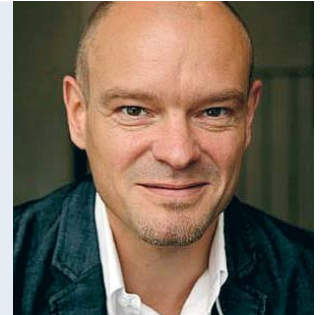


## Vorsprung durch Kreativität II – Ideen bewerten

**Kreative Ideen und Innovationen sind heute mehr denn je entscheidende Wettbewerbsfaktoren. Während es zunächst darum geht, möglichst viele unterschiedliche Ideen zu generieren, müssen diese Ideen später strukturiert und priorisiert werden. Wie aber filtert man aus dem Pool von möglichen Ideen genau die heraus, die ein hohes Potential haben und letztlich umgesetzt werden können?**

Wer nicht buchstäblich nach der Nadel im Heuhaufen suchen möchte, benötigt effektive Techniken der Ideenselektion und Bewertung. Chris Brügger nennt und beschreibt die notwendigen Schritte.



Chris Brügger

Referent der Haufe Akademie und Partner einer Unternehmensberatung mit Fokus Kreativitätstraining und Innovationsberatung, Fachautor.

**Wer Kreativitätstechniken erfolgreich eingesetzt hat, bei dem liegen nun vielleicht mehrere Dutzend höchst unterschiedliche Ideen auf dem Tisch. Wie geht es dann weiter?**

Als Ausgangslage für die Ideenbewertung werden alle Ideen visualisiert – beispielsweise auf einer Pinwand oder einem Flipchart. Für die erste grobe Auswahl empfiehlt sich ein mehrstufiges Verfahren, um von einer Vielzahl von Ideen zu wenigen, aussichtsreichen zu gelangen. In der Regel dauert diese Bewertung etwa 30 bis 60 Minuten.

### Schritt 1: Gleiches zu Gleichem

Wenn in mehreren Gruppen nach Ideen gesucht wird, so sind Doppelnennungen oft unausweichlich. Daher werden in einem ersten Schritt Doppelnennungen aussortiert.

### Schritt 2: Neuartig oder bekannt?

Bevor die besten Ideen ausgewählt werden, empfiehlt sich die Ideen mit hohem Neuigkeitswert (Radikalideen) separat darzustellen. Sonst besteht die Gefahr, dass sie bei der Punktebewertung „übersehen“ werden und untergehen. Es sind aber gerade die neuartigen Ideen, die oft ein hohes Potenzial beinhalten.

### Schritt 3: Dot-mocracy

Die Auswahl der „besten“ Ideen geschieht mittels der klassischen Punktebewertung. Jeder Teilnehmende kann eine gewisse Anzahl Klebepunkte auf die zu bewertenden Ideen verteilen. Bei einer Anzahl von acht bis zwölf Teilnehmenden sind drei bis vier

Punkte pro Person optimal. Obwohl gewisse Auswahlkriterien definiert werden können, bleibt es eine eher intuitive erste Bewertung.

### Schritt 4: Aufteilung in drei Gruppen

Im vierten Schritt werden die mit Punkten bewerteten Ideen in drei Gruppen eingeteilt. Diese drei Gruppen können mit TOP, OK und OUT bezeichnet werden. Ziel ist es, aus all den gefundenen Ideen die etwa 8 bis 15 TOP-Ideen herauszufiltern. Mit dieser Anzahl an Ideen lässt sich anschließend effizient weiterarbeiten.

### Schritt 5: Ideen ausformulieren

Bei der Ausformulierung der TOP-Ideen mit einer Ideenbeschreibung wird zum ersten Mal abschätzbar, ob sich eine Idee überhaupt umsetzen lässt.

### Welche Schritte erfolgen danach? Wie lassen sich die Ideen in eine Rangfolge bringen und bewerten?

Die Dokumentation der Ideen ist wohl der wichtigste Schritt in der Ideenbewertung und -weiterentwicklung, denn: sie dient als Grundlage für die eigentliche Ideenbewertung und Priorisierung. Am Anfang des Innovationsprozesses werden Ideen stärker nach qualitativen Kriterien bewertet. Eine Rohidee ist oft noch wenig fassbar und kaum mit Zahlenfakten zu bewerten. Erst im weiteren Verlauf des Bewertungsprozesses lässt sich eine Idee mit quantitativen Methoden bewerten. Dabei liefert die Ideenbeschreibung wirkungsvolle Unterstützung: Sie fasst alle vorangegangenen Schritte auf einen Blick und einem Blatt für das Entscheidungsgremium zusammen. ▶

Um die Übersicht zu gewährleisten, wird jeweils eine Idee auf einem DIN A4-Blatt dokumentiert. Ziel eines Ideenworkshops ist es, die 8 bis 15 besten Ideen dokumentiert zu haben. In der Ideenbeschreibung können sowohl qualitative als auch quantitative Kriterien berücksichtigt werden, um eine ausgewogene Schlussfolgerung der Idee zu ermöglichen. Die Ideenbeschreibung sollte zusätzlich zum Namen und der Beschreibung auch den Kundennutzen, Chancen und Gefahren nennen sowie Informationen zu Umsetzbarkeit, Marktpotential und Investitionen liefern. Abschließend gilt es, eine Gesamtbeurteilung zu formulieren.

#### **Was geschieht nun mit den Ideen, die als aussichtsreich bewertet wurden?**

Zuerst gilt es, Klarheit schaffen, welche strategischen Vorgaben im Unternehmen in Bezug auf die Wirkung der Ideen bestehen. Liegt der Schwerpunkt in der Ertragssteigerung oder der Kostenoptimierung?

Wichtig ist auch, zwischen Strategie und Ressourcen zu prüfen. Welche und wie viele Ideen lassen sich innerhalb der Rahmenbedingungen (Zeit, Geld, Mitarbeiter) gleichzeitig weiterverfolgen? Die ausgewählten Ideen werden nun im Rahmen der Grobkonzeption detailliert ausgearbeitet. Die restlichen Ideen werden im Ideenpool aufbewahrt.

Kreative Ideen und Innovationen werden für Unternehmen immer mehr zu einem Wettbewerbsfaktor. Trotzdem wird das Suchen und Finden neuer Ideen oft dem Zufall überlassen. Im Seminar „Vorsprung durch Kreativität“ der Haufe Akademie vermittelt Chris Brügger, wie sich systematisch innovative Ideen finden, bewerten und umsetzen lassen. ■

Weitere Informationen unter: [www.haufe-akademie.de/9131](http://www.haufe-akademie.de/9131)

## **Kontakt**

### **Haufe Akademie**

**Telefon: 0761 4708-811**

E-Mail: [service@haufe-akademie.de](mailto:service@haufe-akademie.de)

Anschrift: Lörracher Str. 9, 79115 Freiburg

### **Kerstin Schreck**

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

**Telefon: 0761 4708-542**

E-Mail: [pressestelle@haufe-akademie.de](mailto:pressestelle@haufe-akademie.de)

[www.haufe-akademie.de](http://www.haufe-akademie.de)