



Empowered by
Entrepreneurship

Problem Exploration

 -LICH

WILLKOMMEN!

Wer bin ich?



Kristina Coric

coric@hdm-stuttgart.de

Generator Startup Center



Beratung



Förderung



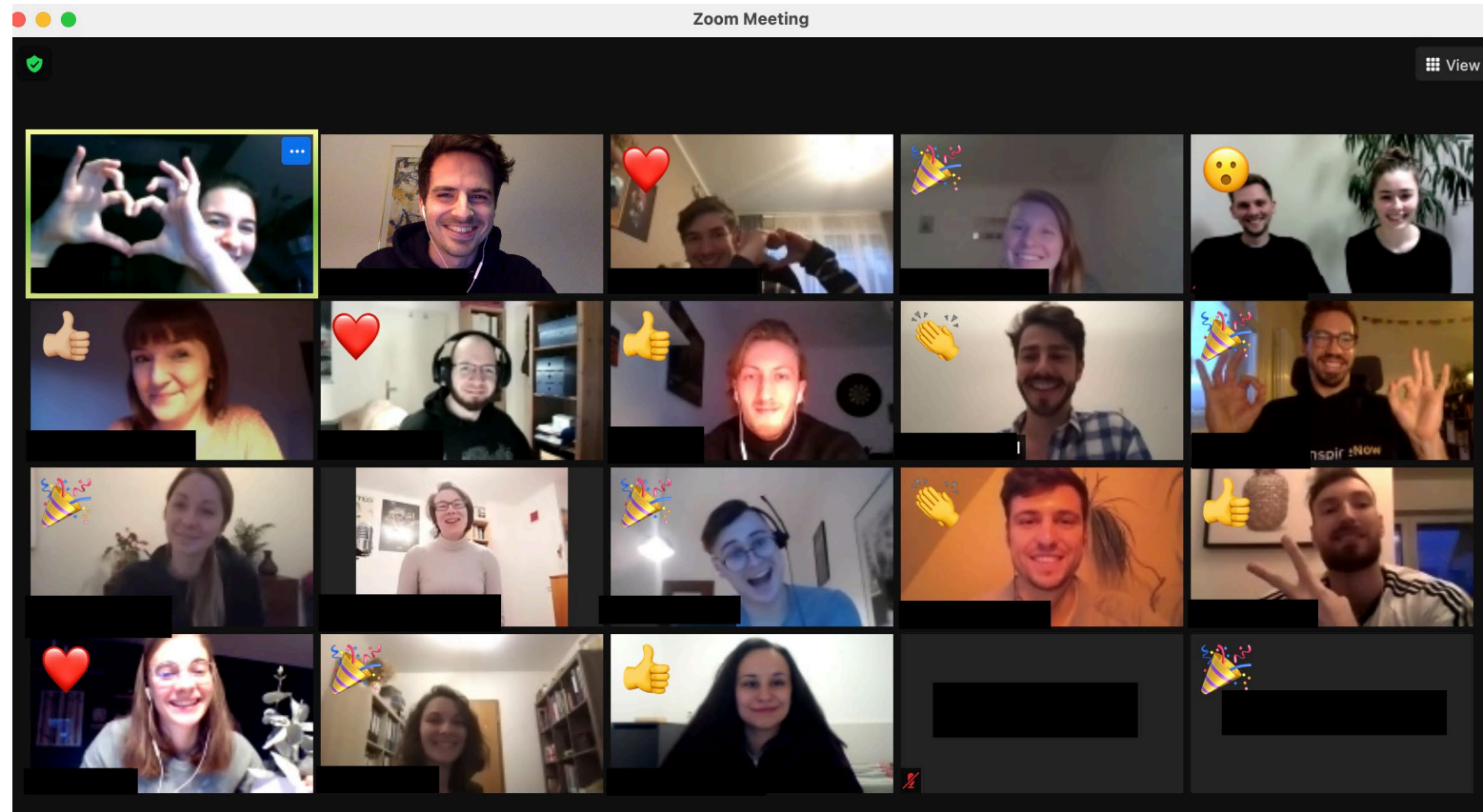
Workshops/ Seminare



Lehrveranstaltungen

Ihr findet uns hier: Nobelstraße 5 

Settings für den Workshop



Aufgabe



Zeichne innerhalb von 2 Minuten so viele Apfelvarianten wie möglich auf ein Blatt Papier.

Der Apfel darf in jeder Erscheinungsform abgebildet werden. (z.B. Apfelbaum, Apfelkuchen,...)

FRAGE

Woran scheitern Startups?

TOP 10 STARTUP MISTAKES



#1

Building something nobody wants.

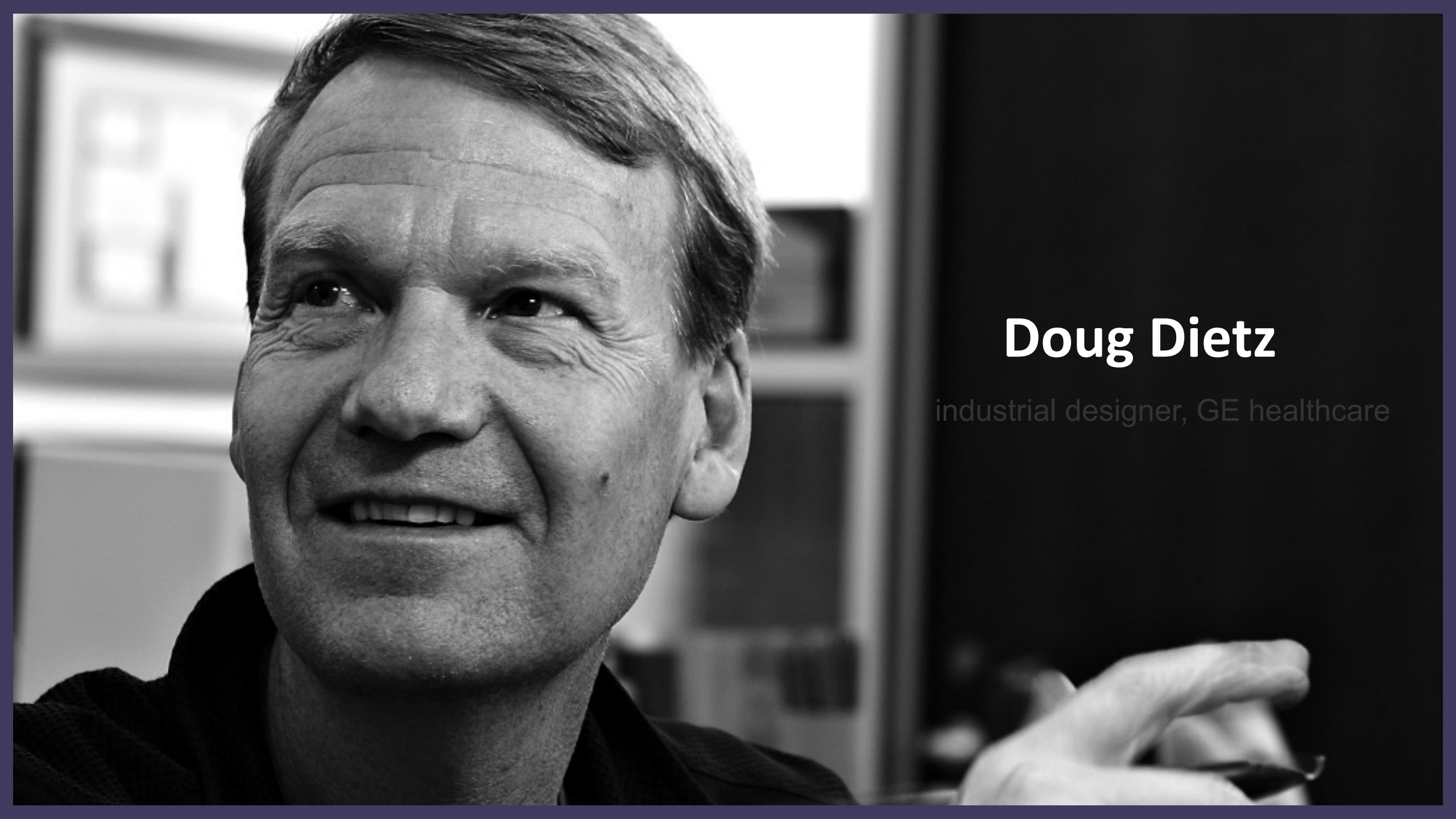


**WIE KANN DAS VERHINDERT
WERDEN?**



SIEMENS

MAGNETOM Skyra
A Tim and Dot System



Doug Dietz

industrial designer, GE healthcare

Was würdet ihr machen?

Was hat Doug gemacht?

Er begann damit, kleine Kinder in einer Kindertagesstätte zu beobachten und Empathie für sie zu entwickeln. Er sprach mit Kinderspezialisten, um zu verstehen, was pädiatrische Patienten durchmachten.



User & Problem first!

> Human Centered Design



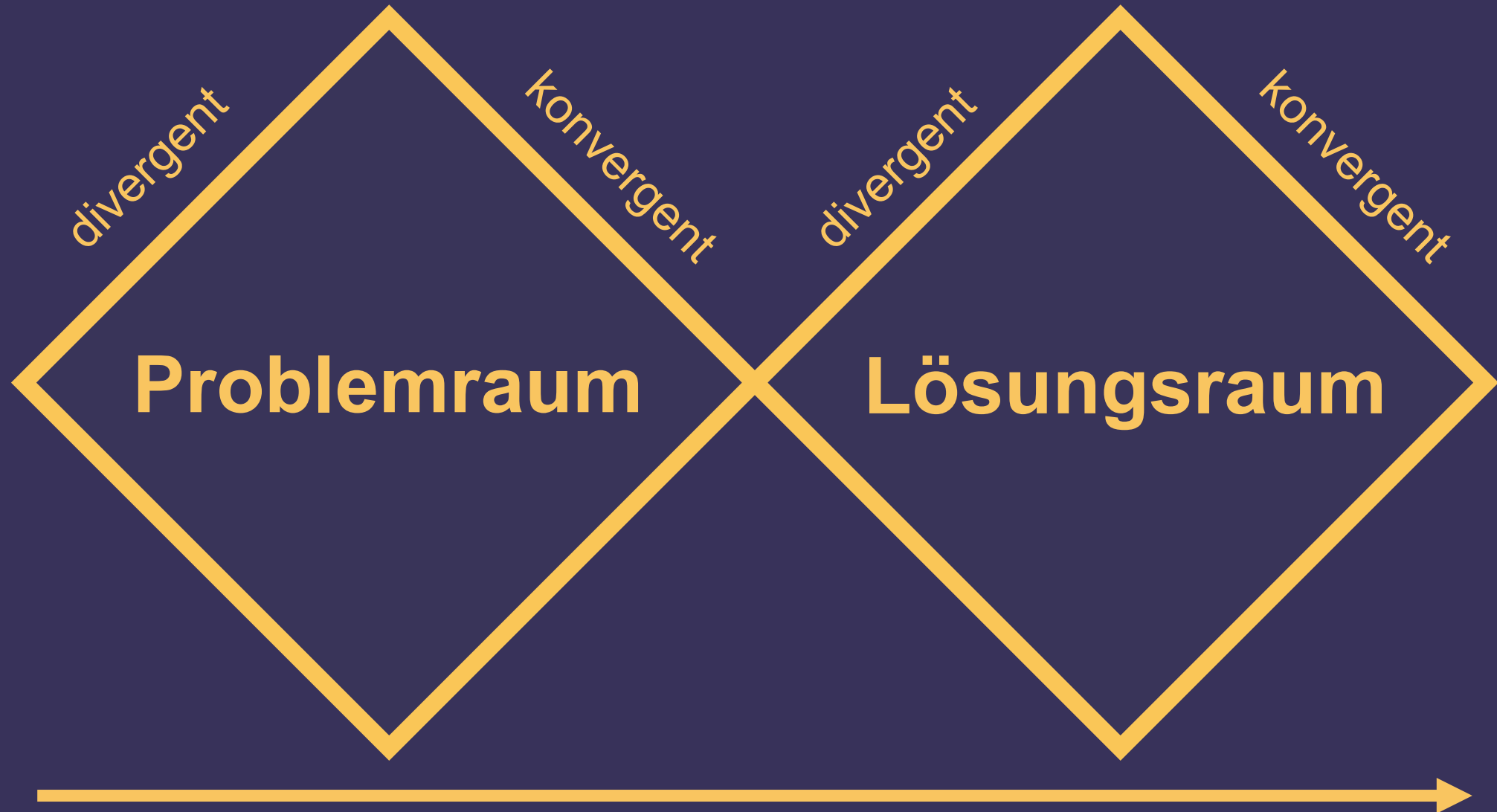


Design Thinking



Tim Brown
IDEO

|Design Thinking ist ein Ansatz, der zum Lösen von Problemen und zur Entwicklung neuer Ideen führen soll. Ziel ist es, Lösungen zu finden, die aus Anwendersicht überzeugend sind.|



Problem Verstehen > Empathie > Synthese > Ideen (Lösung) > Prototyping > Testen

Design Thinking ist ein Mindset
- wie man arbeitet und neue
Produkte entwickelt.





„Fall in Love with
the Problem not the
Solution.“

Sean Petterson
StrongArm Technologies

Welches konkrete Problem
geht ihr an?

Habt ihr euer Problem
eindeutig verstanden?

ICH HABE DAS BUCH EINE

EINDEUTIG VERSTANDEN

ICII IIADE DAC DDODI EMA
EINDEITIC VERSTANDEN

JGU UARF DAS BPQRI FM
FJNDFHTJC VFBSTANDFN

Problem verstehen

Am Beginn des Innovationsprozesses geht es...

- um das Wahrnehmen eines Problems und des damit verbundenen Kontextes mit allen Bedingungen und Einflussfaktoren
- darum, das Problemfeld in aller Gänze durch „Beobachten und Verstehen“ zu erfassen
- darum, die Problemstellung zu hinterfragen, anzupassen oder zu fokussieren um etwa eine tiefer liegende Frage zu adressieren

Problemstatement

Ich bin

Beschreibe den potenziellen Kunden, seine Persona, sein Segment und seine Bedürfnisse.

Ich versuche

Beschreibe mit welchem Problem der potenzielle Kunde konfrontiert ist.

aber

Beschreibe die Hindernisse, die ihn daran hindern es zu beheben und welche Frustrationen er möglicherweise hat.

Das liegt daran, dass

Beschreibe die Grundursache des Problems, z.B. ein technisches Problem oder einen Bereich in dem sich der potenzielle Kunde weiterbilden müsste.

Es gibt mir das Gefühl

Beschreibe die emotionalen Auswirkungen auf den potenziellen Kunden, wenn er mit dem Problem konfrontiert wird.

Beispiel

Ich bin eine junge Frau, die vor einem Jahr aus beruflichen Gründen in eine neue Stadt gezogen ist. **Ich versuche** stets neue Kontakte zu knüpfen und mir hier ein soziales Netzwerk aufzubauen, **aber** dies fällt mir neben dem Berufsalltag sehr schwer. **Das liegt daran, dass** ich einfach keine Zeit finde, um passende Netzwerkmöglichkeiten herauszusuchen. **Es gibt mir das Gefühl** auch nach einem Jahr nicht wirklich angekommen zu sein.

PAUSE

Was sind “gute” Probleme?

Die 6 U's

Unavoidable = Unvermeidlich

Unsolvable = Unlösbar

Urgent = Dringend

Untenable = Unaufhaltbar

Underserved = Unterversorgt

Ubiquitous = Allgegenwärtig

Entscheidungshilfe: 6 U's

1| Unavoidable

Unvermeidlich: Wie vermeidbar ist das Problem?
Kann man es einfach umgehen?

2| Unsolvable

Unlösbar: Kann ich eigenständig zu einer möglichen Lösung gelangen oder bin ich auf externe Hilfe, Produkte, Lösungen angewiesen?

3| Urgent

Dringend: Wie negativ und heftig, unangenehm oder störend sind die Folgen des Problems? Würde ich als Kunde schnell handeln oder kann ich das aufsuchen einer Lösung verschleppen?

4| Untenable

Unaushaltbar: Das Problem ist unvermeidbar; ich bin auf externe Hilfe angewiesen, wenn ich das Problem lösen möchte und ich empfinde eine gewisse Dringlichkeit. Würde man allerdings auch ohne eine Lösung auskommen, wenn es sein müsste?

5| Underserved

Unterversorgt: Gibt es bereits gute Lösungen für dieses Problem? Habe ich Zugang zu diesen anderen Lösungen, falls vorhanden? Oder haben bestehende Lösungsansätze große Nachteile?

6| Ubiquitous

Allgegenwärtig: Wie allgegenwärtig ist das Problem? Betrifft es viele Menschen an vielen Orten oder ist es eher ein Nischenproblem, welches nur ein kleiner Personenkreis hat? Je mehr Menschen das Problem haben, desto mehr potenzielle Kunden oder Nutzer gibt es für eine Lösung.

Aufgabe

Bewertet euer Problem. Inwiefern treffen die einzelnen U's auf euer Problem zu? Vergebt 1-3 Punkte. Ist es ein lösenswertes Problem?

Teil II

Unvermeidlich

Unlösbar

Dringend

Unaufhaltbar

Unterversorgt

Allgegenwärtig

Aufgabe

Bereitet einen 60 sekündigen Pitch eurer Idee vor.

Ihr könnt euch dabei an folgendem Aufbau orientieren:

Wer seid ihr?
10 Sekunden

**Welches Problem
möchtet ihr lösen?**
20 Sekunden

**Wer hat dieses
Problem?**
10 Sekunden

Wie löst ihr es?
20 Sekunden

Life is a Pitch!



Tools zur Weiterentwicklung von Ideen



SCAMPER

Abkürzung	Englisch	Bedeutung
S	Substitute:	Ersetze – Komponenten, Materialien und Personen
C	Combine:	Kombiniere – Vermische mit anderen Zusatzfunktionen oder Aggregaten; überschneide mit Service, integriere Funktionalität.
A	Adapt:	Ändere ab – Verändere Funktion, verwende ein Teil eines anderen Elements, einer Baugruppe, eines Aggregats
M	Modify:	Steigere oder vermindere – Größe, Maßstab oder Maßstäblichkeit, verändere Gestalt, variiere Attribute (Farbe, Haptik, Akustik, ...)
P	Put „Put to another use“:	Finde weitere Verwendung(en) – Finde anderen Zusammenhang zur Nutzung, formuliere den Anwendungsbereich um
E	Eliminate:	Entferne Elemente, Komponenten – Reduziere auf Kernfunktion, vereinfache
R	Reverse:	Kehre um, stülpe das Innere nach außen – Stelle auf den Kopf, finde eine entgegengesetzte Nutzung

Osborn Checkliste

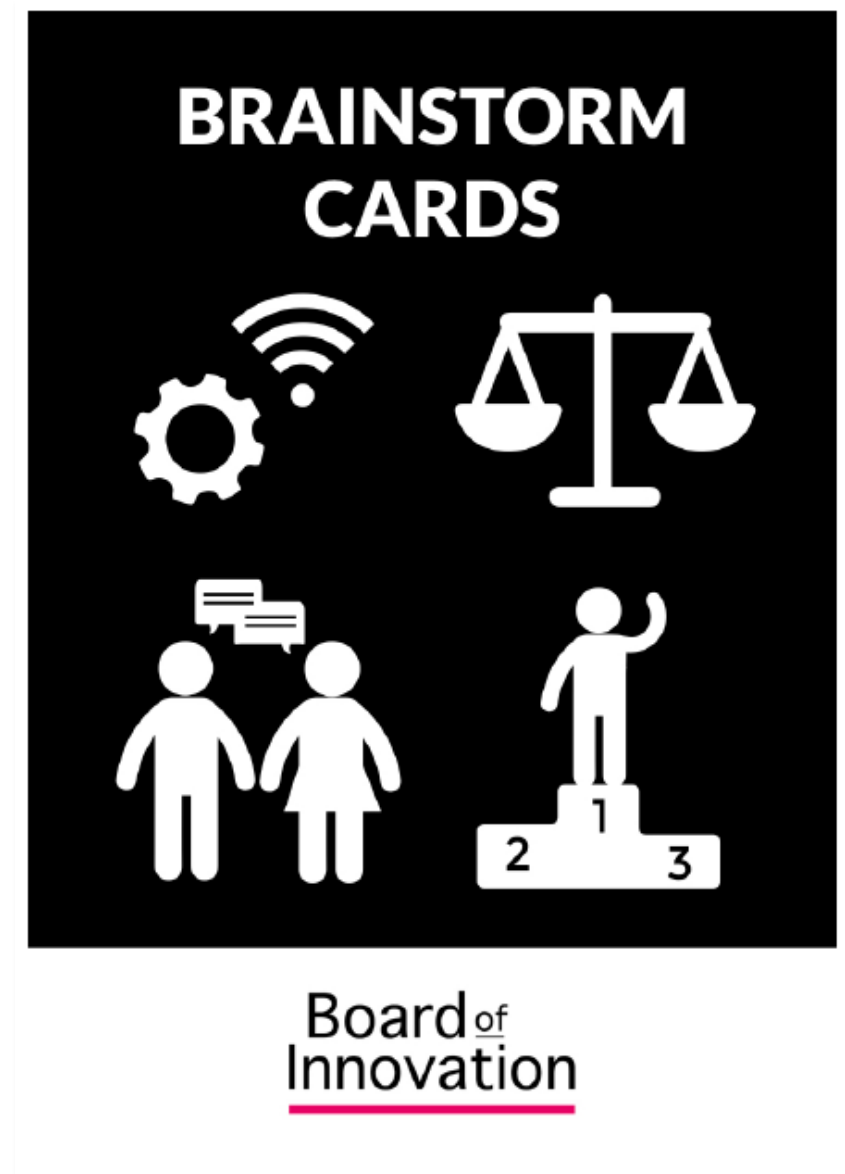
Nr.	Ansatz	Fragesatz
1	Andere Verwendung?	Gibt es alternative Verwendungen?
2	Andere Verwendung?	Gibt es alternative Verwendungen, wenn es angepasst wird?
3	Anpassen?	Was Anderes ist so wie dies?
4	Anpassen?	Zu welchen anderen Ideen/Verwendungen regt es an?
5	Anpassen?	Gibt es Parallelen in der Vergangenheit?
6	Anpassen?	Was kann ich kopieren?

Nr.	Ansatz	Fragesatz
7	Anpassen?	Wen kann ich nachahmen, was kann ich nachbilden?
8	Abwandeln?	Neue Wendung, Richtung, neuer Drall?
9	Abwandeln?	Andere Bedeutung, Farbe, Bewegung, Richtung, Ton, Geruch, Form, Ausformung!
10	Abwandeln?	Gib ihm andere Formen, Geometrien!
11	Vergrößern?	Was kann ich hinzufügen?

Tuningfragen für Ideen

1. Wie kannst Du Deine Idee flexibel skalierbar machen?
2. Was musst Du ändern, damit Deine Idee automatisch Geld verdient?
3. Wie könnte Spaß in Deine Idee kommen?
4. Wie wird aus Deiner Idee ein großes Geheimnis?
5. Was kannst Du tun, um Deine Idee vor Wettbewerbern zu schützen? Was würde ein Kind mit Deiner Idee tun?
6. Welches Detail Deiner Idee macht den Kunden am meisten Freude?
7. Wie könntest Du Deine Idee anders verpacken?
8. Was ist an Deiner Idee wirklich neu?
- ...
38. Wie könntest Du aus Deiner Idee ein Abenteuer machen?

Brainstorm Cards



Lasst uns in Kontakt bleiben ...



A screenshot of a LinkedIn profile card for Kristina Coric. The background image shows a vast, snow-covered mountain range under a blue sky with scattered clouds. In the top right corner of the image area, there is a small white circular icon with a blue pencil. On the left side, there is a circular profile picture of Kristina Coric, a woman with long dark hair, smiling. Below the profile picture, the name 'Kristina Coric' is displayed in a bold, dark font. Underneath the name, the text 'Entrepreneurship Education & Networking @HdM Stuttgart' is shown, followed by 'Region Stuttgart · 500+ Kontakte · Kontaktinformationen'. To the right of the profile information, there are two logos: the 'HdM Startup Center' logo (a pink square with a white 'e') and the 'Fachhochschule Stuttgart - Hochschule der Medien' logo (a red and white graphic with the text 'HOCHSCHULE DER MEDIEN'). A small grey pencil icon is located in the bottom right corner of the profile card area.

Kristina Coric
Entrepreneurship Education & Networking @HdM Stuttgart
Region Stuttgart · 500+ Kontakte · Kontaktinformationen

HdM Startup Center
Fachhochschule Stuttgart -
Hochschule der Medien

www.linkedin.com/in/kristina-coric/



- LICHERN DANK

VIEL ERFOLG MIT EUREN
IDEEEN!