

Benno van Aerssen  
Christian Buchholz (Hrsg.)

# Das große Handbuch **INNOVATION**

## **555 Methoden und Instrumente**

für mehr Kreativität  
und Innovation  
im Unternehmen



**Vahlen**

## Zum Inhalt

### 555 Innovations-Tools in einem Buch

Immer mehr Mitarbeiter müssen Innovationsprozesse, Kreativworkshops und Design-Thinking-Projekte organisieren, moderieren oder begleiten und benötigen einen Überblick bei der Auswahl zielführender Instrumente. Gleichzeitig ist die Anzahl der verfügbaren Methoden nahezu explodiert. Dieses Buch präsentiert Ihnen deshalb die wichtigsten Innovations-Methoden und -Werkzeuge. Jede der 555 Methoden wird Schritt für Schritt erklärt und um zusätzliche Informationen wie Ergebnisse der Methoden, gesammelte Erfahrungen, vorausgesetzte Innovationsfähigkeiten sowie zahlreiche Abbildungen erweitert.

Ob Anfänger oder Profi, **Das große Handbuch INNOVATION** unterstützt Sie bei der schnellen, sicheren und undogmatischen Methodenauswahl. Innovationsberater, Produkt- und Projektverantwortliche erhalten Hilfe bei ihrer täglichen Arbeit, beispielsweise:

- bei der sicheren und schnellen Auswahl der passenden Methoden für den nächsten Kreativworkshop,
- bei der Weiterentwicklung ihrer etablierten Workshops durch Ausprobieren neuer Werkzeuge,
- bei nötigem Methodenwechsel durch auftretende Workshop-Dysfunktionen,
- durch ein methodenbasiertes Anreichern des nächsten Innovationsvortrags,
- durch praxisorientierte Methodenfilter (Hinderniseffekte, Extravorteile für bestimmte Gruppenkonstellationen),
- indem die Innovationskultur und innovativen Mindsets auch methodisch gestärkt werden,
- durch schnelles Auffinden weiterführender Quellen oder
- in Innovationsworkshops und -projekten wirksam Zeit sparen durch den Einsatz der richtigen Methoden.

Dieses Buch bietet zusätzlich eine Design-Thinking-Zuordnung aller Methoden sowie eine ergänzende Online-Methodensuche mit sieben zielführenden Suchwegen.

### Zu den Herausgebern:

**Benno von Aerssen** ist als Innovationscoach, Berater und Querdenker für internationale Unternehmen und Marken tätig und hat Erfahrung aus mehr als 1.000 Innovationsworkshops.

**Christian Buchholz** ist Managementtrainer und zusammen mit Benno van Aerssen Inhaber des »verrocchio Institute for Innovation Competence«.

# Das große Handbuch Innovation

555 Methoden und Instrumente  
für mehr Kreativität und Innovation im Unternehmen

Herausgegeben von

Benno van Aerssen

und

Christian Buchholz

vom verrocchio Institute for Innovation Competence

Unter Mitarbeit der Autoren

Prof. Dr. Nicolas Burkhardt

Ariane Ernst

Jörn Rings

Sabine Rings

Armin Schobloch

Martin Spicker

Kathy Wigge

Dirk Wirth

Daniel M. Ziegler

Verlag Franz Vahlen München

# Inhaltsverzeichnis

Ein großer Schritt .....	7
Die Vielfalt dieses Buches in Zahlen .....	8
<b>Voraussetzungen für Innovationserfolge</b> .....	11
Ohne das „Big Picture“ geht es nicht .....	11
Ohne Führung geht es nicht .....	12
Ohne kreative Menschen geht es nicht .....	13
Ohne Inspiration geht es nicht .....	15
Ohne die richtige Haltung geht es nicht .....	16
<b>Mit zehn Suchwegen die ganze Vielfalt in diesem Buch entdecken</b> .....	18
Der Leitindex .....	18
Die Design-Thinking-Phasen bzw. Innovationsphasen .....	19
Methodentypen .....	21
<b>Suchweg 1: Alphabetisch sortierte Methoden mit Design-Thinking-Phasen-Referenz</b> .....	22
<b>Suchweg 7: Methoden nach Hinderniseffekten gruppiert</b> .....	40
<b>Suchweg 8: Methoden nach Extravorteilen gruppiert</b> .....	56
<b>Die Online-Methodensuche</b> .....	64
<b>555 Methoden und Tools</b> .....	65
<b>Quellenübersicht</b> .....	877
Artikel und Bücher .....	877
Organisationen .....	883
Internetquellen .....	884
<b>Über die Herausgeber</b> .....	888
Benno van Aerssen .....	888
Christian Buchholz .....	889
<b>Über die Autoren</b> .....	890
Prof. Dr. Nicolas Burkhardt .....	890
Ariane Ernst .....	890
Jørn Rings .....	891
Sabine Rings .....	891
Armin Schobloch .....	892
Martin Spicker .....	892
Kathy Wigge .....	893
Dirk Wirth .....	893
Daniel M. Ziegler .....	894
<b>Über die Illustratorin</b> .....	895
Anja Faber .....	895
<b>Über das verrocchio Institute for Innovation Competence</b> .....	896
<b>Sie können an diesem Handbuch mitarbeiten!</b> .....	897

## Ein großer Schritt

Dieses Handbuch liefert Ihnen eine umfassende Übersicht von 555 aktuellen Innovationsmethoden und -werkzeugen. Wir, die 11 Autoren dieses Buches, haben den großen Schritt gewagt und über mehrere Jahre viele hundert Methoden akribisch gesammelt. Unser Ziel war es, ein Handbuch zu schaffen, dass Sie – ob Anfänger oder Profi – bei der **schnellen, sicheren und undogmatischen Methodenauswahl** unterstützt. Die Methoden haben wir mit vielen echten Praxiserfahrungen ergänzt. Wir verweisen auch unmittelbar zu den jeweiligen Quellen und Erfindern der Methoden, sodass Sie dort Ihr Wissen zielführend weiterentwickeln können.

Alle Autoren sind als aktive Innovationsberater, Innovationscoaches und Innovationsmanager bei kleinen, mittleren und großen Unternehmen tätig. Jeder von uns nutzt eine Vielzahl dieser helfenden Methoden bei seiner täglichen Innovationsarbeit.

Unser Handbuch hilft Ihnen vor allem in folgenden Situationen:

- bei der sicheren und schnellen Auswahl der passenden Methoden für den nächsten Kreativworkshop,
  - beim Finden von helfenden Methoden für die eigenen Herausforderungen in der täglichen Arbeit,
  - sorgt für eine höhere Methodenvielfalt für die Konzeption des nächsten Design Thinking-Projekts,
  - bei der individuellen Konzeptionierung Ihres Innovationsprojekts,
  - bei einer umfassenden Vorbereitung von Seminaren zu Innovationsthemen,
  - sorgt für schnelles Auffinden weiterführender Quellen,
- ermöglicht ein methodenbasiertes Anreichern Ihres nächsten Innovationsvortrags,
  - fördert Innovationskultur und innovative Mindsets,
  - verbindet durch die Hinderniseffekte Ihr Coaching-Know-how mit Innovationsmethoden,
  - in Innovationsworkshops und -projekten wirksam Zeit zu sparen,
  - Weiterentwicklung Ihrer etablierten Workshops durch Ausprobieren neuer Methoden oder
  - spontaner Methodenwechsel bei auftretenden Workshop-Dysfunktionen.

Dieses Handbuch soll für Sie von Beginn an **nutzbringend sein und Spaß machen!** Natürlich können Sie jederzeit nach einer bestimmten Methode suchen. Lassen Sie sich trotzdem von der Vielzahl der Möglichkeiten und Suchwege anstecken, und blättern Sie einfach Teile des Buches „auf gut Glück“ durch. Sie werden überrascht sein, welche effektiven Instrumente Sie noch nicht kennen.

Wir haben das Handbuch als umfassenden **Begleiter für Ihre Innovationslaufbahn** konzipiert. Nutzen Sie es wahlweise als Startpunkt oder Nachschlagewerk für neue und etablierte Methoden – der **höchste Mehrwert** ergibt sich jedoch, wenn Sie sich nach und nach mit den angebotenen Suchwegen vertraut machen – sie sind es, die dieses Handbuch einzigartig machen. Deshalb haben wir für alle Leser eine erweiterte (und kostenlose) **Online-Methodensuche** mit zusätzlichen Suchwegen eingerichtet. Den Zugangscode und die genaue Erklärung finden Sie auf **Seite 64** in diesem Handbuch.

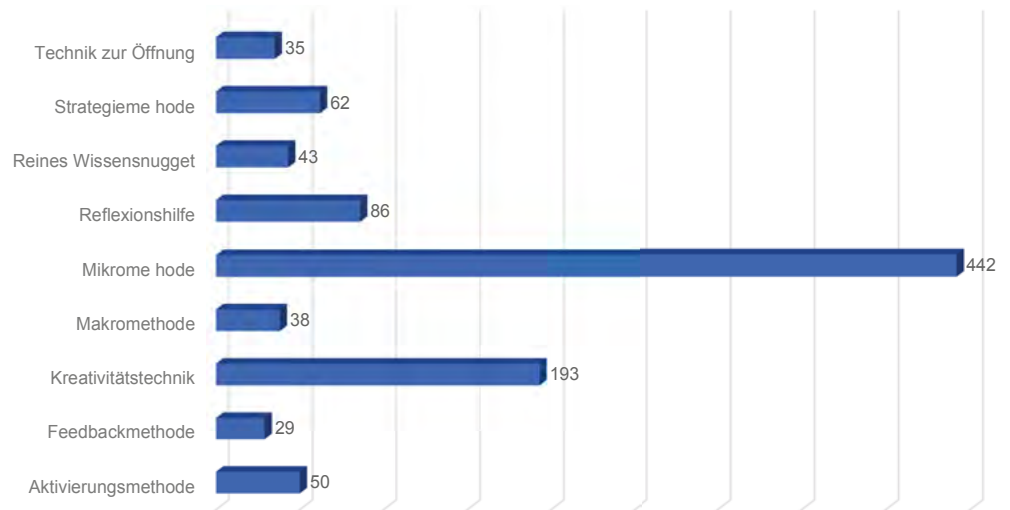


Foto: Benno van Aerssen

## Die Vielfalt dieses Buches in Zahlen

Die folgenden Tabellen und Grafiken geben Ihnen einen ersten Überblick über die unterschiedlichen Ausprägungen der in diesem Buch enthaltenen Methoden. Wir hoffen, dass Ihnen die große Vielfalt Appetit macht, mit diesem Handbuch auf eine spannende Entdeckungsreise zu gehen.

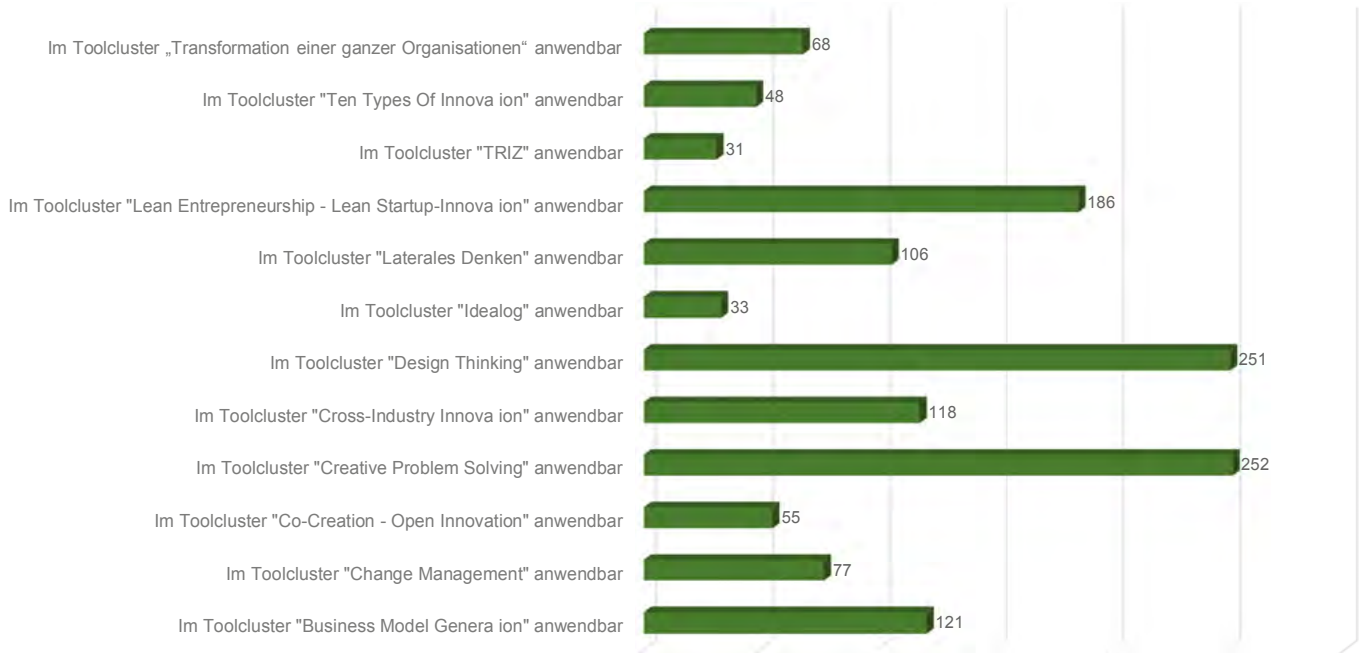
### Methoden nach Typen



### Methoden nach Design-Thinking-Phasen

	Anzahl im Buch
<b>P1 Verstehen</b> (Innovationssuchfelder identifizieren – Problemfindung)	141
<b>P2 Analyse</b> (von Problemen – dem Umfeld – von Menschen – von Produkten)	165
<b>P3 Beobachten</b> (von Menschen – dem Umfeld – der Produktbenutzung)	92
<b>P4 Synthetisieren</b> (Leitfragen herstellen – Standpunkt ableiten)	91
<b>P5 Ideenfindung</b> (Ideengenerierung – Kreativphase – Inkubation)	246
<b>P6 Ideenreicherung</b> (Ideenkombination – Ideenintegration)	118
<b>P7 Ideenauswahl</b> (Ideenbewertung – Filtern – Entscheiden)	109
<b>P8 Early Prototyping</b> (Testing direkt am Nutzer und Anwender)	47
<b>P9 Für Ideen kämpfen</b> (Building Commitments – Generate Fundings)	40
<b>P10 Umsetzen</b> (Implementation – Ausführung von Ideen)	31

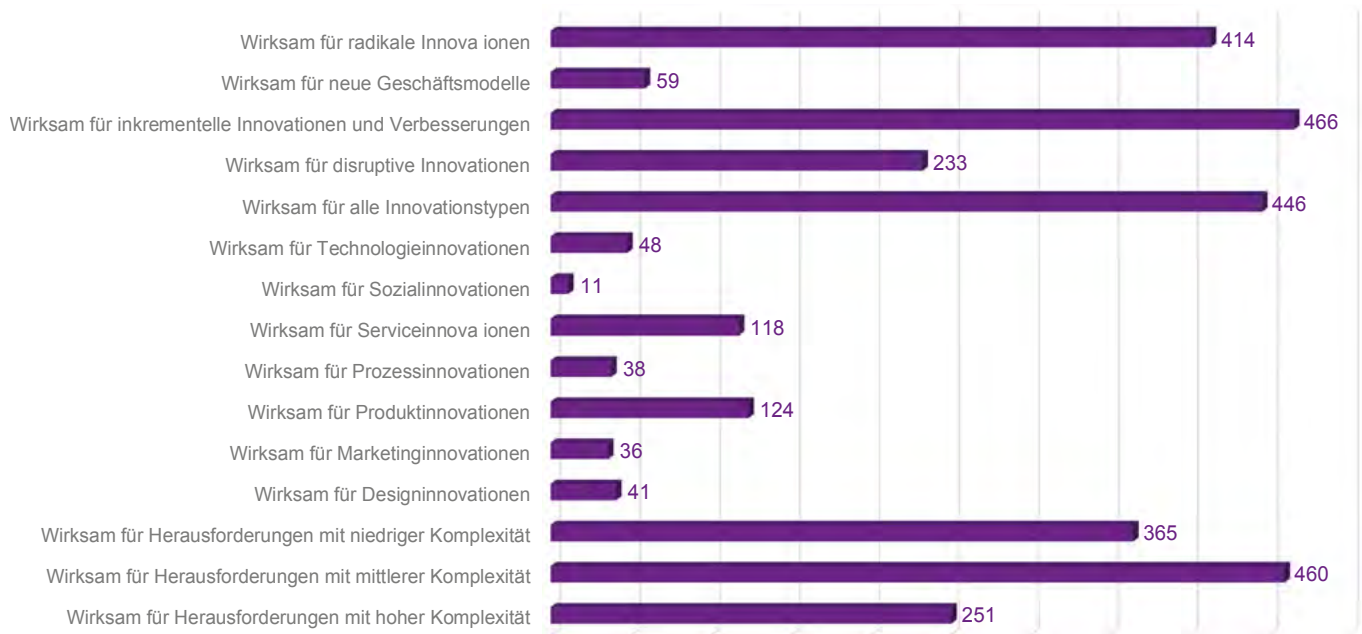
## Methoden nach Toolclustern



## Methoden nach deren Ergebnis



## Methoden nach Innovationswirksamkeit





# Voraussetzungen für Innovationserfolge

## Ohne das „Big Picture“ geht es nicht

Die besten Methoden allein helfen nicht, Innovationserfolge zu generieren – ein wichtiger Erfolgsfaktor funktionierender Innovationskultur ist, dass die beteiligten Menschen grundlegendes Basiswissen über das Thema Innovation haben.

Der Begriff „Innovation“ wird in unserer Zeit leider oft, überwiegend inflationär und häufig sehr flach benutzt. Alles und jeder ist innovativ oder hat innovativ zu sein. Das führt in den Unternehmen nicht nur zu jeder Menge nicht-erfolgreicher Pseudoinnovationen, sondern es sorgt auch für enorme Reibungsverluste bei der Innovationsarbeit selbst. Wissen schafft hier Abhilfe.

Benno van Aerssen hat vor einiger Zeit ein Bild (Größe 2,25 x 1,20 Meter) mit dem Titel „Universe of Innovation“ gemalt (siehe [www.bennovanaerssen.com/infreskos/](http://www.bennovanaerssen.com/infreskos/)). Damit gibt er anderen Menschen einen ersten Überblick über die relevanten Teilthemen, die im Bereich „Innovation und Innovationskultur“ grundlegend relevant sind. „Im Thema Innovation steckt ja viel mehr drin, als ich bisher gedacht habe!“ Das ist schon nach kurzer Zeit die häufigste Aussage der Betrachter. **Es geht beim Innovieren eben um weit mehr als nur um Ideenfindung.**



Mit folgenden Themengebieten sind erfahrene Innovatoren vertraut	
Building Commitments	Innovationsstrategie
Business Model Generation	Inspiration
Change vs. Innovation	Iterativ, agiles Arbeiten
Co-Creation	Kreative, inspirierende Räume
Creative Problem Solving	Kreatives Mindset
Design Thinking	Kreativitätstechniken
Disruptive Innovationen	Laterales Denken
Für Ideen kämpfen	Lean Startup
Hindernisse und Hemmnisse	Open Innovation
Ideenanreicherung, -filterung und -bewertung	People-Mix und Diversity
Ideenfindung	Early Prototyping
Implementation	Testing
Inkrementelle Innovationen	Trends
Innovationscoaching	Value Proposition Design
Innovationscontrolling	Verstehen und Problemfindung
Innovationskultur	Visualisierung
Innovationsmanagement	Wahrnehmung und Beobachtung

In jedem dieser Teilthemen stecken wiederum jede Menge relevantes Wissen, Werkzeuge und Erfahrungen. Reflektieren Sie doch an dieser Stelle gleich einmal die einzelnen Themen unserer Liste – allein oder mit Ihrem Team. Dazu schlagen wir die folgenden Fragen vor, sodass Sie schnell eine größere Klarheit gewinnen:

- Was wissen Sie über das Thema? Und was wissen Sie nicht darüber?
- Wen oder was könnten Sie fragen, um in einem Thema zu mehr Wissen zu gelangen?
- Wie hängt ein Thema mit einem anderen Thema zusammen?
- Welche Erfahrungen haben Sie zu diesem Thema? Kennen Sie Best Practices?
- Worin liegen die größten Herausforderungen und Stolperfallen dieses Themas?
- Hat das Thema Relevanz für Ihr aktuelles Geschäft?

Wenn sich die Menschen in einem Unternehmen über die Teilthemen von Innovation im Klaren sind, dann haben sie ein **gemeinsames Innovationsglossar** und können die Herausforderung „Innovation“ effizienter und zielführender diskutieren und meistern. Innovationsinitiativen werden durch ein gutes Basiswissen mit einem authentischeren und überzeugenderen Mandat gestartet.

### Ohne Führung geht es nicht



Führungskräfte eines Unternehmens haben einen entscheidenden Einfluss auf die Entwicklung von Innovationen und das Entstehen einer Innovationskultur! Dabei ist aber nicht (nur) die strategische Innovationsplanung wichtig, sondern noch mehr das tägliche Verhalten und die Haltung einer Führungskraft. Beides kann Innovation entweder beschleunigen oder so abbremsen, dass Ideen der Mitarbeiter keine Chance haben – ganz besonders, wenn es um neue radikale Ideen geht.

Christian Buchholz arbeitet mit seinem Entwicklungsprogramm „Leading Innovation“ sehr viel an den Innovationskompetenzen von Führungskräften und hat viele Unternehmen erlebt, in denen die Ideenfindung vor allem top-down stattfindet. In diesem Rollenverständnis werden Ideen ausschließlich von der Führungskraft entwickelt. Die Aufgabe des Teams ist es, diese anschließend in die Tat umzusetzen; insbesondere in mittelständischen Unternehmen keine seltene Beobachtung. Doch was passiert, wenn ein Führungswechsel stattfindet oder die Ideen einmal nicht fließen? Dann entsteht ein hohes Risiko, das bis zur Gefährdung des ganzen Unternehmens reicht.

Andere Führungskräfte, besonders in traditionellen Unternehmen, fragen sich: „Was habe ich mit Innovation zu tun? Das ist doch eher Sache der F&E-Abteilung oder vielleicht noch ein Thema der Kollegen vom Marketing.“ In diesem Fall denken Sie im Kontext „Innovation“ wahrscheinlich vor allem an klassische Produktinnovationen – Ideen, wie ein Smartphone, eine leistungsfähigere Maschine oder eine neue Dienstleistung für den Kunden. Dies ist jedoch nur ein kleiner Teil dessen, was eine Innovationskultur leisten kann. Das weitaus größere Potenzial sehen wir in den sogenannten Prozess- bzw. Organisationsinnovationen – der Art und Weise, wie Mitarbeiter zusammenarbeiten, miteinander kommunizieren oder den Austausch mit anderen Abteilungen gestalten.

Doch was sollten innovative Führungskräfte konkret tun? Folgende Arbeitspakete sind hier wichtig und empfohlen:

#### 1. Innovatoren identifizieren

Innovatoren sind Mitarbeiter, die sich durch Fähigkeiten wie Offenheit, Neugier und vernetztes Denken auszeichnen. Diese im Team zu finden und zu entwickeln, ist eine wichtige Aufgabe einer Führungskraft.

#### 2. Freiräume schaffen

Ideen können nicht befohlen werden, sondern entstehen häufig erst dann, wenn Druck und Informationsflut nachlassen. Diese Freiräume muss eine Führungskraft den Mitarbeitern aktiv anbieten und in den Alltag integrieren.

#### 3. Aktive Problemsuche

Die Problemfindung ist die unumgängliche Basis für die Entwicklung von neuen Ideen und Lösungen. Daher sollten Führungskräfte regelmäßig die Frage stellen: „Warum tun wir die Dinge eigentlich so, wie wir sie tun? Könnten wir sie nicht ganz anders machen?“ Stellen Sie mit Ihrem Team Ihr System kontinuierlich in Frage.

#### 4. Ideenfindung systematisieren

In den meisten Unternehmen sind Ideen vor allem Zufallsfunde von einzelnen Mitarbeitern. Gezielte Ideenfindung in der Gruppe findet allenfalls sporadisch in Form eines unregelmäßigen Brainstormings statt. Dabei gibt es wirklich viele gute Werkzeuge und Prozesse, um Ideenfindung zu systematisieren. Hier sind besonders Makromethoden wie Design Thinking, Lean Startup oder Creative Problem Solving zu erwähnen.

### Denk- und Verhaltensweisen, die Sie als Führungskraft aktiv einsetzen können, um Innovation und eine Innovationskultur zu fördern

- Behandeln Sie Innovation als ein Import-/Export-Business. Bringen Sie ständig Ideen von außen in die Organisation, und erzählen Sie der Außenwelt von Ihren Ideen.
- Errichten Sie Knotenpunkte, wo sich Menschen über ihre Ideen austauschen können. Gehen Sie auch dorthin und sprechen Sie mit Menschen, die Sie nicht kennen. Interessieren Sie sich besonders für Ideen, die verrückt sind, die nutzlos erscheinen und die Sie nicht mögen.
- Lernen Sie zuzuhören und zuzusehen.
- Sagen Sie ganz selbstverständlich: „Das weiß ich nicht!“.
- Haben Sie den Mut, nur auf Basis Ihres Wissens zu handeln und Ihre Glaubenssätze und Handlungen in Zweifel zu ziehen.
- Belohnen Sie Erfolge und intelligente Fehler. Intervenieren Sie bei Inaktivität.
- Machen Sie das Eingehen von Risiken für die Menschen sicherer durch die Entwicklung einer Kultur von Vergeben und Erinnern.
- Ermutigen Sie die Menschen, von den Fehlern anderer zu lernen. Das ist schneller und meistens weniger schmerzhaft.
- Stellen Sie ausschließlich Menschen ein, die Sie verändern und herausfordern.
- Manchmal ist das beste Management kein Management. Lernen Sie, wann es besser ist, aus dem Weg zu treten.
- Seien Sie sich immer bewusst: „Innovation beinhaltet neben der Ideenfindung auch die Umsetzung von Ideen!“.
- Handeln Sie immer entlang der Voraussetzungen für Innovation: Veränderungsbereitschaft + Wissen + Veränderungsmöglichkeit.
- Verstehen Sie und reflektieren Sie immer die Sicht Ihres Kunden.
- Steigern Sie nachhaltig die Teamkreativität – und das nicht durch gemeinsame Töpferkurse!
- Fördern Sie Mut, auch ins kalte Wasser zu springen, aber gehen Sie immer mit gutem Beispiel voran!
- Zeigen Sie Offenheit für Neues. Probieren Sie etwas aus!
- Nehmen Sie die letzte Hürde! Denken Sie an Edison und seine 10.000 Glühbirnenversuche.
- Seien Sie konstruktiv unzufrieden mit Ihren eigenen Ergebnissen.

## Ohne kreative Menschen geht es nicht

Die besten Methoden allein helfen nicht, Innovationserfolge zu generieren – **es braucht zusätzlich Menschen, die kreativ und offen sind und sich auch so fühlen!**

Kreativität war bis vor wenigen Jahren sicherlich keine Kompetenz, die im Fokus der beruflichen Persönlichkeitsentwicklung stand. Doch die Zeiten haben sich geändert. Immer häufiger stehen wir im Alltag vor Situationen, in denen Routinen nicht mehr ausreichen und neue, kreative Lösungen benötigt werden: Eine Vertriebsmitarbeiterin merkt beispielsweise, dass die jahrelang erprobte, routinierte Verkaufstechnik bei den neuen, jungen Kunden nicht mehr ankommt oder der Ingenieur erkennt, dass sich die Geschwindigkeit im Produktionsprozess aufgrund physischer Einschränkungen nicht weiter steigern lässt.

Häufig reagieren Menschen dann mit folgendem Verhalten:

- sie überlegen verkrampft und angestrengt und kommen auf keine Lösung,
- sie halten das Problem für nicht lösbar und widmen sich zu schnell anderen Dingen,
- sie delegieren das Problem an Kollegen und entziehen sich ihrer Verantwortung, selbst eine Lösung finden zu müssen,
- das Problem belastet sie und sie werden krank.

In all diesen Fällen würden sie jedoch mit Kreativität auf Lösungen kommen, die die Arbeit erleichtern und neue Denkwege aufzeigen. Aber ist Kreativität überhaupt erlernbar oder eher ein grundlegendes Persönlichkeitsmerkmal? Manche Menschen behaupten von sich selbst, nicht kreativ tätig werden zu können, während es anderen Menschen sehr leicht fällt, regelmäßig neue Ideen zu haben und sogar unter größten Stress eine passende Idee zu produzieren. Was also zeichnet diese Menschen aus?



### Sieben Merkmale kreativer Persönlichkeiten

Zu den Eigenschaften von kreativen Persönlichkeiten gibt es zahlreiche wissenschaftliche Untersuchungen. Einer der bekanntesten Experten auf diesem Gebiet ist der Psychologieprofessor Mihály Csíkszentmihályi, der vor allem durch seine Entdeckung des „Flow-Erlebnisses“ – das den erlebten Glückszustand durch völlige Vertiefung und höchste Konzentration bei einer Tätigkeit beschreibt – bekannt wurde. Aus den wissenschaftlichen Ergebnissen lassen sich im Wesentlichen die nachfolgenden Eigenschaften zusammenstellen, die für kreatives Denken stehen:

#### **Problembewusstsein**

Die Fähigkeit, routinierte Abläufe infrage zu stellen und Probleme (auch zukünftige) zu erkennen. Kreative Menschen hinterfragen regelmäßig ihre Arbeitsabläufe und Tätigkeiten (beispielsweise: Auf welchem Weg könnte ich noch zur Arbeit fahren? Welche Verbesserungen würden sich dadurch ergeben?). Sie blicken in die Zukunft (Was werden wir tun, wenn für unser wichtigstes Produkt keine Nachfrage mehr besteht?).

#### **Selbstmotivation**

Spaß an der Arbeit und am Lösen von Problemen. Unerwartete Probleme führen bei kreativen Menschen häufig zu einer konkreten Aktivität. Sie empfinden keinen Frust, wenn Probleme auftauchen. Der Gedanke an eine spannende Lösung motiviert sie dazu, Energie in die Arbeit zu investieren.

#### **Flexibles Denken**

Die Fähigkeit, unterschiedliche Denkwege zu gehen und Ideen zu kombinieren. Probleme unterscheiden sich – Lösungswege auch. Während manche Probleme nur mit radikalem Querdenken geknackt werden können, erfordern andere Situationen ein strukturiertes analytisches Vorgehen. Erfolgreiche kreative Persönlichkeiten erkennen, wann sie anders denken müssen und welche Techniken in dem Moment dazu passen.

#### **Hartnäckigkeit**

Hohe Energie, auch komplexe Probleme zu lösen, und sich nicht mit schnellen Lösungen zufriedenzugeben. Komplexe Probleme sind nicht in kurzer Zeit lösbar, die Lösung erfordert viel Ausdauer und Energieeinsatz. Ein Ingenieur, der bei einem großen deutschen Maschinenbauer gearbeitet hat, konnte endlich ein Bauteil fertigstellen, an dem er insgesamt über 8 Jahre lang getüftelt hatte.

#### **Sachwissen**

Genügend Know-how, um das Problem auch in hoher Detailtiefe zu durchdringen. Für kreative Ideen muss man nicht unbedingt Experte sein. Häufig sind Spezialisten zu tief in ihrer Aufgabe gefangen und haben daher Schwierigkeiten beim Querdenken. Eine grundlegende Kenntnis, was das Produkt betrifft, branchenspezifische Erfahrung und sachbezogenes Know-how sollten allerdings vorhanden sein, insbesondere bei komplexen Problemen.

#### **Urteilsvermögen**

Die Fähigkeit, gute Lösungen zu erkennen und positive Ansätze für die Weiterentwicklung zu nutzen. Irgendwann kommt der Punkt, an dem die Entscheidung für oder gegen die Umsetzung einer Idee getroffen werden muss. Auch wenn es schwerfällt, müssen dann andere gute Ideen einer besseren weichen. Vielleicht wird auch nur ein Teil der Idee umgesetzt, um daraus eine neue Lösung zu entwickeln.

#### **Trainieren Sie Ihre Kreativität**

Sie sehen an den beschriebenen Eigenschaften, dass Kreativität im beruflichen Kontext wenig mit der Fähigkeit zu künstlerischen Höchstleistungen zu tun hat. Vielmehr geht es um die Lösung konkreter Alltagsprobleme – und diese Fähigkeit kann trainiert werden. Welche der genannten Eigenschaften treffen für Sie zu, und welche Fähigkeiten sind Ihnen besonders wichtig? Tipp: Lassen Sie sich doch einmal von einem befreundeten Menschen dazu einschätzen.

## Ohne Inspiration geht es nicht

Die besten Methoden allein helfen nicht, Innovationserfolge zu generieren – es braucht zusätzlich immer auch Inspiration, die den Menschen hilft, neue Ideen zu entwickeln.

Die meisten Menschen verfügen aber nicht über das Wissen, wie Inspiration entsteht und wie sie sich dafür empfindlich machen. „Inspiration ist doch etwas für Künstler – das ist das Gleiche wie Glück, das ist auch nicht kompatibel mit unserem Geschäft.“ Diese Erfahrung machen wir immer wieder, Inspiration wird nur selten als Innovationswerkzeug genutzt. Dabei weiß man heute schon viel darüber. So sind zum Beispiel viele Übungen bekannt, mit denen man Inspiration gezielt trainieren kann. Hier spielen vor allem die Wahrnehmung, die Sensibilisierung aller Sinne und auch die Achtsamkeit eine entscheidende Rolle.



### Sieben Übungen für mehr Inspirationsempfindlichkeit

Hier finden Sie einige Übungen zu Entwicklung von Inspirationsfähigkeiten. Es ist eine kleine Auswahl, die Sie aber sofort anwenden können. Weitere Methoden finden Sie in diesem Handbuch wie „Mind Pumping“, „Hall Of Fame“, „Creative Whack Pack“, „Chilling Out“, „Dreamscape“ oder „Clever Trevor“.

#### Ungewohntes tun und Spaß haben

Tun Sie jeden Tag einer Woche etwas Neues, etwas, das Sie noch nie getan haben. Lernen Sie ein chinesisches Schriftzeichen. Besuchen Sie ein Humorseminar bei einem Humorexperten wie Dr. Roman Szeliga. Laden Sie Ihre Freunde in eine Karaoke-Bar ein. Was auch immer Ihnen einfällt, es sollte etwas ganz Neues sein.

#### Schlendern, statt immer nur schnell gehen

Verändern Sie Ihr Tempo! Stellen Sie zunächst fest, wie schnell oder langsam Sie normalerweise gehen. Wenn Sie eher rennen, dann schlendern Sie. Gehen Sie dagegen zügig, wenn Sie üblicherweise „schleichen“. Die meisten Menschen gehen sehr schnell, rennen fast. Gehören Sie auch dazu? Dann lernen Sie die Qualitäten des Schlenderns kennen. Lustwandeln hieß das früher – mit Lust gehen, probieren Sie es.

#### Alte Gewohnheiten ändern und neue Wege gehen

Fahren Sie immer den gleichen Weg zur Arbeit? Parken Sie immer auf demselben Parkplatz? Kaufen Sie immer bei dem selben Bäcker ein? Ändern Sie diese Gewohnheiten. Biegen Sie eine Straße früher ab, fragen Sie ihre Nachbarin nach ihrem Lieblingsbäcker und kaufen dort. Machen Sie heute eine Sache anders als sonst. Es ist erwiesen, dass solche Veränderungen – wie klein sie auch erscheinen – die Grundlagen für größere Veränderungen bilden. Fangen Sie klein an.

#### Denken Sie an sich, immer und überall

Wünschen Sie sich schon lange ein erfüllteres Leben oder einen Sportwagen? Ein Haus im Grünen, einen tollen Job? Zeichnen Sie Ihren Herzenswunsch auf ein Blatt Papier oder basteln Sie sich eine Collage aus Ihren Wünschen. Das ist Ihre Zukunft! Hängen Sie dieses Bild in der Küche oder neben Ihrem Computer auf – dann wissen Sie immer, wie Ihre Zukunft aussehen wird.

#### Das Einfache erleben

Reduzieren Sie Ihr Tun auf die Dinge, die wirklich getan werden müssen und auf die, die Ihnen Spaß machen, Ihnen guttun. Sie werden sehen, dass Sie dadurch Zeit gewinnen werden.

#### Ohne Grund lachen

Für unser Gehirn ist es egal, ob wir aus Freude lachen oder ob wir das ohne Grund tun! Lachen ohne Grund ist gesund und hebt die Laune.

#### Inspiration googeln

Spannend ist es auch, einfach mal ins Internet zu gehen und nach „Inspiration“ zu googeln. Sie werden sehen, wie groß, bunt und spannend dieses Thema ist. Hier stößt man auch immer wieder auf interessante Zitate rund um Inspiration:

- „Frauen inspirieren uns zu großen Dingen – und hindern uns dann, sie auszuführen.“  
Alexandre Dumas der Jüngere (1824 – 1895), französischer Autor
- „Je tiefer die Stille, desto höher die Inspiration.“  
Unbekannt
- „Inspiration kommt nach Transpiration.“  
Unbekannt

- „Rückkehr zur Inspiration. Inspiration, reiner Instinkt, einziger Bewegungsgrund des Dichters. Die logische Dichtung ist mir unerträglich.“  
Federico Garcia Lorca (1898 – 1936), spanischer Lyriker
- „Die Seele atmet durch den Geist, der Geist atmet durch die Inspiration, und die ist das Atmen der Gottheit.“  
Bettina von Arnim (1785-1859), deutsche Schriftstellerin und Schwester des Philosophen Clemens Brentano
- „Die Inspiration beginnt, wenn wir genug wissen, um nichts zu verstehen.“  
Billy (\*1932), eigentlich Walter Fürst, Schweizer Aphoristiker
- „Einsamer Umgang mit der Natur ist die erste Quelle der Inspiration. Man hört dort Laute der Süße und des Schreckens, wie man sie in einer Bibliothek niemals antrifft.“  
Ralph Waldo Emerson (1803 – 1882), US-amerikanischer Geistlicher, Lehrer, Philosoph und Essayist

In seinem Buch „Inspiration on the job“ hat Benno van Aerssen 60 Übungen für eine wirkungsvolle Inspiration zusammengetragen, die insbesondere auch auf die Konten Innovationen und Geschäftsmodelle einzahlen.

### Ohne die richtige Haltung geht es nicht



Die besten Methoden alleine helfen nicht, Innovationserfolge zu generieren – **es braucht zusätzlich immer auch das richtige Mindset, die richtige Haltung und die richtige Lebenseinstellung, um innovativ zu werden.**

Die folgende Geschichte vom Flickschuster erzählt Benno van Aerssen immer zu Beginn den Teilnehmern seiner Workshops und Innovationsprojekte. In wenigen Minuten wird damit deutlich, was eine innovative Haltung und Lebenseinstellung ausmachen. Nutzen Sie diese Geschichte als Werkzeug und lesen Sie sie Ihren Kollegen und Mitarbeitern in der nächsten Teamrunde vor.

#### Eine Geschichte mit Wirkung: „Der Flickschuster“

In der Hauptstadt seines Landes lebte ein guter und gerechter König. Oft verkleidete er sich und ging unerkannt durch die Straßen, um zu erfahren, wie es um sein Volk stand. Eines Abends geht er vor die Tore der Stadt. Er sieht aus einer Hütte einen Lichtschein fallen. In der Hütte sitzt ein Mann allein an seinem zur Mahlzeit bereiteten Tisch und ist gerade dabei, den Lobpreis zu Gott über das Mahl zu singen.

Als er geendet hat, klopft der König an der Tür: „Darf ein Gast eintreten?“ „Gerne“, sagt der Mann, „mein Mahl reicht für uns beide!“ Während des Mahles sprechen die beiden über dies und jenes. Der König – unerkannt – fragt: „Wovon lebst du? Was ist dein Gewerbe?“ „Ich bin Flickschuster“, antwortete der Mann. „Jeden Morgen gehe ich mit meinem Handwerkskasten durch die Stadt, und die Leute bringen mir ihre Schuhe zum Flicker auf die Straße“. Der König fragt daraufhin: „Und was wird morgen sein, wenn du keine Arbeit bekommst?“ „Morgen?“, antwortete der Flickschuster, „Morgen? Gott sei gepriesen Tag um Tag!“

Als der Flickschuster am anderen Tag in die Stadt geht, sieht er überall angeschlagen: „Befehl des Königs! In dieser Woche ist auf den Straßen meiner Stadt jede Flickschusterei verboten!“ Sonderbar, denkt sich der Schuster. Was doch die Könige für seltsame Einfälle haben! Nun, dann werde ich heute Wasser tragen; Wasser brauchen die Leute jeden Tag. Am Abend hatte er so viel verdient, dass es für beide zur Mahlzeit reichte. Der König, wieder zu Gast, sagt: „Ich hatte schon Sorge um dich, als ich die Anschläge des Königs las. Wie hast Du dennoch Geld verdienen können?“ Der Schuster erzählt von seiner Idee, Wasser für jedermann zu holen, der ihn dafür entlohnen konnte. Darauf der König: „Und was wird morgen sein, wenn du keine Arbeit findest?“ „Morgen? Gott sei gepriesen Tag um Tag!“

Als der Schuster am anderen Tag in die Stadt geht, um wieder Wasser zu tragen, kommen ihm Herolde entgegen, die rufen: „Befehl des Königs! Wassertragen dürfen nur solche, die eine Erlaubnis des Königs haben!“ Sonderbar, denkt sich der Schuster. Was doch die Könige für seltsame Einfälle haben! Nun, dann werde ich Holz zerkleinern und in die Häuser bringen. Er holte seine Axt, und am Abend hatte er so viel verdient, dass das Mahl für beide bereitet war. Und wieder fragte der König: „Und was wird morgen sein, wenn du keine Arbeit findest?“ „Morgen? Gott sei gepriesen Tag um Tag!“

Am anderen Morgen kam dem Flickschuster in der Stadt ein Trupp Soldaten entgegen. Der Hauptmann sagte: „Du hast eine Axt. Du musst heute im Palasthof des Königs Wache stehen. Hier hast du ein Schwert, lass´ deine Axt zuhause!“ Nun musste der Flickschuster den ganzen Tag Wache stehen und verdiente keinen Pfennig. Abends ging er zu seinem Krämer und sagte: „Heute habe ich nichts verdienen können. Aber ich habe heute Abend einen Gast. Ich gebe Dir das Schwert als Pfand, gib´ mir, was ich für das Mahl brauche.“ Als er nach Hause kam, ging er zuerst in seine Werkstatt und fertigte ein Holzsword, das genau in sein Halfter passte. Der König wunderte sich, dass auch an diesem Abend wieder das Mahl bereitet war. Der Flickschuster erzählte alles und zeigte dem König verschmitzt das Holzsword. „Und was wird morgen sein, wenn der Hauptmann die Schwerter inspiert?“ „Morgen? Gott sei gepriesen Tag um Tag!“

Als der Schuster am anderen Morgen den Palasthof betritt, kommt ihm der Hauptmann entgegen, an der Hand einen gefesselten Gefangenen: „Das ist ein Mörder. Du sollst ihn hinrichten!“ „Das kann ich nicht“, rief der Schuster voller Schrecken. „Ich kann keinen Menschen töten!“ „Doch, du musst. Es ist ein Befehl des Königs!“ Inzwischen hatte sich der Palasthof mit vielen Neugierigen gefüllt, die die Hinrichtung eines Mörders sehen wollten. Der Schuster schaute in die Augen des Gefangenen. Ist das ein Mörder? Dann warf er sich auf die Knie und mit lauter Stimme, sodass alle ihn beten hörten, rief er: „Gott, du König des Himmels und der Erde. Wenn dieser Mensch ein Mörder ist und ich ihn hinrichten soll, dann mache, dass mein Schwert aus Stahl in der Sonne blitzt! Wenn aber dieser Mensch kein Mörder ist, dann mache, dass mein Schwert aus Holz ist!“ Alle Menschen schauten atemlos zu ihm hin. Er zog das Schwert, hielt es hoch – und siehe: es war aus Holz. Gewaltiger Jubel brach aus.

In diesem Augenblick kam der König von der Freitreppe seines Palastes, ging geradewegs auf den Flickschuster zu, gab sich zu erkennen, umarmte ihn und sagte: „Von heute an sollst du mein Ratgeber sein!“

(Basierend auf „*The Shah and the Peddler*“ (1917) des armenischen Autors Hovhannes Tumanyan.)

Damit Sie und Ihr Team über eine innovative Haltung und deren Bedeutung reflektieren, haben wir einige helfende Fragen zusammengetragen. Nehmen Sie sich für jede Frage einige Minuten des Denkens und der Diskussion.

- Welche Elemente der Geschichte stehen mit einer innovativen Haltung im Zusammenhang?
- Wie lässt sich die Haltung des Flickschusters beschreiben?
- Was bedeutet diese Denkhaltung für Ihre Organisation?
- Wie sieht Ihre eigene Haltung im Vergleich zum Flickschuster aus?
- Was könnten Sie tun, um sich Stück für Stück der Haltung des Flickschusters zu nähern?

## Mit zehn Suchwegen die ganze Vielfalt in diesem Buch entdecken

Um schnell und treffend die Methoden zu finden, die Ihnen bei Ihrer Herausforderung helfen können, haben wir alle Methoden kategorisiert und über praxisnahe Suchwege zugänglich gemacht. Auch unser Leitindex und die Methodentypen helfen bei der Methodenauswahl. Im weiteren Verlauf lernen Sie unsere Suchwege sowie die wichtigen Design-Thinking- bzw. Innovationsphasen und die Methodentypen kennen.

Dieses Handbuch stellt Ihnen insgesamt zehn verschiedene Suchwege zur Verfügung, damit Sie schnell die Methode aus den über 500 in diesem Buch finden. Davon sind drei Suchwege direkt hier im Buch verfügbar (fett gedruckt in der folgenden Übersicht). Weitere sieben Suchwege stehen Ihnen kostenlos unter [www.handbuch-innovation.de](http://www.handbuch-innovation.de) zur Verfügung. Den Zugangscodex und die genaue Erklärung dazu finden Sie auf **Seite 64** in diesem Buch.



**Suchweg 1** Alle Methoden **alphabetisch** sortiert mit Design-Thinking-Phasen und Leitindex. (Buch)



**Suchweg 2** Alle Methoden übersichtlich nach **Design-Thinking-Phasen** gruppiert. (Online)



**Suchweg 3** Alle Methoden nach **Toolclustern** gruppiert. (Online)



**Suchweg 4** Alle Methoden nach ihrer **Einsatzcharakteristik** gruppiert. (Online)



**Suchweg 5** Alle Methoden nach ihrem benötigten **Input** gruppiert. (Online)



**Suchweg 6** Alle Methoden nach ihrem erzeugten **Output** gruppiert. (Online)



**Suchweg 7** Alle Methoden nach ihren **Hinderniseffekten** gruppiert. (Buch & Online)



**Suchweg 8** Alle Methoden nach ihren **Extravorteilen** gruppiert. (Buch & Online)



**Suchweg 9** Alle Methoden nach ihrer **Innovationswirksamkeit** gruppiert. (Online)



**Suchweg 10** Alle Methoden nach **Methodentypen** gruppiert. (Online)

## Der Leitindex

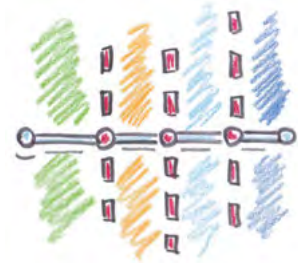
Jede Methode in diesem Buch ist durch eine Zahl in den oberen Seitenecken dieses Handbuches eindeutig zu identifizieren. Alle zehn Suchwege, ob im Buch oder unter [www.handbuch-innovation.de](http://www.handbuch-innovation.de) nutzen dieses Leitindex, um auf die zugeordneten Methoden zu verweisen.



## Die Design-Thinking-Phasen bzw. Innovationsphasen

Die Design-Thinking- bzw. Innovationsphasen stellen die typischen und bekannten einzelnen Arbeitspakete von Innovationsprojekten bzw. -initiativen dar. Diese Innovationsphasen finden Sie, in verschiedenen ausgeprägten Granularitäten, in fast allen führenden Makromethoden, wie Design Thinking, Creative Problemsolving oder auch Lean Startup, wieder.

Wir haben die Innovationsphasen in diesem Buch so gewählt und definiert, dass diese möglichst kompatibel sind zu allen anderen Definitionen von Innovationsphasen.



### Kurzübersicht der referenzierten Design-Thinking-Phasen

- |                        |  |
|------------------------|--|
| • P1 Verstehen         | Innovationssuchfelder identifizieren, Problemfindung                       |
| • P2 Analysieren       | von Problemen, dem Umfeld, von Menschen, von Produkten etc.                |
| • P3 Beobachten        | von Menschen, dem Umfeld, der Produktbenutzung etc.                        |
| • P4 Synthetisieren    | Leitfragen herstellen, Standpunkt ableiten, Fazit ziehen etc.              |
| • P5 Ideenfindung      | Ideengenerierung, Kreativphase, Inkubation etc.                            |
| • P6 Ideenanreicherung | Ideenausarbeitung, Ideenkombination, Ideenintegration etc.                 |
| • P7 Ideenbewertung    | Ideenbewertung, Filtern von Ideen, Entscheiden über Ideen etc.             |
| • P8 Prototyping       | Testen einer Idee, eines Produktes, Services direkt am Nutzer und Anwender |
| • P9 Für Ideen kämpfen | Ideen präsentieren, Building Commitments, Ideen finanzieren etc.           |
| • P10 Umsetzung        | Implementation der Idee, Ausführung der Idee                               |

### P1 Verstehen

Innovationssuchfelder identifizieren, Problemfindung, attraktive Probleme entdecken, Entwicklungen und Trends verstehen

Die Herausforderung verstehen. Beim Arbeitspaket des Verstehens machen wir uns auf den Weg, um attraktive Innovationssuchfelder und Herausforderungen mit großem Potenzial zu entdecken. Besonders Start-up-Teams, die noch nicht festgelegt sind, oder Organisationen mit weit entwickelten Innovationskulturen, die sich jede Form von Wertschöpfung vorstellen können, betreiben ein intensives grundlegendes Verstehen. **Es geht darum, Innovationssuchfelder zu identifizieren, in denen wir die Chance haben, Probleme unserer Kunden zu lösen, die diese noch gar nicht erkannt haben.** Das Arbeiten mit Mega-, Makro- und Mikrotrends sowie die Zukunftsforschung spielen beim Verstehen ebenfalls eine große Rolle.



### P2 Analyse

Von Problemen, vom Umfeld, von Menschen, von Produkten, von Services, von Prozessen

In der Phase der Analyse geht es darum, das anstehende Problem sowie die Herausforderungen der involvierten Menschen richtig zu verstehen, Produkte und Services zu analysieren. **Im Kern geht es darum, zu sehen, ob sich in dem gegebenen Problem noch ein tieferliegendes oder dahinterliegendes Problem verbirgt, das es eigentlich zu lösen gilt.** Insbesondere in einem komplexen Geschäftsumfeld führt nur eine gute Analyse auch zu guten Ideen und Lösungen.



### P3 Beobachten

Von Menschen, vom Umfeld, der Produktbenutzung, der Servicenutzung, der Prozessnutzung

Nach dem Verstehen und Analysieren überprüfen wir mit dem Beobachten, wie die reale Welt um unseren Kunden herum wirklich ist. Die Phase des Beobachtens lässt uns physisch zu den Menschen und Orten gehen, die für unsere Herausforderung eine Relevanz haben. **Hier gleichen wir unser eigenes Wissen mit der Realität der Außenwelt ab und versuchen durch gezieltes Beobachten, weitere wichtige Erkenntnisse zu gewinnen oder auch Annahmen aus vorherigen Arbeitspaketen als falsch zu entlarven.**





#### P4 Synthetisieren

Leitfragen herstellen, Standpunkt ableiten, Fazit ziehen

In dieser Phase ziehen wir unser Fazit aus den Phasen des Verstehens, Analysierens und Beobachtens. **Wir definieren unseren Standpunkt und leiten nun die Leitfragen für die Phase der Ideenfindung ab.** Beim Synthetisieren wird also die so wichtige Flughöhe für die Ideenfindung bestimmt. Hier richten wir uns aus und beziehen unseren Standpunkt für die Ideenfindung. Diese Arbeitsphase hat es, besonders bei komplexen Aufgabenstellungen, intellektuell in sich. Ohne unterstützende Werkzeuge werden hier Teams häufig überfordert oder zielen in die falsche Richtung, die die wertvolle Arbeit des Verstehens und Analysierens zunichtemachen.



#### P5 Ideenfindung

Ideengenerierung, Kreativphase, Inkubation, Generieren von Vorideen, Denken in Möglichkeiten und nicht in Lösungen

In dieser Phase werden die ersten Ideen und Möglichkeiten generiert und durchdacht. Hier haben alle Kreativitätstechniken ihren Platz. Multidisziplinäre Teams in inspirierenden Arbeitsumgebungen und iterative Makromethoden unterstützen die Ideenfindung. Typischerweise wird hier nicht in Lösungen gedacht, sondern in neuen Chancen und neuen Möglichkeiten. **Es geht darum, erste Lösungsansätze und Vorideen zu generieren, von denen einige später weiter angereichert werden.**



#### P6 Ideenreicherung

Ideen, Lösungen, Angebote detaillierter ausarbeiten, Ideen kombinieren, Ideen integrieren

In unserer komplexen Welt sind erfolgreiche Innovationen meistens größere „Ideenklumpen“, die aus sehr vielen Einzelideen bestehen. **Bei der Ideenreicherung geht es darum, erste Vorideen kreativ weiterzuentwickeln und detaillierter auszuarbeiten.** Nur Teams und Organisationen, die in der Ideenreicherung genauso gut sind wie in der Ideenfindung, feiern Innovationserfolge.



#### P7 Ideenauswahl

Ideenbewertung, Filtern von Ideen, Entscheiden über Ideen

Wenn Innovationserfolge ausbleiben, muss dies nicht zwangsläufig an fehlender Kreativität und mangelndem Ideenreichtum liegen. In vielen Fällen funktioniert die Ideenauswahl nicht effizient. Auch erleben wir häufig endlos lange und ermüdende Ideenauswahlprozesse. Viel zu viele Teams diskutieren viel zu früh über die Umsetzung viel zu unreifer Ideen. **Deshalb sind hilfreiche Tools zur Ideenbewertung und -filterung so wichtig.** Visuelle Bewertungstools leisten hier großartige Hilfe und machen wichtige Entscheidungen in kurzer Zeit möglich. Besonders große Organisationen mit tradierten und eher konservativen Unternehmenskulturen profitieren hiervon.



#### P8 Early Prototyping

Testen der Ideen, Test direkt am Nutzer bzw. Kunden mit frühen Prototypen

Besonders durch den Erfolg der Makromethoden „Design Thinking“ und „Lean Startup“ ist das frühe Prototyping und Testen von Ideen in den Fokus der Innovationsarbeit gerückt. **Hier werden wertvolle Erkenntnisse frühzeitig geammelt.** Early Prototyping lässt uns Fehler früh und damit kostengünstig machen. „Scheitere früh, scheitere oft und lerne schnell!“, das sind wichtige und auch betriebswirtschaftliche Prinzipien des Innovierens. Dabei sind frühe Prototypen wirklich als „früh“ zu verstehen – oft sind es nur Skizzen oder aus Papier oder anderen Utensilien gebastelte Objekte bzw. Szenarien, mit denen man die Anwender konfrontiert.



#### P9 Für Ideen kämpfen

Ideen präsentieren, Kollegen begeistern, Building Commitments, Generate Fundings, Entscheider überzeugen, kritische Massen erzeugen, Lobbyarbeit

**Nur Ideen für die auch mit den richtigen Mitteln gekämpft wurde erleben in großen Organisationen auch Ihre Umsetzung** – und ganz besonders dann, wenn bei den Ideen Radikalität oder gar Disruption mit im Spiel sind. Die wirklich guten Ideen rufen immer die Bewahrer auf den Plan

und aktivieren zuverlässig das Immunsystem der Organisation. So hat es schon Gunther Dueck in seinem Buch „Das Neue und seine Feinde“ anschaulich beschrieben. Darüber hinaus gibt es viele sehr introvertierte hochkreative „Daniel Düsentriebs“, die beim Kampf für ihre Ideen unterstützt werden sollten, sonst erblicken deren Ideen niemals das Licht der Welt.

## P10 Umsetzen

### Implementation, Ausführung der Idee

Die Phase der Umsetzung ist die beste im Leben einer Idee. Hier starten die Implementation und das Projektmanagement, um die Idee Realität werden zu lassen. Mit dieser Phase verlassen wir auch ein wenig den Fokus dieses Buches. Für die Umsetzung und das Managen von Projekten und das Etablieren von Veränderungen gibt es Hunderte von weiteren Publikationen und Methoden. Deshalb sollen hier nun Methoden erwähnt werden, die in der breiten Masse sehr häufig zum Einsatz kommen, um das Innovationsphasenmodell abzurunden.



## Methodentypen

Innerhalb unserer Suchwege kommen Sie ebenfalls mit verschiedenen Methodentypen in Berührung. Die nachfolgende Kurzübersicht zeigt Ihnen, welche Methodentypen in unserem Handbuch vorkommen und wie sie definiert sind.

### Kurzübersicht der verschiedenen Methodentypen

- **Aktivierung** Aktivierungsmethoden aktivieren und dynamisieren ein Team.
- **Feedback** Methoden, die helfen, Feedback abzufragen und zu reflektieren.
- **Kreativität** Kreativitätstechniken unterstützen die Ideenfindung und Ideenreicherung.
- **Makro** Makromethoden bestehen aus mehreren größeren Phasen oder Arbeitspaketen.
- **Mikro** Mikromethoden werden separat oder in den Phasen der Makromethoden genutzt.
- **Reflexion** Methoden, die bei Reflektionen helfen.
- **Strategie** Methoden, die helfen, Strategien zu entwickeln oder zu bearbeiten.
- **Öffnung** Methoden, die Menschen für Themen und Situationen öffnen.
- **Tool** Werkzeuge, Prinzipien, Arbeitsblätter, Teamspiele etc.

## Suchweg 1: Alphabetisch sortierte Methoden mit Design-Thinking-Phasen-Referenz



Dieser Suchweg zeigt Ihnen alle Methoden dieses Handbuches in alphabetischer Reihenfolge. Zusätzlich erkennen Sie den **Methodentyp** und die **Design-Thinking-Phasen**, in denen die Methoden typischerweise eingesetzt werden. In der letzten Spalte der Übersicht finden Sie den **Leitindex** der Methode, um diese schnell im Handbuch zu lokalisieren.

Methodenname	Methodentyp	P1 Verstehen	P2 Analysieren	P3 Beobachten	P4 Synthetisieren	P5 Ideenfindung	P6 Ideenreicherung	P7 Ideenbewertung	P8 Prototyping	P9 Für Ideen kämpfen	P10 Umsetzen	Leitindex
10-Minuten-Zeitsprung	Reflexion, Mikro	X		X								1
2x2 Matrix	Reflexion, Mikro	X						X				2
3-12-3 Brainstorming	Mikro, Kreativität					X						3
3-2-1 Methode	Aktivierung, Mikro, Öffnung	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	4
360 Grad Innovation	Reflexion, Tool	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	5
5 Why Methode – Die 5 Warums	Aktivierung, Mikro, Reflexion	X	X	X	X							6
5-Meter-Blick	Reflexion, Mikro	X	X	X								7
6-3-5 Methode	Mikro, Kreativität					X	X					8
6-Hüte Methode	Mikro, Kreativität		X		X	X		X				9
6-W Methode	Mikro	X	X									10
9 Levels Value System	Reflexion, Tool	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	11
A Kick In The Seat Of The Pants	Makro, Kreativität			X		X		X		X		12
A Whack On The Side Of The Head	Kreativität, Tool					X	X	X		X		13
AAR-Rückblick	Mikro, Feedback		X									14
ABC-Analyse	Mikro							X				15
ABC-Methode	Mikro, Kreativität		X			X						16
AEIOU Technik	Reflexion, Mikro	X	X	X	X							17
AIDA-Formel	Strategie, Mikro							X		X		18
ALM	Mikro, Kreativität				X	X	X					19
ALPEN Methode	Reflexion, Mikro										X	20
AMA	Mikro, Kreativität		X			X		X				21
ARIZ	Mikro, Kreativität					X						22
Action Painting	Öffnung, Kreativität											23

## Suchweg 1: Alphabetisch sortierte Methoden

Methodenname	Methodentyp	P1 Verstehen	P2 Analysieren	P3 Beobachten	P4 Synthetisieren	P5 Ideenfindung	P6 Ideenanreicherung	P7 Ideenbewertung	P8 Prototyping	P9 Für Ideen kämpfen	P10 Umsetzen	Leitindex
Advocatus Diaboli	Mikro							X				24
Aktionsbasiertes Lernen	Mikro	X				X						25
Allmacht	Aktivierung, Kreativität					X	X					26
Analogietechnik	Mikro, Kreativität					X						27
Analytischer Hierarchieprozess	Mikro							X				28
And-also-Methode	Aktivierung, Kreativität, Mikro					X	X					29
Anonyme Abstimmung	Feedback, Mikro, Reflexion							X				30
Anonymes Brainstorming	Kreativität, Mikro, Öffnung					X	X					31
Anti-Change-Checkup	Mikro, Reflexion, These		X	X								32
Antizipierende Fehlererkennung	Mikro							X				33
Appreciative Inquiry	Reflexion, Makro		X									34
Assembly	Öffnung, Aktivierung											35
Asymmetric Clustering Matrix	Mikro		X		X							36
Atomisieren	Mikro		X									37
Attribute-Listing	Mikro, Kreativität					X						38
Aufgabenkarten	Aktivierung, Kreativität, Mikro, Öffnung	X	X			X						39
Ausfallschritt-Technik	Mikro, Kreativität					X						40
Axiomatic Design	Mikro, Kreativität	X				X	X					41
BAF	Mikro	X	X									42
BAR-Brainstorming 2.0	Kreativität, Makro, Mikro					X						43
BBB-Methode	Mikro, Kreativität					X						44
Back-Of-The-Napkin-Modell	Aktivierung, Kreativität, Mikro, Reflexion				X	X						45
Balanced Scorecard	Strategie	X	X									46
Basar der Ideen	Strategie							X	X	X		47
Bau eine Welt	Mikro, Kreativität	X	X			X						48
Beerdigung	Feedback, Mikro, Reflexion							X				49
Benchmarking	Mikro		X	X								50
Best failed idea – Award	Reflexion, Mikro											51
Betriebliches Vorschlagswesen	Strategie, Makro	X		X		X						52
Beweisführung	Mikro, Kreativität					X						53
Bewerten-Diskutieren-Bewerten	Mikro							X				54

## Suchweg 1: Alphabetisch sortierte Methoden

Methodenname	Methodentyp	P1 Verstehen	P2 Analysieren	P3 Beobachten	P4 Synthetisieren	P5 Ideenfindung	P6 Ideenreicherung	P7 Ideenbewertung	P8 Prototyping	P9 Für Ideen kämpfen	P10 Umsetzen	Leitindex
Bewertungsmatrix	Reflexion, Mikro						X	X				55
Bild-Text-Potenzierung	Mikro, Kreativität					X	X					56
Bilder statt Worte	Mikro, Kreativität	X				X						57
Bilderstorming	Mikro, Aktivierung	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	58
Bingo	Öffnung, Aktivierung	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	59
Bionik	Kreativität, Makro, Strategie					X						60
Bisoziation	Mikro, Kreativität					X	X					61
Blue Ocean Strategy	Strategie, Makro	X	X	X	X	X						62
Blue Roses	Kreativität, Mikro, Reflexion					X						63
Bodystorming	Mikro, Kreativität	X	X	X	X	X			X			64
Boundary Shifting	Mikro, Kreativität			X					X			65
BrainCharting	Mikro, Kreativität	X	X		X	X						66
BrainRace	Mikro, Kreativität					X						67
BrainShaping	Aktivierung, Kreativität, Mikro, Öffnung					X						68
BrainStation	Mikro, Kreativität					X						69
Brainfloating	Kreativität, , Öffnung					X	X					70
Brainstorming	Mikro, Kreativität					X						71
Brainwalking	Mikro, Kreativität					X						72
Brainwriting	Mikro, Kreativität					X		X				73
Brainwriting Pool	Mikro, Kreativität					X	X					74
Brand Innovation Checkup	Strategie, Mikro			X								75
Brutethink	Mikro, Kreativität					X						76
Buchtausch-Club	Mikro	X										77
Bull's Eye Bewertung	Mikro							X				78
Buridans Esel	Mikro							X				79
Business Model Canvas	Mikro, Reflexion, Strategie		X	X	X				X	X		80
Business Wargaming	Makro, Strategie, Tool	X	X		X			X	X			81
Buzz Report	Mikro	X	X	X								82
CATWOE	Mikro	X	X	X								83
COCD-Box	Mikro, Feedback							X				84
Café to Go	Mikro, Kreativität		X			X		X				85
Case Based Reasoning	Mikro		X			X						86

## Suchweg 1: Alphabetisch sortierte Methoden

Methodenname	Methodentyp	P1 Verstehen	P2 Analysieren	P3 Beobachten	P4 Synthetisieren	P5 Ideenfindung	P6 Ideenanreicherung	P7 Ideenbewertung	P8 Prototyping	P9 Für Ideen kämpfen	P10 Umsetzen	Leitindex
Chancen-Risiken-Analyse	Mikro		X									87
Change-Modell	These	X										88
Channel Innovation Checkup	Strategie, Mikro		X	X								89
Checklistentechnik	Mikro, Feedback							X				90
Cherry Split	Mikro, Kreativität					X						91
Chilling Out	Mikro, Reflexion, Tool	X				X						92
Circle Of Opportunity	Mikro, Kreativität				X	X						93
Clever Trevor	Kreativität, Mikro, Reflexion					X						94
Cluster-Methode	Mikro	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	95
Clusteranalyse	Mikro		X									96
Collaborative Sketching	Mikro, Kreativität					X	X					97
Communities of Practice	Strategie, Makro	X	X	X					X		X	98
Competencies Plan	Mikro										X	99
Competitive Product Survey	Mikro	X		X								100
Competitors-Complementors Map	Strategie, Mikro	X	X		X							101
Concept Evaluation	Mikro							X			X	102
Concept Grouping Matrix	Mikro						X					103
Concept-Generating Matrix	Mikro, Kreativität					X						104
Concept-Linking Map	Mikro					X	X					105
Confluence Dynagram	Mikro	X		X	X				X			106
Conjoint Analyse	Mikro	X	X						X			107
Consumer Clinic	Reflexion, Mikro		X	X	X							108
Contextual Research Plan	Mikro	X	X	X								109
Convergence Map	Mikro	X	X	X	X							110
Creative Casting	Mikro, Kreativität	X				X	X					111
Creative Challenge	Mikro, Kreativität		X			X	X					112
Creative Collaboration Technique	Mikro, Kreativität					X	X					113
Creative Collages	Aktivierung, Kreativität, Mikro					X						114
Creative Problem Solving	Makro	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	115
Creative Whack Pack	Aktivierung, Tool					X	X	X		X		116
Critical Reading Checklist	Mikro, Feedback							X		X	X	117
Cross Industry Prinzip		X				X						118
Cross-Impact-Methode	Strategie, Mikro	X	X									119
Crowd Sourcing	Tool					X	X	X				120

## Suchweg 1: Alphabetisch sortierte Methoden

Methodenname	Methodentyp	P1 Verstehen	P2 Analysieren	P3 Beobachten	P4 Synthetisieren	P5 Ideenfindung	P6 Ideenreicherung	P7 Ideenbewertung	P8 Prototyping	P9 Für Ideen kämpfen	P10 Umsetzen	Leitindex
Customer Engagement Checkup	Strategie, Mikro		X	X								121
DNA-Analyse-Methode	Strategie, Reflexion	X	X									122
DRIVE	Mikro	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	123
Da Vinci's Technique	Mikro, Kreativität					X						124
Dali's Technique	Mikro, Kreativität					X						125
Das 7-Ps-Framework	Mikro	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	126
Das Antiproblem	Mikro, Kreativität	X				X						127
Das Gitter-Prinzip	Strategie, Makro	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	128
Das Kräftedreieck der Innovationsfähigkeit	Reflexion, Tool	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	129
Das Team-Band	Öffnung, Tool											130
Das Verkaufsgespräch	Mikro		X					X				131
Das-Pinocchio-Produkt	Kreativität		X			X						132
Datenfile-Technik	Mikro, Kreativität					X	X					133
Debriefing	Mikro, Feedback											134
Delphi-Methode	Mikro	X	X			X						135
Der „Specificator“	Mikro				X	X	X					136
Der 100-Euro-Test	Mikro							X				137
Der imaginäre Freund	Mikro							X				138
Der springende Punkt	Mikro	X	X	X	X							139
Der tote Winkel	Reflexion, Mikro	X	X									140
Design Innovation Process	Makro	X	X	X	X	X	X	X	X		X	141
Design Thinking	Makro, Kreativität	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	142
Design Thinking CheckUp	Reflexion, Tool	X	X	X	X	X	X	X	X		X	143
Destruktiv-konstruktives Brainstorming	Mikro, Kreativität		X			X						144
Didaktisches Brainstorming	Mikro, Kreativität					X	X					145
Die „1.000 EUR in 24 Stunden“ Challenge	Aktivierung, Mikro, Reflexion	X	X	X	X	X	X	X	X		X	146
Die Ambidextrous Organization		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	147
Die Augen des Experten	Mikro, Kreativität					X						148
Die Pinguin-Geschichte	Aktivierung, Reflexion, Öffnung		X									149
Die Suche nach dem Schlüssel	Öffnung, Zitat	X	X	X	X							150
Dilemmagramm	Mikro							X				151
Discussion 66	Mikro, Kreativität					X						152



## Suchweg 1: Alphabetisch sortierte Methoden

Methodenname	Methodentyp	P1 Verstehen	P2 Analysieren	P3 Beobachten	P4 Synthetisieren	P5 Ideenfindung	P6 Ideenanreicherung	P7 Ideenbewertung	P8 Prototyping	P9 Für Ideen kämpfen	P10 Umsetzen	Leitindex
Disruptability	Strategie, Mikro	X						X				153
Doppelkopf	Mikro, Kreativität					X	X					154
Dot-mocracy	Mikro							X				155
Dreamscape	Mikro, Kreativität					X	X					156
Dreh's um!	Mikro					X	X					157
Drei Gute – Drei Schlechte	Mikro, Feedback							X				158
Dreiklang	Öffnung, Kreativität					X	X					159
Durchblick	Mikro							X				160
EBS – „Erforsche beide Seiten“	Mikro							X				161
ERAF Systems Diagram	Mikro	X	X		X							162
EUI – „Einigkeit, Uneinigkeit, Irrelevanz“	Reflexion, Mikro							X				163
Edison-Prinzip	Strategie, Makro	X	X		X	X	X		X		X	164
Effectuation	Strategie, Makro	X										165
Ein Kind will wissen	Mikro	X	X	X	X		X					166
Einfacher Fokus	Mikro, Kreativität					X	X					167
Einfachster Ausweg	Mikro							X				168
Elementare Umformungen	Mikro, Kreativität					X						169
Elevator Pitch	Mikro									X		170
Empathy Map	Reflexion, Mikro	X	X	X								171
Entities Position Map	Mikro				X							172
Entscheidungs-Modell (nach Krogerus u. Tschäppeler)	Mikro							X				173
Entscheidungsbaum	Mikro							X				174
Entscheidungstorte	Mikro, Feedback							X				175
Entwurf die Schachtel	Mikro, Kreativität						X		X			176
Eras Map	Mikro		X	X	X							177
Erfolgspfade	Mikro, Kreativität					X						178
Erfolgazonen	Mikro	X										179
Escape Training	Aktivierung		X			X						180
Ethos, Pathos, Logos	Reflexion, Mikro						X					181
Experience Simulation	Mikro	X	X	X								182
Extreme User Interview	Mikro	X	X			X			X			183
F&K – Folgen und Konsequenzen	Öffnung, Mikro	X	X									184
FRIES	Makro	X	X	X	X	X	X	X	X		X	185
Factfinding	Mikro		X									186

## Suchweg 1: Alphabetisch sortierte Methoden

Methodenname	Methodentyp	P1 Verstehen	P2 Analysieren	P3 Beobachten	P4 Synthetisieren	P5 Ideenfindung	P6 Ideenreicherung	P7 Ideenbewertung	P8 Prototyping	P9 Für Ideen kämpfen	P10 Umsetzen	Leitindex
Fake Verkauf	Mikro		X	X				X	X			187
False Faces – Masken	Mikro, Kreativität					X						188
Fast Finish	Mikro, Kreativität										X	189
Feedback Capture Grid	Feedback, Mikro, Reflexion						X	X				190
Field Notes	Mikro	X	X	X	X							191
Five Human Factors	Mikro			X								192
FlowBoard	Makro, Tool	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	193
FlowTeam-Methode	Makro	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	194
Fluchtmethode	Mikro, Kreativität					X	X					195
Force-Fit-Spiel	Mikro, Kreativität					X	X					196
Forced-Relationship	Mikro, Kreativität					X	X					197
Foresight Scenario	Kreativität, Mikro, Strategie				X	X	X					198
Formbildung	Mikro, Kreativität					X	X					199
Framework-Visualisierung	Mikro				X							200
Framing und Re-Framing	Reflexion, Kreativität	X	X	X	X							201
From ... To Exploration	Mikro	X			X	X						202
Function Structure	Mikro, Kreativität					X	X					203
Funktionen- oder Wertanalyse	Makro		X			X	X	X				204
Future Fruit	Strategie, Mikro	X				X						205
Future Quickies	Öffnung, Mikro	X	X									206
Fünf-Finger-Check	Mikro	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	207
Fünf-Kräfte-Modell nach Porter	Strategie, Mikro	X										208
Fünf-Minuten-Denken	Kreativität					X						209
Galeriemethode	Mikro, Kreativität					X	X					210
Gamification	Aktivierung, Strategie	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	211
Geben-und-Nehmen-Tabelle	Reflexion, Mikro	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	212
Gehirnintegrationsübung	Öffnung, Tool	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	213
Geschäftsmodell Stresstest	Mikro	X										214
Gestaltimpulse	Kreativität, Mikro, Öffnung					X						215
Goldfischglas	Reflexion, Mikro	X										216
Graphic Recording	Mikro	X	X		X	X						217
Guessmap	Strategie, Mikro	X			X							218
HIT Matrix	Mikro, Kreativität					X	X					219

## Suchweg 1: Alphabetisch sortierte Methoden

Methodenname	Methodentyp	P1 Verstehen	P2 Analysieren	P3 Beobachten	P4 Synthetisieren	P5 Ideenfindung	P6 Ideenanreicherung	P7 Ideenbewertung	P8 Prototyping	P9 Für Ideen kämpfen	P10 Umsetzen	Leitindex
Hall Of Fame	Mikro, Kreativität					X						220
Herz, Hand, Kopf	Mikro		X				X	X				221
Hit-Liste	Mikro		X			X						222
Hype-Cycle Checkup	Mikro, Reflexion, Strategie	X	X	X	X							223
Hypothesenmatrix	Mikro		X		X							224
Ich mag, ich wünschte, wie wäre es, wenn ...	Feedback, Mikro, Reflexion				X		X					225
Idea Grid – Ideen-Raster – Ideen-Koordinatennetz	Mikro, Kreativität	X		X		X						226
Ideallösung	Mikro, Kreativität							X				227
Idealog-Prozess	Makro	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	228
Ideatoons – Idea Icons	Reflexion, Mikro					X						229
Ideen und Mindset Propaganda-Center	Strategie, Mikro									X		230
Ideen-Quartett	Mikro, Kreativität					X	X	X				231
Ideen-Sofort-Hilfe	Makro, Kreativität					X						232
Ideen-Tennis	Mikro, Kreativität					X	X					233
IdeenSedCard	Tool						X	X	X			234
Ideenblaupause	Mikro					X	X					235
Ideencluster	Mikro						X					236
Ideenkultur												237
Ideenmarathon	Mikro, Kreativität					X						238
Ideensteckbrief	Tool							X				239
Ideenwettbewerb	Mikro					X						240
Identifikationsmethode	Mikro, Kreativität					X	X					241
Image Sorting	Mikro	X		X			X	X				242
Imageination	Mikro, Kreativität					X						243
Imaginäres Brainstorming	Mikro, Kreativität					X						244
In Bewegung kommen	Mikro, Aktivierung	X	X									245
Industry Diagnostics	Mikro			X	X							246
Initial Opportunity Map	Strategie, Mikro	X										247
Innovation Evolution Map	Strategie, Mikro	X	X									248
Innovation Landscape	Strategie, Mikro	X	X									249
Innovation Matrix	Mikro							X				250
Innovation Performance Radar	Reflexion, Strategie, Tool	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	251
Innovation Sourcebook	Mikro	X										252

## Suchweg 1: Alphabetisch sortierte Methoden

Methodenname	Methodentyp	P1 Verstehen	P2 Analysieren	P3 Beobachten	P4 Synthetisieren	P5 Ideenfindung	P6 Ideenreicherung	P7 Ideenbewertung	P8 Prototyping	P9 Für Ideen kämpfen	P10 Umsetzen	Leitindex
Innovationdigging	Mikro, Kreativität	X				X	X					253
Innovationsboutiquen	Strategie,	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	254
Innovationscoaching – Coaching	Strategie	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	255
Innovationskultur – Checkup	Tool	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	256
Innovationsmodell „Inkrementell vs. disruptiv“												257
Inspiration from the Future	Öffnung, Aktivierung				X	X						258
Intent Statement	Mikro				X							259
Interest Groups Discussion	Mikro			X								260
Intrinsische Motivation		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	261
Ishikawa Diagramm	Mikro		X									262
Job Scoping	Mikro, Kreativität				X	X						263
John Whitmore CheckUp	Mikro	X										264
KEBA	Mikro		X									265
KJ Methode	Mikro	X	X		X							266
Kamera Studie	Mikro	X		X	X							267
Kano-Modell	Mikro		X	X								268
Karten-Technik	Mikro		X			X		X				269
Katalog-Methode	Mikro, Kreativität					X	X					270
Key Facts	Mikro	X	X									271
Keyword Bibliometrics	Mikro	X	X									272
Klickpfad	Aktivierung, Mikro, Öffnung	X	X	X								273
Knalleffekt	Aktivierung, Mikro, Öffnung	X	X			X						274
Knick-Monster-Technik	Aktivierung, Kreativität, Mikro					X	X		X			275
Knopf-Brainwriting	Mikro, Kreativität					X						276
Kollektives Notizbuch	Mikro, Kreativität					X	X					277
KommuniKARTio	Reflexion, Tool			X			X			X		278
Kompetenz Jahrmarkt	Tool											279
Komponenten-Analyse	Mikro		X									280
Kondratieff-Cycle-Checkup	Mikro, Reflexion, These	X		X				X				281
Kontextplan	Reflexion, Mikro		X									282
Kontinuierlicher Verbesserungsprozess	Strategie, Makro	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	283
Konzeptextraktion	Mikro, Kreativität					X	X					284

## Suchweg 1: Alphabetisch sortierte Methoden

Methodenname	Methodentyp	P1 Verstehen	P2 Analysieren	P3 Beobachten	P4 Synthetisieren	P5 Ideenfindung	P6 Ideenanreicherung	P7 Ideenbewertung	P8 Prototyping	P9 Für Ideen kämpfen	P10 Umsetzen	Leitindex
Konzeptfächer	Mikro, Kreativität	X				X						285
Kopfstandtechnik	Mikro, Kreativität					X						286
Kraftfeldanalyse	Strategie, Mikro				X							287
Kreativblock	Mikro, Kreativität					X	X					288
Kreativitätsschieber	Mikro, Kreativität					X						289
Kreativprozess nach Graham Wallas	Makro		X			X	X	X				290
Kreativroulette	Mikro, Kreativität					X						291
Kreativteam – Checkup	Tool	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	292
Kreuzworträtsel Technik	Mikro, Kreativität					X						293
KulturRalley	Reflexion, Tool	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	294
Kunde, Mitarbeiter, Aktionär	Mikro	X	X									295
Kundennutzen-Matrix	Mikro	X	X	X								296
LEGO Serious Play	Kreativität, Strategie, Tool		X					X	X	X		297
Lagerfeuer	Aktivierung, Mikro, Öffnung									X		298
Langzeitprognose	Mikro, Kreativität	X				X						299
Lateral Map	Kreativität, Tool					X						300
Laterales Denken – Querdenken	Kreativität,					X						301
Lautmalerei	Kreativität					X	X					302
LavaLamping	Mikro							X				303
Lead-User-Methode	Mikro	X		X		X			X			304
Lean Startup	Strategie, Makro		X	X	X	X		X	X	X		305
Leitfragensynthese	Reflexion, Mikro	X	X		X							306
Letter to grandma	Mikro									X		307
Lexikon-Methode	Mikro, Kreativität					X	X					308
Lightless Creativity	Mikro, Tool					X						309
Lobkärtchen	Tool	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	310
Los-Methode	Mikro, Kreativität					X	X					311
Lotus Blossom	Mikro, Kreativität					X	X					312
Low-Tech Social Network	Aktivierung, Mikro, Öffnung	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	313
MSI – Multisensorische Ideenentwicklung	Kreativität					X	X					314
Machen, Neumachen & Rückgängigmachen	Mikro, Kreativität		X			X						315
Magic Nails	Tool	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	316

## Suchweg 1: Alphabetisch sortierte Methoden

Methodenname	Methodentyp	P1 Verstehen	P2 Analysieren	P3 Beobachten	P4 Synthetisieren	P5 Ideenfindung	P6 Ideenreicherung	P7 Ideenbewertung	P8 Prototyping	P9 Für Ideen kämpfen	P10 Umsetzen	Leitindex
Mal das Problem	Aktivierung, Mikro, Öffnung		X									317
Manual Thinking	Tool	X	X			X	X					318
Marktplatz	Strategie, Mikro							X		X		319
Maßnahmenplan	Mikro										X	320
Meilensteinplan	Mikro	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	321
Meinungs-Blitzlicht	Mikro, Feedback							X				322
Meinungsspektrum	Öffnung, Aktivierung		X									323
Meta-Plan	Mikro					X						324
Methusalem Checkup	Tool		X	X	X	X			X			325
Mind Pumping	Makro		X	X		X						326
Mindmapping	Mikro, Kreativität	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	327
Mission Impossible	Kreativität, Mikro, Öffnung					X						328
Mitarbeiterfragen	Feedback, Mikro, Reflexion		X					X				329
Mitbringstunde – Show and Tell	Aktivierung, Kreativität, Mikro, Öffnung					X						330
Momentum-Matrix	Reflexion, Mikro										X	331
Moodboard	Mikro	X		X		X			X			332
Morphologische Matrix	Mikro, Kreativität					X	X					333
Morphologischer Kasten	Mikro, Kreativität					X	X					334
Motorboot	Reflexion, Mikro							X		X	X	335
Multiple Perspektiven	Kreativität, Mikro, Öffnung					X	X					336
Multitasking-Dilemma	Reflexion, Tool	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	337
Murder Board	Mikro, Feedback							X		X		338
NABC Pitch	Mikro, Feedback								X	X		339
Negativkonferenz	Mikro, Kreativität					X	X					340
NetScouting	Mikro	X	X	X								341
Network Innovator Checkup	Strategie, Mikro		X	X								342
Netz der Abstraktion	Mikro				X							343
Nine Windows	Mikro							X				344
Not Kansas	Mikro, Kreativität					X						345
OMIPC	Mikro		X									346
Objekt-Brainstorming	Aktivierung, Kreativität, Mikro					X						347