


Methodenbeschreibung	Seite 1	START-UP Methode	 KVP Institut GmbH Gesellschaft für Beratung und Weiterbildung
Methodenablauf	Seite 2		
Beispiele	Seite 3		

Methodenbeschreibung

Junge und neu gegründete Unternehmen erfreuen sich immer größerer Beliebtheit und werden nun auch in Europa von der breiten Öffentlichkeit mehr wahrgenommen. Diese sog. START-UPs bieten einfache und individuelle Lösungen für die verschiedensten Probleme und Herausforderungen in Form von innovativen Produkten, intelligenter Software oder maßgeschneiderten Dienstleistungen.

Diesem Beispiel und der dahinterstehenden enormen Innovationskraft folgt die daraus abgeleitete START-UP Methode. In enger Anlehnung an den kreativen Problemlösungsprozess CPS (Creative Problem Solving) oder die Wunschdenken Methode, stellt auch START-UP ein divergierendes Denkwerkzeug zur Verfügung (s. „Theoretischer Hintergrund“).

Der Schwerpunkt bei der START-UP Methode liegt allerdings nicht in einem divergierenden Denkansatz um durch einen stimulierten kreativen Denkprozess möglichst viele Ideen, Probleme, Ziele oder Herausforderungen zu generieren. Vielmehr sollte für die Anwendung von START-UP bereits ein von allen Teilnehmern mitgetragenes Kernproblem identifiziert sein.

Anschließend bietet START-UP einen strukturierten Rahmen um sich kreativ und durch Abbau von Beschränkungen und Denkhürden einer tragfähigen Lösung anzunähern.

Ablauf der Methode

1. Festlegen des Problems

Zu Beginn wird eine Herausforderung (Ziel oder Problem) formuliert, auf das sich möglichst alle Teilnehmer verständigt haben. Dies sollte nur so konkret wie nötig formuliert sein, um genügend Raum für Interpretationen und weitreichendere Lösungsansätze zu lassen. „Was ist das zu lösende Problem?“ oder „Wie stellt sich die dringendste Herausforderung dar?“, „Was ist unser vorrangigstes Ziel?“ könnten Fragen sein, die bei der Suche nach einem Kernthema helfen können.

2. Firmengründung und Pitch

Anschließend gründen die Teilnehmer eine fiktive Firma, ein START-UP, welches das grob beschriebene Problem bzw. die Herausforderung schon längst mit Bravour gemeistert hat. Ziel in diesem Schritt ist es, einen Pitch für Kunden vorzubereiten, wobei genauestens erklärt wird, wie das zugrundeliegende Problem bzw. die Herausforderung überwunden wird. Dokumentieren Sie alle Ideen in einem Formblatt. Und vergessen Sie nicht, ihrer neuen Firma einen einprägsamen Namen zu geben....

Methodenbeschreibung	Seite 1	START-UP Methode	 KVP Institut GmbH Gesellschaft für Beratung und Weiterbildung
Methodenablauf	Seite 2		
Beispiele	Seite 3		

Hilfsmittel für die Kundenpräsentation / Pitch:

- Welches Produkt bietet das START-UP genau? Ist es ein körperliches Produkt, eine Softwarelösung, eine Dienstleistung, ein neues innovatives Verfahren, etc.? Beschreiben Sie im Detail.
- Was sind die Alleinstellungsmerkmale des START-UP? Kann nur diese Firma das Problem lösen oder können andere das auch? Kann das Produkt oder das Verfahren geschützt werden oder können andere es nachmachen?
- Wie sieht der Mitbewerbermarkt und das Marktpotential aus? Haben andere Firmen ähnliche Produkte oder Lösungen bereits im Angebot? Für wen alles kommt ihr Produkt bzw. Ihre Lösung in Betracht, wer kann noch davon profitieren?
- Welche Produkterweiterungen kommen in Betracht? Für welche anderen Problemstellungen und Ziele kann das Produkt zusätzlich noch genutzt werden? Gibt es dafür auch weiteren, externen Bedarf?

3. Abstraktionsphase

Schade, daß es so ein START-UP noch nicht gibt! Aber zumindest kennen Sie jetzt die Erfolgsfaktoren im Hinblick auf die Lösung des eingangs beschriebenen Problems. Abstrahieren Sie die erfolgversprechendsten Lösungsansätze zurück in die reale Welt und gleichen Sie diese mit den Ihrem Unternehmen zur Verfügung stehenden Produkten, Strukturen und Ressourcen ab. Gibt es beispielsweise im Unternehmen bereits die benötigten Strukturen, welche die benötigten Abläufe bieten können. Gibt es Abteilungen, die Abläufe unterstützen oder gar behindern? Was ist nötig um diese Strukturen zu schaffen oder lösungsorientiert zu verändern? Gibt es bereits auf dem Markt die benötigten Produkte, Dienstleistungen oder Softwarelösungen und können diese bereitgestellt werden? Vielleicht findet sich ja sogar ein neu gegründetes START-UP, welches genau die von Ihnen angestrebte Lösung anbietet?

4. Umsetzung

Planen Sie konkrete Maßnahmen und Umsetzungsschritte mit dem Ziel einer tragfähigen Problemlösung. Häufig werden Herausforderungen und Ziele nicht unmittelbar zu erreichen sein; wichtig ist jedoch die grundsätzliche Ausrichtung und auch einen bestimmten Lösungsansatz gefunden zu haben. Dieser kann durch die vielen bekannten Methoden und Werkzeuge zur Problemlösung und Ursachenanalyse begleitet und unterstützt werden.

Theoretischer Hintergrund

Eine theoretische Grundlage von Innovation und Ideengenerierung ist die Abfolge von divergierenden und konvergierenden Denkprozessen. Dies bedeutet, dass zunächst völlig frei und ohne gedankliche Grenzen, Ideen und Möglichkeiten der Problemlösung gedacht werden dürfen (divergierend: offen, unsystematisch, experimentierfreudig, etc.), anschließend erfahren diese u.U. auch unsinnige Alternativen eine Bewertung vor dem Hintergrund der Machbarkeit und lösungspotente Ideen werden gedanklich weiter verfolgt (konvergierend: linear, rational, logisch,).

Die Generierung von Ideen und Optionen wird somit von deren Bewertung streng getrennt. Vermischen sich beide Denkweisen, d.h. werden von vorne herein bereits Möglichkeiten ausgeschlossen, so scheitern in der Regel diese kreativen Problemlösungsansätze schon früh.

