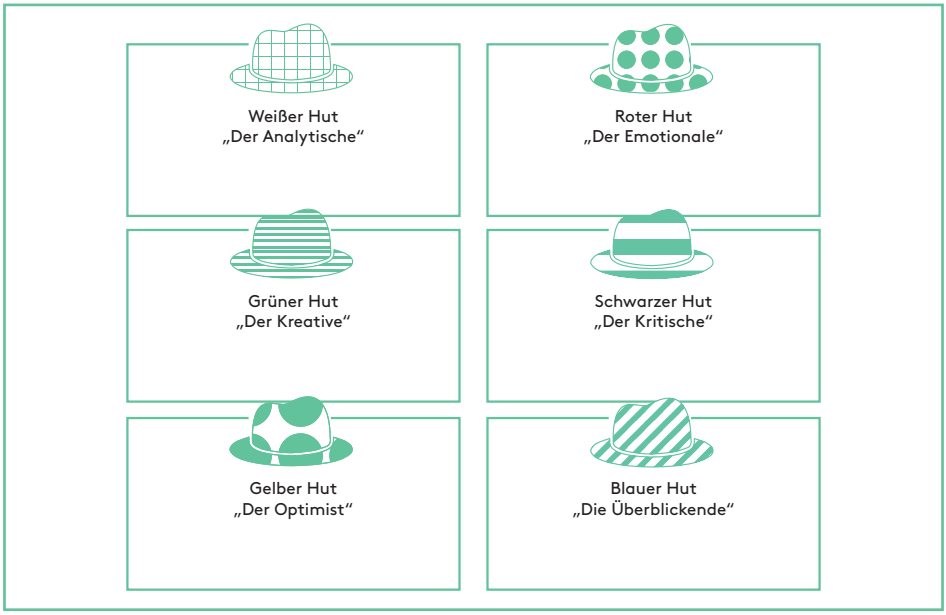
In einer kurzen Einführung stellt ein*r Projektverantwortliche*r die Methode vor. Wichtig ist, dass alle Teilnehmenden die Bedeutungen der sechs Hüte verstehen. Die Anzahl der Teilnehmenden ist variabel. Die Hüte werden für alle sichtbar platziert.

01 Jede*r Teilnehmer*in setzt sich einen der Hüte auf und vertritt dessen Position. Weißer Hut: Analytisch, dieser Hut konzentriert sich ausschließlich auf Daten und Fakten.
Roter Hut: Emotional, dieser Hut lässt sich von seinen Gefühlen und Intuitionen leiten. Positive oder negative Äußerungen werden dabei nicht erläutert.
Grüner Hut: Kreativ, dieser Hut überlegt Alternativen und sucht neue Ideen.
Schwarzer Hut: Kritisch, dieser Hut betrachtet objektiv die negativen Aspekte des Problems oder der Fragestellung.
Gelber Hut: Optimistisch, dieser Hut soll Chancen und Vorteile darstellen.
Blauer Hut: Überblickend, mit diesem Hut beteiligt man sich nicht direkt an der Diskussion, sondern leitet die Diskussionsrunden ein und fasst diese zusammen.

02 Diskutiert nun gemeinsam in einer offenen Gesprächsrunde die Fragestellung aus den verschiedenen Sichtweisen.

03 Alternativ können die Teilnehmenden auch alle Hüte gleichzeitig aufsetzen und unterschiedliche Sichtweisen einnehmen. Hierfür eignen sich Klebezettel gut, auf denen die Gedanken aufgeschrieben und den entsprechenden Hüten zugeordnet werden. Erst im Nachgang werden die Gedanken zusammen diskutiert.

04 Zum Abschluss werden die Diskussionsrunden oder die Ideen und Gedanken gemeinsam reflektiert. Für eine bessere Übersicht werden die Gedanken kategorisiert.



Lean Canvas

Mehr Infos & Template zum Download

Was ist das?

Der Lean Canvas ist ein auf dem Osterwalder Business Model Canvas basierendes Instrument aus dem strategischen Management zur Entwicklung von Innovationen, welches für Co-Creation Projekte, z.B. im Gesundheitskontext, adaptiert wurde. Durch die Anwendung habt ihr die Möglichkeit, eure Zielgruppe(n) und deren Bedürfnisse besser kennenzulernen und die Besonderheiten eures Angebotes herauszuarbeiten.

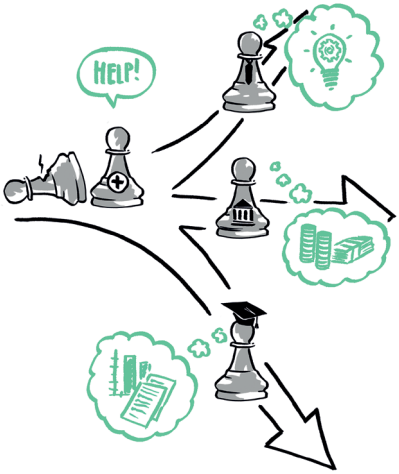
min. 2 Projektverantwortliche

> 6 Stunden

Hoch

Verstehen & Einbinden

Lean Canvas Vorlage, Klebezettel, Stifte



Fehlende Bedürfnisorientierung

Step-by-Step

Der Lean Canvas beinhaltet mehrere Felder mit verschiedenen Aspekten, um euer Projekt strategisch auszurichten. Die hier aufgelisteten Felder sollen dafür nacheinander ausgefüllt werden. Verwendet hierfür datenbasierte Informationen.

01 Welche vorhandenen und relevanten Probleme/Bedürfnisse gibt es in der Gesellschaft? Definiert zu Beginn die größten Probleme, die behandelt werden sollen.

02 Wen betreffen diese Probleme oder Bedürfnisse? Welche Zielgruppe(n) könnt ihr identifizieren (Alter, Einkommen,...)? Für eine tiefergehende Auseinandersetzung mit der Zielgruppe könnt ihr die Persona Methode verwenden.

03 Wie können die Probleme und Bedürfnisse für eure Zielgruppe gelöst werden? Entwickelt für jedes dieser Probleme oder Bedürfnisse eine mögliche Lösung.

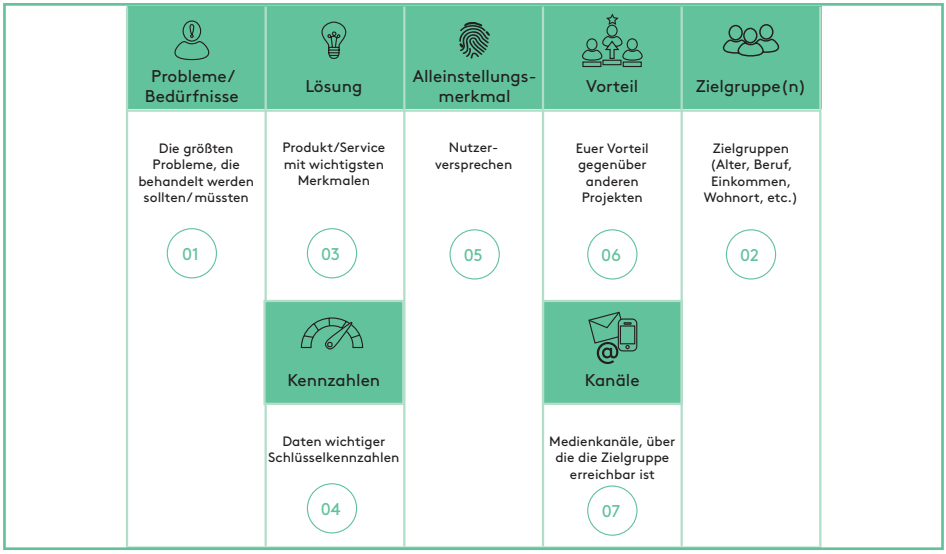
04 Wie könnt ihr den Erfolg eurer Lösung messen? Definiert hierfür Schlüsselkennzahlen der identifizierten Probleme oder Bedürfnisse, die euer Projekt später messbar machen.

05 Was ist euer Alleinstellungsmerkmal? Definiert das Nutzerversprechen eurer Lösung, die sie der Zielgruppe(n) bietet.

06 Welchen Vorteil habt ihr gegenüber anderen Projekten/Anbietern ähnlicher Produkte oder Services? Definiert, was sich bei eurem Projekt nicht so einfach imitieren lässt.

07 Über welche Kanäle könnt ihr eure Zielgruppe(n) erreichen? Definiert hierfür verschiedene Medien.

08 Diskutiert im Anschluss, welche Rückschlüsse ihr aus den Informationen des Lean Canvas ziehen könnt & auf welche folgenden Schritte ihr euch zum Erreichen der Lösungen konzentrieren müsst.



Roleplay

Mehr Infos & Template
zum Download

Was ist das?

Beim Roleplay schlüpfen die Teammitglieder abwechselnd in Form eines Schauspiels oder Hörspiels in die Rolle der Zielgruppe. Ziel ist es, die Sichtweise des*der Nutzers*in einzunehmen. Dadurch wird das Projekt auf eine einfache Art an die Zielgruppe herangetragen und es können Optimierungspotentiale für das Produkt oder den Service aufgezeigt werden, die für den weiteren Projektverlauf relevant sind.

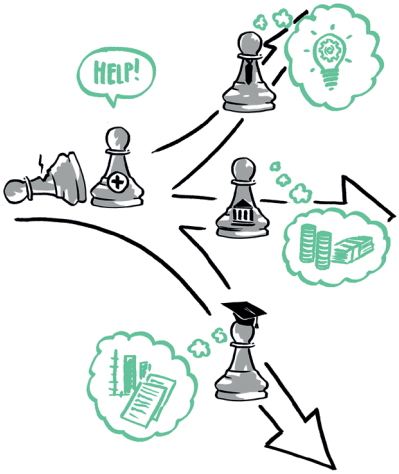
2 - 5 Projektverantwortliche und/oder -partner*innen oder Bürger*innen

1 Stunde

Leicht

Interagieren

Requisiten, eine Videokamera/ Aufnahmegerät, ggf. MP3-Player und Kopfhörer, ausgedruckte Gedankenblasen/Stifte



Fehlende Bedürfnisorientierung

Step-by-Step

Die Roleplay Methode könnt ihr zum einen klassisch durchführen, indem ihr die Sichtweise eurer Zielgruppe einnehmt. Zum anderen könnt ihr aber auch eure Idee den Nutzer*innen präsentieren und deren Reaktionen darauf analysieren.

01 Führt das Roleplay zuerst intern unter den Projektmitgliedern durch. Das kann euch Zugang zu der Sichtweise eurer Zielgruppe verschaffen.

02 Entscheidet, welche Idee ihr in dem Roleplay umsetzen wollt. Weist den Teammitgliedern eine Rolle zu.

03 Nehmt euch etwa 30 Minuten Zeit, um euch in die zugewiesene Rolle hineinzuversetzen. Sammelt möglichst viele Hintergrundinformationen, um euch in die Rolle hineinzuversetzen. Führt das Schauspiel durch und wechselt zwischendurch die Rollen. Verwendet dabei Requisiten und Kostüme.

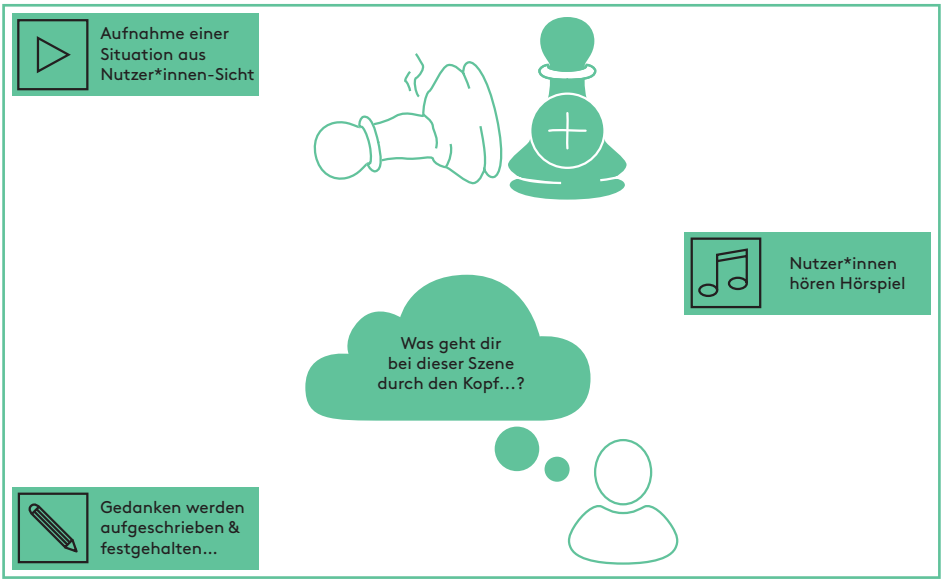
04 Notiert auffällige Verhaltensweisen der Schauspieler*innen. Eine Videoaufnahme erleichtert hierbei die Analyse im Nachgang.

05 Analysiert anschließend eure eigenen Reaktionen aus eurem Schauspiel.

06 Alternativ zu einem klassischen Roleplay, könnt ihr auch direkt eure Zielgruppe in die Methode integrieren. Nehmt hierfür ein Hörspiel auf, in dem die jeweilige Situation aus Sicht der Zielgruppe geschildert wird.

07 Spielt dieses Hörspiel Personen eurer Zielgruppe vor. Währenddessen sollen sie ihre Gedanken zu der jeweiligen Situation auf Zetteln aufschreiben.

08 Wenn ihr die Hörspiel-Variante durchgeführt habt, analysiert ihr abschließend die Reaktionen und Notizen eurer Nutzer*innen. Nutzt diese Erkenntnisse für die weitere Entwicklung eures Produktes/Services.



Persona

Mehr Infos & Template
zum Download

Was ist das?

Die Persona ist ein im Design Thinking weit verbreitetes Instrument, welches euch dabei hilft, einen exemplarischen Nutzertypen für euer Produkt/Service zu erstellen. Dadurch können konkrete Eigenschaften und Verhaltensweisen definiert und somit besser verstanden werden, sodass ein bedarfs- und bedürfnisorientiertes Vorgehen im Projekt unterstützt wird.

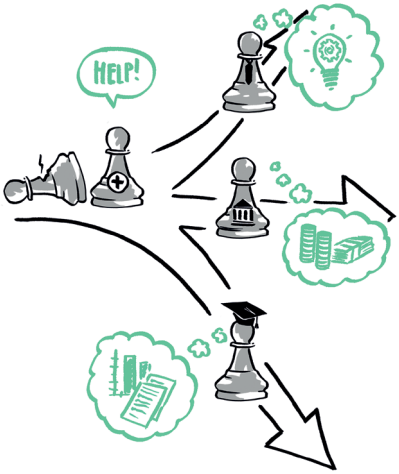
2 - 3 Projektverantwortliche

min. 4 Stunden

Medium

Verstehen

Persona Template, Stifte, vorab erhobene Daten (qualitativ & quantitativ)



Fehlende Bedürfnisorientierung

Step-by-Step

Macht euch zu Beginn Gedanken wer die Zielgruppe(n) von eurem Projekt ist/sind. Für jede eurer Zielgruppe erstellt ihr stellvertretend einen fiktiven Nutzertypen (=Persona), der eure konkrete Zielgruppe repräsentiert. Das können je nach Anzahl der Zielgruppen eine oder mehrere Personas sein. Entsprechend viele Templates, in denen die wichtigsten Eigenschaften eurer Persona festgehalten werden, sollten erstellt werden.

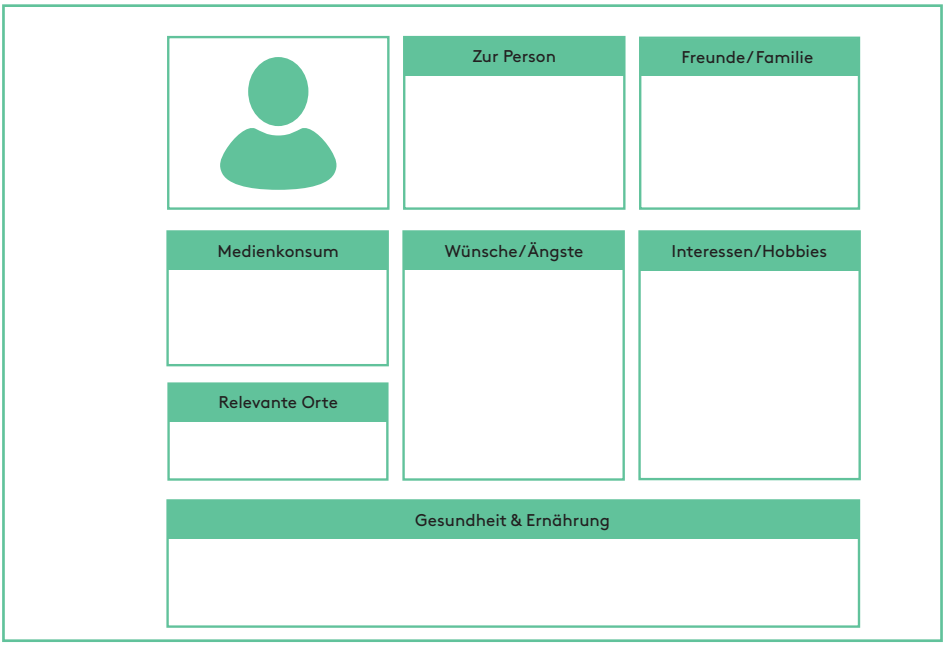
01 Gebt eurer Persona einen fiktiven Namen und stellt sie anhand eines Fotos dar. Sammelt von eurer konkreten Zielgruppe qualitative und/oder quantitative Daten. Je nach Komplexität der Datenerhebung variiert der notwendige Zeitaufwand für die Methode erheblich. Hierbei solltet ihr sowohl auf Primär- als auch Sekundärdaten zurückgreifen.

02 Beschreibt gemeinsam im Team eure Persona. Beginnt mit demographischen Fakten, wie das Alter, der Beruf, der Familienstand und der Wohnort.

03 Sammelt gemeinsam weitere Informationen über eure Persona. Wie sieht ihr Umfeld aus? Wo hält sich eure Persona häufig auf? Wodurch wird sie beeinflusst? Je nach Relevanz für euer Projekt könnt ihr weitere Attribute hinzufügen.

04 Definiert abschließend was ihr noch nicht über eure Persona wisst und teilt diese Rechercheaufgaben zwischen euren Projektteilnehmenden auf.

05 Bezieht euch bei Entscheidungen im Projekt immer auf eure Persona. Ist euer Projekt auf eure Persona ausgerichtet und werden ihre Bedürfnisse erfüllt? Aktualisiert eure Persona fortlaufend im Projekt, sobald ihr neue Informationen gesammelt habt.



Prototyping

Mehr Infos & Template
zum Download

Was ist das?

Prototyping ist ein Ansatz, der ursprünglich aus der Softwareentwicklung stammt. Der Ansatz hat als agile Managementmethode, dem Kerngedanken des Design Thinking folgend, ein breites Anwendungsfeld gefunden. Prototypen dienen dazu, die ausgewählten Ideen frühzeitig greifbar und erlebbar zu machen. Hierbei wird das Produkt/ der Service mit einfachen Materialien erstellt, um eine Funktion oder eine Erfahrung zu testen. Das Feedback aus den Tests dient der Optimierung des Produktes/die Services.

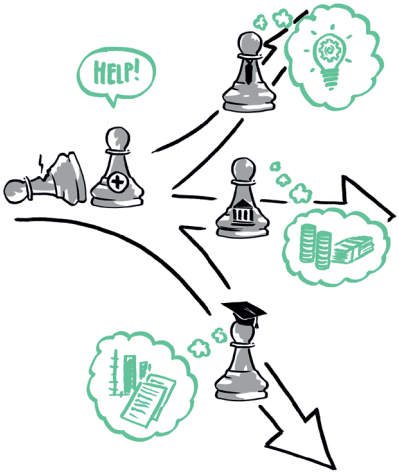
min. 2 Projektverantwortliche

1 Stunde - mehrere Tage

Medium

Verstehen

Kreativmaterial, Papier, Klebezettel, Stifte, Online-Tool zur Prototypen Erstellung, was immer ihr an Material für euren Prototypen benötigt



Fehlende Bedürfnisorientierung

Step-by-Step

Das Prototyping ist ein iterativer Prozess aus dem Design Thinking, der im Laufe eines Projekts an verschiedenen Stellen durchgeführt wird, um euer Produkt/euren Service zu optimieren. Hierbei gibt es verschiedene Arten von Prototyping. Ihr müsst je nach Projektfortschritt, vorhandenen Materialien und Projekttyp die für euch passende Methode auswählen.

01 Stellt euch zuerst die Frage, welche Erkenntnisse ihr aus der Erstellung eures Prototypen gewinnen wollt. Darauf solltet ihr euren Fokus legen.

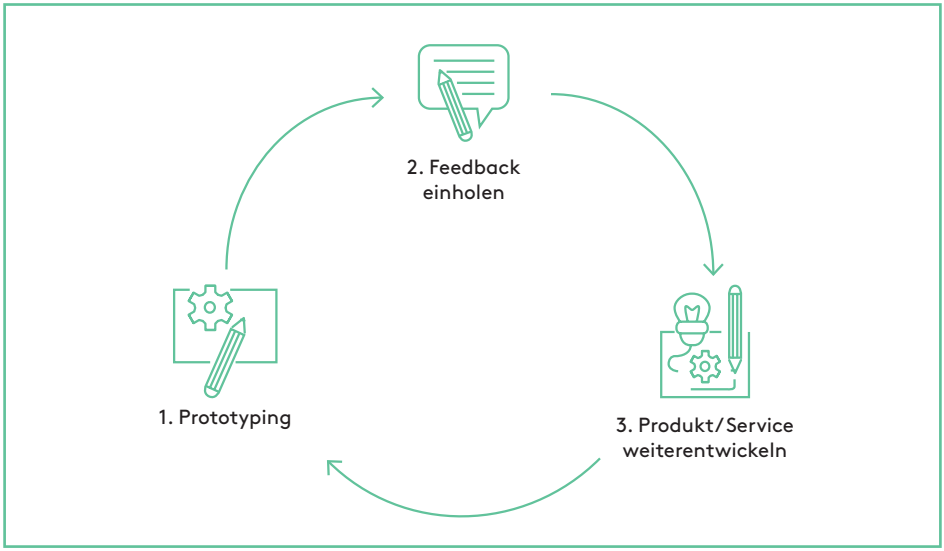
02 Erstellt einen groben Entwurf eures Prototypen auf Papier. Überlegt euch, wie euer Prototyp später von den Nutzer*innen getestet werden soll oder wie ihr euer Feedback einholen möchtet.

03 Entwerft nun einen tatsächlichen Prototypen auf Basis der gewonnenen Informationen. Dabei handelt es sich um ein kleines Arbeitsmodell des erforderlichen Systems. Es soll sich hierbei nicht um ein perfektes Produkt handeln. Ihr könnt verschiedene Arten des Prototypings ausprobieren z.B.

a. Zeichnerische Darstellung in Originalgröße
b. Digitaler Prototyp mit Hilfe eines online Tools etc.

04 Während der Erstellung des Prototypen solltet ihr die folgenden Prinzipien beachten:

a. Fail often and early: Schnelle und iterative Zyklen erlauben es, Schwierigkeiten frühzeitig zu erkennen.
b. Fail forward: Akzeptiert Misserfolge als Teil des Prozesses. Zu scheitern bedeutet somit, schnell zu lernen.
c. Make it tangible: Entwickelt euren Prototypen so greifbar wie möglich.
d. Test with customers and users: Testet euren Prototypen mit eurer Zielgruppe. Dies sollte so früh wie möglich durchgeführt werden, um möglichst schnell zu lernen. Nutzt die gewonnenen Erkenntnisse für euren nächsten Prototypen.

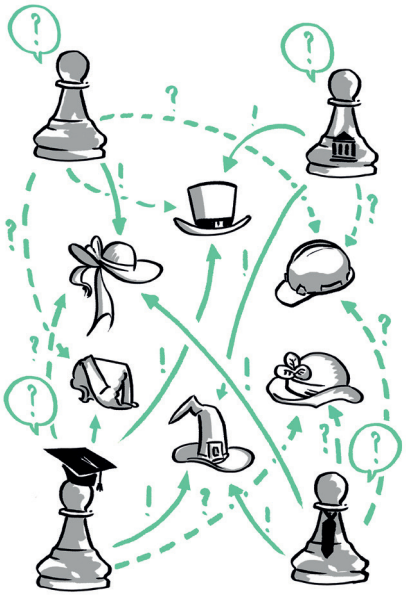


Erwartungsmatrix

Mehr Infos & Template zum Download

Was ist das?

Mit Hilfe der Erwartungsmatrix können die Nutzer*innenerwartungen und potenzielle Beiträge der verschiedenen Akteur*innen herausgearbeitet werden. Dies unterstützt dabei, mögliche Interessenskonflikte und Schwierigkeiten der Akteur*innen einzuschätzen sowie klare Rollen und Verantwortlichkeiten zu definieren.



1 Projektverantwortliche*r & max. 15 Projektpartner*innen

ca. 2,5 Stunden + Evaluation

Medium

Einbinden

Papierbogen mit Matrix, Präsentationswand, große Karteikarten, Stifte

Unklare Rollen und Verantwortlichkeiten

Step-by-Step

Von jedem*r Projektpartner*in sollte mindestens ein*e Teilnehmer*in in dem Workshop anwesend sein, um deren Rolle zu vertreten.

01 Erstellt eine Matrix mit den Namen der Projektpartner*innen an der horizontalen sowie vertikalen Achse. Die horizontale Achse kann als „GIVE (Geber)“ und die vertikale Achse als „TAKE (Empfänger)“ betrachtet werden. Die Erwartungsmatrix ist daher auch als give-and take Matrix bekannt.

02 Zu Beginn definiert jede*r Akteur*in sein*ihr Hauptziel im Projekt und schreibt dieses in eine horizontale Zeile unter seinen*ihren Namen.

03 Jede*r Akteur*in füllt die ihn*sie betreffenden Schnittpunkte der Matrix wie folgt aus – TAKE: Was möchte ich von jedem einzelnen der anderen Projektpartner*innen erhalten oder was erwarte ich von ihnen? GIVE: Welche Kompetenzen, Sach- und Serviceleistungen oder Kontakte kann ich den anderen Projektpartner*innen anbieten? Der*die erste Akteur*in beginnt mit der Vorstellung der gewünschten TAKEs und vorgeschlagenen GIVEs. Die anderen Projektteilnehmenden reagieren, inwieweit die Erwartungen erfüllt werden können.

04 Evaluiert im Anschluss gemeinsam die Matrix: Welche Erwartungen werden erfüllt? Welche werden nicht erfüllt? Welcher Beitrag kann geliefert werden, obwohl dieser nicht erwartet wird?

05 Achtet gemeinsam darauf, dass keine Rollen außer Acht gelassen werden. Definiert klare Verantwortlichkeiten sowie offene Erwartungen und leitet daraus spezifische Folgeaufgaben für alle Teilnehmenden ab.

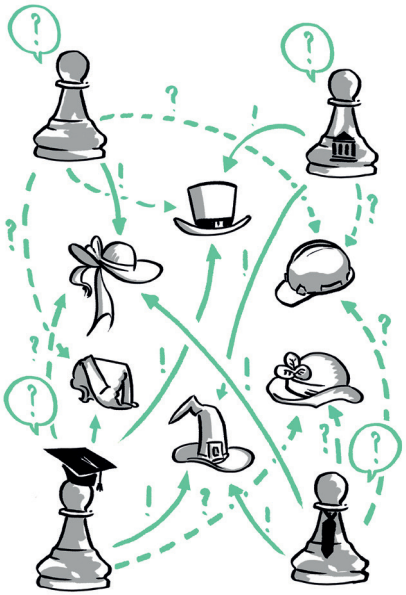
	Stakeholder 1 (GIVE)	**Stakeholder 2 (GIVE)**	**Stakeholder 3 (GIVE)**
Hauptziele der Akteur*innen			
Stakeholder 1 (TAKE)			
Stakeholder 2 (TAKE)			
Stakeholder 3 (TAKE)			

Stakeholder Salience

Mehr Infos & Template zum Download

Was ist das?

Das Stakeholder Salience Modell ist ein Strategiewerkzeug zur Segmentierung von Stakeholdern. Durch die Einordnung und Bewertung aller Stakeholder anhand dreier Attribute: Macht, Legitimität und Dringlichkeit, wird eine Übersicht und Priorisierung aller Stakeholder, die einen Anspruch oder Interesse an der Problemstellung und einer potenziellen Lösung haben, erstellt.



2-3 Projektverantwortliche

2 Stunden

Leicht

Verstehen

Flipchart, Zettel, Stifte

Unklare Rollen und Verantwortlichkeiten

Step-by-Step

Die Bearbeitung des Stakeholder Salience Modells sollte mindestens eine Person, die eine strategische Rolle im Projekt einnimmt (z.B. Projektleitung) und eine Person mit einer operativen Rolle übernehmen.

01 Identifiziert die Stakeholder eures Projekts und überlegt, welche Rolle sie im Projekt einnehmen (z.B. Projektleiter*in, Wettbewerber, Zielgruppe etc.). Tragt diese Informationen in eine Tabelle ein.

02 Überlegt euch, welche der drei folgenden Attribute ihr den Stakeholdern zuschreiben würdet:

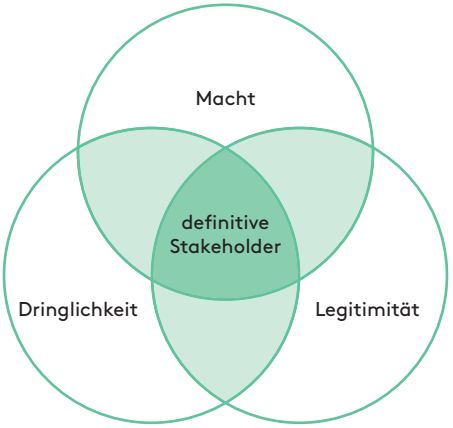
a. Power/ Macht: Die Fähigkeit der Stakeholder, die Leistungen, Aktivitäten, Abläufe und Ergebnisse eines Projektes zu beeinflussen, d.h. ein Stakeholder A kann einen anderen Stakeholder B dazu bringen etwas zu tun, was B sonst nicht getan hätte.

b. Legitimacy/ Legitimität: Die Berechtigung Ansprüche zu stellen. Achtet auf Stakeholder, die berechtigt sind, Ansprüche zu stellen, die als legitim angesehen werden.

c. Urgency/ Dringlichkeit: Das Maß, in dem die Ansprüche der Stakeholder sofortige Aufmerksamkeit erfordern. Wie wichtig es ist, dass schnell auf die Erwartungen und Anforderungen der Stakeholder reagiert wird?

03 Die Stakeholder, die nur eins der drei Attribute besitzen, werden als latente Stakeholder bezeichnet. Ihnen wird daher im Verhältnis zu den anderen am wenigsten Aufmerksamkeit zugestanden. Die zweitwichtigste Gruppe stellen die erwartungsvollen Stakeholder dar, denen zwei Attribute zugeordnet werden. Die größte Aufmerksamkeit hingegen richtet sich an die definitiven Stakeholder, die alle drei Eigenschaften besitzen.

04 Leitet aus den entsprechenden Rollen und Attributen klare Verantwortlichkeiten für und im Umgang mit den Projektbeteiligten ab.

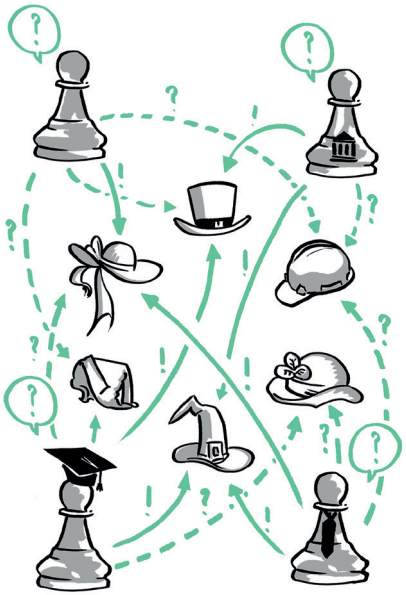


Ego Netzwerk

Mehr Infos & Template zum Download

Was ist das?

Ein Netzwerk dient vor allem zum Austausch von Wissen, Ideen und Kompetenzen. Das Stakeholder Ego-Netzwerk hilft, die Beziehungen unter den Stakeholdern einer transdisziplinären Projektgruppe herauszuarbeiten, um diese möglichst effektiv und effizient zu nutzen. Durch das Aufzeigen der Strukturen zwischen Wirtschaft, Wissenschaft, Politik und Gesellschaft soll die Zusammenarbeit verbessert werden.



min. 1 Projektverantwortliche*r

0,5 - 1 Stunden

Leicht

Verstehen

Flipchart, Zettel, LinkedIn/Xing, Stifte

Unklare Rollen und Verantwortlichkeiten

Step-by-Step

Das Ego-Netzwerk besteht aus einem fokalen Knotenpunkt (Ego = „Ich“) und den damit verbundenen Knoten (Alter= “Kontaktperson”).

01 Definiert euren Knotenpunkt (Ego). Wie soll der Punkt repräsentiert werden (Einzelperson oder Team)?

02 Tragt in die erste Ebene die direkten Verbindungen zu eurem fokalen Knotenpunkt (Ego) ein.

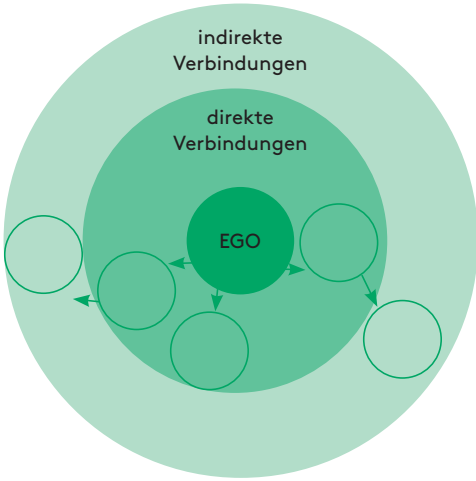
03 Überlegt euch für die zweite Ebene, wen die Personen der ersten Ebene kennen könnten. Hierüber könnt ihr Zugang zu neuem Wissen oder Informationen erhalten. Diese spiegeln die indirekten Verbindungen wider. Nehmt hier auch soziale Netzwerke zur Hilfe, wenn ihr euch unsicher seid, mit wem eure direkten Verbindungen vernetzt sind.

04 Zeichnet nun mit Pfeilen die Beziehungen zwischen den einzelnen Knoten in eurem Netzwerk. Die Pfeilrichtung symbolisiert den Informations- und Wissensfluss. Je häufiger ein Knoten durch indirekte Verbindungen mit anderen Knoten verbunden ist, desto einfacher ist es für das Ego auch diesen Knoten zu erreichen. Überlegt, welche Knoten eine grenzüberschreitende Funktion haben.

05 Diskutiert darüber hinaus, welche Verbindungen als stark oder schwach eingestuft werden. Mit welchen Verbindungen solltet ihr vorsichtig umgehen? Bei welchen Verbindungen besteht bereits eine gute Vertrauensbasis?

06 Das Netzwerk verändert sich im Laufe des Projekts. Modifiziert euer Netzwerk sobald neue Verbindungen entstehen oder vorhandene Beziehungen wegfallen.

07 Wenn ihr euer Ego-Netzwerk mit verschiedenen Netzwerken verbinden möchtet, könnt ihr dem im Paper von Vehovar, Vasja, et al. (2008) beschriebenen Vorgehen folgen.

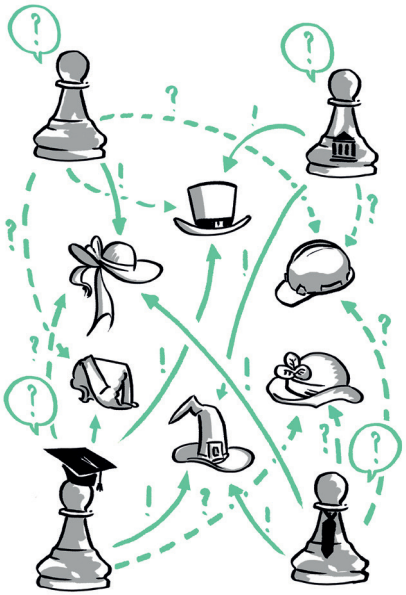


Netzwerk Moderation

Mehr Infos & Template zum Download

Was ist das?

Ein*e Netzwerkmoderator*in hat die Aufgabe, bei Projekt- oder Netzwerktreffen die Gruppengespräche methodisch zu leiten, ohne sich dabei inhaltlich zu beteiligen und die Willensbildung der Gruppe zu beeinflussen. Dies führt zu einer effektiven Gestaltung der Gruppenkommunikation mit dem Ziel die Gruppe zu ihrer optimalen (geistigen) Leistung zu führen.



1 Projektverantwortliche*r

Einen Workshop lang

Hoch

Verstehen - Einbinden

Methodenkoffer, Zettel & Stifte dabei zu haben ist immer gut!

Unklare Rollen und Verantwortlichkeiten

Step-by-Step

01 Ein*e Netzwerkmoderator*in sollte sich im Vorfeld für die Moderation auf seine*ihre Aufgabe gut vorbereiten und hierfür die folgenden Punkte beachten:

a. Visualisierungen vereinfachen das Verständnis von komplexen Sachverhalten.
b. Jede*r Teilnehmer*in sollte zu Wort kommen. Jede Meinung ist wichtig, trotzdem sollten sich alle so kurz wie möglich fassen.Fehler dürfen gemacht werden und Fragen dürfen gestellt werden.
c. In der Gruppe sollte stets eine Balance zwischen Spaß und dem Erreichen der Zielsetzung des Treffens gefunden werden.

02 Bereitet euch im Vorfeld methodisch auf das Projekt-/Netzwerktreffen vor:

a. Welche Basismoderationstechniken können angewendet werden? (z.B. Einpunkt-/Mehrpunktabfragen, Visualisierung etc.)
b. Welche kreativen Moderationstechniken gibt es? (z.B. Ideenkarussell, 6-3-5, Pyramidendiskussion).
c. Wie bewerte ich Diskussionen? Wie gehe ich mit schwierigen Moderationssituationen um und wann könnten diese auftreten?

03 Erstellt euch einen Moderationsplan, in dem ihr die einzelnen Schritte, das jeweilige Ziel, die Methodik, notwendige Hilfsmittel, den Zeitraum sowie die Verantwortlichkeiten festhaltet.

04 Beginnt das Treffen mit einem Auftakt: Begrüßung, Kennenlernen und Ice-Breaker Methoden.

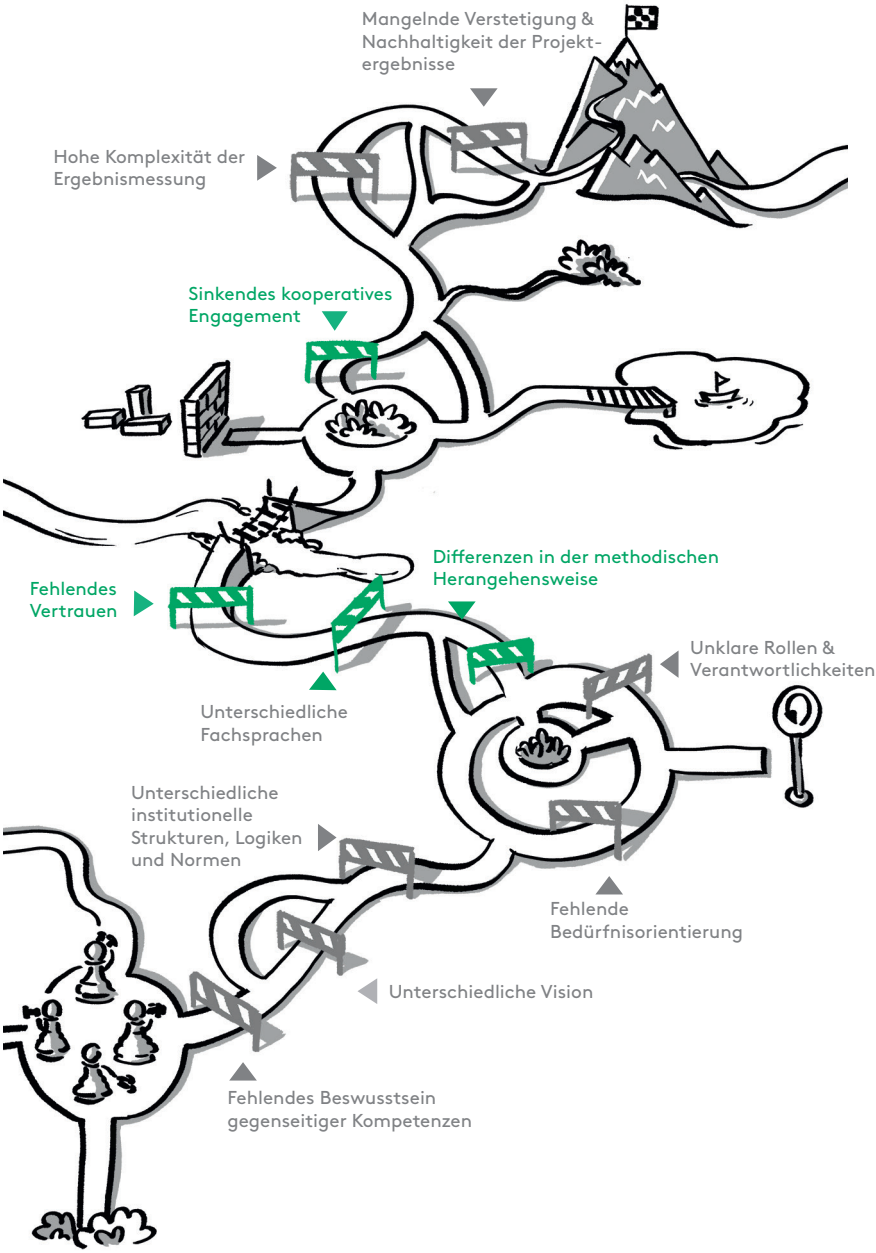
05 Steigt dann in das Thema ein: Themenfindung, Problemklärung, Vorstellung der heutigen Agenda und gegebenenfalls deren Anpassung an die Wünsche der Teilnehmenden.

06 Bearbeitet danach das Thema: Gruppenarbeit, Diskussionen, Ideenfindung und -bewertung.

07 Sichert zum Schluss die Ergebnisse: Festhalten von Aufgaben und Verantwortlichkeiten, Reflexion des Prozesses und Ausformulierung nächster Schritte.

Schritt	Ziel	Methodik	Hilfsmittel	Zeit	Verantwortung

Projekt-
durchführung

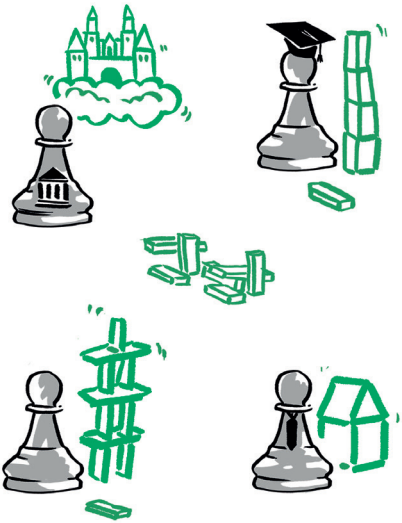

Mangelnde Verstetigung & Nachhaltigkeit der Projekt-ergebnisse
Hohe Komplexität der Ergebnismessung
Sinkendes kooperatives Engagement
Differenzen in der methodischen Herangehensweise
Fehlendes Vertrauen
Unklare Rollen & Verantwortlichkeiten
Unterschiedliche Fachsprachen
Unterschiedliche institutionelle Strukturen, Logiken und Normen
Fehlende Bedürfnisorientierung
Unterschiedliche Vision
Fehlendes Beswusstsein gegenseitiger Kompetenzen

Usability-Test

Mehr Infos & Template zum Download

Was ist das?

Der Usability-Test stammt ursprünglich aus der Softwareentwicklung und wird heute vermehrt im Design Thinking verwendet. Beim Usability-Test wird die Gebrauchstauglichkeit einer Software oder Hardware durch potenzielle Nutzer*innen überprüft. Ziel ist es, die gesamte Benutzer*innenerfahrung bereits während des Entwicklungsprozesses zu verbessern, um somit ein benutzerfreundliches Produkt zu entwickeln.



1 Projektverantwortliche*r & min. 5 Bürger*innen

1 Stunde pro Proband*in + Vor- & Nachbereitungszeit

Medium

Interagieren

Prototypen, Kamera für Ton und Videoaufnahmen, Leitfaden mit definierte Aufgaben, Notizzettel, Stifte

Differenzen in der methodischen Herangehensweise

Step-by-Step

Der Usability-Test teilt sich in drei grundlegende Phasen auf:

01 Vorbereitungsphase: Hier wird das Usability Testing vorbereitet. Erstellt ein Konzept, in dem beschrieben wird, was ihr vorhabt, worum es geht, was euer Ziel ist, was ihr herausfinden wollt und was euer Testobjekt ist.

02 Weiterhin solltet ihr den Ort bestimmen, wo der Test durchgeführt werden soll. Soll dieser remote oder persönlich stattfinden? (Siehe den Aufbau unten für eine remote Durchführung.) Definiert die unterschiedlichen notwendigen Rollen.

03 Rekrutiert die Proband*innen. Um mindestens 85% der Fehler eines Prototyps aufzudecken, sollten mindestens 5 Proband*innen rekrutiert werden. Diese sollten dem*der Nutzer*in ähneln.

04 Definiert genaue Testszenarien. Welche Aufgaben sollen die Proband*innen an dem Prototypen durchführen? Es sollten möglichst unterschiedliche Anwendungsfälle getestet werden.

05 Stellt sicher, dass ihr alle notwendigen Materialien für den Anwendungstest zur Verfügung habt. Führt am besten ein Pilottesting mit einem*r anderen Projektverantwortlichen durch.

06 Durchführungsphase: Für die Phase startet ihr mit der Begrüßung des*der Proband*in. Erklärt der*dem Proband*in den Ablauf und die Aufgaben der Testszenarien. Führt anschließend die Tests durch. Während der*die Proband*in den Test durchführen, sollen sie ihre Gedanken laut mitteilen. Diese Methode wird „Think aloud" Methode genannt. Parallel zur Testdurchführung sollten die Beobachter*innen die Durchführung genaustens dokumentieren.

07 Nachbereitungsphase: Wertet die Dokumentationen und Erkenntnisse aus und präsentiert die Ergebnisse im Team. Nutzt diese Ergebnisse, um die Nutzerfreundlichkeit eures Testobjekts zu optimieren.

Konzept	Rollenverteilung	Testaufgaben	Dokumentation
Was ist das Ziel? Was ist das Testobjekt? Welche Methode wird angewandt? Wie sieht der Interviewleitfaden aus?	Wer sind unsere Proband*innen? Wer stellt die Aufgaben? Wer ist der*die Beobachter*in / Testleiter*in?	Was sind die Aufgaben, die die Proband*innen erfüllen sollen?	Was sagen die Proband*innen zu den einzelnen Aufgaben? (Sowohl verbale als auch nonverbale Reaktionen sollen dokumentiert werden)
	Ort & Location Wo soll getestet werden? Wo liegen die Messunterlagen?		

Ablauf

Was sind die Schritte in der Versuchsdurchführung?

Smart PICO

Mehr Infos & Template zum Download

Was ist das?

Die Smart PICO Methode ist ein ursprünglich aus dem klinischen Kontext stammendes, modifiziertes Hilfsschema, das zur Vorbereitung einer Strategie zur wissenschaftlichen Literaturrecherche oder dem Erarbeiten von Forschungsfragen und/oder einem Interviewleitfaden dient. Dieses Hilfsschema wurde für Science/Society Projekte um die SMART-Kriterien aus dem Projektmanagement erweitert und angepasst.

2 Projektverantwortliche

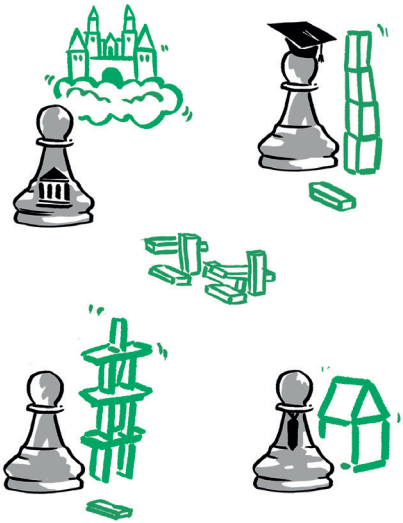
2 Stunden

Medium

Verstehen

Zettel, Stifte

Differenzen in der methodischen Herangehensweise



Step-by-Step

Diese Methode beinhaltet die Parameter: Population, Intervention, Comparison und Outcome. Für Science/Society Projekte wurde die Methode entsprechend abgewandelt und um die SMART-Kriterien ergänzt.

01 Erstellt euch eine Liste, bei der ihr die folgenden Parameter für eure Forschungsfrage bearbeitet:

- **a.** Problem (Ausgangssituation): Was ist die Problemlage?
- **b.** Population (Zielgruppe): Wer ist von diesem Problem betroffen?
- **c.** Intervention (Maßnahmen): Welche Maßnahmen werden in Betracht gezogen oder bereits durchgeführt, um das Problem zu lösen?
- **d.** Comparison (Vergleich): Gibt es mögliche Alternativmaßnahmen, die ergriffen werden können, um das Problem zu lösen?
- **e.** Outcome (Ziel): Wie sieht das gewünschte Ergebnis aus?
- **f.** Study Design (Studien Design): Wollt ihr eine qualitative oder quantitative Studie durchführen? Wie soll die Analyse stattfinden?
- **g.** Specific/Measurable (Spezifisch/Messbar): Wie können wir den Erfolg der Studie messbar machen?
- **h.** Accepted/Realistic (Akzeptiert/Realistisch): Was ist machbar? Wie könnt ihr die Projektteilnehmenden an der Entscheidung teilhaben lassen?
- **i.** Timely (Terminierung/Zeit): Wann soll das Ziel erreicht werden?

02 Orientiert euch an den vorgegebenen Parametern, um eure Forschungsfrage zu definieren oder euren Leitfaden für ein Interview zu designen. Versucht dabei alle Parameter einzubinden. Eure Forschungsfrage sollte gemäß der SMART-Kriterien kurz und prägnant sein.

03 Die Parameter können angepasst werden, sollten aber nicht zu sehr von den eigentlichen Parametern abweichen und dennoch einen Großteil davon abdecken.

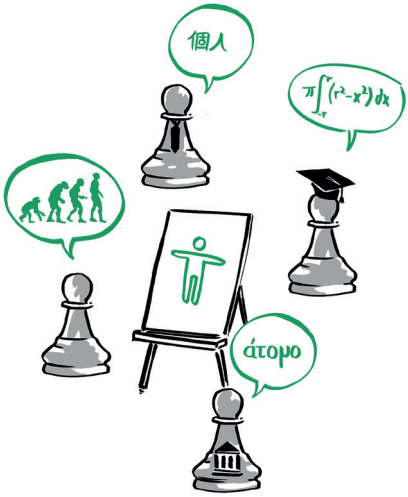
P	PROBLEM PROBLEM	Was ist die Problemlage?
P	POPULATION ZIELGRUPPE	Wer ist von dem Problem betroffen? Alter? Geschlecht? Merkmale?
I	INTERVENTION MAßNAHMEN	Welche Maßnahme wird in Betracht gezogen, um das Problem zu lösen?
C	COMPARSION ALTERNATIV-MAßNAHMEN	Gibt es alternative Maßnahmen für die Problemlösung?
O	OUTCOME ZIEL/LÖSUNG	Wie sieht das gewünschte Ergebnis aus?
S	STUDY DESIGN STUDIEN DESIGN	Qualitativ oder quantitativ? Umfrage oder Interview?
SM	MESSBAR/ SPEZIFISCH	Wie können wir den Erfolg unserer Studie messbar machen?
AR	AKZEPTIERT/ REALISTISCH	Was ist realistisch/ethisch vertretbar? Können sich Mitglieder beteiligen?
T	TIME/ ZEIT	Wann soll das Ziel erreicht, wann soll die Umfrage durchgeführt werden?

6-3-5 Brainwriting

Mehr Infos & Template zum Download

Was ist das?

Die 6-3-5 Brainwriting Methode ist eine Kreativitätstechnik, die das Generieren von neuen Ideen in einer Gruppe fördert und ähnliche Ideen sortiert sowie priorisiert. Hierdurch werden in kurzer Zeit viele Ideen hervorgebracht. Außerdem haben unterschiedliche Disziplinen häufig ähnliche Ideen, die aufgrund der unterschiedlichen Fachsprache sehr verschieden erscheinen. Durch diese Methode werden die Gemeinsamkeiten in den Ideen erkannt und können weiterentwickelt werden.



6 Projektverantwortliche oder-partner*innen oder Bürger*innen

ca. 40 Minuten

Leicht

Einbinden

Arbeitsblatt mit Tabelle (3 Spalten x 6 Zeilen), Stifte, Stoppuhr

Unterschiedliche Fachsprachen

Step-by-Step

Für die Durchführung dieser Methode sollten sich die Teilnehmenden um einen Tisch herumsetzen. Arbeitsblätter und Stifte werden von einer*m Projektverantwortlichen verteilt.

01 Der*die Projektverantwortliche nennt eine zuvor definierte Fragestellung oder einen Themenkomplex, zu dem Ideen gesammelt werden sollen. Zu Beginn wird die Fragestellung diskutiert. Hierbei sind lediglich Verständnisfragen zugelassen.

02 Die 6-3-5 Methode verläuft ganz nach dem Prinzip ihres Namens: 6 Runden, 3 Ideen, 5 Minuten. Beginnt mit der ersten Runde: Innerhalb von fünf Minuten schreibt jede*r Teilnehmende jeweils drei Ideen zu der gegebenen Fragestellung. Während der Durchführung ist das Kommunizieren mit den anderen Teilnehmenden nicht erlaubt.

03 Jedes Gruppenmitglied übergibt nach fünf Minuten seinen Ideenzettel an die Person auf der linken Seite. Der*die benachbarte Teilnehmende entwickelt diese weiter. Denkt dabei über eigene Ideen nach, aber arbeitet auch die Ideen der anderen Teilnehmenden weiter aus. Dieser Ablauf wiederholt sich in der Regel sechs Runden, bis der Zettel wieder an der Anfangsposition angekommen ist.

04 Häufig sind ähnliche Ideen vorhanden, die von Personen verschiedener Disziplinen in unterschiedlichen Fachsprachen beschrieben werden. Verfasst diese Ideen nun in einer gemeinsamen Sprache, sodass sie von allen Teilnehmenden verstanden werden.

05 Am Ende des Brainwritings liegen zahlreiche Ideen vor. Diskutiert diese in der Gruppe und priorisiert die Ideen. Fokussiert euch im weiteren Projektverlauf auf die Ideen und Ansätze, die von allen Teilnehmenden am höchsten gerankt wurden.

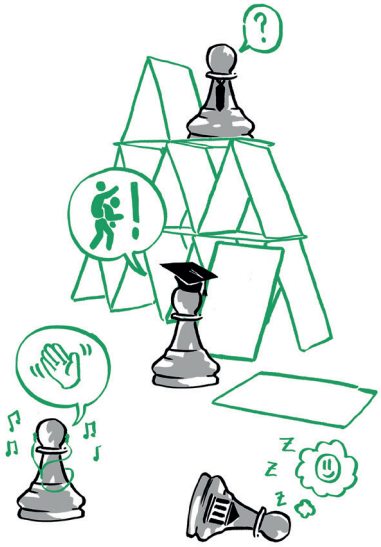
Idee Nr. 1	Idee Nr. 2	Idee Nr.3

Nudging

Mehr Infos & Template
zum Download

Was ist das?

Nudging stammt aus der Verhaltensökonomik und dient als Instrument, das zur Motivation von Personen zu Beginn und während eines Projekts verwendet werden kann und ist im Vergleich zu Anreizen subtiler und übt daher keinen Druck auf den Empfänger aus. Nudges haben zum Ziel, Menschen auf eine Art und Weise zu motivieren, dass sie Entscheidungen treffen, die ihr Leben positiv beeinflussen. Ein Nudge erhöht das persönliche Wohlbefinden und die Motivation des Empfängers, ist einfach umzusetzen, kostengünstig und schränkt die Entscheidungsmöglichkeiten nicht ein.



min. 3-5 Projektverantwortliche
oder -partner*innen
oder Bürger*innen

1 Stunde

Medium

Interagieren

Zettel und Stifte, ggf. Pinnwand

Sinkendes kooperatives Engagement

Step-by-Step

„Nudges sind alle Maßnahmen, mit denen Entscheidungsarchitekten das Verhalten von Menschen in vorhersagbarer Weise verändern können, ohne irgendwelche Optionen auszuschließen oder wirtschaftliche Anreize stark zu verändern“. (Thaler & Sunstein, 2009 S.15)

01 Überlegt euch eine gezielte Fragestellung, für die ihr Nudges entwickeln wollt, z.B. wie erreicht man, dass sich Menschen gesund ernähren?

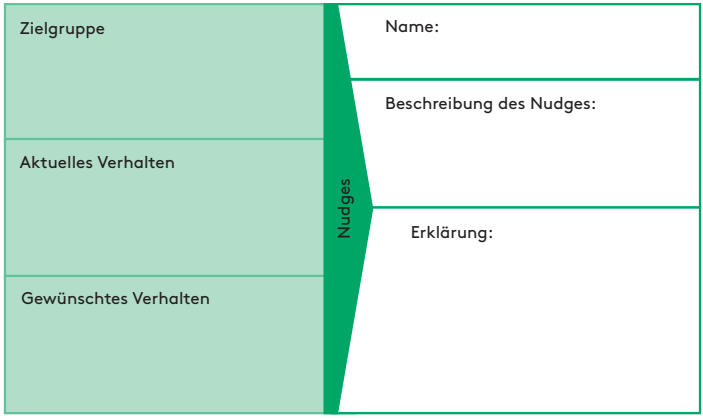
02 Erklärt die verschiedenen Charakteristika von Nudges:
- Ein Nudge ist einfach und kostengünstig.
- Ein Nudge erhöht das persönliche Wohlbefinden.
- Ein Nudge schränkt die Entscheidungsmöglichkeiten einer Person nicht ein.

Weitere Informationen sind der beigefügten Literatur zu entnehmen.

03 Lasst nun eurer Kreativität freien Lauf und überlegt gemeinsam:
Was können mögliche Nudges, also kleine „Anstupser” sein, mit denen ihr das gewünschte Verhalten positiv unterstützen könnt? Achtet bei der Konzeption der Nudges darauf, dass die Nudges alle Kriterien erfüllen und heftet die Vorschläge an eine Pinnwand oder füllt die bereitgestellte Vorlage aus. Beispiele von Nudges sind z.B. grüne Fußspuren, die zum Mülleimer führen.

04 Die Nudges werden in der Gruppe diskutiert. Alle Teilnehmenden stimmen abschließend darüber ab, welche Nudges als am sinnvollsten angesehen werden.

05 Testet, ob die ausgewählten Nudges in eurem Projekt wirken, tauscht sie ggf. aus oder modifiziert sie. Macht dieses, bis bis ihr das Gefühl habt, dass sie die Projektteilnehmenden optimal motivieren.



Treasure Hunting

Mehr Infos & Template zum Download

Was ist das?

Treasure Hunting (dt. Schatzsuche) hilft den Teammitgliedern, sich gegenseitig kennen und schätzen zu lernen. Es ermutigt die Teilnehmenden aufeinander zuzugehen und sich mit anderen Teilnehmenden auszutauschen, um durch einen informellen, aber geführten Austausch Vertrauen aufzubauen.

min. 10 Projektverantwortliche oder -partner*innen oder Bürger*innen

ca. 30 Minuten

Leicht

Interagieren

Karten mit Fragen (muss vorbereitet werden)

Fehlendes Vertrauen

Step-by-Step

Zur Vorbereitung der Treasure Hunting Methode müssen die Projektverantwortlichen Fragen formulieren, die die Teilnehmenden sich später gegenseitig stellen sollen. Hierbei könnt ihr die Fragen individuell auf euer Projekt anpassen. Die Fragen können sich sowohl auf den persönlichen und kulturellen Hintergrund der Teilnehmenden beziehen, als auch bezüglich der Entwicklungen oder Herausforderungen im Projekt formuliert werden.

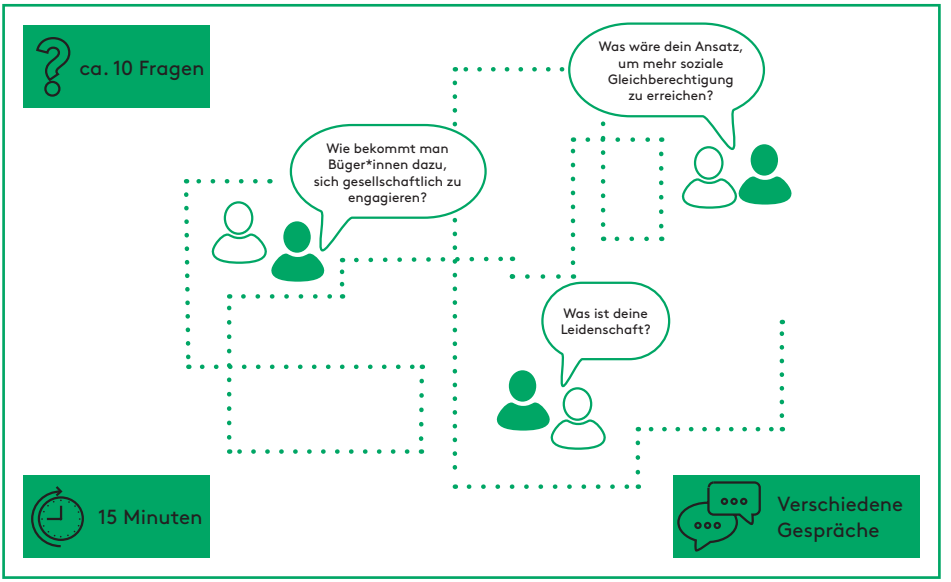
01 Stellt euch mit den Teilnehmenden zusammen in einen Kreis und erklärt ihnen die Methode.

02 Jede*r Teilnehmer*in erhält eine Liste der zuvor entwickelten Fragen. Um Antworten auf diese Fragen zu finden, bewegen sich die Teilnehmenden nun für ca. 15 Minuten im Raum und unterhalten sich mit den anderen Teilnehmenden. Hierfür können sie jede beliebige Person nach der Antwort fragen, jedoch ist es nicht erlaubt, mehr als eine Information von einer Person auf einmal zu erhalten. Es sollten zudem nicht mehrere Personen gleichzeitig befragt werden.

03 Bittet die Teilnehmenden sich nach 15 Minuten zurück in den Kreis zu stellen. Geht gemeinsam alle Fragen durch. Die Personen, die eine Antwort auf die jeweilige Frage erhalten haben, heben ihre Hand und nennen die Antwort.

04 Führt nun eine Retrospektive der Aktivität durch, indem ihr die folgenden Fragen besprecht:

a. Wer hat das Gefühl, dass er/sie eine einzigartige oder überraschende Antwort erhalten hat?
b. Wem wurde von den anderen Teilnehmenden die gleiche Frage gestellt, warum denkt ihr ist das passiert?
c. Was habt ihr aus der Übung gelernt und wie hat sich euer Vertrauen zu den anderen Teilnehmenden verändert?



River of Life

Mehr Infos & Template zum Download

Was ist das?

Die River of Life Methode ermöglicht es, ein Projekt oder eine Entwicklung im Team visuell zu dokumentieren und die gemeinsamen Meilensteine und Hindernisse im Projektverlauf darzustellen. Die Metapher eines Flusses repräsentiert die Entwicklung im Projekt oder im Team. Die Methode ermöglicht es, mehrere Perspektiven zusammenzubringen und bietet dadurch die Möglichkeit, das kooperative Engagement im Team aufrechtzuerhalten.

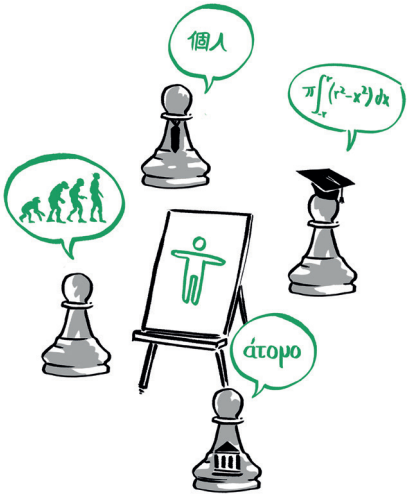
min. 3 Projektverantwortliche oder -partner*innen oder Bürger*innen

30 Minuten - 1 Stunde

Leicht

Interagieren

Flipchart-Papiere, Stifte und Papierbögen in verschiedenen Farben, Zeitschriften zum Ausschneiden, Schere, Kleber



Unterschiedliche Fachsprachen

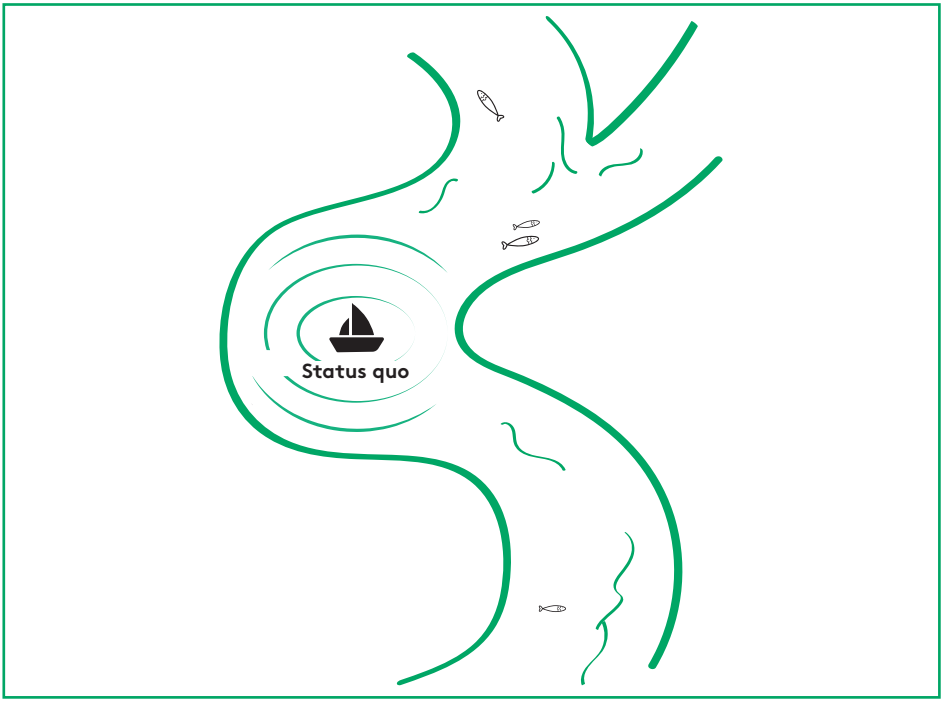
Step-by-Step

Klebt ein paar große Flipchart-Papiere an die Wand oder legt diese auf einem Tische aus. Das Team stellt oder setzt sich in einem Halbkreis um die Flipchart-Papiere. Alternativ kann das Tool auch online über eine Kollaborationsplattform genutzt werden (Karte 29).

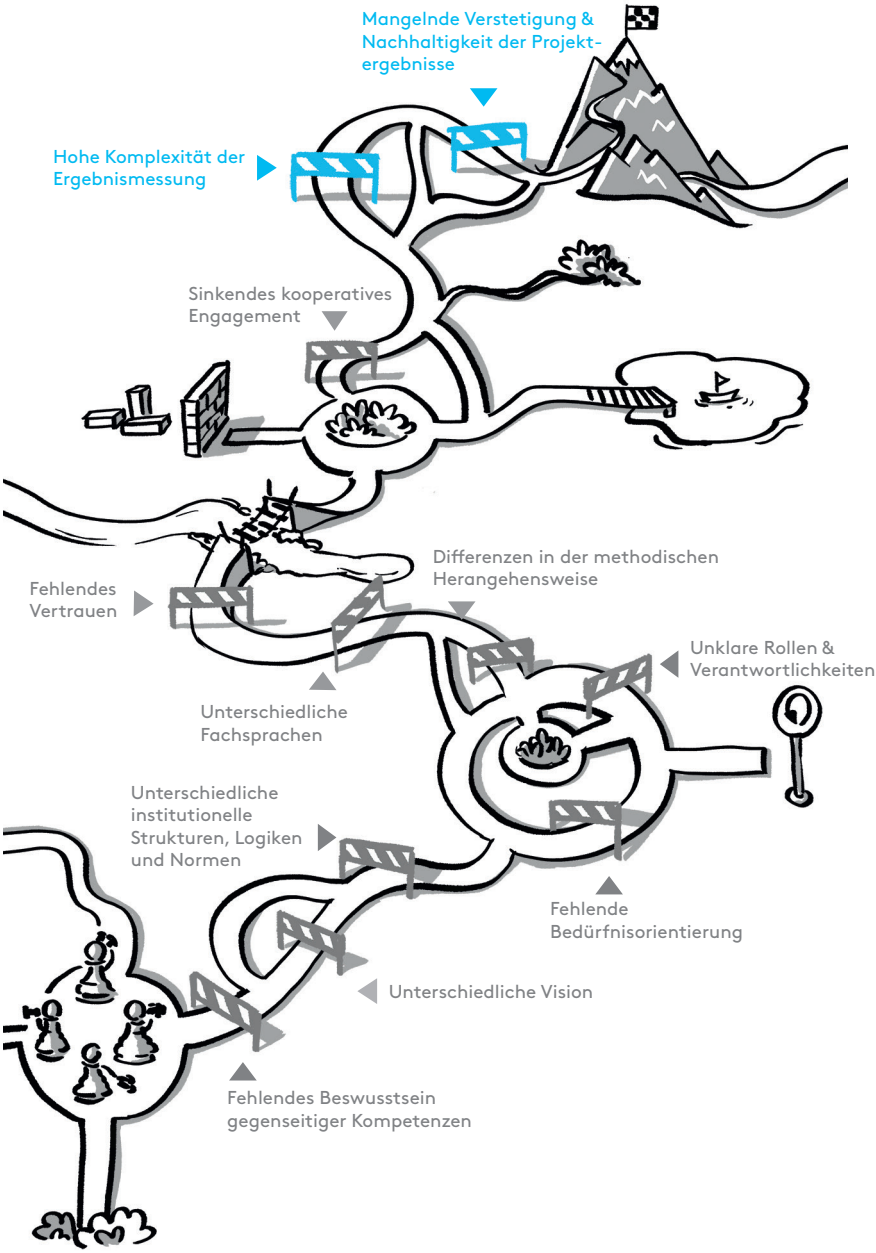
01 Überlegt im Team, wie das Projekt oder das Team entstanden ist. Wer hat bisher daran teilgenommen? Welche Meilensteine wurden erreicht? Welche Rückschläge gab es?

02 Beginnt eure Gedanken auf dem Papier zu visualisieren. Zeichnet in die Mitte des Papiers einen großen Fluss. Dieser spiegelt die Reise/Entwicklung eures Teams wider. Das Boot in der Mitte des Flusses stellt den Status quo dar. Der Fluss kann Schiffe, Felsbrocken, Fische, Baumstämme etc. enthalten, um den Lauf der Zeit und die Ereignisse zu veranschaulichen. Verwendet hierfür bunte Stifte, verschiedene Symbole und/oder Ausschnitte aus Zeitschriften.

03 Plant Zeit zum Ende hin ein, für die Reflexion. Lasst hier auch Diskussionen und verschiedene Sichtweisen zu. Durch die Reflexion von Erfolgen und Misserfolgen wird das kooperative Engagement erhöht. Zum einen werden euch noch einmal eure Erfolge vor Augen geführt, zum anderen könnt ihr durch die Reflexion Strategien entwickeln, wie ihr zukünftige Misserfolge vermeiden und Erfolge fördern könnt. Der Fluss kann euch hierbei als Wegweiser oder Kompass für die Zukunft dienen.



Projekt abschluss

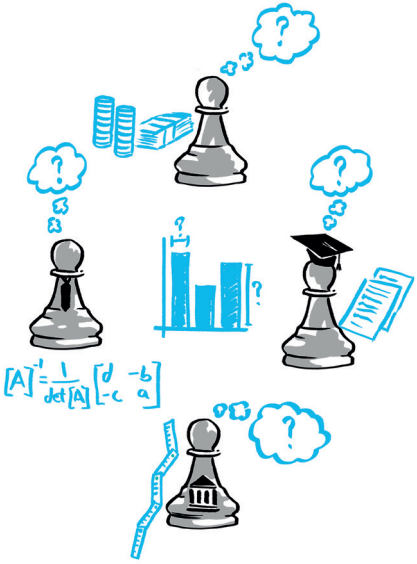

Mangelnde Verstetigung & Nachhaltigkeit der Projekt-ergebnisse
Hohe Komplexität der Ergebnismessung
Sinkendes kooperatives Engagement
Differenzen in der methodischen Herangehensweise
Fehlendes Vertrauen
Unklare Rollen & Verantwortlichkeiten
Unterschiedliche Fachsprachen
Unterschiedliche institutionelle Strukturen, Logiken und Normen
Fehlende Bedürfnisorientierung
Unterschiedliche Vision
Fehlendes Beswusstsein gegenseitiger Kompetenzen

UTAUT Modell

Mehr Infos & Template zum Download

Was ist das?

UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) ist ein Modell aus der Wirtschaftsinformatik, dass die Akzeptanz einer Innovation bei Nutzer*innen misst, um dadurch Zugang zum individuellen Nutzungsverhalten zu erhalten. Dies geschieht anhand der Evaluation von vier Einflussfaktoren: Leistungserwartung, Aufwand, soziale Einflüsse und erleichternde Umstände. Hieraus können Maßnahmen für die Entwicklung und Kommunikation der Innovation abgeleitet werden.



2 Projektverantwortliche & min. 30 Bürger*innen

5 Stunden + Evaluation

Hoch

Einbinden

Ausgedruckter oder online Fragebogen (sollte vorbereitet werden) oder Online Fragebogen Tool, Zettel, Stifte

Hohe Komplexität der Ergebnismessung

Step-by-Step

Um dieses Modell nutzbringend anwenden zu können, ist es hilfreich, wenn einige Personen aus der Zielgruppe eingeladen werden, um die im Projekt entwickelte Innovation zu testen.

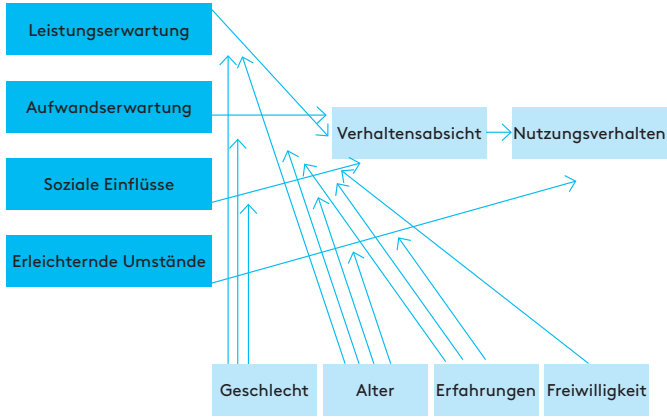
01 Erstellt in Vorbereitung an die Evaluation einen Fragebogen, der den Grad der vier Einflussfaktoren auf die Innovation misst: Leistungserwartung, Aufwand, soziale Einflüsse und erleichternde Umstände.

- **a.** Leistungserwartung: Hilft die Innovation dem*der Proband*in seine*ihre Leistung zu steigern?
- **b.** Aufwand: Ist die Technologie einfach anzuwenden? Kann der*die Proband*in die Innovation ohne Umstände nutzen?
- **c.** Soziale Einflüsse: Könnten andere Personen denken, dass es gut ist, diese Innovation zu nutzen? Was denkt das Umfeld des*der Proband*in über die Nutzung?
- **d.** Erleichternde Umstände: Können vorhandene technische und organisationale Infrastrukturen die Innovation unterstützen und deren Nutzung beeinflussen?

02 Beobachtet die rekrutierten Teilnehmenden eurer Zielgruppe, während sie eure Innovation testen. Befragt sie danach mit Hilfe des Fragebogens und einer 7-stufigen Skala, wie sehr die Aussagen zutreffen oder nicht zutreffen.

03 Haltet ebenfalls demographische Faktoren, wie das Alter und das Geschlecht der Teilnehmenden, sowie deren bisherige Erfahrung mit der Innovation fest und prüft, ob sie die Anwendung freiwillig durchführen.

04 Wertet den Fragebogen aus und stellt den anderen Projektmitgliedern die Verhaltensabsicht sowie das Nutzungsverhalten der Teilnehmenden vor. Leitet durch diese Evaluation Aufgaben und Optimierungsmöglichkeiten ab.



Botschafter Konzept

Mehr Infos & Template zum Download

Was ist das?

Das Botschafter-Konzept ist ein Tool, um Interessierte zu Experten*innen auszubilden und diese somit als Multiplikatoren*innen dazu befähigen, Wissen zu verbreiten. Ziel des Konzepts ist es, Strukturen zu erschaffen, die eine selbstständige und nachhaltige Verbreitung spezifischen Wissens ermöglichen.

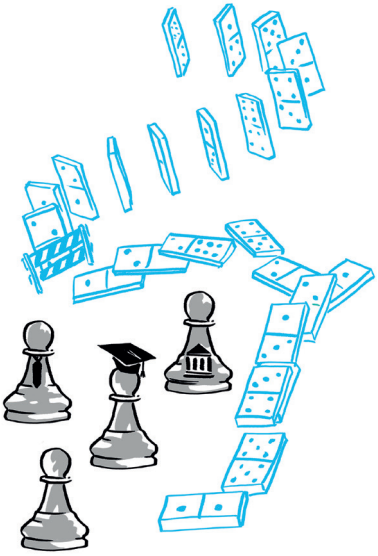
1 Projektverantwortliche*r & min. 20 Bürger*innen

Mehrwöchige Ausbildung

Hoch

Interagieren

Schulungsmaterialien, Methodenkoffer, Zettel, Stifte



Mangelnde Verstetigung und Nachhaltigkeit der Projektergebnisse

Step-by-Step

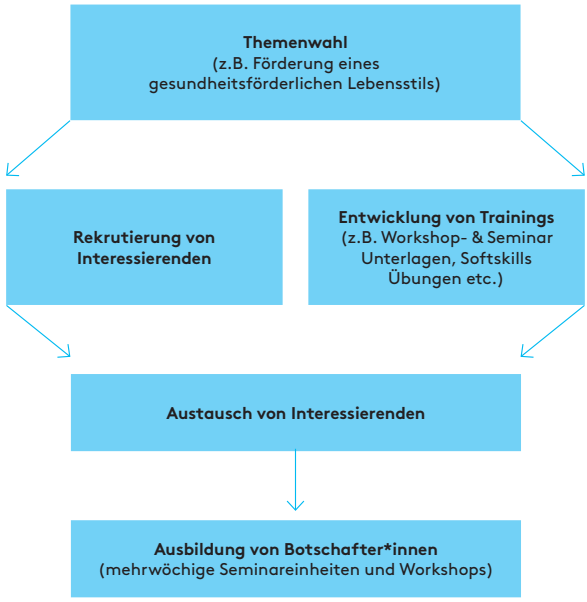
Wählt ein Thema, das ihr innerhalb der Kommune oder Stadt fördern möchtet.

01 Rekrutiert Bürger*innen der Kommune, die Interesse an den unterschiedlichsten Themenfeldern rund um euer auserwähltes Thema aufweisen, darüber hinaus in diesen Bereichen bereits aktiv sind und Interesse an der Weitergabe von Informationen an andere Bürger*innen haben. Gute Rekrutierungsmöglichkeiten sind z.B. Aktionstage der Kommune, Gesundheitstage, die lokale Presse oder gezielte Ansprache von Gesundheitsdienstleister*innen vor Ort.

02 Entwickelt Trainings, die ihr mit den Interessierenden durchführen wollt. Bereitet Materialien für die Workshops und Seminare vor. Denkt neben inhaltlichen Informationen auch an Softskill Übungen für die Teilnehmenden. Trefft euch zum offenen Austausch mit den interessierten Bürger*innen. Präsentiert eure Themenschwerpunkte und sensibilisiert für die Relevanz der Themen. Nehmt Informationen und Anregungen zu bestehenden Aktionen, Strukturen und Qualifikationen auf.

03 Bildet die Botschafter*innen aus. Durch mehrwöchige Seminareinheiten und Workshops werden konkrete Inhalte und Methoden vermittelt, die Bürger*innen für das auserwählte Thema motivieren sollen und sie dabei unterstützen, ihr Verhalten zu ändern und das Wissen weiterzugeben.

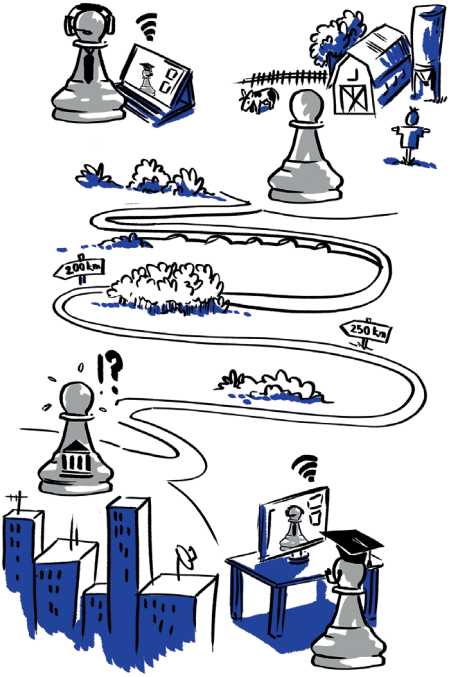
04



Digitale Tools

Was ist das?

Durch die voranschreitende Digitalisierung ist es unerlässlich auch Projektprozesse digital zu verlagern. Die digitalen Tools sind nichts anderes als Werkzeuge, die verwendet werden, um die Zusammenarbeit und die Kommunikation mit Projektmitarbeitenden im digitalen Umfeld zu verbessern. Die hier in der Toolbox aufgezeigten Tools und Methoden können in den fünf Bereichen – Kommunikation, Organisation, Kreativität, Engagement und Datensammlung – unterstützen und die Umsetzung der Vorhaben vereinfachen.



Räumliche und soziale Distanz

Kommunikationstools

Cisco WebEx
GoogleHangouts
Slack
Microsoft Teams
Zoom

Organisationstools

Trello
Notion
Calendly
Evernote
Asana

Kreativitätstools

Adobe XD
Mural
Miro
Canva
Figma

Engagementstools

Slido
Mentimeter
Kahoot

Dokumentenspeicherungs Tools

OneDrive
Sciebo
GoogleDrive
Dropbox

Kommunikations-Tools

Cisco WebEx	Software für Videokonferenzen und Online-Meetings
Google Hangouts	Video- und Chatkommunikation über Google
Slack	Kollaborations- und Kommunikationstool für Gruppen gebündelt in Channels
Microsoft Teams	Kommunikationstool für Gruppen- und Teamchat mit dem Schwerpunkt digitaler Zusammenarbeit
Zoom	Videokonferenzsystem mit Breakout-Rooms

Organisations-Tools

Asana	Tools für komplexe Aufgaben
Calendly	Terminplanungssoftware zwischen einzelnen Personen, dem gesamten Team oder externen Partner*innen
Evernote	Verwalten und Organisieren von Aufgaben und Notizen
Notion	Bereitstellung von verschiedenen Komponenten zur Erstellung eines eigenen Managentsystems
Trello	Kanban-basiertes Aufgabenverwaltungs-Tool

Kreativitäts-Tools

Adobe XD — Grafiksoftware zum Entwurf von grafischen Benutzeroberflächen für Web Apps und Mobilen Apps

Canva — Grafikdesign-Plattform zur Erstellung von visuellen Inhalten z.B. Poster, Dokumente, Social Media

Figma — Vektorgrafik-Editing und Prototyping Tool

Miro — Online Whiteboard zur Teamzusammenarbeit

Mural — Online Whiteboard zur digitalen Kollaboration

Engagement-Tools

Kahoot — Spielbasierte Lernplattform durch Quizzes

Mentimeter — Kreatives Echtzeitvoting & Ideensammlung

Slido — Echtzeit Q&A Abstimmungsplattform

Dokumentenspeicherungs Tools

Dropbox — Meistgenutzte Cloud-Speichersystem auf dem Markt mit 2 GB freien Speicher, erweiterbar auf 16 GB kostenloser Speicher durch Weiterempfehlungen an Freunde

GoogleDrive — Kostenloses Cloud-Speichersystem von Google bis zu 15 GB

OneDrive — Kostenloses Cloud-Speichersystem von Microsoft bis zu 5 GB

Sciebo — Nicht-kommerzielle Campuscloud, meistens von Hochschulen verwendet bis zu 30 GB

Über S2B

Das Science-to-Business Marketing Research Centre (S2BMRC) ist ein integraler Bestandteil der Münster School of Business an der FH Münster. Das S2BMRC ist ein weltweit führendes Forschungszentrum für die Interaktion zwischen Wissenschaft, Gesellschaft und Wirtschaft.

Die Science-to-Society Forschungslinie ist Teil des S2BMRC und widmet sich der Forschung und Lehre zu den Themen verantwortungsvolle Forschung und Bildung, Interaktion zwischen Wissenschaft und Gesellschaft sowie dem gesellschaftlichen Engagement in der Wissenschaft. Ziel hierbei ist es, gesellschaftlich relevante Erkenntnisse mit der Gesellschaft gemeinsam zu generieren und in diese in die gesellschaftliche und wissenschaftliche Praxis nachhaltig zu transferieren.

www.science-marketing.com

Science Marketing_

Science-to-Business Marketing Research Centre

Diese Forschungsarbeit ist im Rahmen des von der Förderinitiative „Innovative Hochschule“ geförderten Projektes „münster.land.leben“ entstanden.

Innovative Hochschule

EINE GEMEINSAME INITIATIVE VON

Bundesministerium für Bildung und Forschung

Gemeinsame Wissenschaftskonferenz GWK