



Portfolio für das Konzept “Pinky”

im Rahmen des Moduls “Innovative Konzepte”

Modulverantwortl.: Sabine Hipp

Team:
4P

Autoren:
Jasper Brechtfeld, Iason Baxmann, Steffen Fuchs, Lennart Brüssow

Semester:
Wintersemester 2025/26

Vorwort

Im Modul Innovative Konzepte des Studiengangs Medieningenieur*in bearbeiteten wir in einem Team von vier Personen die uns gesetzte Semester-Challenge:

Wie können digitale Konzepte die gesellschaftliche Teilhabe und Partizipation von Bürger:innen, Vereinen und Institutionen fördern und bestehende Hürden abbauen?

Gesellschaftliche Teilhabe bedeutet, dass Menschen ihre Umwelt aktiv mitgestalten können – in der Stadtentwicklung, in Institutionen, in Vereinen, in Nachbarschaften oder in politischen Prozessen. Doch häufig gibt es Hürden: fehlende Information, komplexe Verfahren, sprachliche Barrieren, mangelnde Zeit oder fehlendes Vertrauen. Gleichzeitig eröffnet die Digitalisierung neue Chancen.

Können Plattformen, Apps und KI-gestützte Tools Partizipation erleichtern, vereinfachen und inklusiver machen?

Dieses Portfolio zeigt unseren Weg von der ersten Auseinandersetzung mit dem Thema bis zur Entwicklung eines eigenen digitalen Konzeptes. Durch das Durchlaufen des Double-Diamond-Prozesses stellen wir unsere Recherche, die Erarbeitung des Problems und die Entwicklung unserer Lösung dar.

Inhaltsverzeichnis

		Seite
00 Informationen.....	Vorwort Grafikverzeichnis Wie wollen wir arbeiten?	I IV VIII
01 Prozess und Herangehensweise.....	Erste Schritte	1
02 Identifizierung des Problems.....	Chancenlandkarte Umfrage Brainstorming Netz der Abstraktion Entscheidungsmatrix Problemstellung und Zieldefinition 6 W's Methode Proto Personas User Journey Erste Schritte Ideenphase	3 5 7 8 10 11 13 16 20 22 23
03 Ausarbeitung Ideenfindung.....	Crazy 8 Ideencafe	23 24

	Seite
Inhaltsverzeichnis	
03 Ausarbeitung Ideenfindung.....	Unsere 3 Ideen Ideenpitch
04 Validierung des Problems.....	User Research Jobs to be done
05 Finaler Lösungsansatz.....	Letzer Schliff an unserer Idee Welche Funktionen braucht die App? Was ist unsere Kernstruktur des Systems? Alles auf einen Blick Der Wettbewerb Perspektivwechsel Weitere Funktionen Business Model Canvas
06 Prototyping.....	Lo-Fi Prototyp Hi-Fi Prototyp
07 Validierung der Lösung.....	Testkonzept Lösungshypothesen Geführte Nutzertests Testkonzept Best Case
08 Ausblick.....	Was kommt als nächstes
09 Reflexion.....	Was nehmen wir mit?

Grafikverzeichnis

		Seite
Abbildung 1	Discover Logo	1
Abbildung 2	Define Logo	1
Abbildung 3	Develop Logo	1
Abbildung 4	Deliver Logo	1
Abbildung 5	Double Diamond	1
Abbildung 6	Chanchenlandkarte aus der Vorlesung	3
Abbildung 7	Chanchenlandkarte unserer Gruppe	4
Abbildung 8	Online Vorschau unserer Umfrage	5
Abbildung 9	Auswertung einer Frage unserer Umfrage	6
Abbildung 10	Auswertung einer Frage unserer Umfrage	6
Abbildung 11	Unser Netz der Abstraktion	9
Abbildung 12	Unsere Entscheidungsmatrix	10
Abbildung 13	Stand im DD-Prozess	11
Abbildung 14	Ergebnis aus der Ideenphase	12
Abbildung 15	Durchführung der 6 W's Methode	13
Abbildung 16	Bild "Till Petersen"	17
Abbildung 17	Bild "Mara Steffens"	18
Abbildung 18	Bild "Bernd Stromberg"	19
Abbildung 19	User Journey von Till Petersen	20
Abbildung 20	Die Methoden aus dem Seminar	21

Grafikverzeichnis

		Seite
Abbildung 21	Ergebnis aus der Ideenphase	22
Abbildung 22	Ergebnis aus der Ideenphase	22
Abbildung 23	Die Crazy 8 Ergebnisse	23
Abbildung 24	Vereins SocialMedia	24
Abbildung 25	Aktivitäts Angebots App	24
Abbildung 26	Vereins Ranking	24
Abbildung 27	Die Vereins Social App die am besten angekommen ist	25
Abbildung 28	Visualisierung der idee der “Engagement-Plattform für Vereine”	26
Abbildung 29	Visualisierung der idee “Digitale Meinungsbildung”	27
Abbildung 30	Visualisierung der idee “Micro Volunteering System”	27
Abbildung 31	Ergebnis der Mentimeter umfrage	28
Abbildung 32	Ideenpitch	28
Abbildung 33	Ausschnitte aus unserer Umfrage	30
Abbildung 34	Der identifizierte Kreislauf	31
Abbildung 35	Jobs to be done von unserem Miroboard	32
Abbildung 36	Aufbrechen des Kreislaufs	33
Abbildung 37	Funktionen Brainstorming	34
Abbildung 38	Assumption Mapping	40
Abbildung 39	Stakeholder Analyse	41
Abbildung 40	Dotmocracy	42

Grafikverzeichnis

	Seite
Abbildung 41	Hauptseiten & Aufgabendetailseite
Abbildung 42	Aufgaben mit KI erstellen und verwalten
Abbildung 43	Projektübersichttt / Mitgliederliste / Mitglieder Detailansicht
Abbildung 44	MockUp Endnutzersicht
Abbildung 45	MockUp Endnutzersicht

Wie wollen wir arbeiten?

Zu Beginn des Moduls haben wir uns im Team auf einige Grundregeln der Zusammenarbeit geeinigt. Dafür haben wir eine Prospektive durchgeführt. Zu sehen auf Seite 4 im Anhang.

Wie wollen wir arbeiten?

- Offene und ehrliche Kommunikation
- Eine gute Zeitplanung mit Einbeziehung von Abweichungen
- Keine Verurteilung von Ideen & Einsicht zeigen, wenn man falsch lag
- Offen zu sein nach Hilfe zu fragen und Hilfe zu geben
- Meeting bzw. kurze Besprechung zu Anfang, um auf den gleichen Stand der Werte (also was wir erreichen wollen von der Leistung her und wie viel Zeit wir individuell reinstecken wollen) zu stehen.

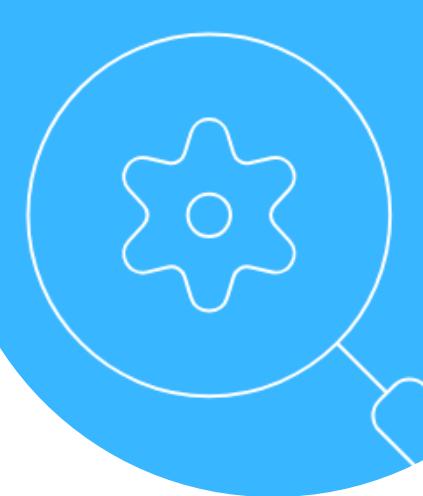
Wie gehen wir mit KI um?

Uns war klar, dass wir auch in diesem Modul KI-Systeme wie bspw. Chatbots benutzen würden. Wir haben uns dazu folgende klare Regeln gesetzt:

- KI darf zur Recherche verwendet werden, dient dabei nicht als Quelle sondern als Inspiration.
- KI darf verwendet werden um ungewöhnliche Lösungswege aufzuzeigen. Die Entscheidung und Bewertung muss von uns kommen.
- KI darf genutzt werden um Grafiken oder auch Mock-ups zu erstellen. Bewertung und entgültiger Aufbau müssen durch uns erfolgen.
- KI wird genutzt um vorformulierte Texte zu überarbeiten oder zu ordnen. Auch hier muss der Inhalt jedoch von uns stammen.

01 Prozess und Herangehensweise

Erste Schritte



Semesterchallenge

Wie können digitale Konzepte die gesellschaftliche Teilhabe und Partizipation von Bürger:innen, Vereinen und Institutionen fördern und bestehende Hürden abbauen?

Struktur

Farben und Icons zeigen auf jeder Seite, in welcher Phase des Double Diamond wir uns befinden. Inhalte wurden dabei fortlaufend angepasst und verbessert.

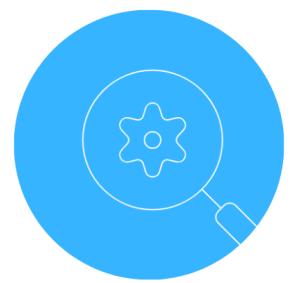


Abbildung 1: Discover Logo



Abbildung 2: Define Logo

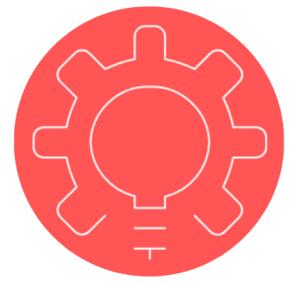


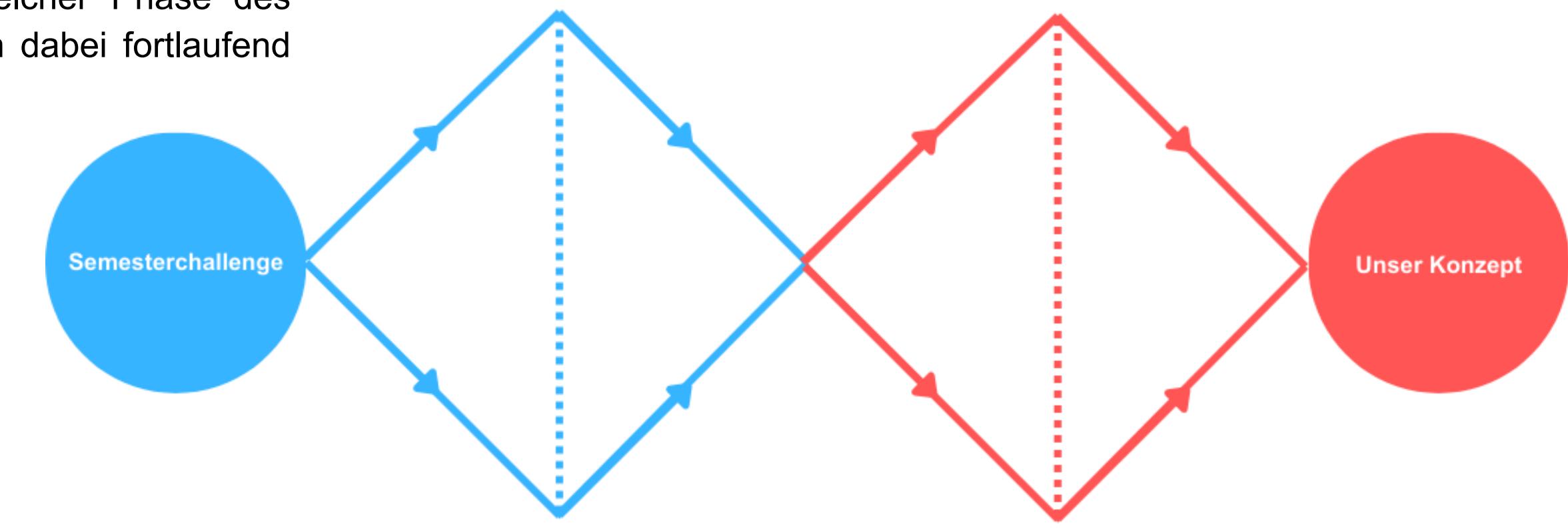
Abbildung 3: Develop Logo



Abbildung 4: Deliver Logo

Double Diamond Prozess

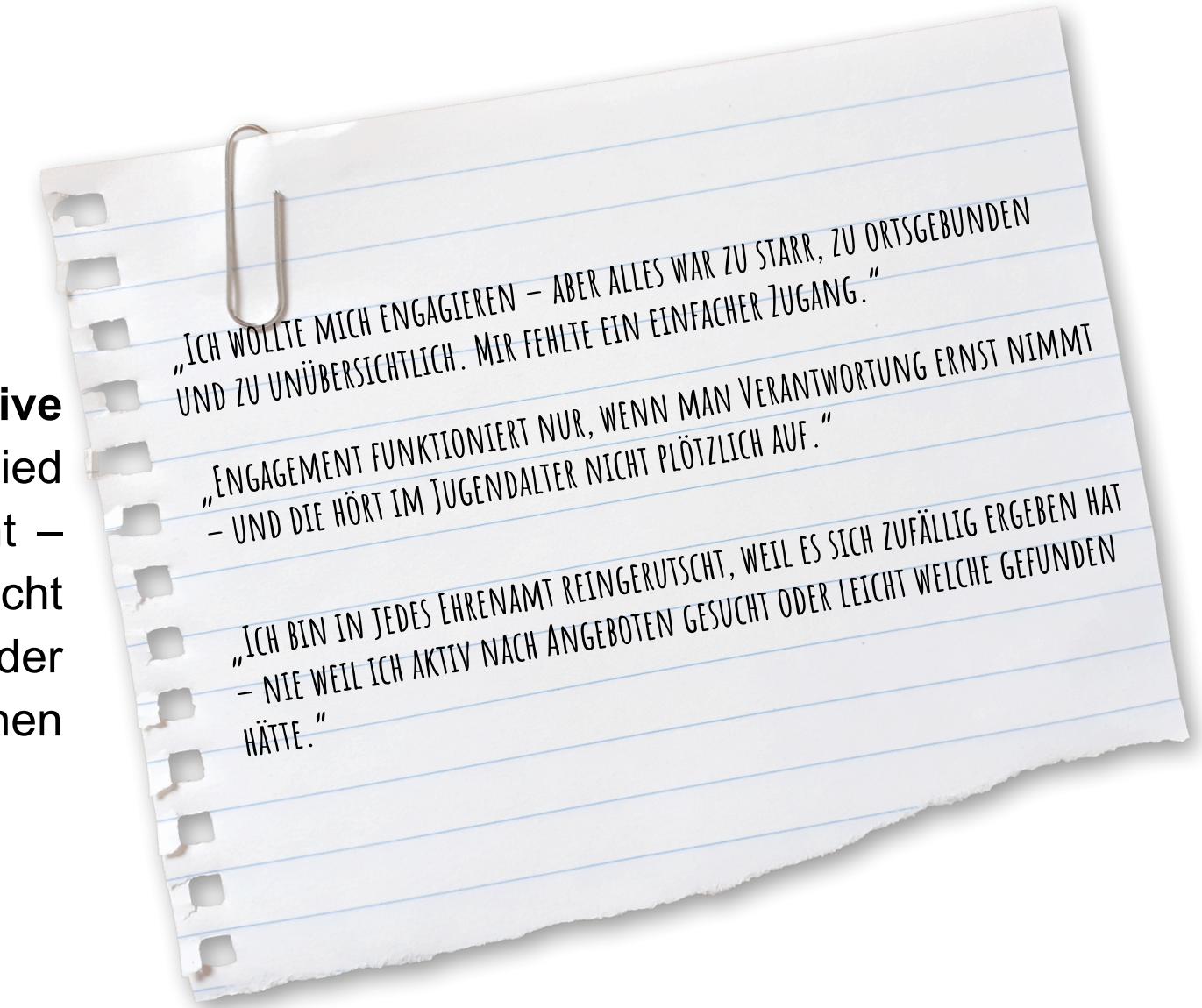
Die Semesterchallenge wird mithilfe des Double-Diamond-Prozesses bearbeitet, der aus vier Phasen besteht: Discover, Define, Develop und Deliver. Im ersten Diamanten liegt der Fokus auf der Analyse und dem Verständnis des Kernproblems, im zweiten auf der Entwicklung und Ausarbeitung einer Lösung.



01 Prozess und Herangehensweise

Erste Schritte

Zu Beginn der Semesterchallenge haben wir eine **selbstreflexive Erfahrungsanalyse** durchgeführt. Dabei reflektierte jedes Teammitglied seine persönlichen Berührungspunkte mit gesellschaftlichem Engagement – sowohl positive Erfahrungen als auch Situationen, in denen Engagement nicht zustande kam. Die Spannbreite reichte von Tätigkeiten im Sportverein, in der Jugendarbeit oder einem Freiwilligendienst bis hin zu fehlenden eigenen Erfahrungen.

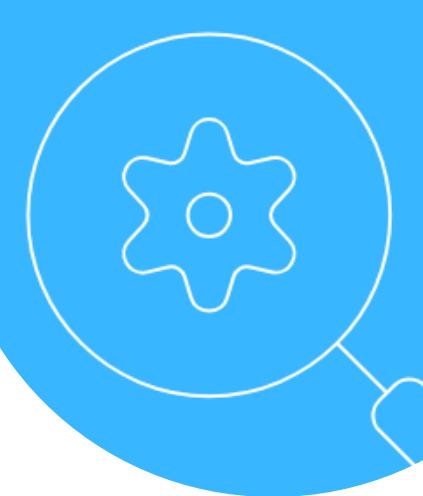


Diese Beobachtungen halfen uns, das Themenfeld einzugrenzen und ein besseres Verständnis dafür zu entwickeln, welche Herausforderungen Menschen davon abhalten, sich ehrenamtlich zu beteiligen – und unter welchen Bedingungen Engagement wahrscheinlicher wird. Auf dieser Grundlage konnten wir im weiteren Verlauf des Double-Diamond-Prozesses die Problemstellung präzisieren und unsere nächsten Schritte ableiten.

In der Auswertung zeigte sich, dass Engagement bei uns häufig durch verschiedene Hindernisse erschwert wird: Zeitliche Belastung durch Schule oder Studium, organisatorische Anforderungen nach Regelmäßigkeit, fehlende Flexibilität, unklare Einstiegspunkte oder mangelnde Transparenz darüber, welche Möglichkeiten es überhaupt gibt. Gleichzeitig wurde deutlich, dass Engagement dort leichter fällt, wo Strukturen klar, Aufgaben verständlich sind und der Zugang niedrigschwellig ist.

02 Identifizierung des Problems

Chancenlandkarte



Vorgehen

Die Methode der Chancenlandkarte war uns bereits aus der Vorlesung vertraut, sodass wir ihr Prinzip und ihren Nutzen schon kannten. Dort hatten wir erlebt, wie wirkungsvoll sie dabei hilft, individuelle Erfahrungen sichtbar zu machen und sie Schritt für Schritt zu einem gemeinsamen Verständnis zusammenzuführen. Diese Vorerfahrung war der Grund, weshalb wir die Methode im Team erneut eingesetzt haben. Sie bot eine strukturierte Möglichkeit, von persönlichen Eindrücken auszugehen und daraus kollektive Muster abzuleiten, die für die spätere Problemdefinition relevant sind.

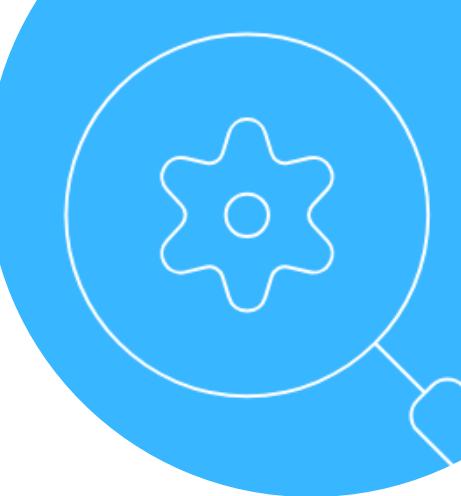


Abbildung 6: Chancenlandkarte aus der Vorlesung

Auf dieser Grundlage führten wir die Methode erneut in unserem Projektteam durch. Jede Person begann mit einer kurzen Einzelreflexion zum eigenen Beteiligungserlebnis, bevor die Eindrücke in Zweiergruppen ausgetauscht und als Sticky Notes festgehalten wurden. Anschließend wurden diese in Vierergruppen zusammengeführt, ergänzt und verdichtet. Die gesammelten Erkenntnisse stellten wir abschließend im Plenum vor und clusterten sie auf der Chancenlandkarte. Durch die bereits vorhandene Erfahrung aus der Vorlesung konnten wir den Ablauf effektiv umsetzen und die Methode gezielt nutzen, um ein fundiertes gemeinsames Bild von Chancen und Herausforderungen zu entwickeln, das unsere Problemfindung unterstützt hat.

02 Identifizierung des Problems

Chancenlandkarte



Erkenntnis

Unsere Gruppe konnte vier wiederkehrende Muster erkennen, die häufig mit geringer gesellschaftlicher Teilhabe verbunden sind.

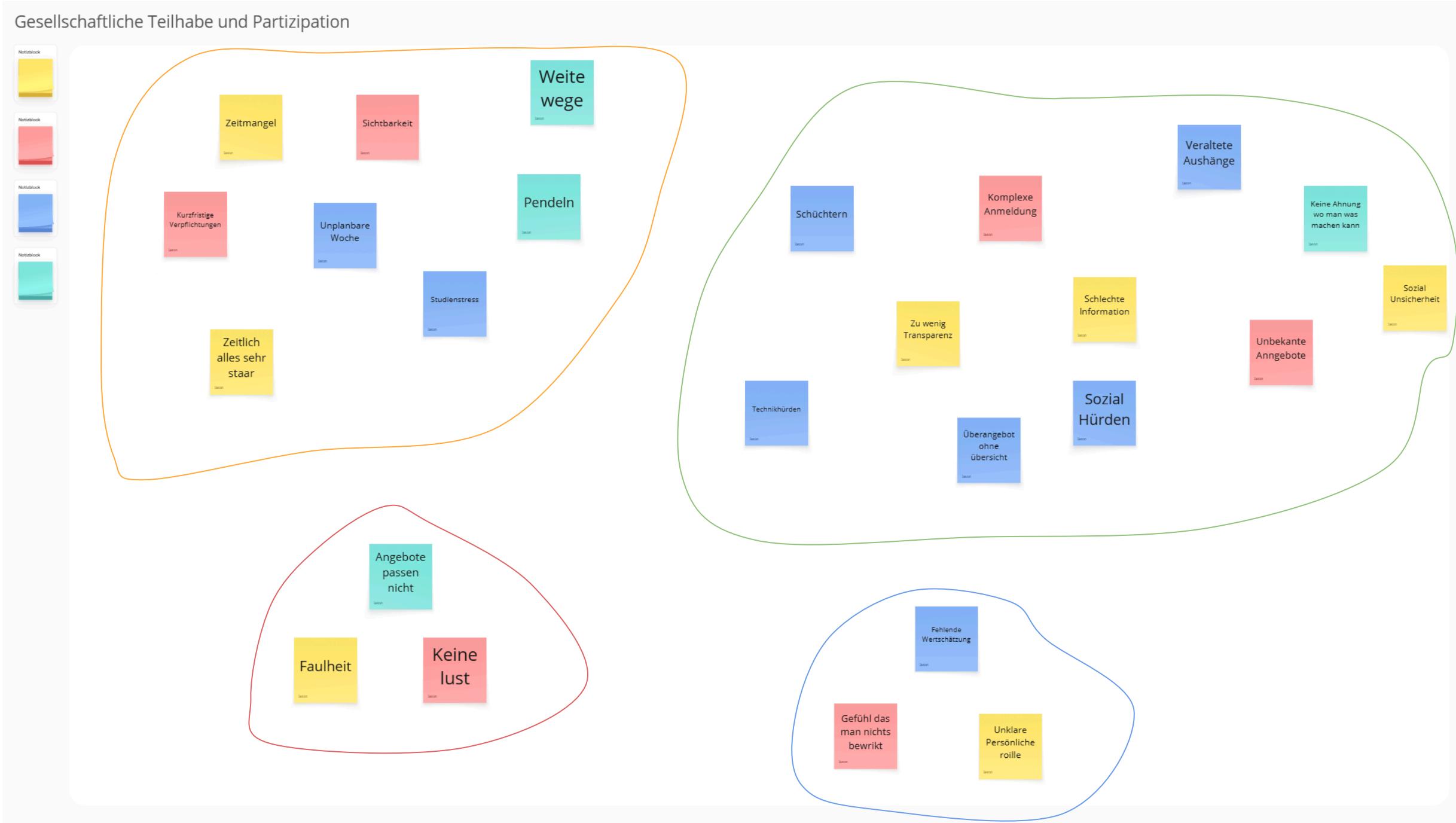


Abbildung 7: Chancenlandkarte unserer Gruppe

Viele Menschen haben im Alltag **keine Zeit**, andere zweifeln daran, dass ihr Engagement **etwas bewirken kann**. Zudem spielt **fehlende Lust** eine Rolle, sei es durch Überlastung oder fehlende Motivation. Auch der **Mangel an Informationen** wurde sichtbar, weil Angebote schwer zu finden oder unübersichtlich sind. Für uns wurde deutlich, dass diese vier Punkte erste Hinweise darstellen und dass weitere Ursachen möglich sind. Die Methode hat uns gezeigt, wie wichtig es ist, Erfahrungen zu sammeln, zu clustern und daraus ein differenziertes Problemverständnis abzuleiten.

02 Identifizierung des Problems

Umfrage

Die Umfrage war ein zentraler Baustein unserer Problemidentifikation. Sie ergänzte die Chancenlandkarte um ein breiteres und datenbasiertes Bild zu Nutzungsverhalten, Bedürfnissen und Barrieren gesellschaftlicher Teilhabe. Insgesamt umfasste sie fünfunddreißig Fragen zu Informationsverhalten, Nutzung lokaler Angebote, bisherigen Erfahrungen mit Beteiligungsprozessen, digitalen und analogen Zugängen sowie bevorzugten Kommunikationskanälen. Offene Antworten gaben zusätzliche individuelle Einblicke.

Die Auswertungen zeigten wiederkehrende Muster. Häufig genannt wurden Zeitmangel, unklare Informationswege und eine geringe Identifikation mit bestehenden Strukturen. Gleichzeitig traten deutliche Unterschiede darin hervor, wie oft Menschen lokale Informationen suchen und welche Kanäle sie dafür nutzen. Die Umfrage half uns, qualitative Eindrücke zu bestätigen und Aspekte sichtbar zu machen, die in Gesprächen so nicht erkennbar waren.

Die Kombination aus quantitativen Daten und offenen Färgen gab uns eine verlässlichere Grundlage für die weitere Problemdefinition und half uns, Bedarf und Zielgruppen besser zu verstehen.

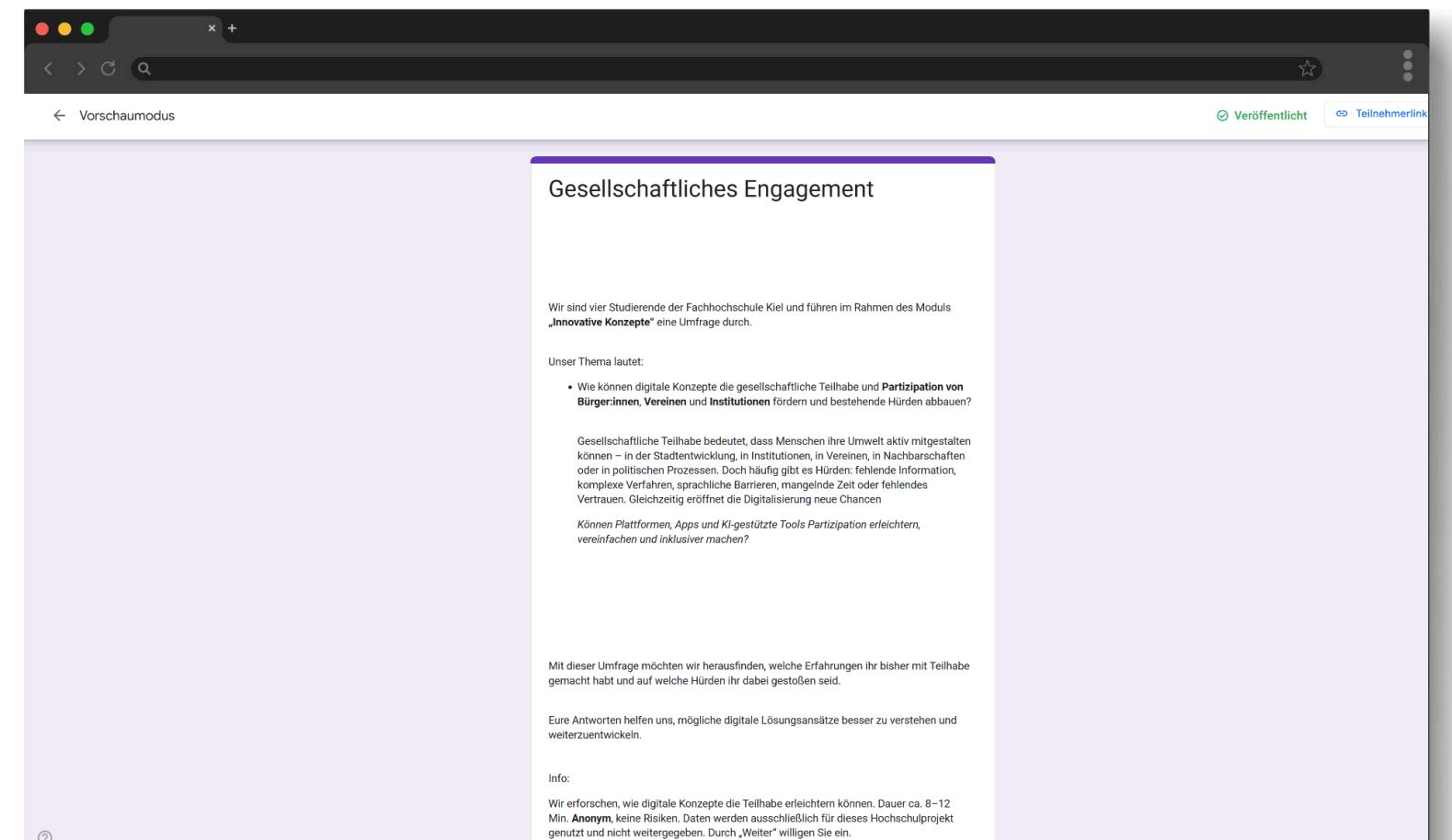
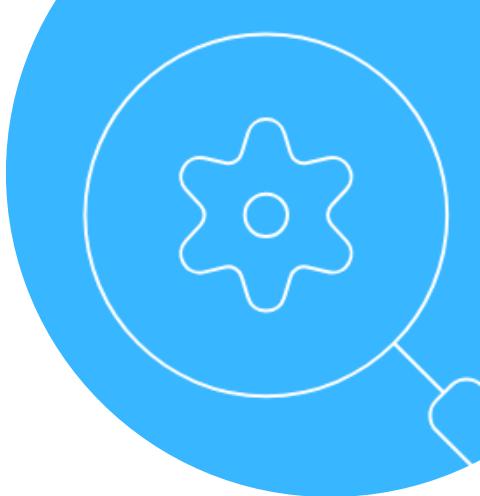


Abbildung 8: Online Vorschau unserer Umfrage

02 Identifizierung des Problems

Umfrage



Auszug aus der Umfrage

Haben Sie schon einmal an einem Beteiligungs-/Partizipationsprozess teilgenommen? (z.B. Bürgerbeteiligung, Vereinsabstimmung)

48 Antworten

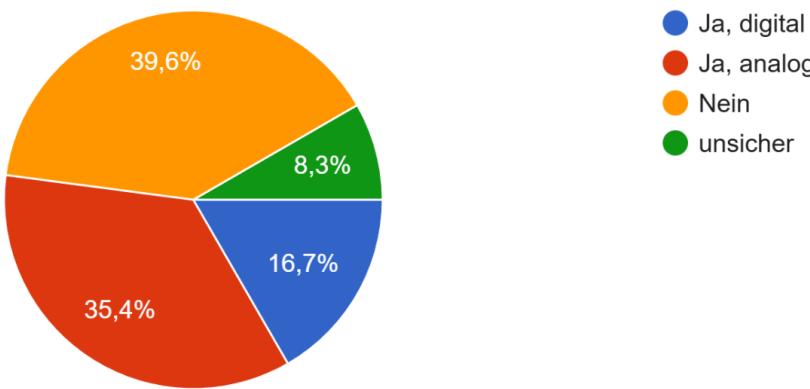


Abbildung 9: Auswertung einer Frage unserer Umfrage

Wie häufig informieren Sie sich über lokale Themen (z. B. Stadtentwicklung, Vereine, Nachbarschaft)?

48 Antworten

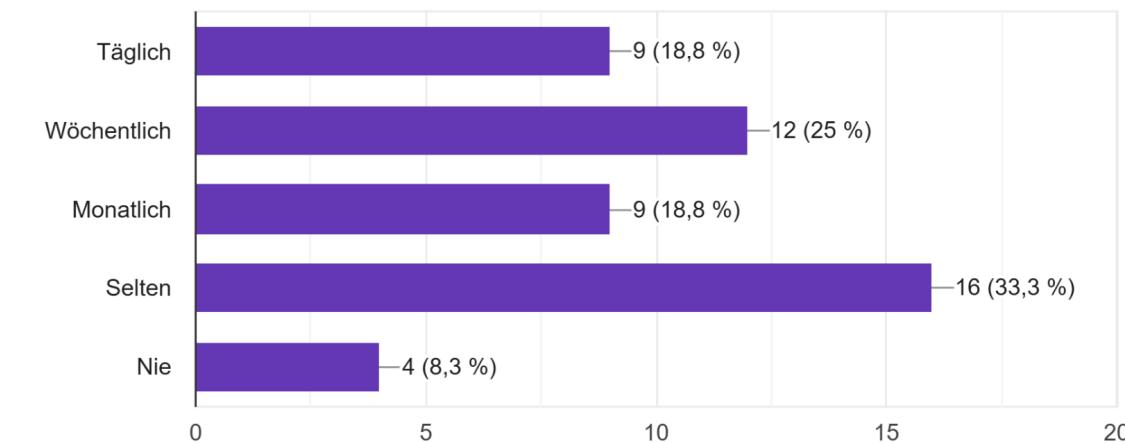


Abbildung 10: Auswertung einer Frage unserer Umfrage

Zeit, Alltag und organisatorische Barrieren

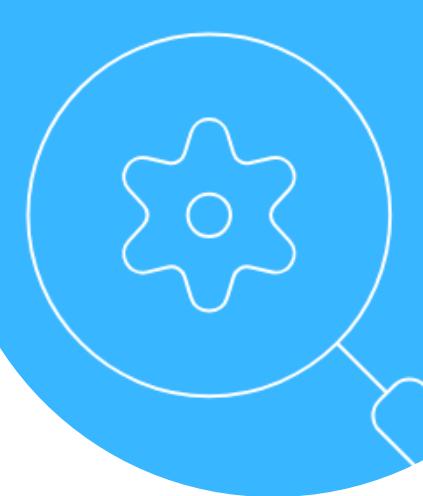
Zeitmangel ist einer der häufigsten Gründe, sich nicht zu beteiligen. Unregelmäßige Studien- und Arbeitspläne, private Verpflichtungen und fehlende flexible Beteiligungsformate erschweren eine verlässliche Teilnahme. Einige der Befragten wünschen sich Angebote, die spontan, kurzzeitig und unabhängig von festen Wochenterminen funktionieren.

Informations- und Kommunikationsverhalten

Viele Befragte wissen nicht, wo sie relevante Informationen zu lokalen Angeboten finden. Klassische Informationswege wie Aushänge oder Vereinswebseiten werden kaum genutzt oder als veraltet bewertet. Digitale Kanäle werden zwar bevorzugt, aber oft als unübersichtlich empfunden. Die Ergebnisse zeigen eine deutliche Lücke zwischen Informationsbedarf und tatsächlich verfügbaren, verständlichen Kommunikationsstrukturen.

02 Identifizierung des Problems

Brainstorming



Im Rahmen eines gemeinsamen Brainstormings haben wir versucht, aus den zuvor gesammelten Erkenntnissen erste Problem-Hypothesen abzuleiten. Da die Semesterchallenge so formuliert ist, dass grundsätzlich alle gesellschaftlichen Einrichtungen und Institutionen mitgedacht werden können, fiel es uns zunächst schwer, die Hypothesen konkret genug zu formulieren.

Ausgehend von der Leitfrage

„Wie können digitale Konzepte die gesellschaftliche Teilhabe und Partizipation von Bürger:innen, Vereinen und Institutionen fördern und bestehende Hürden abbauen?“

haben wir schließlich folgende Problem-Hypothesen entwickelt:

- **Betroffenen fehlt die Zeit, sich gesellschaftlich zu engagieren.**
 - **Betroffenen ist gesellschaftliche Teilhabe nicht wichtig genug bzw. sie erkennen ihren Wert nicht.**
 - **Betroffenen fehlen wichtige Informationen, um gesellschaftliche Teilhabe überhaupt erleben zu können.**
-
- <https://www.atlassian.com/work-management/project-collaboration/brainstorming>

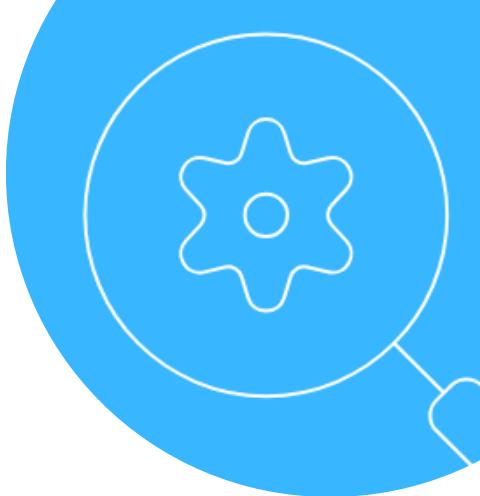
Rolle der Vereine im Brainstorming

Im Verlauf des Brainstormings sowie in den zuvor durchgeführten Methoden stießen wir immer wieder auf den Bereich der Vereinsarbeit. Durch unsere persönlichen Erfahrungen war insbesondere der Sportverein das naheliegende Beispiel für gesellschaftliche Teilhabe.

Daraus ergab sich, dass wir unsere Problem-Hypothesen zunehmend auf das Engagement im Sportverein bezogen haben und uns damit schrittweise unserer eigenen Semesterchallenge angenähert haben.

02 Identifizierung des Problems

Netz der Abstraktion



Vorgehen

Zu Beginn formulierten wir unsere Ausgangshypothese in Form eines How-Might-We-Statements (HMW) und positionierten diese zentral im Netz der Abstraktion. Anschließend identifizierten wir so viele Problemhypotesen (Ursachen) wie möglich, die erklären könnten, **warum Menschen sich nicht in ihrem Verein engagieren, bzw. kein Ehrenamt übernehmen**. Diese Ursachen wurden rechts von der Ausgangshypothese platziert. Das Vorgehen wurde so lange mit neuen Hypothesen wiederholt, bis keine weiteren gefunden wurden.

Im nächsten Schritt formulierten wir ausgehend von der Ausgangshypothese möglichst viele Zielhypothesen, die beschreiben, welche positiven Zustände wir erreichen möchten, um die Identifikation mit dem Verein zu stärken. Diese Ziele positionierten wir links der Ausgangshypothese. Auch hier wurden fortlaufend neue Zielhypothesen ergänzt, bis keine zusätzlichen mehr identifiziert werden konnten.

Sowohl die Problem- als auch die Zielhypothesen wurden gemäß des HMW in Form von Kausalketten angeordnet, sodass Zusammenhänge zwischen konkreten, abstrakten und übergeordneten Ebenen sichtbar wurden. Anschließend abstrahierten wir fünf mögliche Challenges, die wir in einer Entscheidungsmatrix bewertet haben.

- <https://conceptboard.com/de/blog/how-might-we-vorlage-und-guide/>

02 Identifizierung des Problems

Netz der Abstraktion

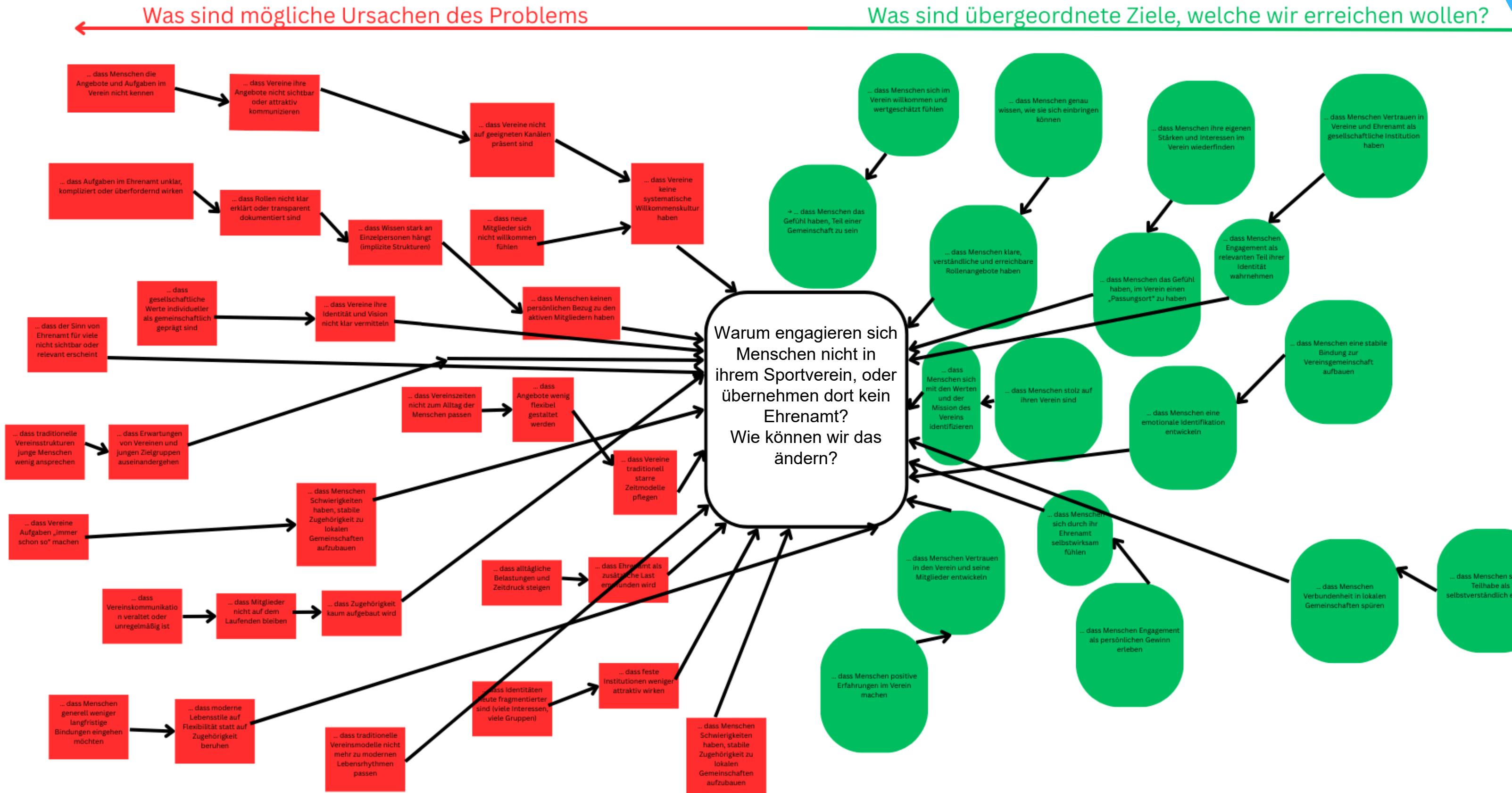


Abbildung 11: Unser Netz der Abstraktion

02 Identifizierung des Problems

Entscheidungsmatrix



Entscheidungsmatrix

	Relevanz für Personas	Löst das Hauptproblem "Zeitmangel & Flexibilität"			Löst das Hauptproblem "Intransparenz & Info-Lücke"			Eignung als digitale Lösung	Gesamtpunktzahl
Willkommenskultur ("Wie schaffen wir es, dass sich neue Mitglieder willkommen fühlen?")	3 3 1 3 10	1 1 1 2 5	1 1 1 2 5	1 1 1 5 5	1 1 2 1 5	25			
Handlungs-Klarheit ("Wie schaffen wir es, dass Menschen verstehen, wie sie sich einbringen können?")	1 3 3 4 11	2 1 1 3 7	5 5 5 4 19	3 4 5 4 16	53				
Positive Erfahrungen ("Wie schaffen wir es, dass Mitglieder Erfahrungen machen, die Identifikation stärken?")	5 4 3 2 14	1 3 3 1 8	2 1 1 1 2 6	2 1 2 1 1 6	34				
Sichtbarkeit & Kommunikation ("Wie schaffen wir es, dass Vereine Angebote sichtbar & zugänglich kommunizieren?")	2 4 3 4 13	1 1 1 1 4	4 5 5 5 5 19	1 2 4 5 12	48				
Emotionale Bindung ("Wie schaffen wir es, dass Menschen eine emotionale Bindung entwickeln?")	4 5 4 3 16	5 2 3 2 12	3 2 1 3 9	5 5 3 3 16	53				

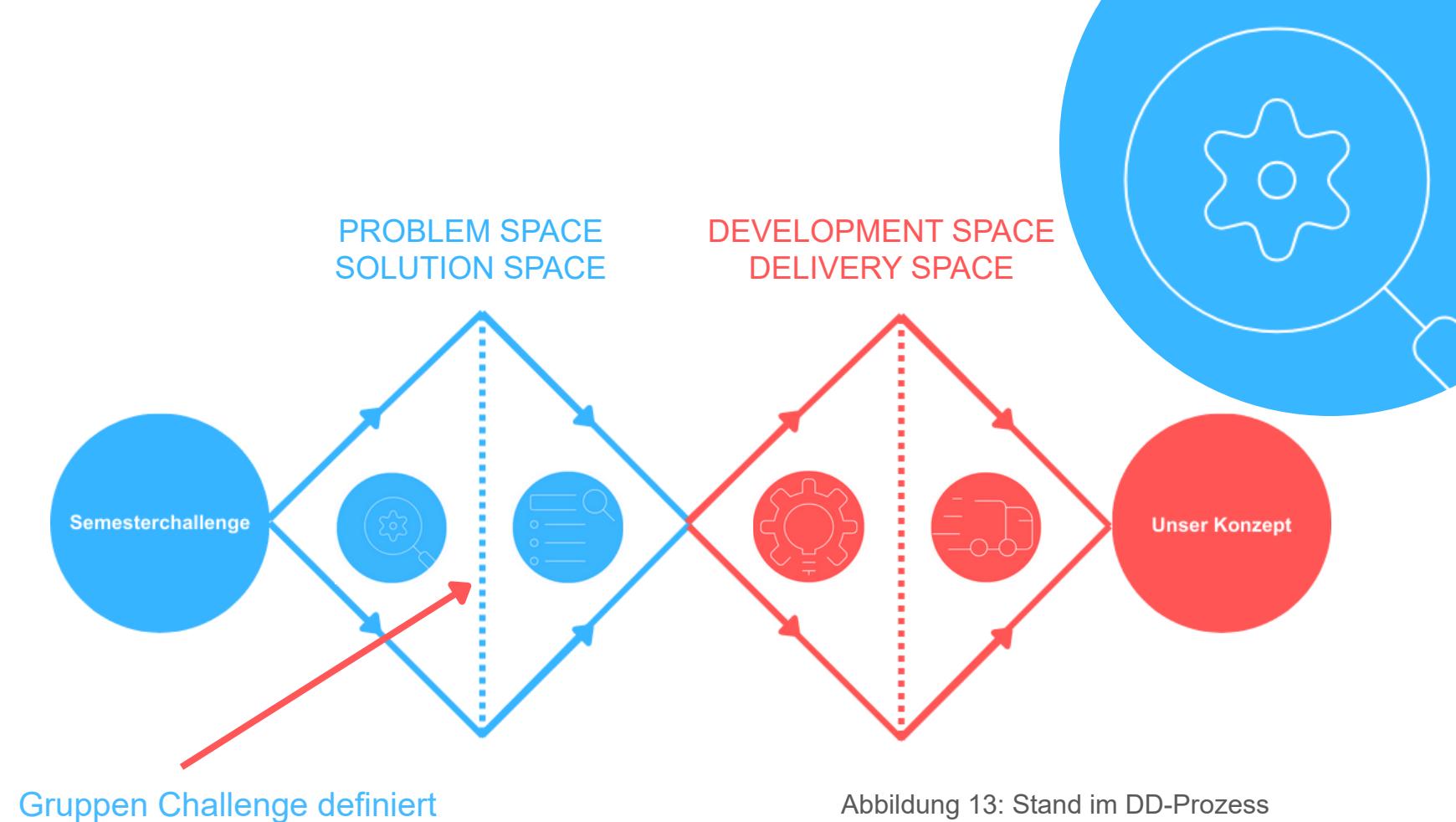
Abbildung 12: Unsere Entscheidungsmatrix

02 Identifizierung des Problems

Problemstellung und Zieldefinition

Um unsere Semesterchallenge zu schärfen, haben wir mehrere Methoden genutzt: **How-Might-We**, das **Netz der Abstraktionen** und eine **Entscheidungsmatrix**.

Ausgehend von unserer ersten Hypothese – „*Menschen identifizieren sich nicht genug mit ihrem Verein, um dort ein Ehrenamt zu übernehmen*“ – haben wir mit der How-Might-We-Methode eine offene Frage formuliert, die als Ausgangspunkt für das Netz der Abstraktionen diente.



Im Netz der Abstraktionen haben wir das Thema Stück für Stück aufgebrochen und daraus fünf mögliche Challenges abgeleitet:

- **Willkommenskultur:** Wie schaffen wir es, dass sich neue Mitglieder willkommen fühlen?
- **Handlungs-Klarheit:** Wie ermöglichen wir Menschen zu verstehen, wie sie sich einbringen können?
- **Positive Erfahrungen:** Wie schaffen wir es, dass Mitglieder Erlebnisse machen, die Identifikation stärken?
- **Sichtbarkeit & Kommunikation:** Wie kommunizieren Vereine Angebote sichtbar und zugänglich?
- **Emotionale Bindung:** Wie schaffen wir es, dass Menschen eine emotionale Beziehung zum Verein entwickeln?

Mit der anschließenden Entscheidungsmatrix haben wir die Optionen bewertet. Besonders stark waren Challenge 2 und 5. Nach kurzer Diskussion haben wir uns bewusst für **Challenge 5 – Emotionale Bindung** entschieden, da sie aus unserer Sicht den Kern des Problems am besten trifft und den größten Hebel für Engagement bietet.

02 Identifizierung des Problems

Problemstellung und Zieldefinition

Das Problem, das wir aus unserem Netz der Abstraktionen weiterverfolgt haben, lautet:

„Viele Vereinsmitglieder fühlen sich nicht emotional mit ihrem Verein verbunden – und engagieren sich deshalb nicht in ihrem Verein.“

Dabei wurde deutlich, dass Identifikation nicht einfach entsteht, sondern meistens erst dann, wenn Menschen positive Erlebnisse machen, Teil der Gemeinschaft werden oder eine persönliche Bedeutung im Verein finden.

Daraus haben wir unsere Zieldefinition abgeleitet:

„Unser Ziel ist es, Mitglieder dabei zu unterstützen, eine echte emotionale Bindung und Zugehörigkeit zu ihrem Verein aufzubauen.“

Aus Probleme Hypothese, Ziel und Zielgruppe ergibt sich die präzisere **Challenge**, die wir für die weitere Arbeit gewählt haben:
„Wie schaffen wir es, dass Menschen eine emotionale Bindung und Zugehörigkeit zum Verein entwickeln?“

Zielgruppen Hypothese: „Alle Menschen, die bereits im Verein sind, aber bisher kein Ehrenamt übernommen haben.“
Grün und Blau sind hier im besonderen Maße angesprochen.

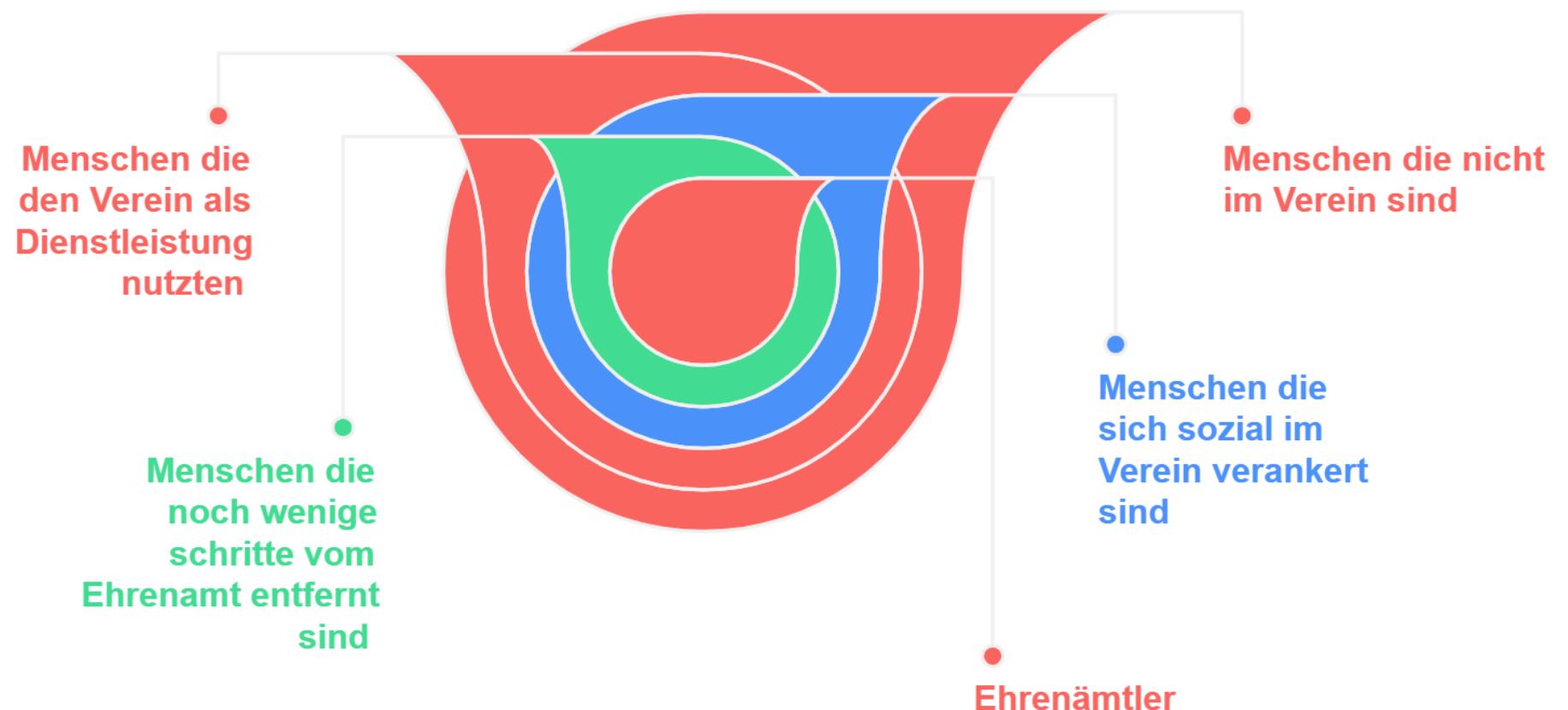


Abbildung 14: Ergebnis aus der Ideenphase

Made with Napkin

02 Identifizierung des Problems

6 W's Methode

Was ist die 6 W-Methode?

Um das nun neu formulierte Problem besser zu verstehen nutzen wir die **6-W-Methode**. Sie stellt die einfachen, aber wichtigen Fragen: **Wer? Was? Warum? Wann? Wo? Wie?**

Unsere Antworten darauf sind subjektiv, aber geben einen guten Überblick darüber, wo die größten Hürden liegen und warum Engagement heute so schwerfällt.

•<https://www.quality.de/lexikon/6w-methode/>

Warum entsteht keine Beteiligung?

Weil Engagement schnell nach Verpflichtung klingt. Weil niemand weiß, was auf ihn zukommt. Weil man Sorge hat, etwas falsch zu machen. Und weil viele nicht das Gefühl haben, dass ihr Einsatz gesehen wird. Ohne soziale Bindung und sichtbare Wirkung bleibt Engagement für viele abstrakt.

Wer ist betroffen?

Im Grunde alle, die im Verein sind, aber nie so richtig den Einstieg finden. Passiv-Mitglieder, die vielleicht helfen wollen, aber nicht wissen wie. Vereine, denen Helfer fehlen. Und Verantwortliche, die mehr Aufgaben tragen müssen, als eigentlich von ihnen gewollt ist.

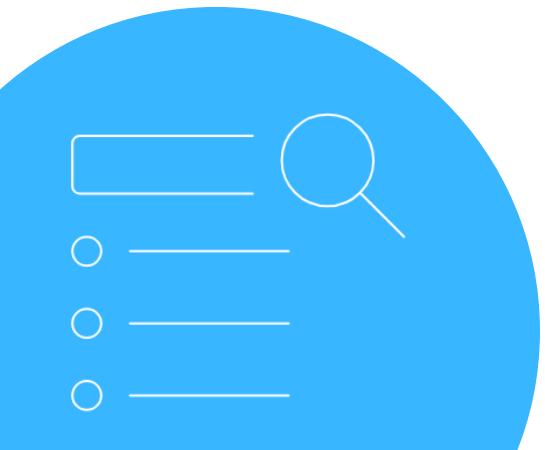
Was ist das Problem?

Das zentrale Problem besteht darin, dass viele Vereinsmitglieder zwar formell Teil eines Vereins sind, sich jedoch nicht aktiv engagieren. Engagement wird häufig als große, langfristige Verpflichtung wahrgenommen und nicht als etwas Flexibles oder Niedrigschwelliges.

Mitglieder wissen nicht konkret, welche Aufgaben es gibt, wie sie einsteigen können oder was genau von ihnen erwartet wird. Gleichzeitig fehlt oft die emotionale Bindung zum Verein: Der eigene Beitrag wirkt unsichtbar.

Es entsteht ein Teufelskreis:

Ohne Beteiligung entsteht keine Identifikation und ohne Identifikation fehlt die Motivation, sich einzubringen.



02 Identifizierung des Problems

6 W's Methode (Anhang 1.0)

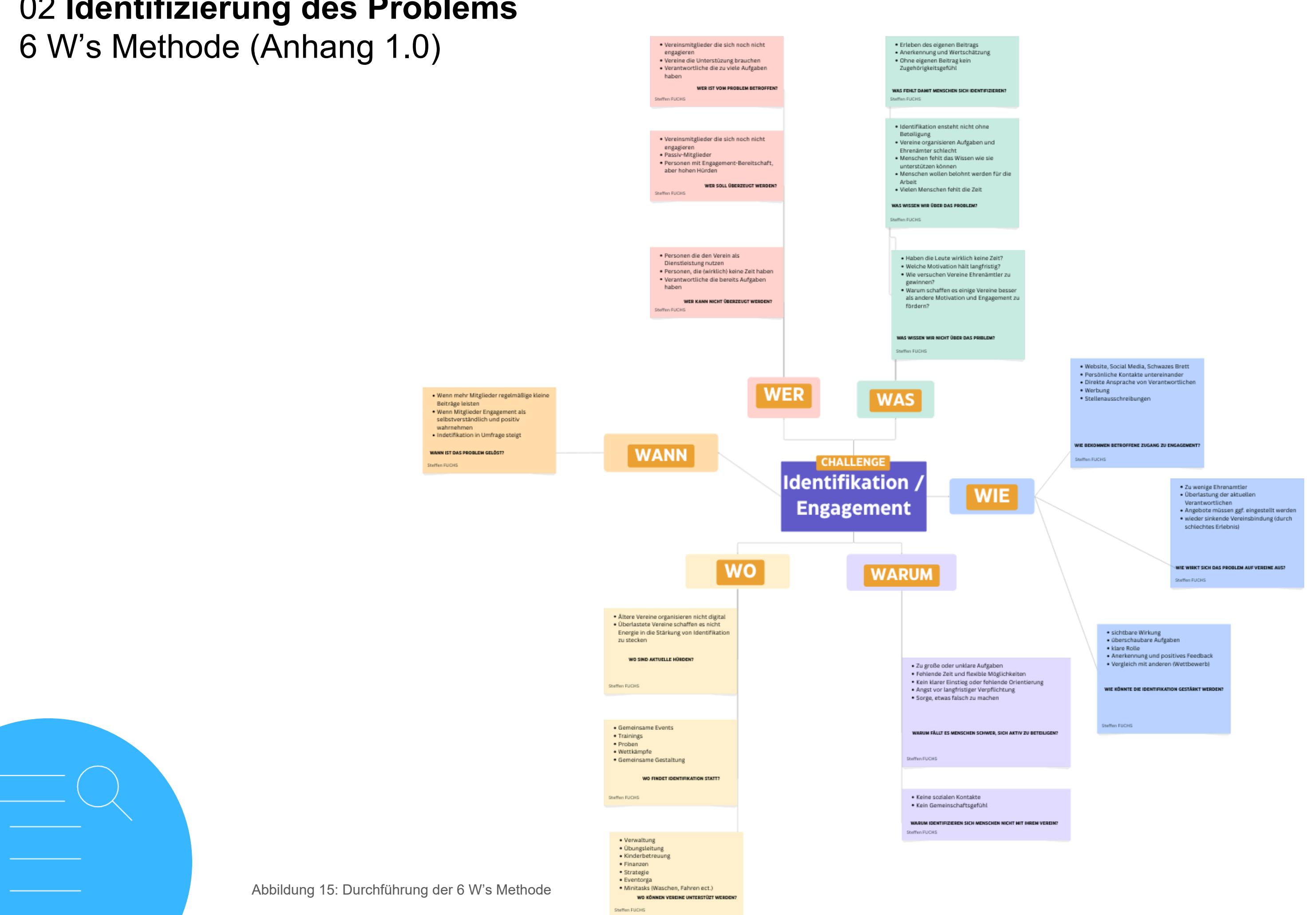
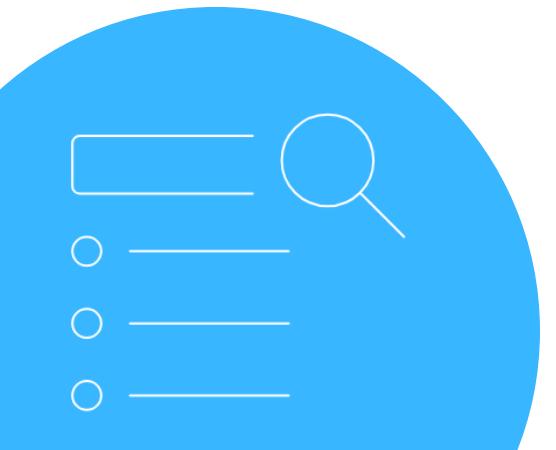


Abbildung 15: Durchführung der 6 W's Methode

02 Identifizierung des Problems

6 W's Methode

Wo treten die Hürden auf?

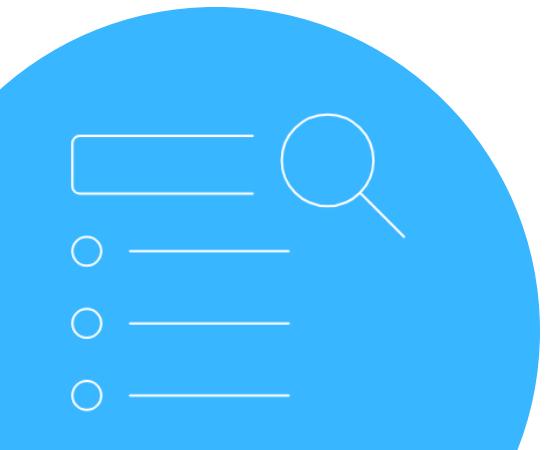
In der Kommunikation: auf Webseiten, Social Media, Schwarzm Brett – überall dort, wo Aufgaben und Engagementmöglichkeiten schlecht sichtbar oder schwer zu finden sind. Auch die direkte Ansprache ist oft nicht klar geregelt. Vereine arbeiten viel analog und haben wenig Kapazität, digitale Strukturen aufzubauen.

Wie kommen Betroffene zum Engagement?

Aktuell erfahren viele Mitglieder nur über klassische Kanäle von Engagementmöglichkeiten: Über Webseiten, Social Media oder das Schwarze Brett im Vereinsheim. Oft passiert der Zugang auch über persönliche Kontakte. Empfehlungen von Freunden oder Gespräche im Training sind dabei ein häufiger Weg. Manche Vereine sprechen Mitglieder direkt an oder versuchen über Werbung und einfache Stellenausschreibungen Unterstützung zu finden. Insgesamt bleibt der Zugang aber eher zufällig und wenig übersichtlich.

Wann ist das Problem gelöst?

Das Problem gilt für uns als gelöst, wenn mehr Mitglieder regelmäßig kleine Beiträge leisten und Engagement als normaler, positiver Teil des Vereinslebens wahrnehmen. Spätestens wenn Umfragen zeigen, dass die Identifikation mit dem Verein steigt und sich mehr Menschen aktiv einbringen, kann der Verein von einer erfolgreichen Verbesserung sprechen. Hier mussten wir im Laufe des Workshops anfang Dezember in einem Gespräch mit Frau Hipp feststellen, dass diese Art der Messung schwer umzusetzen sein wird. Wir können zwar im Nachhinein durch z.B. Parameter in einer App das zu dem Zeitpunkt aktuelle Engagement messen, uns fehlt jedoch die Vergleichsgröße, "das Vorher".



02 Identifizierung des Problems

Proto Personas

Methodenbeschreibung

Die Proto Persona ist eine frühe, auf Annahmen basierende Nutzerbeschreibung, die wir ohne umfangreiche Recherche erstellt haben, um Bedürfnisse und Probleme schnell sichtbar zu machen. Für unsere drei Personas haben wir zunächst unser vorhandenes Wissen über die Zielgruppe gesammelt und gemeinsame Annahmen formuliert. Anschließend haben wir Muster und Unterschiede zwischen den Nutzergruppen erkannt und daraus drei unterschiedliche Typen abgeleitet. Auf dieser Basis haben wir kompakte Profile mit Motivation, Zielen und Frustrationen erstellt und sie klar auf den Kontext „flexibles, transparentes Engagement“ ausgerichtet. Die Proto Personas dienen uns nun als Hypothesen, die wir später durch Interviews und Tests validieren und weiter verfeinern können.

- <https://medium.com/@karimcmahon/proto-personas-vs-persona-s-db8873a2d2e4>

Vorgehen

Auf Basis der definierten Zielgruppe und Annahmen der Problemhypothese wurden drei Protopersonas erstellt: einen gestressten Mitläufer, eine flexible Studentin und ein pragmatisches Vereinsmitglied.



02 Identifizierung des Problems

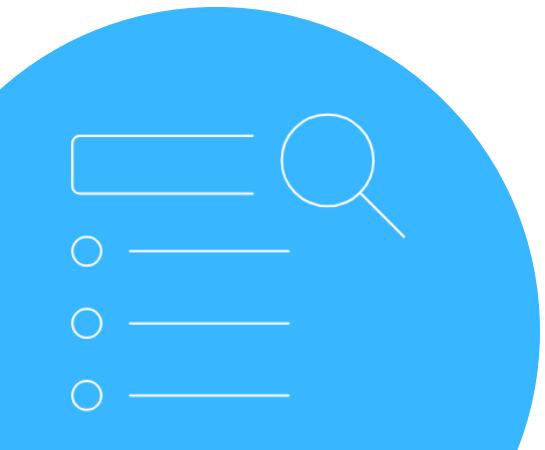
Proto Personas



Abbildung 16: Bild "Till Petersen"

Till Petersen “Der Gestresste Mitläufer”

- **Alter / Lebenslage:** 30, Vollzeitjob, oft Pendelzeit, private Verpflichtungen
- **Vereinsnutzung:** Kommt regelmäßig zu Trainings/Proben; mag die Gruppe, bleibt aber „am Rand“
- **Hemmisse:**
 - fühlt sich dauerhaft zeitlich ausgelastet
 - zusätzliche Aufgaben wirken wie „noch ein To-do“
 - Angst, sich zu übernehmen oder Verpflichtungen nicht halten zu können
- **Einstellung zum Engagement:** grundsätzlich positiv, aber niedrig priorisiert
- **Potenziale:**
 - würde kleine, klar abgegrenzte Aufgaben übernehmen
 - bevorzugt digitale, flexible Beteiligung



02 Identifizierung des Problems

Proto Personas



Abbildung 17: Bild „Mara Steffens“

Mara Steffens “Die Unsichtbare Interessierte”

- **Alter / Lebenslage:** 23, Studierende/berufliche Einsteigerin
- **Vereinsnutzung:** Regelmäßig da, aber eher beobachtend; sozial integriert, aber nicht im Kernkreis
- **Hemmisse:**
 - weiß nicht, wie Engagement funktioniert oder an wen man sich wendet
 - spürt fehlende Transparenz über Aufgaben, Rollen, Wege hinein
 - Angst, „im Weg zu stehen“ oder Fehler zu machen
- **Einstellung zum Engagement:** eigentlich interessiert, aber passiv
- **Potenziale:**
 - würde starten, wenn jemand konkret anspricht
 - reagiert gut auf niedrigschwellige Aufgaben, klare Einstiegspfade und sichtbare Anerkennung



02 Identifizierung des Problems

Proto Personas



Abbildung 18: Bild "Bernd Stromberg"

Bernd Stromberg "Der Zweckorientierte Pragmatiker"

- **Alter / Lebenslage:** 50, Familie, Beruf, volle Wochenstruktur
- **Vereinsnutzung:** Vereinsmitglied aus Nutzengründen (Sport, Kinderangebote, Gemeinschaft)
- **Hemmisse:**
 - sieht Engagement primär als „Verwaltungsaufwand“
 - geringe emotionale Bindung zum Verein
 - glaubt, dass „andere das besser können“
- **Einstellung zum Engagement:** neutral bis distanziert
- **Potenziale:**
 - engagiert sich, wenn klar erkennbarer persönlicher oder familiärer Mehrwert entsteht
 - schätzt gut organisierte, effiziente Prozesse
 - reagiert auf konkrete, begrenzte Aufgaben („Kannst du am Samstag 30 Minuten helfen?“)



02 Identifizierung des Problems

User Journey

Wir haben eine User Journey Map erstellt, die den Versuch unserer Persona Till Petersen sich in seinem Verein ehrenamtlich zu beteiligen visualisiert und dabei den Fokus auf die Diskrepanz zwischen Motivation und bürokratischen Hürden legt. Ziel war es, die unsichtbaren Hürden im Prozess aufzudecken und zu erkennen, an welchen konkreten Kontaktpunkten der Verein potentielle Helfer verliert. Die zentrale Erkenntnis dabei ist, dass intrinsische Motivation sehr schnell in Verzweiflung umschlägt, wenn grundlegende Informationen fehlen oder unklar sind.

User Journey von Till Petersen

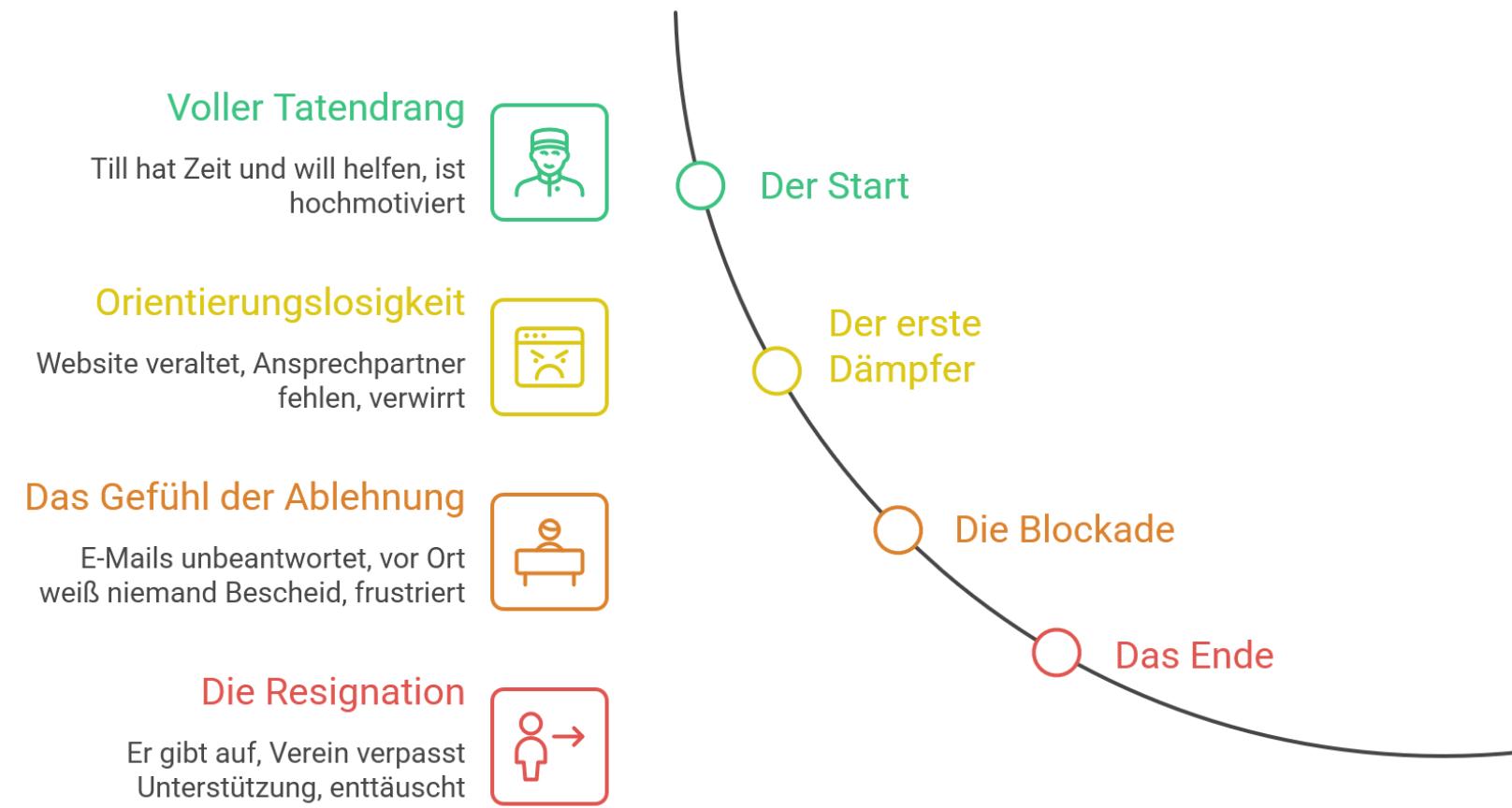


Abbildung 19: User Journey von Till Petersen

- Curedale: [Design Thinking: process and methods manual \(opens new window\)](#) Design Community College Inc. ISBN: 9780988236240.
- <https://www.justinmind.com/de/ux-design/nutzerreise-karte>



03 Ausarbeitung/Ideenfindung

Erste Schritte

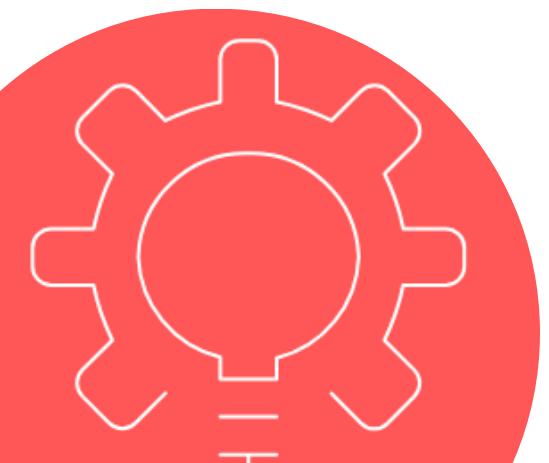
Nachdem wir nun das Problem definiert und möglichst viele Erkenntnisse diesbezüglich gesammelt haben, begann in unserem **Seminarwochenende** zum ersten Mal der eigentliche kreative Teil der Arbeit. Wir befanden uns im Double-Diamond nun im Ideate-Bereich bzw. in der Develope-Phase, also dort, wo der Blick bewusst weit wird und mögliche Lösungsansätze ausprobiert werden dürfen.

Der Workshop war so aufgebaut, dass wir zunächst ohne äußere Einflüsse arbeiten sollten. Jede Person entwickelte für sich Gedanken, Skizzen und erste Lösungsansätze, ohne direkte Rückkopplung aus der Gruppe. In diesem konzentrierten Modus fanden auch Methoden wie das Ideen-Café und die Crazy-8-Technik statt, die später in den gemeinsamen Austausch übergingen.

Auf diese Weise entstand ein erster Fundus an vielfältigen, ungefilterten Ideen, aus dem wir anschließend weiterarbeiten konnten, ein notwendiger Schritt, um aus der Problemphase tatsächlich in Richtung Lösung aufzubrechen.



Abbildung 20: Die Methoden aus dem Seminar



03 Ausarbeitung/Ideenfindung

Ideenphase

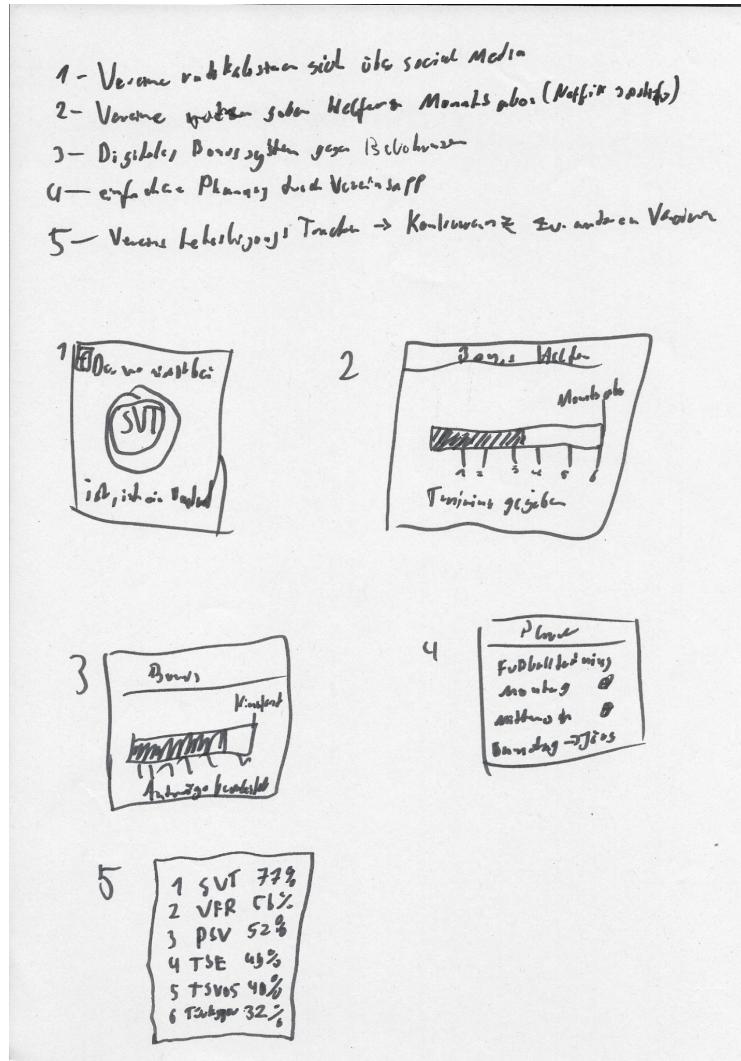


Abbildung 21: Ergebnis aus der Ideenphase

In der Ideenphase arbeiteten wir also bewusst ohne Austausch miteinander. Jede Person entwickelte ihre Gedanken und Skizzen vollständig für sich, um möglichst unverfälschte und unabhängige Ansätze zu erzeugen. Zu unserer Challenge „**Wie schaffen wir es, dass Menschen eine emotionale Bindung und Zugehörigkeit zum Verein entwickeln?**“ entstanden dabei erste Stichworte und Zeichnungen: von moderner Vereinskleidung und klaren Identifikationsmerkmalen bis hin zu gemeinschaftlichen Momenten und digitalen Ideen wie einer **Vereins-App**.

Aus den Zeichnungen lassen sich außerdem zwei weitere relevante Aspekte ableiten: **sichtbare Anerkennung**, die Mitglieder emotional bindet, und **bewusst gestaltete Erlebnisse**, die den Verein zu einem Ort machen, an dem man gerne dazugehört.

- Mehr mensch
 - ↳ Beziehung identifiziert / wissen
- Vereins Musik
 - ↳ Ballermann hilft zum Mitmachen
- Gruppen aktivitäten
 - ↳ Feste / Saufen
- Werbung für den Verein
- Der Verein muss bei faszinierenden aktionen gemacht werden
 - Tolle Werbung / Gesichter zum identifizieren
 - Prominenten / Influencer
- cooler Designe → weg von angeketteten.
Der Verein muss wie eine Marke werden die man gerne trifft (Cross/LV/Ges.)

Zeichnen

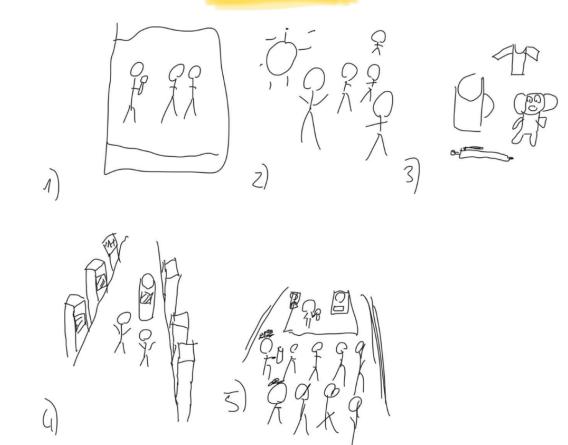
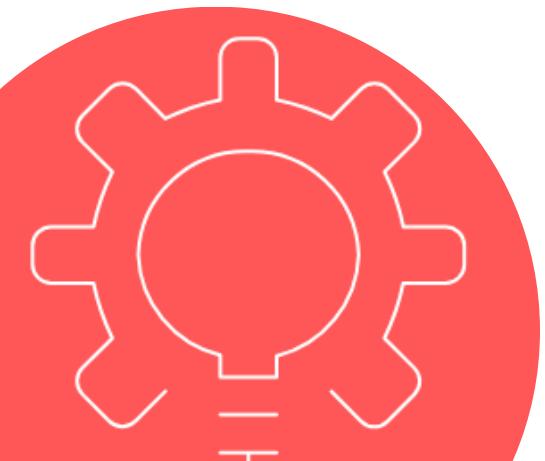


Abbildung 22: Ergebnis aus der Ideenphase



03 Ausarbeitung/Ideenfindung

Crazy 8



Abbildung 23: Die Crazy 8 Ergebnisse

In der **Crazy-8-Phase** entwickelten wir in nur acht Minuten acht spontane Lösungsansätze – jede Minute eine neue Idee. Ohne zu sprechen und ohne lange nachzudenken entstanden schnelle Skizzen, die mögliche Wege zeigen, wie Menschen eine stärkere emotionale Bindung zum Verein aufbauen könnten.

Die gezeigte Beispielseite macht deutlich, wie vielfältig diese **Kurzideen** waren: von gemeinschaftlichen Erlebnissen über Vereinsmerch bis zu digitalen Funktionen, die Zugehörigkeit sichtbar machen. Die Methode half uns dabei, in kurzer Zeit viele unterschiedliche Ideen zu sammeln, die wir anschließend weiter ausgearbeitet haben.

- <https://xn--kreativittstechniken-jzb.info/methode/crazy-8/>

03 Ausarbeitung/Ideenfindung

Ideen Café

Vorgehensweise

Im letzten Schritt nutzten wir das Ideen-Café. Jede Person wählte eine Idee aus den vorherigen Phasen und visualisierte sie auf drei DIN-A4-Seiten, ohne darüber zu sprechen oder Hinweise zu geben. Anschließend wurden alle Visualisierungen gruppenintern und gemeinsam mit den anderen Seminargruppen an einer Pinnwand ausgestellt. In einem stillen Rundgang markierten wir gute Elemente mit grünen Punkten und notierten offene Fragen oder Unklarheiten auf kleinen Zetteln. Danach stellte jeweils eine Person aus unserer Gruppe nicht die eigene, sondern die Idee einer anderen Person vor, was sich als anspruchsvoll erwies, da viele Visualisierungen Interpretationsspielraum ließen.

- <https://wb-web.de/material/methoden/world-cafe-gruppendiskussionen-mit-cafe-atmosphare.html>

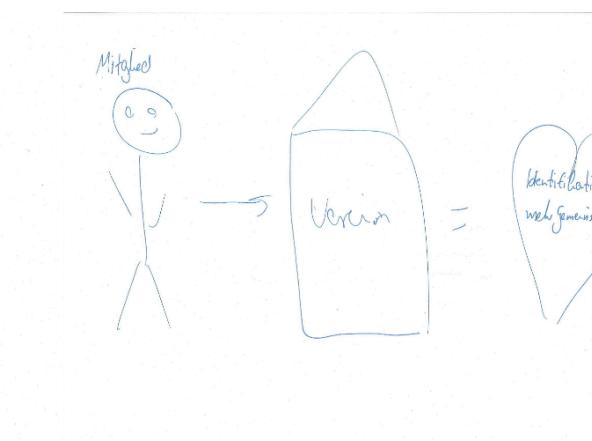


Abbildung 24: Vereins SocialMedia

Abbildung 25: Aktivitäts Angebots App

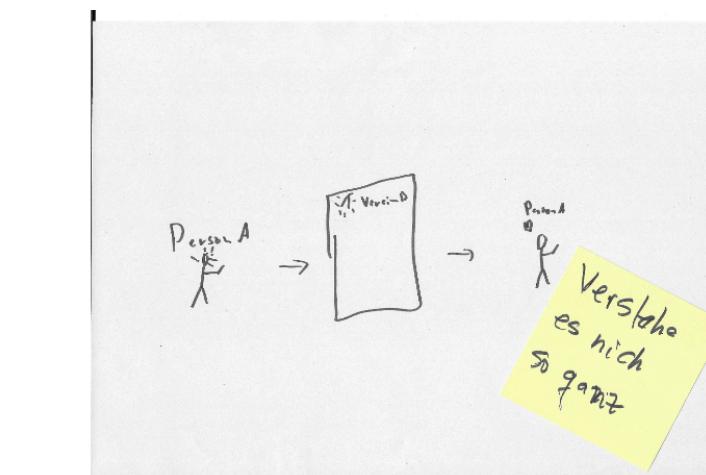
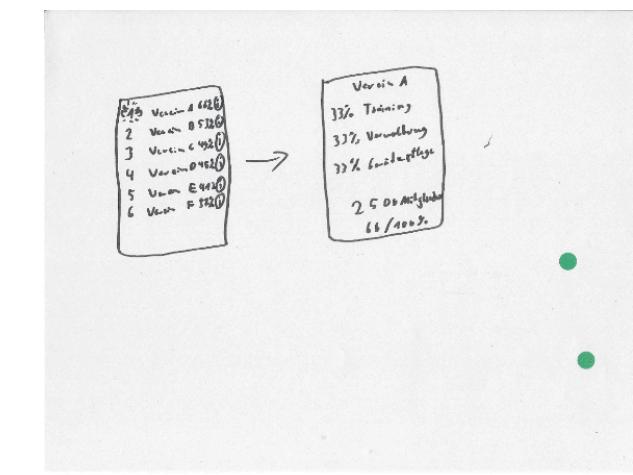
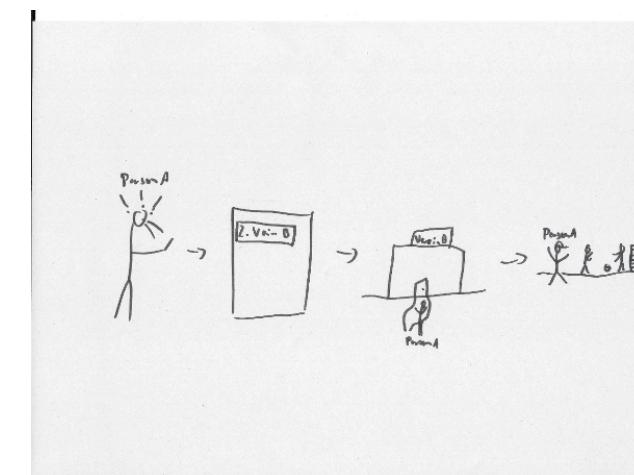
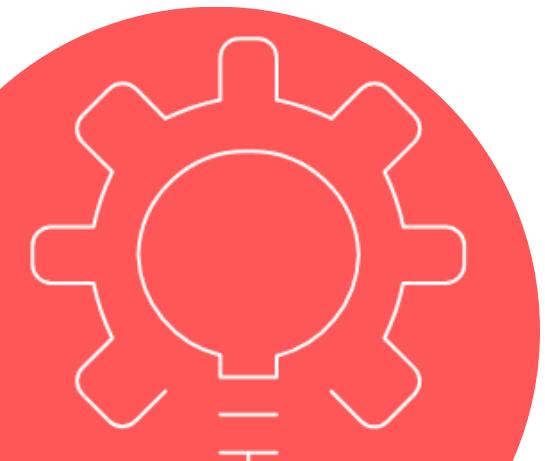


Abbildung 26: Vereins Ranking

03 Ausarbeitung/Ideenfindung

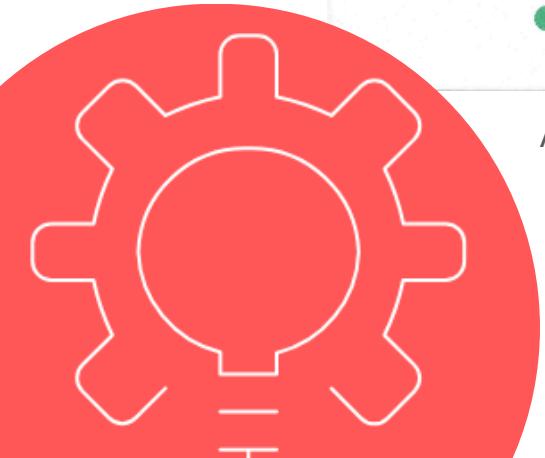
Ideen Café

Ergebnis

Durch die Rückmeldungen der anderen Gruppen und die interne Diskussion kristallisierte sich eine gemeinsame Richtung heraus. Wir entschieden uns für eine App, **die wie ein vereinsinternes Social-Media-System funktioniert und Zugehörigkeit sichtbar macht**. Die Besucher Reaktionen und die erhaltenen Punkte zeigten, dass diese Idee auch außerhalb unserer Gruppe verstanden und positiv aufgenommen wurde, sodass sie bereits eine erste Form der Validierung erfahren hat.



Abbildung 27: Die Vereins Social App die am besten angekommen ist



03 Ausarbeitung/Ideenfindung

Unsere drei Ideen

Vorgehensweise

Unsere drei Lösungsansätze sind direkt aus den Erkenntnissen der Discover- und Define-Phase entstanden und greifen zentrale Muster auf, die sich durch Interviews, Chancen Landkarten, Umfragen und das Seminarwochenende gezogen haben. Ausgangspunkt war stets die Challenge:

„Menschen können sich nicht genug mit ihrem Verein identifizieren, um dafür ihre Freizeit zu opfern.“

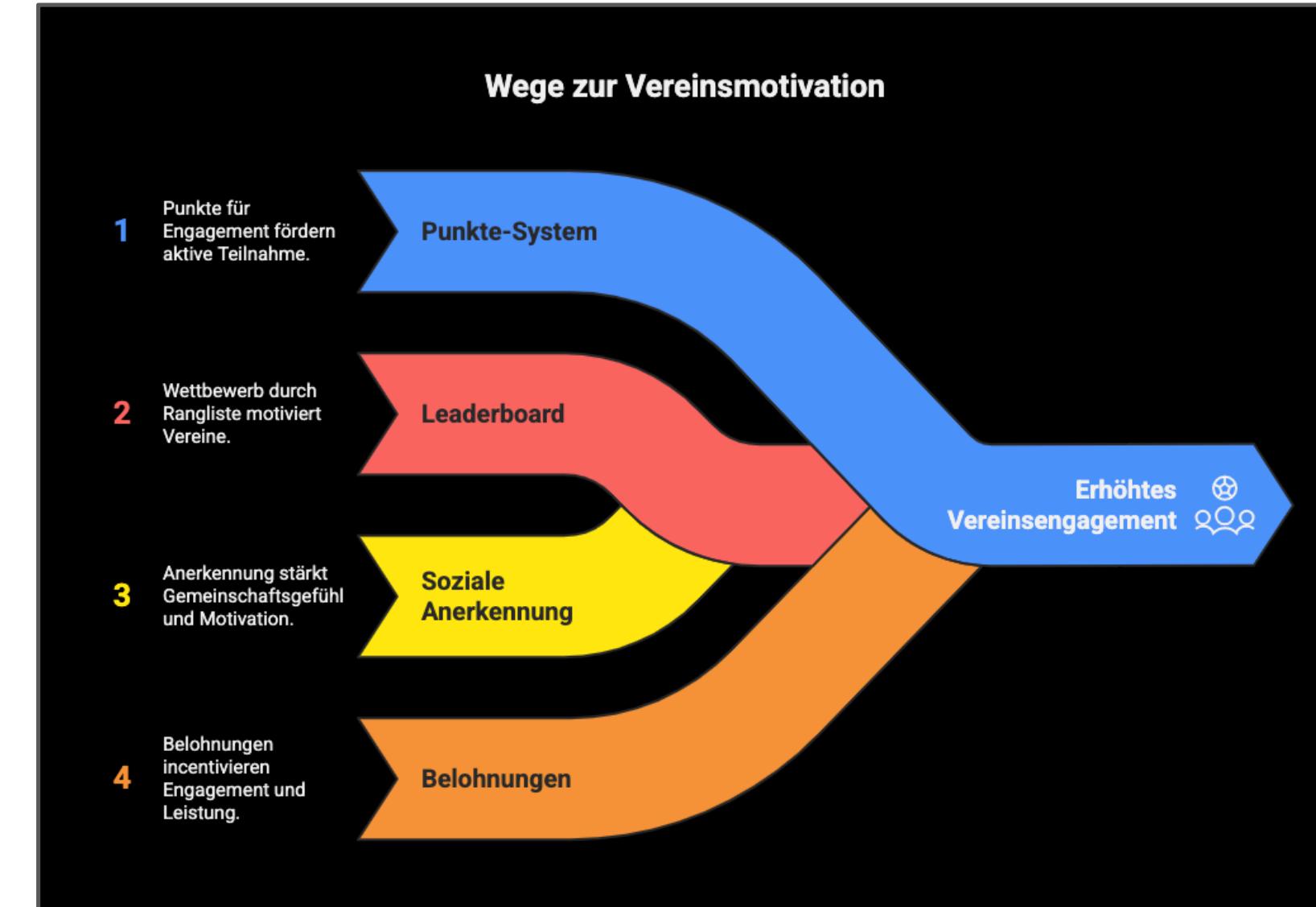
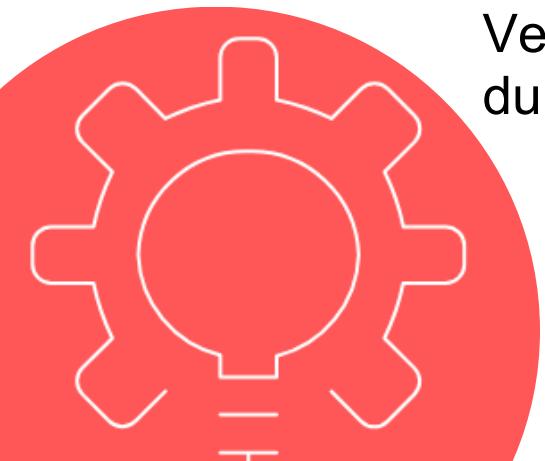


Abbildung 28: Visualisierung der Idee der "Engagement-Plattform für Vereine"

Die Idee einer **Engagement-Plattform für Vereine** entstand an unserem Seminarwochenende. Dort hatten wir die Mechanismen der Hooligan-Szene als extremes Beispiel für Identifikation betrachtet. Das verbindende Element war weniger die sportliche Leistung, sondern das starke *Wir-gegen-Ihr-Gefühl*. Wir leiteten daraus ab, dass der Vergleich ein Gefühl von Zugehörigkeit im Wettbewerb ein Treiber für Identifikation sein kann. Auf dieser Grundlage entstand das Konzept eines Leaderboards, auf dem Vereine sichtbar miteinander konkurrieren und durch Aktionen in ihrer Community „besser dastehen“ können. Die Plattform soll durch spielerische Elemente die Identifikation mit dem Verein stärken.



03 Ausarbeitung/Ideenfindung

Unsere drei Ideen

Der zweite Ansatz, eine **digitale Meinungsbildungs- und Beteiligungs Umgebung**, geht auf zahlreiche Beobachtungen aus der Discover-Phase zurück. Immer wieder wurde sichtbar, dass Menschen nicht wissen, was in ihrem Verein passiert, welche Projekte laufen oder welche Entscheidungen anstehen. Weil Engagementangebote oft schlecht sichtbar sind und der Einstieg unnötig kompliziert wirkt, entsteht bei vielen eher Distanz als Identifikation. Die Idee setzt genau an dieser Informations- und Beteiligungslücke an, die in unserer Analyse deutlich wurde.

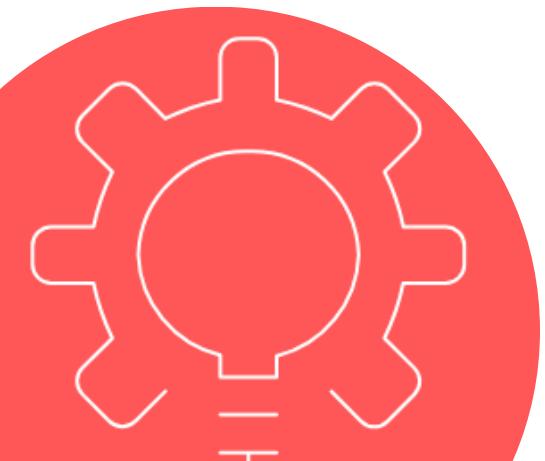


Abbildung 29: Visualisierung der idee "Digitale Meinungsbildung"



Abbildung 30: Visualisierung der idee "Micro Volunteering System"

Der dritte Ansatz, ein **Micro-Volunteering-System**, reagiert auf ein weiteres starkes Muster aus Interviews, Umfragen und der Chancen Landkarte: **Zeitmangel**. Immer wieder wurde deutlich, dass Menschen zwar grundsätzlich bereit wären, sich einzubringen, aber große, langfristige Aufgaben abschrecken. **Kleine, klar begrenzte Tätigkeiten** hingegen wurden häufiger als machbare **Einstiegspunkte** genannt. Die Idee eines Systems, das genau solche Mini-Aufgaben sichtbar macht und organisiert, stammt direkt aus diesem wiederkehrenden Bedürfnis nach Flexibilität und geringer Einstiegshürde.



03 Ausarbeitung/Ideenfindung

Ideen Pitch

Im Rahmen des **Zwischenstands** sollten wir einen fünfminütigen **Ideen-Pitch** vorbereiten, in dem wir zunächst unsere Challenge präsentierten und anschließend die drei daraus entwickelten **Lösungsansätze vorstellten**. Ziel des Pitches war es, die Konzepte verständlich einzuordnen und erste Rückmeldungen aus dem Plenum einzuholen.

Im Anschluss führten wir eine **Mentimeter-Umfrage** durch, um ein strukturiertes Stimmungsbild zu erhalten. Die Ergebnisse zeigten sehr deutlich, dass zwei Ideen besonders überzeugten: die **Engagement-Plattform** für Vereine sowie das **Micro-Volunteering-System**. Beide Konzepte adressieren unterschiedliche, aber eng miteinander verknüpfte Aspekte der Challenge – Identifikation auf der einen Seite und praktische Einstiegsmöglichkeiten auf der anderen.

Aus dem Feedback entstand die Idee, die beiden Ansätze nicht getrennt weiterzuverfolgen, sondern in einem **gemeinsamen Konzept zusammenzuführen**. So lassen sich identitätsstiftende Elemente wie Vereinsvergleiche oder gemeinsamer Fortschritt mit alltagsnahen, flexiblen Engagementmöglichkeiten verbinden. Dadurch entwickelte sich ein stimmiger und zielgerichteter Lösungsansatz für unsere Challenge.

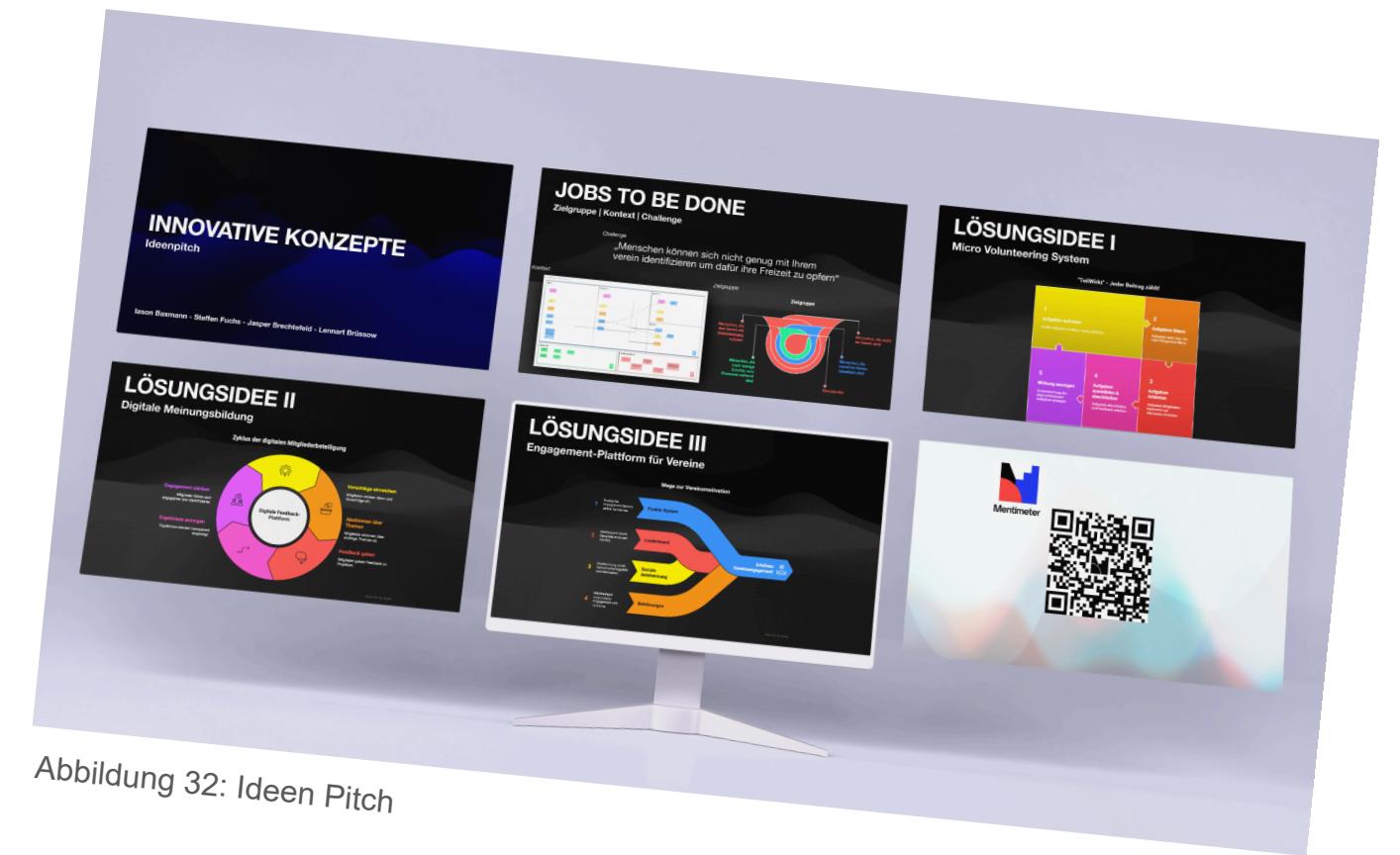
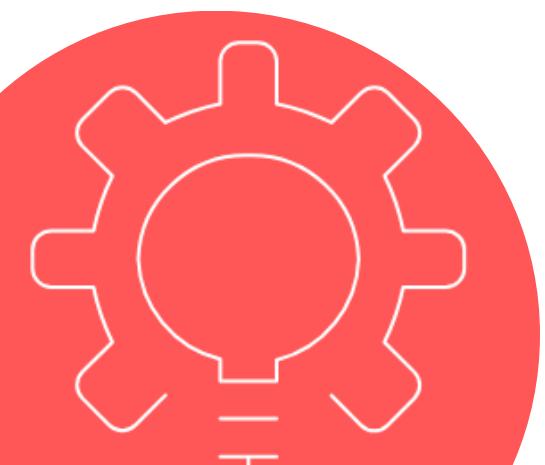


Abbildung 32: Ideen Pitch

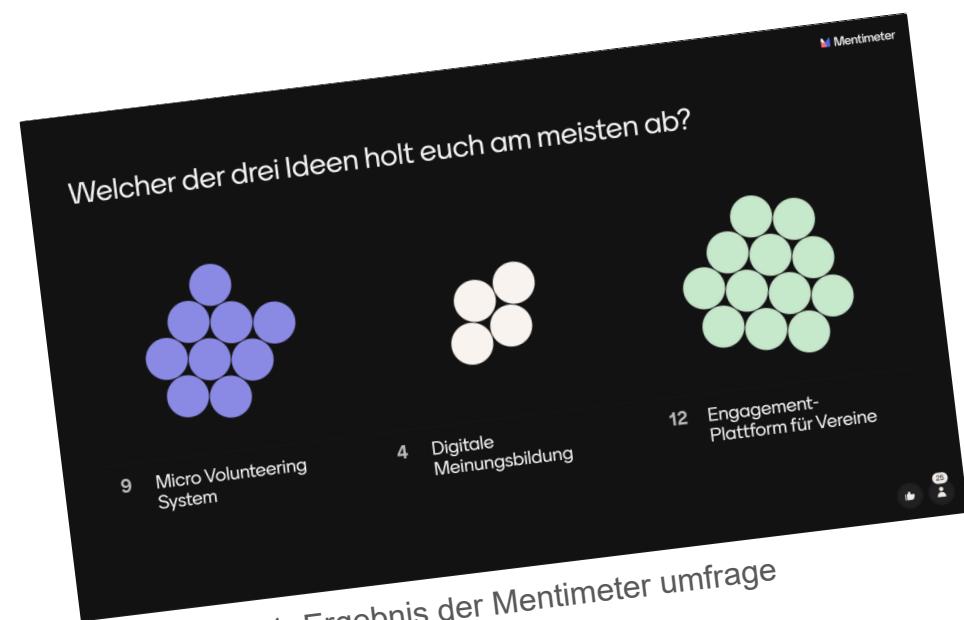


Abbildung 31: Ergebnis der Mentimeter umfrage

04 Validierung des Problems

User Research

Problem Statement:

„Menschen können sich nicht genug mit ihrem Verein identifizieren, um dafür ihre Freizeit zu opfern.“

Zur Überprüfung unserer initialen Hypothese führten wir sechs qualitative Interviews sowie eine Kurz-Umfrage mit 15 Vereinsmitgliedern durch. Ziel war es herauszufinden, welche Faktoren Engagement tatsächlich behindern und wie Vereinsmitglieder Aufwand, Aufgaben und zeitliche Belastung einschätzen.

Initiale Hypothese:

„Menschen können sich nicht genug mit ihrem Verein identifizieren, um dafür ihre Freizeit zu opfern.“

Ergebnisse aus Interviews und Umfrage

Die Interviews bestätigten, dass vielen Mitgliedern tatsächlich **die emotionale Bindung fehlt**, um zusätzliche Zeit für den Verein aufzubringen. Allerdings zeigte sich klar, dass diese fehlende Identifikation **nicht die Ursache**, sondern vielmehr **eine Folge** anderer Hindernisse ist. Besonders **Zeitmangel** und die Wahrnehmung, dass Vereinsaufgaben „zu groß“, „zu langfristig“ oder „zu aufwändig“ sind.

Tom: „Zeit ist der größte Faktor, Ich bin beruflich sehr eingespannt.“

Sabine: „Ich dachte, diese Aufgaben sind fest vergeben. Das wirkt wie ein richtiges Amt.“

Jonas: „Ich weiß nicht, wie viel Arbeit das wäre. Ich will nicht als der Neue direkt so viel übernehmen.“

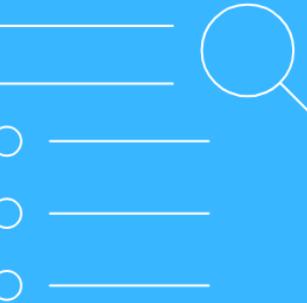
Randi: signalisiert grundsätzliches Interesse, aber nur in kleinen Schritten und ohne zusätzliche Verpflichtung.

Die ergänzende Kurz-Umfrage bestätigte diesen Trend:

- **87 %** fühlen sich durch Zeitmangel stark eingeschränkt.
- **73 %** empfinden Aufgaben im Verein als zu groß oder unklar.
- **81 %** wären bereit, **kleine, klar definierte Aufgaben** zu übernehmen, wenn diese flexibel in ihren Alltag passen.

Damit wird deutlich:

Menschen können sich zwar nicht genug identifizieren. **Weil sie jedoch nie in kleine, machbare Engagementformen hineinkommen**, entsteht diese Identifikation gar nicht erst. Engagement fehlt also nicht, **weil** Identifikation fehlt, sondern Identifikation fehlt, **weil** Engagement nicht niedrigschwellig genug möglich ist.



04 Validierung des Problems

User Research

Überarbeitete Problemhypothese:

„Menschen identifizieren sich nicht genug mit ihrem Verein, weil sie kaum realistische Möglichkeiten sehen, sich in ihrem knappen Zeitbudget einzubringen. Die Aufgaben erscheinen zu groß oder zu langfristig. Ohne ein erstes kleines Engagement entsteht keine Identifikation — und ohne Identifikation kein Engagement.“

Begründung der Anpassung

1. Zeitmangel verhindert erste Berührungs punkte mit Engagement

Viele Mitglieder hätten grundsätzlich Lust, sich einzubringen, doch der Aufwand wirkt zu groß.

Das führt zu „Nicht-Einstieg“ und damit zu keiner Identifikation.

2. Zu große Aufgaben verhindern Erfolgserlebnisse

Die Aussagen von Sabine und Jonas zeigen, dass Mitglieder mit „Ämtern“ oder „großen Aufgabenpaketen“ eingeschüchtert sind.

3. Micro-Engagement ermöglicht Identifikation statt sie vorauszusetzen

Die Umfrageergebnisse (81 % stimmen Micro-Tasks zu) machen deutlich:

Wenn Mitglieder kleinteilige Aufgaben übernehmen können, erleben sie schneller Zugehörigkeit und Wertschätzung.

Diese Mikro-Beiträge schaffen die emotionale Bindung, die später zu größerem Engagement führen kann.

The image displays three separate screenshots of a survey interface, each titled with a section number and a subtitle. The first screenshot, titled 'Abschnitt 2 von 4' and 'Teil A – Zugehörigkeit & Identifikation', contains two questions: 'Fühlst du dich im Verein als Teil einer Gemeinschaft?' with options 'Ja, sehr', 'Teils/teils', and 'Nein, eher nicht'; and 'Hast du das Gefühl, dass du im Verein „ankommst“ oder verstanden wirst?' with options 'Ja', 'Nur teilweise', and 'Nein'. The second screenshot, titled 'Abschnitt 3 von 4' and 'Teil B – Engagement-Hürden', contains two questions: 'Weißt du welche Aufgaben oder Engagementsmöglichkeiten es im Verein gibt?' with options 'Ja', 'Ich bin unsicher', and 'Nein'; and 'Hättest du grundsätzlich Interesse, dich einzubringen, wenn du wüsstest, wie?' with options 'Ja', 'vielleicht', and 'nein'. The third screenshot, titled 'Abschnitt 4 von 4' and 'Teil C – Identifikation & Motivation', contains two questions: 'Würde eine stärkere Bindung zum Verein (z. B. bessere Integration, persönliche Ansprache) deine Bereitschaft zum Engagement erhöhen?' with options 'Ja', 'Vielleicht', and 'Nein'; and 'Wie wichtig ist dir ein Gefühl von Zugehörigkeit, um aktiv zu werden?' with options 'Sehr wichtig', 'Etwas wichtig', and 'Nicht wichtig'.

Abbildung 33: Ausschnitte aus unserer Umfrage

04 Validierung des Problems

User Research

Neues Problem Statement

„Vereinsmitglieder identifizieren sich nicht genug mit ihrem Verein, weil sie aufgrund von Zeitmangel und zu großen Aufgaben keine Möglichkeit finden, sich niedrigschwellig zu beteiligen.“

Begründung

Die Kombination aus Interviews und Umfrage verdeutlicht, dass Engagement nicht an fehlender Motivation oder Identifikation scheitert, sondern an Machbarkeit.

Die Menschen brauchen Micro-Tasks, keine klassischen Ehrenamtsrollen.

Fazit

Die User Research zeigte, dass fehlende Identifikation zwar ein relevantes Phänomen ist, aber nicht der Auslöser, sondern das Ergebnis einer fehlenden Einstiegsmöglichkeit.

Mitglieder brauchen erste kleine Schritte, um Bindung aufzubauen.

Micro-Tasks bieten genau diesen Einstieg: Sie sind flexibel, zeitlich machbar und schaffen unmittelbare Erfolgserlebnisse, die wiederum Identifikation stärken. Unsere Lösung sollte also den Kreislauf aus fehlender Identifikation und fehlendem Engagement aufbrechen.

Identifikation

Engagement

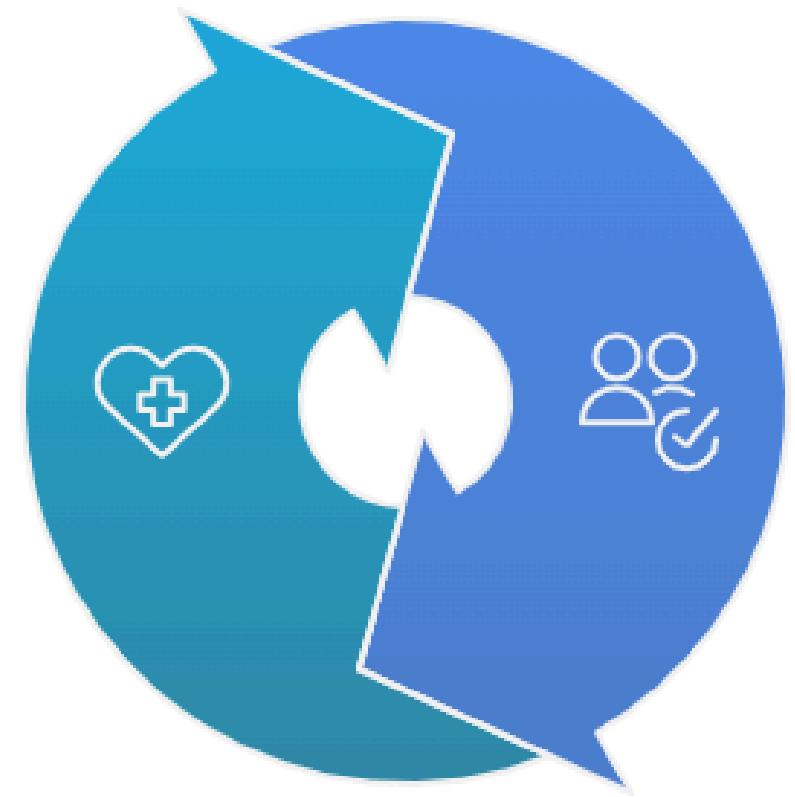


Abbildung 34: Der identifizierte Kreislauf

04 Validierung des Problems

Jobs to be done

Vorgehensweise

Damit wir mit unserem neuen Problem Statement in die nächsten Schritte gehen können, haben wir uns dazu entschieden Jobs to be done aus Nutzersicht zu formulieren. Diese sollen uns dabei helfen unsere Zielgruppe besser zu verstehen und konkrete Anforderungen zu formulieren.

- <https://gruenderplattform.de/geschaeftsmodell/jobs-to-be-done>

Erkenntnisse

Die Jobs to be done verdeutlichen, dass Beteiligung scheitert, wenn die Hürden im Alltag zu hoch sind. Damit bestätigen wie ebenfalls, dass unsere Lösung auf Micro-Tasks setzen sollte. Diese sollten leicht ersichtlich und zeitlich flexibel sein. Durch diesen niederschwelligen Zugang und unmittelbare Rückmeldungen zu zu erledigten Aufgaben wandeln wir punktuelles Engagement in echte Bindung um.

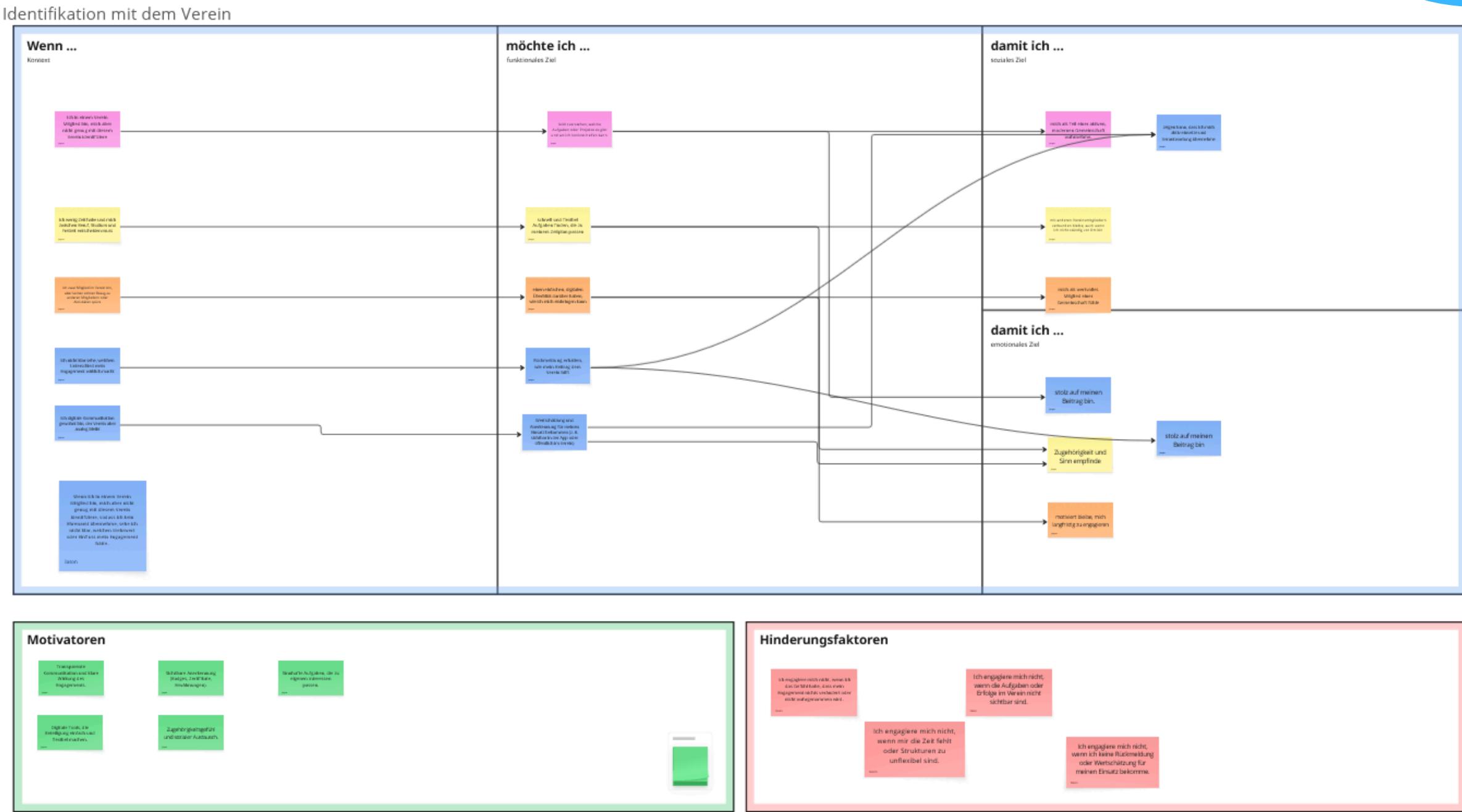
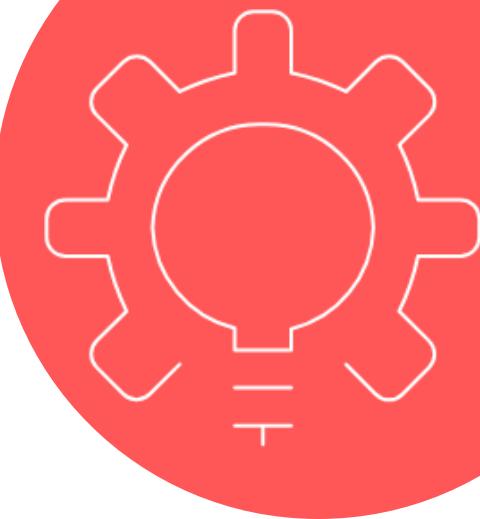


Abbildung 35: Jobs to be done von unserem Miroboard
Besser zu erkennen im Anhang Seite 29

05 Finaler Lösungsansatz

Letzter Schliff an unserer Idee



Nach dem Feedback aus der Zwischenpräsentation und der Auswertung unserer User Research verfügten wir über ausreichend Erkenntnisse, um ein letztes Mal in die Develop-Phase des zweiten Diamanten einzusteigen. Der Stand unserer Arbeit machte es nun möglich, gezielt an einer Lösung für die zuvor definierte Problemstellung zu arbeiten.

Im Mittelpunkt stand dabei der sogenannte Teufelskreis aus fehlender Identifikation und daraus resultierendem mangelndem Engagement. Ohne Beteiligung entsteht keine Bindung zum Verein, gleichzeitig fehlt ohne Bindung die Motivation, sich einzubringen. Ziel dieser Phase war es, genau diesen Kreislauf aufzubrechen.

Auf Basis des bisherigen Feedbacks entschieden wir uns, zwei der drei in der Zwischenstandspräsentation vorgestellten Lösungsansätze nicht weiter getrennt zu verfolgen, sondern miteinander zu kombinieren. Aus dieser Zusammenführung entstand das Konzept der App „Pinky“.

Das Konzept

„Pinky“ ist eine App, die Vereinsmitgliedern einen einfachen und niedrigschwälligen Einstieg ins Vereinsengagement ermöglicht. Kern der Idee sind sogenannte Micro-Tasks. Das sind kleine, klar abgegrenzte Aufgaben, die flexibel übernommen werden können und nur wenig Zeit in Anspruch nehmen. Diese Micro-Tasks entstehen, indem größere Vereinsaufgaben oder Ehrenämter in kleinere, eigenständige Teilaufgaben zerlegt werden. Dadurch wird eine zentrale Hürde im beschriebenen Kreislauf gezielt gesenkt: der hohe wahrgenommene Aufwand von Engagement.

Ergänzt wird dieser Ansatz durch einen vereinsübergreifenden Wettbewerb, der direkt in der App abgebildet ist. Dieser Wettbewerb erfüllt zwei Funktionen:

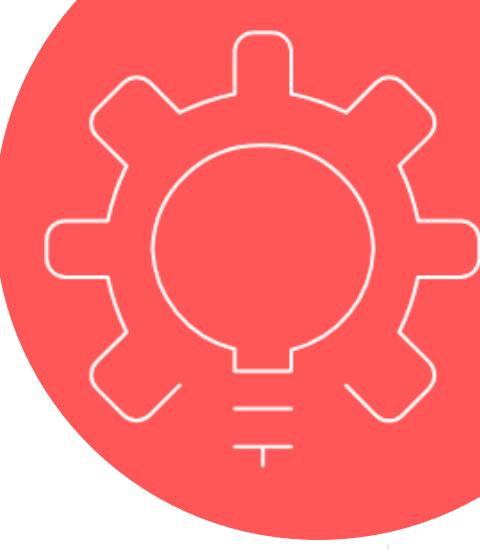
Zum einen dient er als externe Motivation für Vereinsverantwortliche, sich aktiv mit dem Thema Engagement auseinanderzusetzen und das Tool im eigenen Verein einzuführen. Zum anderen macht er für die Mitglieder sichtbar, welchen Beitrag ihre Aufgaben zum gemeinsamen Erfolg leisten.



Abbildung 36: Aufbrechen des Kreislaufs

05 Finaler Lösungsansatz

Welche Funktionen braucht die App?



Nachdem wir nun unsere Lösungsidee klar definiert hatten, mussten wir uns überlegen, welche **Welche Funktionen?** Funktionen die App haben musste, um unsere Problemstellung zu lösen. Uns war es wichtig, die Lösung mit möglichst wenigen, dafür aber sehr klaren Features aufzubauen. Um diese Funktionen zu definieren, haben wir auf mehrere Methoden zurückgegriffen. Zunächst haben wir ein **Brainstorming** und ein **Reverse Brainstorming** (auch als Kopfstandmethode bekannt) via Miro durchgeführt.



Das Brainstorming

Für unser Brainstorming haben wir uns zwei Fragen gestellt. 1. Welche Funktionen braucht die App? 2. Welche Funktion darf die App auf keinen Fall haben? Durch den beidseitigen Ansatz konnten wir schnell die Funktionen identifizieren, die wir im weiteren Konzept verfolgen wollten. Gerade das Reverse Brainstorming hat uns eine wichtige Erkenntnis gebracht: Zu viele Funktionen würden die App unübersichtlich machen und die Gefahr erhöhen, dass die Kernfunktionen nicht ausreichend genutzt werden. Es ergab sich also schnell die Frage: "Was sind unsere Kernfunktionen?".

In Rücksprache mit Frau Hipp haben wir uns im nächsten Schritt genau mit dieser Frage beschäftigt und im Rahmen unseres Dezemberworkshops den sogenannten "CoreLoop" unserer App entwickelt.

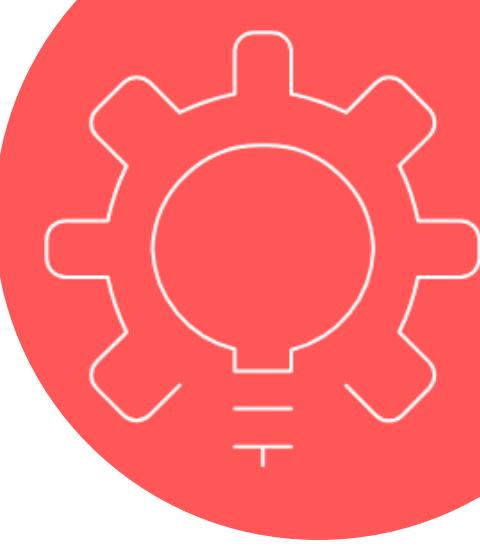
Welche Funktionen nicht?



Abbildung 37: Funktionen Brainstorming
Besser zu erkennen im Anhang Seite 33

05 Finaler Lösungsansatz

Was ist unsere Kernstruktur des Systems?



Der CoreLoop in einem Satz

Der Core Loop besteht darin, dass die App Vereinsaufgaben in möglichst kleine, klar beschriebene und in ihrer Wichtigkeit erklärte Schritte zerlegt, der Algorithmus automatisch passende Aufgaben basierend auf dem verfügbaren Zeitbudget der Mitglieder berechnet und vorschlägt. Die Mitglieder dürfen diese Aufgaben ausführen und sollen daraufhin kontinuierlich neue passende Aufgaben erhalten.

Welche Funktionen gehören dazu?

Kleine Aufgabenpakete

Aufgaben werden in sehr kleine, leicht machbare Schritte zerlegt.

Klare Aufgabenbeschreibung

Jede Aufgabe enthält: Was? Wo? Wann? Wie? + Abhängigkeiten.

Erklärung der Wichtigkeit

Jede Aufgabe erklärt, warum sie wichtig für Verein und Mitglieder ist.

Algorithmus für Aufgabenzuteilung

Berechnet das Zeitbudget der Mitglieder.

Lernt aus vergangener Aktivität.

Entscheidet, wie viel man den Personen zumuten kann.

Automatisches Vorschlagen passender Aufgaben

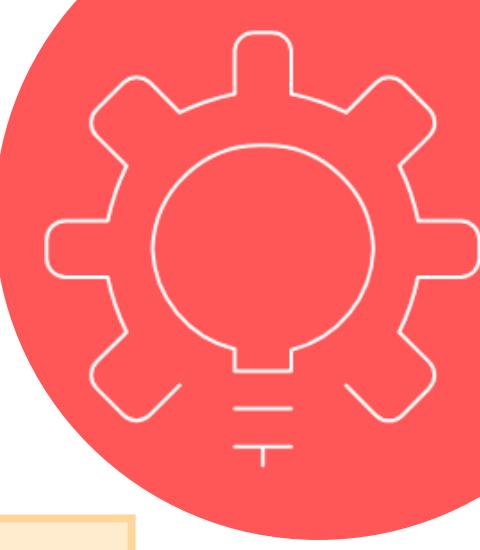
Beim Öffnen der App werden sofort individuell passende Aufgaben angezeigt.

Kontinuierlicher Kreislauf

Mitglieder erledigen Aufgaben → erhalten neue passende Aufgaben → Engagement bleibt niedrigschwellig.

05 Finaler Lösungsansatz

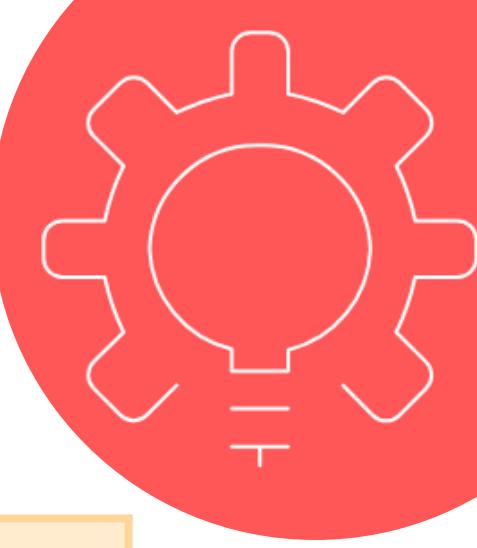
Alle Funktionen auf einem Blick



Funktion	Warum?	Erste Idee zur Umsetzung
Micro-Tasks	Senkt die Einstiegshürde ins Engagement durch kleine, überschaubare Aufgaben	Aufgaben mit kurzer Beschreibung, geschätztem Zeitaufwand und „Übernehmen“-Button
Aufgabenübersicht	Macht Engagementmöglichkeiten sichtbar und leicht auffindbar	Zentrale Listenansicht mit allen offenen Micro-Tasks
Aufgabenübernahme	Ermöglicht spontanes Engagement ohne Verpflichtung	Ein Klick zum Annehmen, Aufgabe wird dem Mitglied zugeordnet

05 Finaler Lösungsansatz

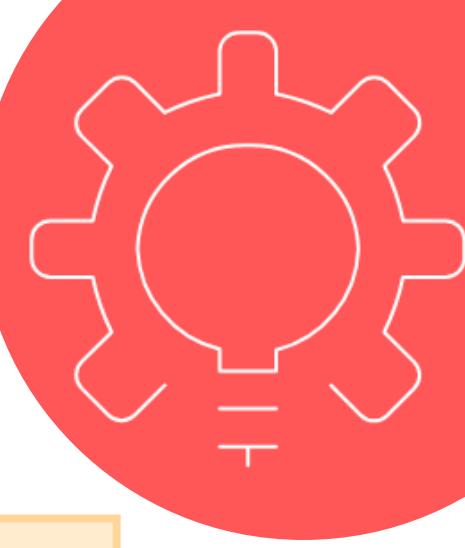
Alle Funktionen auf einem Blick



Funktion	Warum?	Erste Idee zur Umsetzung
Aufgabenabschluss	Macht Engagement sichtbar und abschließbar	Task kann als „erledigt“ markiert werden
Punktesystem (Verein)	Veranschaulicht den Wert einzelner Beiträge	Jede erledigte Aufgabe erzeugt Punkte für den Verein
Vereinsfortschritt	Stärkt Identifikation durch gemeinsames Ziel	Fortschrittsbalken oder Zähler auf Vereinsebene

05 Finaler Lösungsansatz

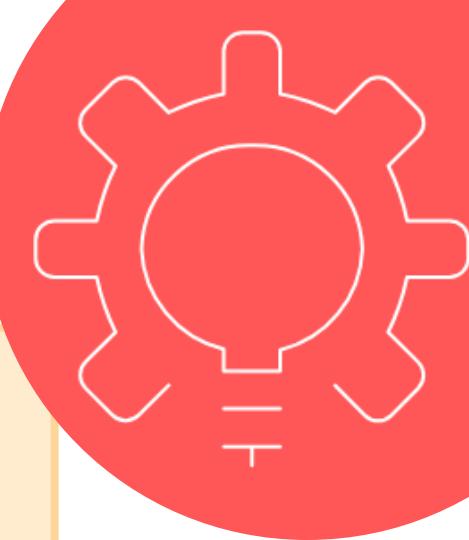
Alle Funktionen auf einem Blick



Funktion	Warum?	Erste Idee zur Umsetzung
Vereinsübergreifender Wettbewerb	Schafft zusätzliche Motivation und Vergleichbarkeit	Ranking oder Vergleich zwischen Vereinen (z. B. regional)
Aufgaben-Kategorisierung	Erleichtert die Auswahl passender Aufgaben	Einteilung nach Art (Organisation, Hilfe, Event etc.)
Aufgaben-Erstellung (Verein)	Ermöglicht Vereinen, flexibel Aufgaben einzustellen	Einfaches Formular für Verantwortliche

05 Finaler Lösungsansatz

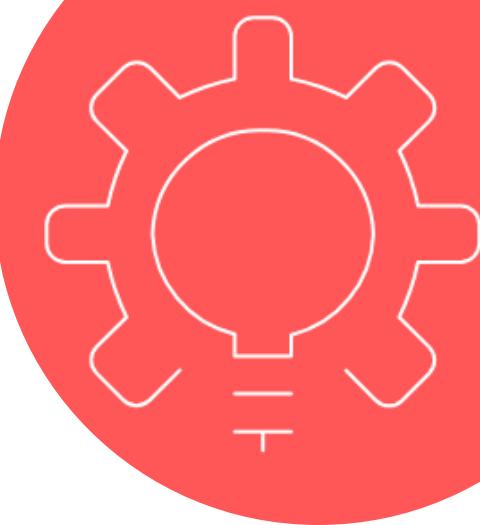
Alle Funktionen auf einem Blick



Funktion	Warum?	Erste Idee zur Umsetzung
Sichtbarkeit des eigenen Beitrags	Zeigt Mitgliedern, dass ihr Einsatz zählt	Anzeige: „Dein Beitrag zum Verein“
Aufgaben erklärung	Der Nutzer muss wissen: Wann? Wie? Wo? Wie? Mit wem? Warum?	Aufgabenansicht die genau das beantwortet
Zeitangabe pro Aufgabe	Reduziert Unsicherheit und macht Engagement planbar	Sichtbare Zeitlabels (z. B. „5–10 Min“, „max. 30 Min“)

05 Finaler Lösungsansatz

Der Wettbewerb



Nachdem wir uns zunächst stark auf die Funktionen des Core Loops konzentriert hatten, wurde im nächsten Schritt der vereinsübergreifende Wettbewerb weiter ausgearbeitet. Ziel war es, Metriken zu definieren, mit denen sich Engagement innerhalb eines Vereins erfassen und zwischen Vereinen vergleichen lässt.

Als ersten Ansatz nutzten wir erneut ein Brainstorming. In dieser offenen Phase entstanden zahlreiche, teils sehr spezifische Metriken (siehe Anhang, s.35). In der internen Reflexion zeigte sich jedoch, dass viele dieser Metriken zwar intuitiv nachvollziehbar, für einen systematischen Vereinsvergleich jedoch nur bedingt geeignet sind. Des Weiteren lag dabei unser Fokus auf Aufgabenkategorien und nicht auf allgemeingültigen Metriken.

Assumption Mapping

Aus diesem Grund haben wir unser Vorgehen klarer strukturiert und uns für die Methode Assumption Mapping entschieden. Ziel war es, unsere Annahmen sichtbar zu machen und sie anhand klarer Kriterien einzuführen. Die Annahmen basierten auf informellen Rückmeldungen sowie eigener Recherche und wurden bewusst als Hypothesen verstanden, nicht als gesicherte Ergebnisse. Mithilfe des Assumption Mappings konnten wir gut messbare Metriken von schwer messbaren, eher gefühlten Annahmen unterscheiden und diese gezielt priorisieren.

- <https://www.mural.co/blog/intro-assumptions-mapping>

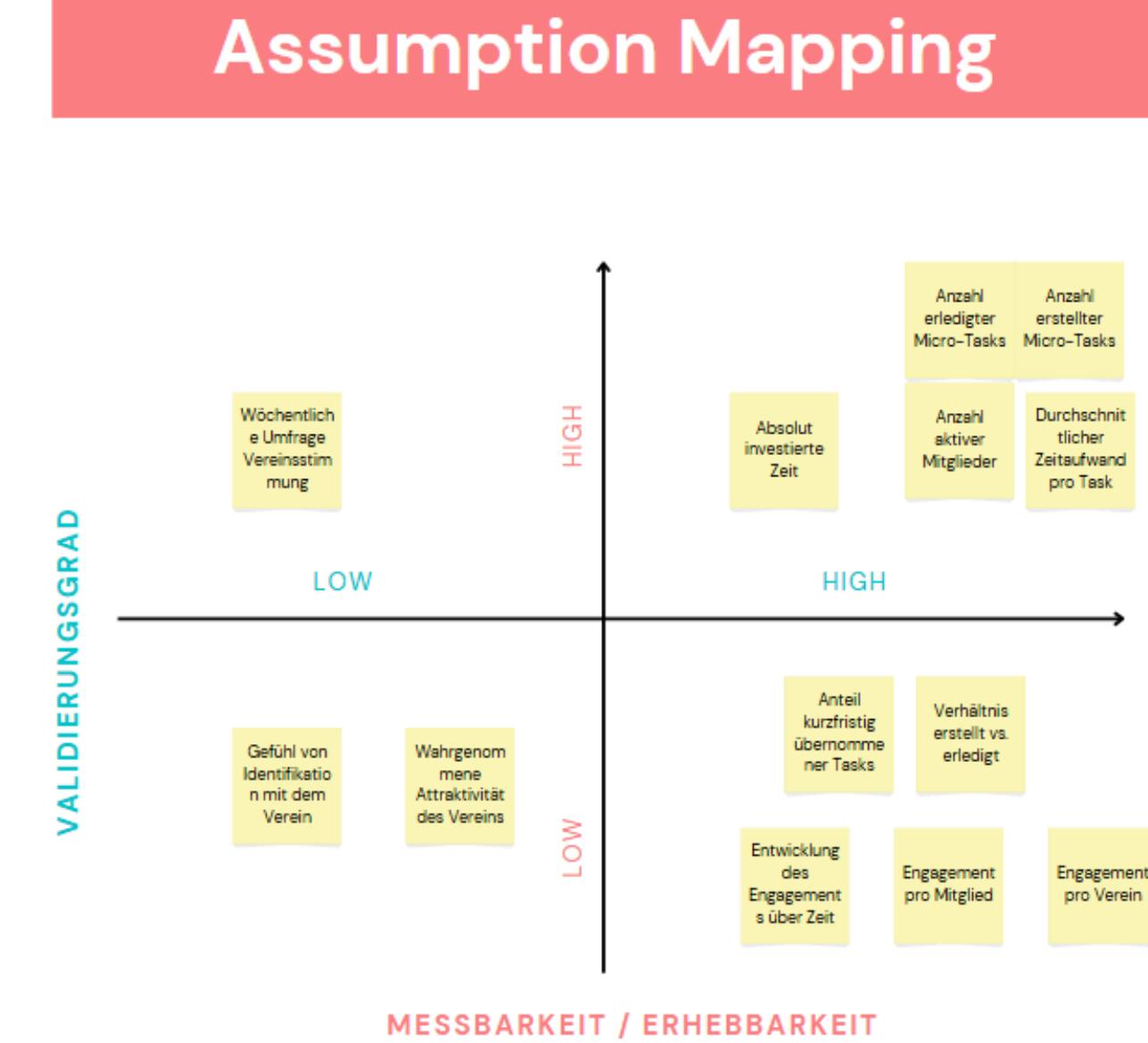
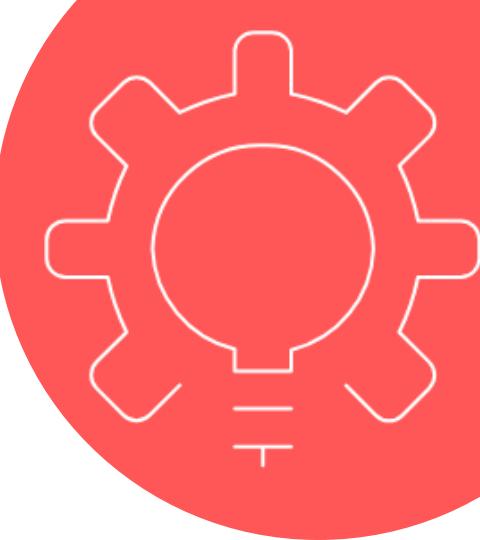


Abbildung 38: Assumption Mapping

05 Finaler Lösungsansatz

Perspektivwechsel



Im Zuge der weiteren Ausarbeitung der Produktfunktionen wurde deutlich, dass die App aus mehreren Perspektiven betrachtet werden muss. Damit sie nicht nur genutzt, sondern auch aktiv in Vereinen eingeführt wird, reicht eine reine Nutzersicht nicht aus.

Aus diesem Grund haben wir erneut eine 2×2-Stakeholdermatrix verwendet. Ziel war es, die relevanten Akteursgruppen einzuordnen und ihre Bedeutung für Einführung, Nutzung und Finanzierung der App sichtbar zu machen.

Ergebnis der Stakeholderanalyse

Dabei ließen sich drei zentrale Perspektiven identifizieren. Die Nutzer:innen stehen im direkten Kontakt mit der App und übernehmen Aufgaben. Für sie sind einfache Bedienung und ein geringer Zeitaufwand entscheidend.

Die Aufgabeneinstellenden, wie Vereins- oder Spartenleitungen, sind dafür verantwortlich, Aufgaben zu erstellen und die App im Verein zu etablieren. Ohne diese Perspektive findet keine Nutzung statt.

Die Sponsoren nutzen die App nicht selbst, sind jedoch relevant für die Finanzierung des Wettbewerbs. Für sie sind Sichtbarkeit, Reichweite und ein klarer gesellschaftlicher Mehrwert ausschlaggebend.

Diese drei Perspektiven bildeten die Grundlage für die weitere Funktionsentwicklung der App.

- <https://studyflix.de/wirtschaft/stakeholderanalyse-6474>

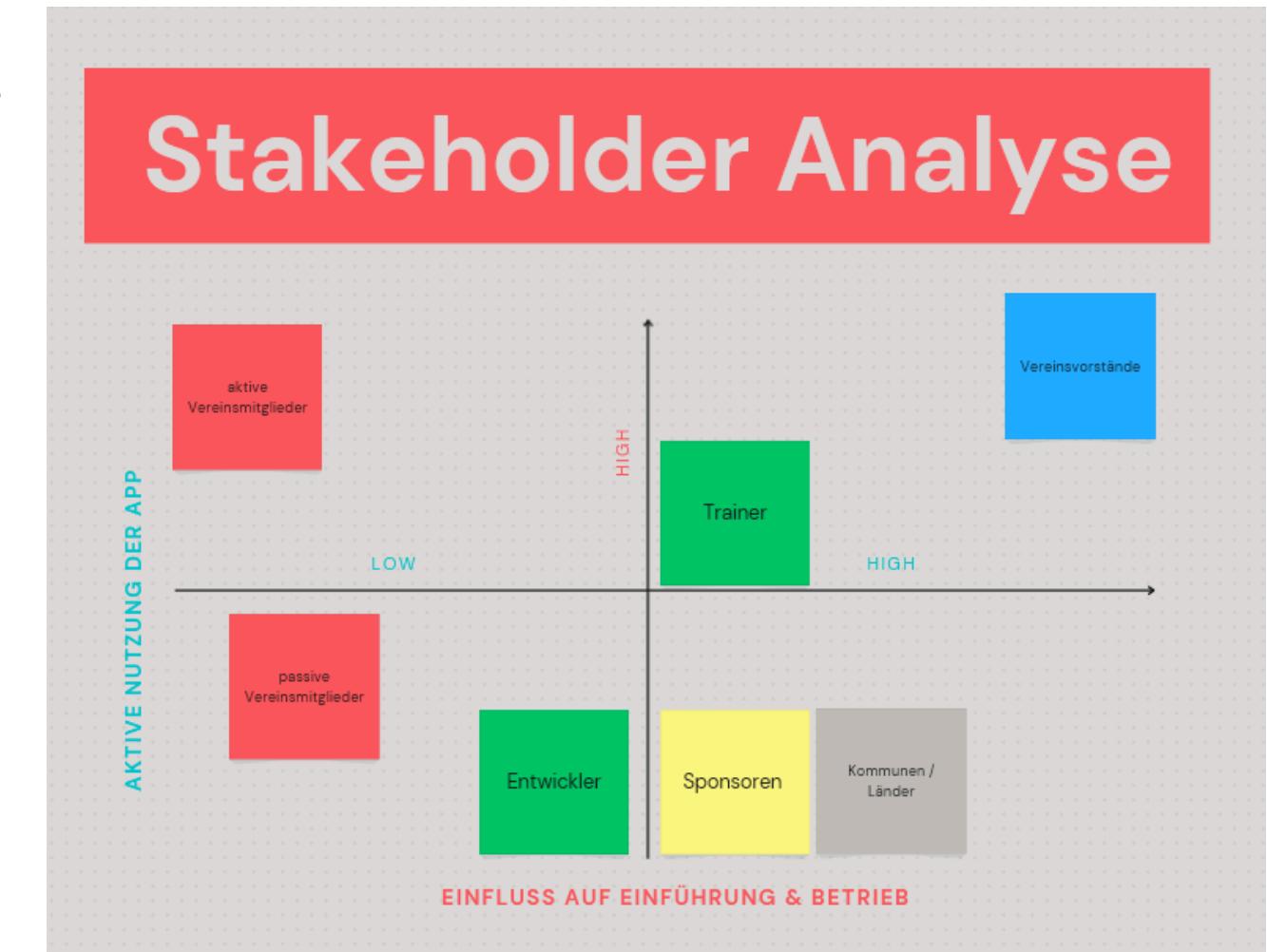
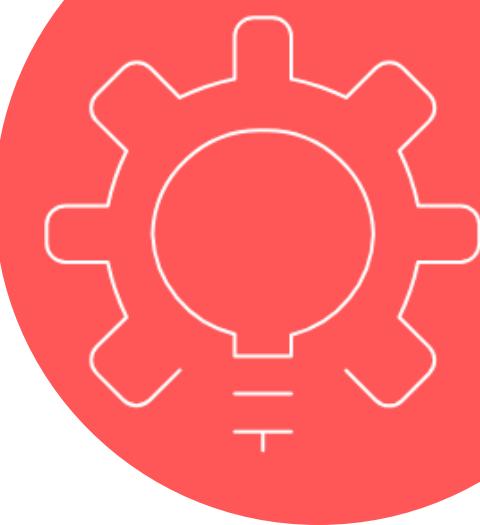


Abbildung 39: Stakeholder Analyse

05 Finaler Lösungsansatz

Weitere Funktionen



In einer an den Perspektivwechsel anschließenden Diskussion stellten wir sehr schnell sechs Hauptanforderungen der beiden neuen Stakeholdergruppen fest.

- Ein Planbarer Wettbewerbszeitraum für Vereine und Sponsoren. Dies erleichtert die Einführung oder das Sponsoring als Projekt zu verstehen.
- Werbeflächen in der App um die Sichtbarkeit der Sponsoren gewährleisten zu können.
- Zentrale Übersicht über alle Aufgaben die aktuell im Verein bestehen.
- Eine einfache Möglichkeit Aufgaben als verantwortlicher zu erstellen.
- Das automatische Anbieten von Aufgaben an das passende Vereinsmitglied.
- Das Automatische Aufteilen großer Aufgaben durch KI

Dotmocracy

Zur Priorisierung der gesammelten Funktionsideen wurde eine Dotmocracy durchgeführt. Ziel war es schnell sichtbar zu machen, welche Funktionen den größten Mehrwert für das Produkt liefern.

Den größten Zuspruch erhielten die automatische Aufgabenverteilung, sowie die automatische Aufteilung größerer Aufgaben mithilfe von KI. Auch eine zentrale Aufgabenübersicht und die einfache Erstellung von Aufgaben wurden als wichtig bewertet. Funktionen rund um Werbeflächen und einen planbaren Wettbewerbszeitraum erhielten dagegen deutlich weniger Stimmen. Daraus leiten wir ab, dass die Funktionen für Aufgabenverteilende im Vordergrund stehen, während Sponsoring-Aspekte separat im Business Model betrachtet werden sollten.

•<https://xn--kreativittstechniken-jzb.info/ideen-bewerten-und-auswaehlen/dotmocracy/>

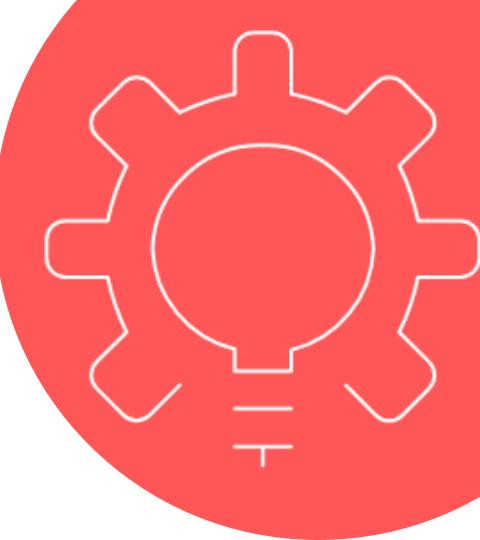
Dotmocracy



Abbildung 40: Dotmocracy

05 Finaler Lösungsansatz

Business Model Canvas



Vorgehen

Nachdem wir die zentralen Funktionen und Anforderungen von Pinky definiert hatten, wollten wir als letzten Schritt vor dem Prototyping klären, wie das Konzept langfristig finanziert werden kann. Dabei war uns wichtig, ein Modell zu entwickeln, das den Betrieb der Plattform ermöglicht, ohne eine finanzielle Hürde für Vereinsmitglieder zu schaffen.

Zur Ausarbeitung und Überprüfung dieses Finanzierungsmodells haben wir das Business Model Canvas genutzt. Die Methode half uns, Zielgruppen, Nutzen, Einnahmequellen, Kosten und relevante Partner übersichtlich darzustellen und aufeinander abzustimmen. So konnten wir prüfen, ob unser Finanzkonzept zur Idee von Pinky passt und eine sinnvolle Grundlage für die weitere Umsetzung bildet.

•<https://digitaleneuordnung.de/blog/business-model-canvas-erklaerung>

Zielgruppen

Pinky richtet sich vor allem an Vereine und ehrenamtlich organisierte Gruppen, z. B. Sport-, Kultur- oder soziale Vereine. Zusätzlich sind Kommunen, Landesverbände und Dachorganisationen relevant, da sie ein Interesse an funktionierender Vereinsarbeit haben.

Vereinsmitglieder nutzen die App, zahlen aber nicht dafür.

Nutzen

Pinky hilft Vereinen, Aufgaben einfacher zu organisieren und Engagement sichtbarer zu machen. Große Aufgaben werden in kleine Teilaufgaben zerlegt, automatisch verteilt und durch einen vereinsübergreifenden Wettbewerb ergänzt. Der Wettbewerb auf Landesebene sorgt für zusätzliche Motivation und Anerkennung, ohne Engagement direkt zu bezahlen.

Zugang

Pinky wird als App und Webplattform angeboten. Vereine werden direkt, über Verbände oder über kommunale Netzwerke angesprochen. Förderstellen und Sponsoren werden über bestehende Förderprogramme, regionale Partnerschaften und CSR-Kanäle eingebunden.

Zusammenarbeit

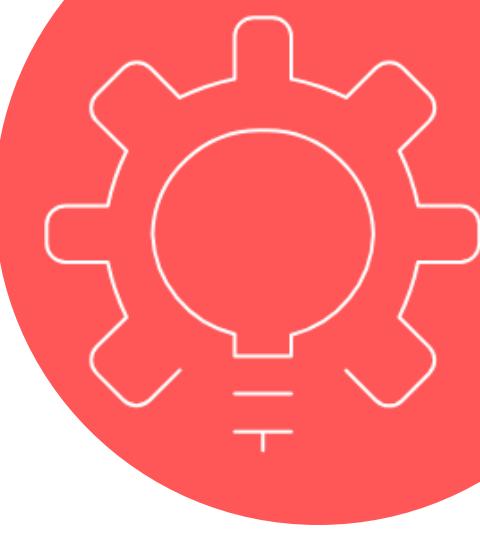
Die Zusammenarbeit mit Vereinen ist langfristig angelegt. Sie werden beim Einstieg unterstützt und dauerhaft begleitet. Förderer und Sponsoren werden transparent eingebunden und über Wettbewerbe und zusammengefasste Auswertungen informiert.

Zentrale Mittel

Wichtige Grundlagen sind die Softwareplattform, das Aufgaben- und Wettbewerbskonzept sowie die technische Infrastruktur. Dazu kommen Wissen über Vereinsarbeit, Ehrenamt und Organisation sowie Ressourcen für Partnerschaften und Fördermanagement.

05 Finaler Lösungsansatz

Business Model Canvas



Wichtige Partner

Zentrale Partner sind Vereine, Kommunen, Landes- und Dachverbände sowie regionale oder bundesweite Sponsoren.

Ergänzend spielen Organisationen aus der Ehrenamts- und Vereinsförderung eine Rolle.

Zentrale Aufgaben

Zu den Hauptaufgaben zählen die Entwicklung und Wartung der Plattform, die Betreuung der Vereine sowie die Planung und Auswertung der Wettbewerbe. Außerdem gehört die Gewinnung und Abstimmung von Förderern und Sponsoren dazu.

Abgrenzung & Haltung

Pinky verzichtet bewusst auf bestimmte Formen der Monetarisierung. Vereinsmitglieder zahlen kein Geld für die Nutzung der App. Es gibt keine Werbung, keine In-App-Käufe und keine Auszahlung von Geld an einzelne Engagierte. Die Lösung möchte etwas vom Anwender. Der Anwender erhält nicht direkt eine Gegenleistung

Kosten

Fixe Kosten entstehen durch Entwicklung, Betrieb und Pflege der Plattform sowie durch Personal und Support.

Variable Kosten fallen z. B. für Marketing, Partnerschaften und die Organisation der Wettbewerbe an.

Finanzierung

Pinky wird über Lizenzen für Vereine finanziert. Zusätzlich kommen öffentliche Fördermittel auf kommunaler und Landesebene zum Einsatz. Die Preise der landesweiten Wettbewerbe werden durch Sponsoren getragen.

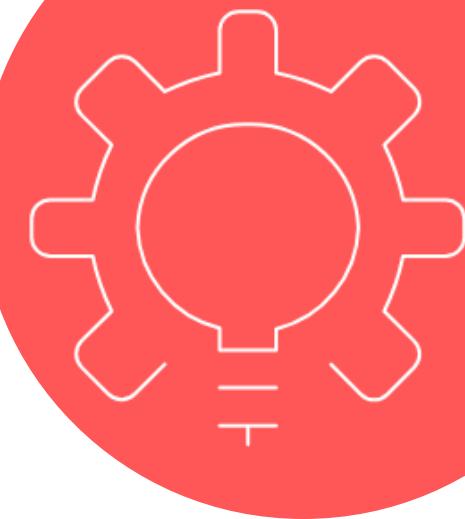
Vereinsmitglieder zahlen kein Geld für die Nutzung der App. Genaueres im Anhang auf Seite 35.

Wettbewerb & Anreize

Der vereinsübergreifende Wettbewerb dient als zusätzliche Motivation für Vereine, Pinky einzuführen und aktiv zu nutzen. Der Wettbewerb findet auf Bundesland-Ebene statt. Der ausgelobte Preis geht an den Verein als Organisation und wird durch Sponsoren finanziert. Einzelpersonen erhalten keine Geldpreise.

05 Finaler Lösungsansatz

Business Model Canvas



Zielgruppen

- Vereine (Sport, Kultur, sozial)
- Ehrenamtlich organisierte Institutionen
- Kommunen, Landes- und Dachverbände
- Vereinsmitglieder als Nutzer*innen (nicht zahlend)

Nutzen

- Niedrigschwelliger Einstieg ins Engagement
- Aufteilung großer Aufgaben in kleine Tasks
- Automatische Aufgabenverteilung
- Mehr Beteiligung, weniger Überlastung
- Vereinsübergreifender Wettbewerb als Motivation

Zugang

- App und Webplattform
- Direkte Ansprache von Vereinen
- Verbände und kommunale Netzwerke
- Förderprogramme
- Regionale Partnerschaften für Sponsoring

Zusammenarbeit

- Langfristige Partnerschaften mit Vereinen
- Unterstützung beim Einstieg (Onboarding)
- Laufender Support
- Transparente Kommunikation mit Förderern und Sponsoren

Zentrale Mittel

- Softwareplattform (App & Backend)
- Aufgaben- und Wettbewerbssystem
- Technische Infrastruktur
- Know-how zu Vereinsarbeit und Ehrenamt
- Ressourcen für Förder- und Sponsoringmanagement

Wichtige Partner

- Vereine
- Kommunen
- Landes- und Dachverbände
- Regionale und bundesweite Sponsoren
- Organisationen aus der Ehrenamtsförderung

Zentrale Aufgaben

- Entwicklung und Wartung der Plattform
- Weiterentwicklung der Engagement-Logik
- Betreuung und Support der Vereine
- Organisation der Landeswettbewerbe
- Akquise und Koordination von Förderern und Sponsoren

Abgrenzung & Haltung

- eine Bezahlung von Engagement
- Keine Werbung in der App
- Keine In-App-Käufe
- Keine Monetarisierung von Nutzerdaten

Kosten

- Entwicklung der Plattform
- Betrieb und Wartung
- Personal- und Supportkosten
- Marketing und Kommunikation
- Organisation der Wettbewerbe

Finanzierung

- Vereinslizenzen
- Öffentliche Fördermittel (Kommunen, Länder)
- Sponsorenfinanzierte Wettbewerbspreise
- Keine Kosten für Vereinsmitglieder

Wettbewerb & Anreize

- Vereinsübergreifender Wettbewerb
- Durchführung auf Bundesland-Ebene
- Preise gehen an Vereine, nicht an Einzelpersonen
- Finanzierung der Preise durch Sponsoren
- Motivation zur Einführung und Nutzung von Pinky

06 Prototyping

LoFi-Prototyp



Nach der Ideenphase und der weiteren Ausarbeitung unserer Lösung hatten wir ein klares und gut begründetes Konzept vorliegen. In der Develop-Phase haben wir verschiedene Lösungsansätze zusammengeführt, bewertet und zu einem gemeinsamen Konzept weiterentwickelt. Dabei wurden die wichtigsten Funktionen, der grundlegende Ablauf der App sowie zentrale Rahmenbedingungen wie Zielgruppen und Finanzierung festgelegt.

Damit war die inhaltliche Entwicklungsarbeit abgeschlossen. Der Fokus lag nun nicht mehr auf dem Finden neuer Ideen, sondern darauf, die bestehende Lösung verständlich und greifbar zu machen. Aus diesem Grund sind wir im nächsten Schritt in die Deliver-Phase übergegangen. Dort ging es darum, das Konzept erstmals konkret umzusetzen und sichtbar zu machen. Den Einstieg bildete ein Papierprototyp, mit dem wir zentrale Funktionen und Abläufe von „Pinky“ darstellen konnten.

Methoden Beschreibung

Der Papierprototyp ist eine einfache Möglichkeit, erste Ideen schnell und mit wenig Aufwand sichtbar zu machen. Mithilfe von handgezeichneten Skizzen lassen sich grundlegende Layouts, Funktionen und Abläufe eines Produkts darstellen. So kann frühzeitig Feedback eingeholt und erkannt werden, wo Verbesserungen nötig sind, bevor aufwendigere digitale Prototypen entstehen. Der Fokus liegt darauf, Ideen schrittweise weiterzuentwickeln, ohne dafür viele Ressourcen einzusetzen zu müssen.

- <https://designthinking-methods.de/4Prototypen/papierprototyp.html>

06 Prototyping

LoFi-Prototyp



Ansicht Endnutzer

Beim Aufbau des Prototyps haben wir uns am klassischen Aufbau einer mobilen App orientiert. Zu Beginn haben wir jeweils eigenständig eine kurze Recherche durchgeführt, um gängige Best Practices im App-Design zu identifizieren. Der Papierprototyp wurde dabei für zwei Perspektiven konzipiert: die der Endnutzer:innen sowie die der Aufgabenerstellenden.

Auf dieser Grundlage haben wir uns für folgende Grundstruktur entschieden: Jede Seite verfügt über eine Bottom-Navigationsleiste mit drei zentralen Bereichen.

- Home - hier werden den Mitgliedern passende Aufgaben angeboten.
- Wettbewerb - Übersicht über den aktuellen Wettbewerb, an dem der jeweilige Verein teilnimmt.
- Meine Aufgaben - Übersicht über übernommene und bereits erledigte Aufgaben.

Diese Bereiche bilden die Hauptseiten der App. Ergänzend dazu haben wir eine Aufgaben-Detailansicht entwickelt. Diese soll alle relevanten Informationen zu einer Aufgabe klar und verständlich beantworten. Dazu gehören insbesondere folgende Fragen:

- Was muss erledigt werden?
- Wann muss die Aufgabe erledigt werden?
- Wo findet die Aufgabe statt?
- Wie ist die Aufgabe konkret auszuführen?
- Wer ist die Ansprechperson?
- Wie viel Zeit nimmt die Aufgabe in Anspruch?
- Warum ist es wichtig, dass die Aufgabe übernommen wird?

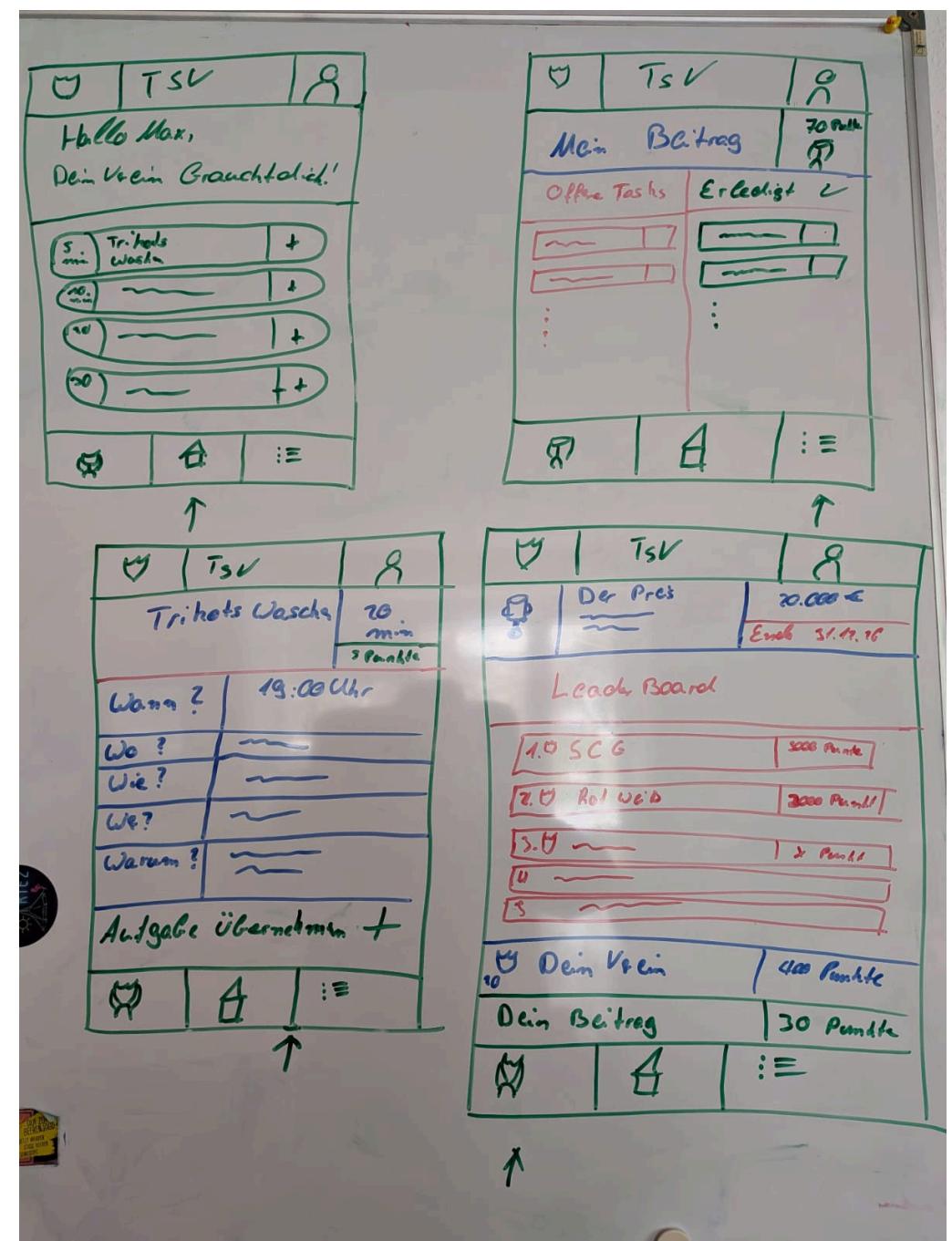
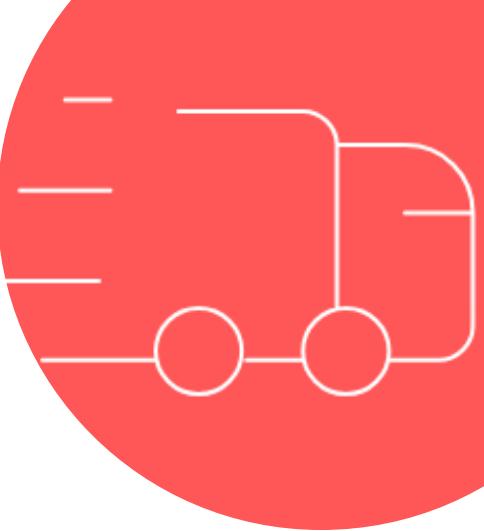


Abbildung 41: Hauptseiten & Aufgabendetailseite

06 Prototyping

LoFi-Prototyp



Perspektivwechsel Aufgabenersteller

Abschließend haben wir die Ansicht konzipiert, die für die Perspektive des Aufgabenerstellers relevant ist. Dazu zählen beispielsweise Vereinsvorstände, Trainer, Mitarbeitende oder andere organisierende Rollen im Verein. Da wir für diese Perspektive bereits zuvor zentrale Anforderungen und Funktionen definiert hatten, fiel es uns leicht, darauf aufbauend eine passende Nutzeransicht zu entwickeln.

Der Aufgabenersteller erhält die Möglichkeit, Projekte und Aufgaben entweder manuell oder automatisiert über einen Prompt zu planen und zu verteilen. Eine Projekt- bzw. Aufgaben-Detailansicht ermöglicht es, den aktuellen Fortschritt jederzeit nachzuvollziehen. Zusätzlich gibt es eine Gesamtübersicht, in der alle laufenden Projekte, deren Fortschritt und Beteiligte auf einen Blick sichtbar sind.

Darüber hinaus kann der Aufgabenersteller Mitgliederprofile einsehen, um besser einschätzen zu können, ob bestimmte Aufgaben für einzelne Mitglieder geeignet sind. Auf diese Weise bleibt trotz automatisierter Vorschläge jederzeit eine manuelle Aufgabenzuteilung möglich.

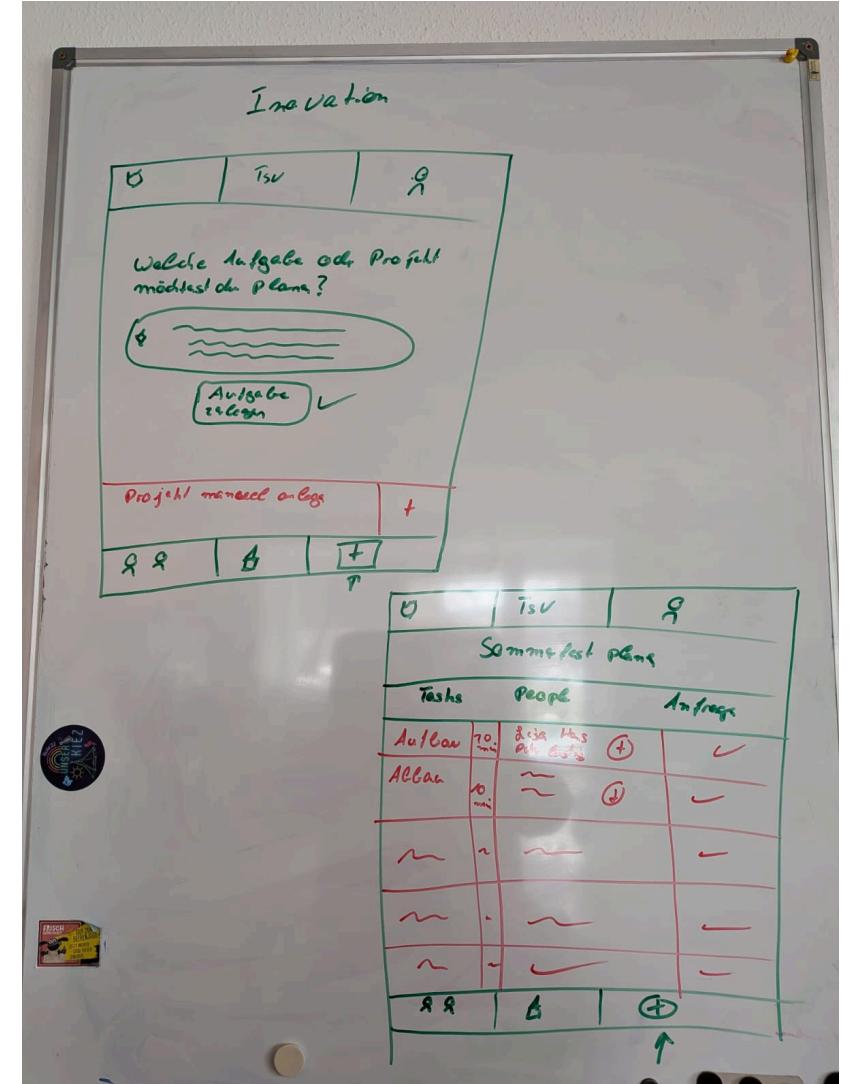


Abbildung 42: Aufgaben mit KI erstellen und verwaltet

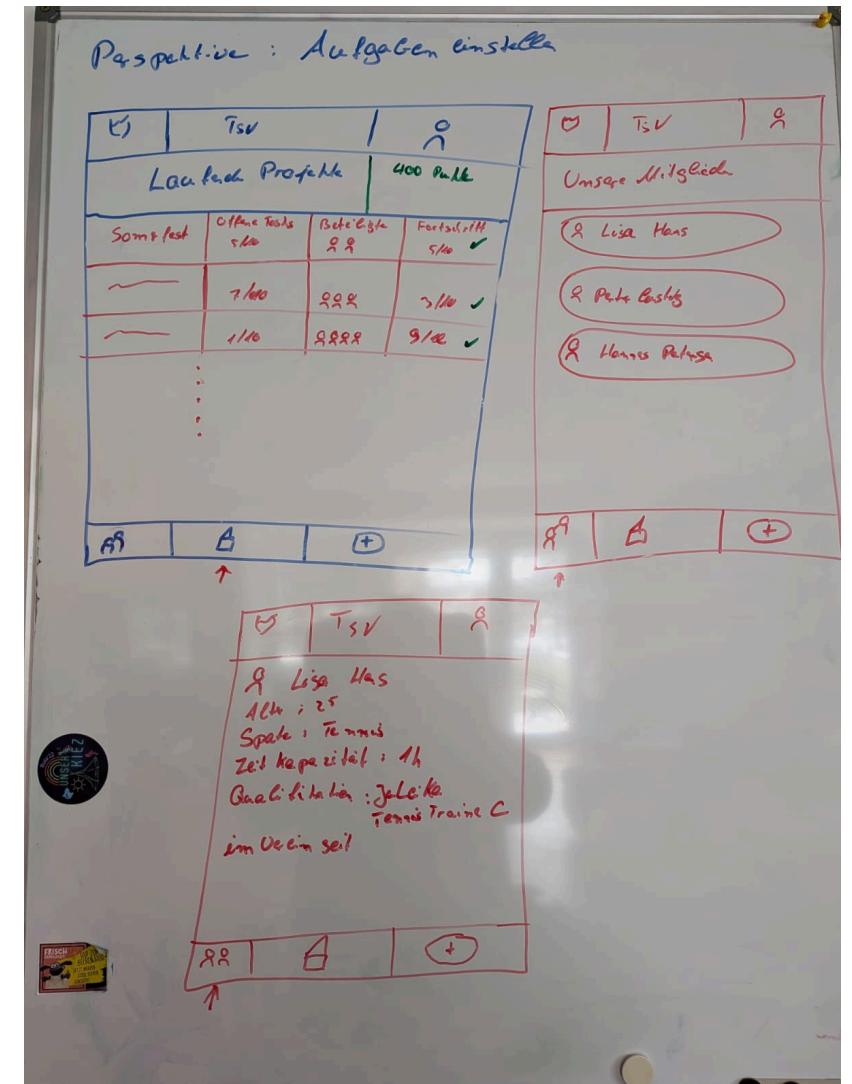
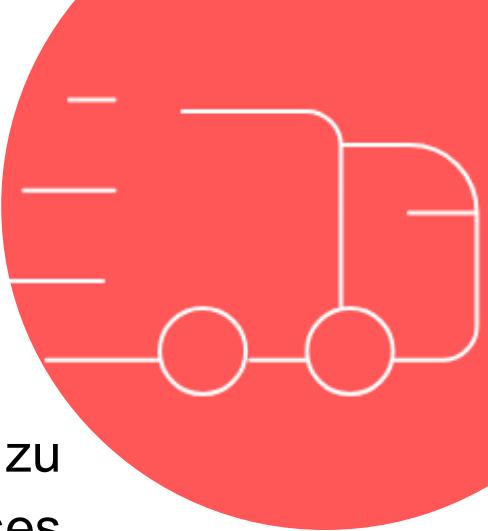


Abbildung 43: Projektübersichtt / Mitgliederliste / Mitglieder Detailansicht

06 Prototyping

HiFi-Prototyp



Nach der Erstellung des Papierprototyps hatten wir eine erste visuelle Grundlage, um Aufbau, Funktionen und Abläufe der App zu überprüfen. Auf dieser Basis konnten wir die Lösung weiter konkretisieren und einzelne Screens detaillierter ausarbeiten. Ziel dieses Schrittes war es, die bisher eher groben Skizzen in eine klarere und realistischere Darstellung zu überführen.

Im nächsten Schritt der Deliver-Phase haben wir daher ein digitales Mock-up erstellt. Dafür nutzten wir die Tools Figma und Lovable AI, um zentrale Ansichten der App auszuarbeiten und konsistent zu gestalten. Beim Aufbau des Mock-ups haben wir uns bewusst auf die Perspektive der Endnutzer:innen konzentriert, da diese den größten Teil der Interaktion mit der App ausmacht.

Inhaltlich lag der Fokus der Konzeption auf der Abbildung des Core Loops sowie aller dazugehörigen Kernfunktionen. Ziel war es, den zentralen Ablauf der App und die wichtigsten Interaktionen klar darzustellen und damit das Kernkonzept überprüfbar zu machen. Die Wettbewerbsseite sowie weiterführende Mitgliederansichten wurden in diesem Schritt entweder nur sehr grob oder bewusst nicht umgesetzt, da sie für das Testen und Verstehen des Kernkonzepts nicht essenziell waren und den Fokus unnötig erweitert hätten.

Für die Perspektive der Aufgabenerstellenden wurden daher nicht alle zuvor geplanten Ansichten umgesetzt. Insbesondere die Mitgliederliste sowie die Mitglieder-Detailansicht wurden bewusst ausgeklammert, um den Umfang des Mock-ups überschaubar zu halten und die Konzentration auf die zentralen Mechaniken der App zu bewahren.

Methoden Beschreibung

Mock-ups sind vereinfachte, digitale Darstellungen einer Anwendung, die die Benutzeroberfläche und teilweise auch Funktionen simulieren. Sie ermöglichen es, geplante Lösungen frühzeitig zu testen, ohne diese vollständig entwickeln zu müssen. Durch ihre realitätsnahe Darstellung können Tester:innen gezieltes und konkretes Feedback geben, wodurch Nutzerfreundlichkeit und Qualität des Produkts bereits vor der eigentlichen Umsetzung verbessert werden können.

•<https://lovable.dev/>

06 Prototyping

HiFi-Prototyp

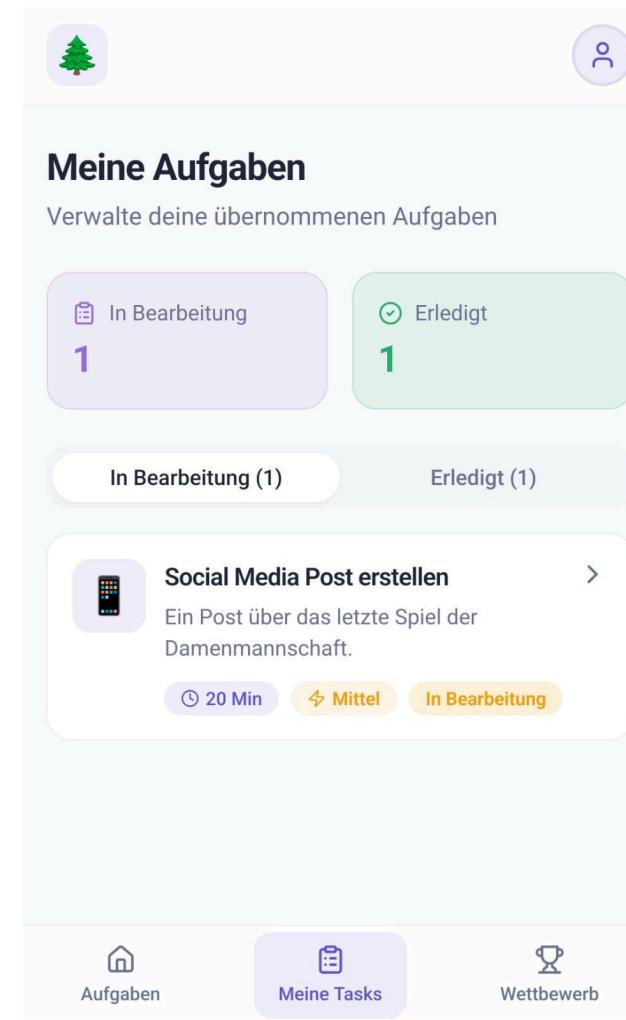
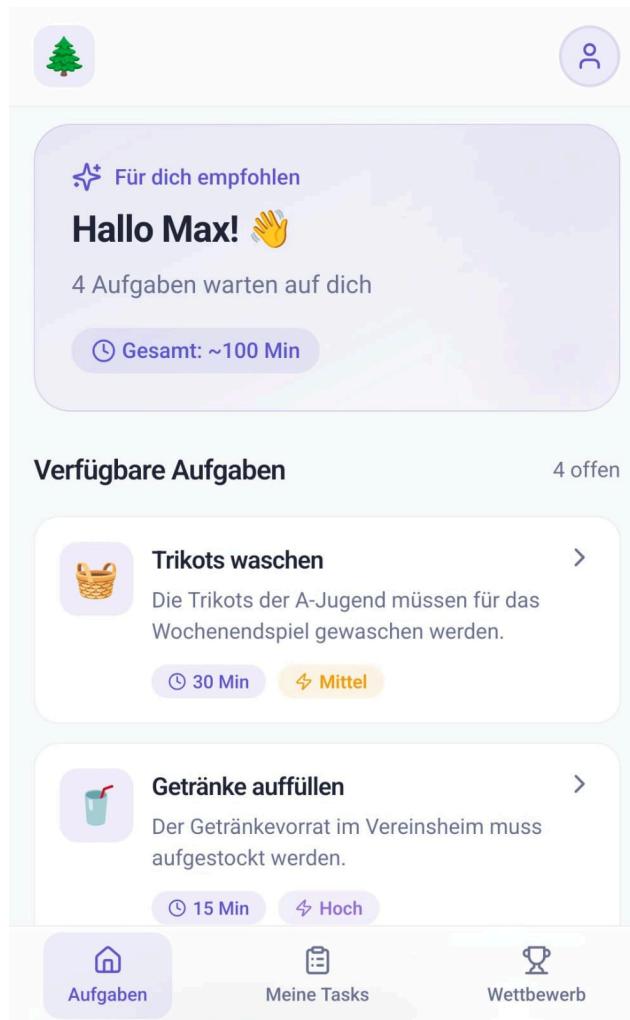
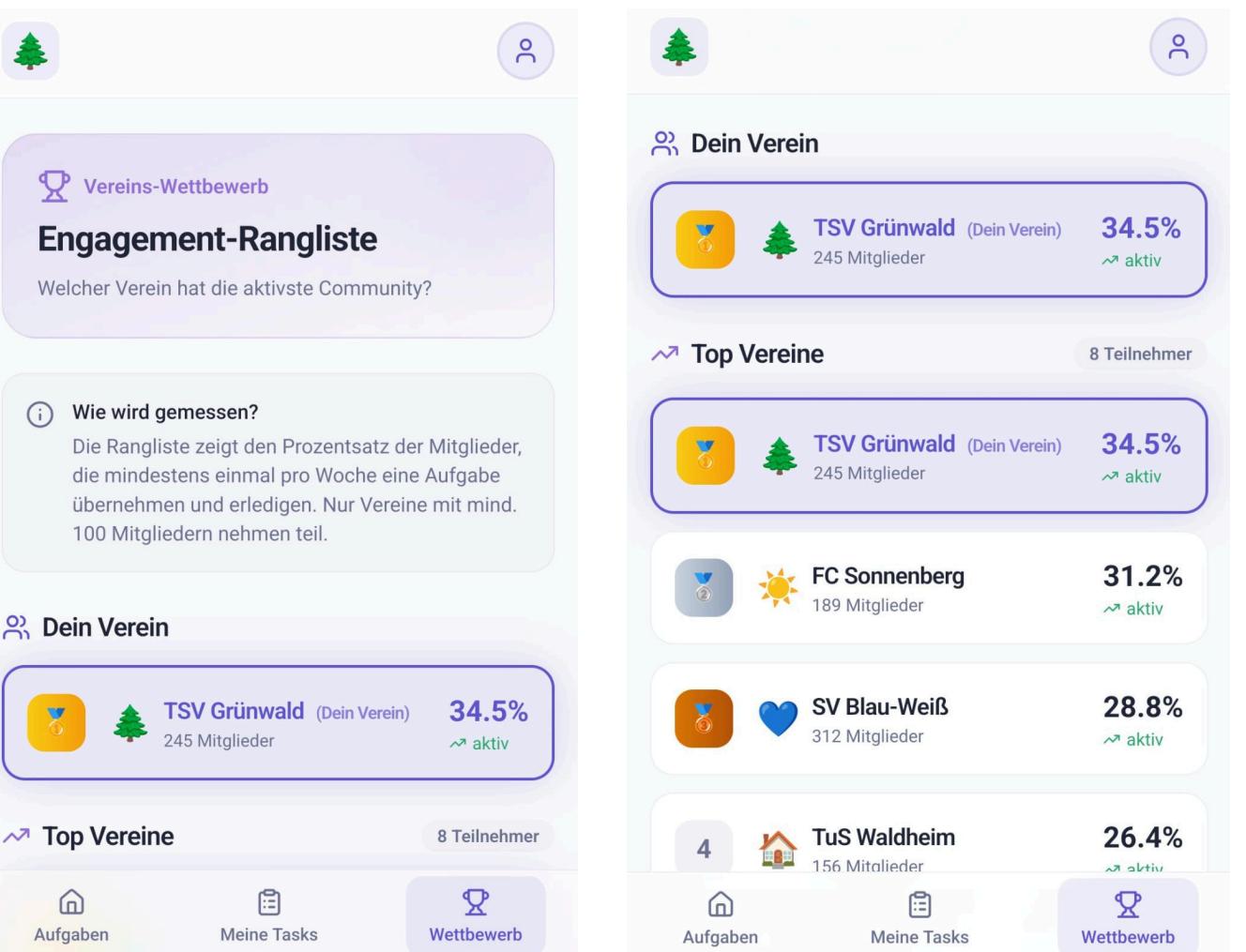


Abbildung 44: MockUp Endnutzersicht

Ansicht Endnutzer

Die drei oberen Abbildungen zeigen den CoreLoop aus Endnutzersicht. Die Aufgaben werden in der Übersicht angeboten. Beim Klick auf eine Aufgabe wird diese im Detail angezeigt und kann übernommen werden. Über "Meine Tasks" sieht der Nutzer übernommene und auch bereits erledigte Aufgaben.

Die beiden unteren Abbildungen stellen den Vereinsübergreifenden Wettbewerb dar. Im Vergleich zum LoFi-Prototyp haben wir uns im Mock-Up dazu entschieden, Punkte und Wettbewerbsbezogene Informationen nur an dieser Stelle dem Nutzer anzuzeigen.



06 Prototyping

HiFi-Prototyp

Vereins-Digitalisierungs-Guide
Gemeinsam zur smarten Aufgabenverteilung

Aufgaben smart zerlegen
Geben Sie eine Aufgabe ein und lassen Sie das System sie in kleine, verteilbare Steps zerlegen

So funktioniert die smarte Zerlegung:
Das System analysiert Ihre Aufgabe, nutzt Ihre dokumentierten Prozesse und Ihr Wissensarchiv, und erstellt automatisch kleine Teilaufgaben (10-20 Min.). Jede Teilaufgabe wird mit dem passendsten Mitglied gemacht – basierend auf Fähigkeiten, Verfügbarkeit und Standort.

Welche Aufgabe möchten Sie zerlegen?
Beschreiben Sie die Hauptaufgabe in wenigen Worten
z.B. Sommerfest planen, Neues Mitglied aufnehmen, Sponsoring-Aktion starten...

Aufgabe zerlegen →

Beispiele ausprobieren

Sommerfest planen → Neues Mitglied aufnehmen →
Jahreshauptversammlung vorbereiten → Sponsoring-Aktion starten →

Ablehnen

Abbildung 45: MockUp Endnutzersicht

Perspektivwechsel Aufgabenersteller

Für das Mock-up der Ansicht des Aufgabenerstellers haben wir uns bewusst für ein klassisches Desktop-Format entschieden. Unsere Annahme war, dass Personen, die Aufgaben erstellen oder Projekte für den Verein planen, diese Tätigkeit eher nicht spontan am Smartphone erledigen. Stattdessen wird dafür gezielt Zeit eingeplant und ein möglichst guter Überblick benötigt. Das größere Format eines Desktops unterstützt dieses Nutzungsszenario besser, da mehr Informationen gleichzeitig sichtbar sind und Aufgaben sowie Projektstände übersichtlich dargestellt werden können.

In diesem Bereich entsteht die zentrale Innovation gegenüber klassischen Planungstools. Durch die KI-gestützte Zerlegung, Planung und vorschlagsbasierte Verteilung von Aufgaben wird der organisatorische Aufwand deutlich reduziert. Dieser Prozess hier nochmals dargestellt, da er den Kernunterschied zu bereits bestehenden Lösungen verdeutlicht.

Vereins-Digitalisierungs-Guide
Gemeinsam zur smarten Aufgabenverteilung

Jahreshauptversammlung vorbereiten
Automatisch in 12 kleine Schritte zerlegt

Teilaufgaben: 6
Gesamtzeit: 4-5 Stunden
Beteiligte: 5

Neue Aufgabe

1 Termin im Kalender blocken
Termin im Kalender blocken
Verfügbare Termine prüfen und einen passenden Samstag im Sommer reservieren
Lisa Schmidt 95% Match
Hat Zugriff auf Vereinskalender, ist Vorstand

Benötigte Skills: Organisation
Hilfreiche Dokumente: Vereinskalender 2024
Prozess: Veranstaltungen & Feste

Aufgabe zuweisen →

2 Budgetrahmen festlegen
Budgetrahmen festlegen
Finanzrahmen für das Fest abstimmen und freigeben lassen
Thomas Weber 98% Match
Kassenwart, kennt Budget-Prozesse
Ablehnen

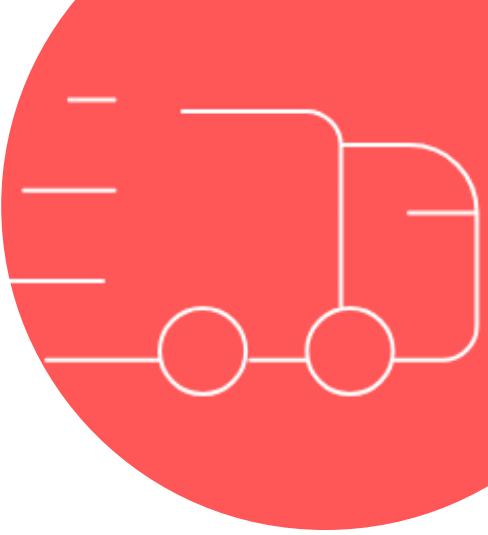
5 Min.

15 Min.

Restliche Screenshots zu finden im Anhang auf Seite 39

07 Validierung der Lösung

Testkonzept



Vorgehen

In der folgenden Testphase überprüften wir, ob unser ausgearbeitetes Konzept die zuvor definierten Ziele erfüllte. Der entwickelte HiFi-Prototyp diente dabei als zentrales Werkzeug, um das Konzept für den Nutzer nachvollziehbar darzustellen und unsere Lösungshypothesen zu überprüfen.

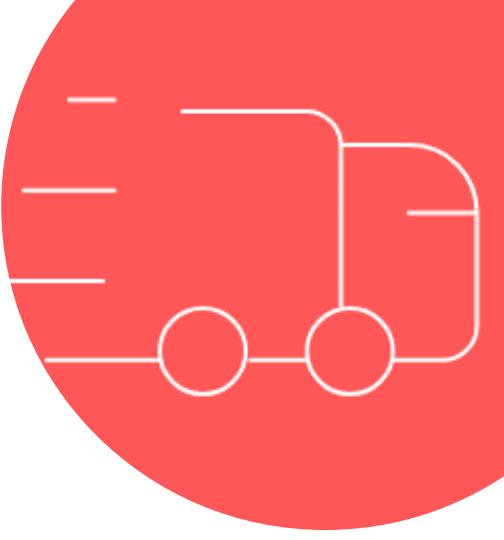
Um dies möglichst professionell aber auch realistisch umsetzen zu können, entschieden wir uns dazu die Validierung in zwei Ebenen zu unterteilen. Zum einen nutzten wir den HiFi-Prototypen in begleiteten Nutzertests mit Personen aus dem Vereinskontext. Getestet wurde mit Vereinsmitgliedern, Spartenleitungen und Personen aus der Vereinsorganisation. Ziel war es zu verstehen, ob der Prototyp verständlich ist, wie die einzelnen Funktionen wahrgenommen werden und ob das Konzept im Vereinsalltag als sinnvoll und entlastend eingeschätzt wurde.

Ergänzend dazu entwickelten wir einen Testplan für eine langfristige Einführung des Konzepts in einem Verein. Dieser beschrieb, wie das Konzept über einen längeren Zeitraum erprobt werden könnte und welche Aspekte dabei beobachtet werden müssten, um Aussagen über Nutzung, Wirkung und Akzeptanz treffen zu können.

Für diesen Ablauf formulierten wir Lösungshypothesen für den konkreten Nutzertest sowie weiterführende Hypothesen, die erst im Rahmen des langfristigen Testkonzeptes überprüft werden können.

07 Validierung der Lösung

Lösungshypothesen



Zunächst haben wir die Lösungshypothesen in Bezug auf unseren HiFi-Prototypens entwickelt.

Nutzer verstehen ohne zusätzliche Erklärung, wie Aufgaben erstellt, aufgeteilt und übernommen werden können.



Akzeptanzkriterien:

- Testpersonen erklären den Ablauf in eigenen Worten.
- Zentrale Funktionen werden ohne Hilfe gefunden.
- Es entstehen keine grundlegenden Verständnisfragen.

Vereinsmitglieder schätzen die dargestellten Aufgaben zeitlich so ein, dass diese realistisch in den Alltag integriert werden können.



Akzeptanzkriterien:

- Aufgaben werden als machbar und zeitlich überschaubar beschrieben.
- Testpersonen können sich vorstellen, eine Aufgabe zu übernehmen.
- Es werden keine Aussagen zu Überforderung gemacht.

Das Identifikationsgefühl der Vereinsmitglieder wird durch den Vereinsübergreifenden Wettbewerb gestärkt.



Akzeptanzkriterien:

- Testpersonen verstehen den Wettbewerb.
- Der Wettbewerb wird als motivierend wahrgenommen.

Das KI-getützte Aufteilen, Planen und Verteilen von Aufgaben wird von Verantwortlichen als realistisch und hilfreich wahrgenommen.

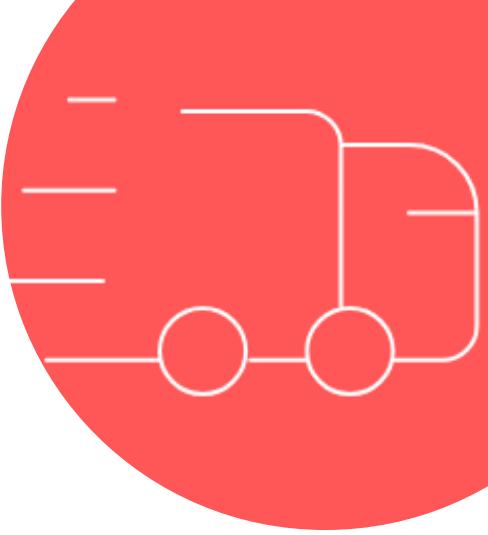


Akzeptanzkriterien:

- Verantwortliche verstehen die Rolle der KI.
- Die Vorschläge werden als sinnvoll eingeschätzt.

07 Validierung der Lösung

Lösungshypothesen



Als nächstes haben wir die Lösungshypothesen in Bezug auf unser Gesamtkonzept formuliert.

*Vereinsmitglieder entscheiden sich häufiger für Engagement.
Die Akzeptanzkriterien hier lassen sich nur teilweise prüfen.*

Akzeptanzkriterien:

- Vergleich der Anzahl übernommener Aufgaben vor und nach Einführung.
- Beobachtung, wie viele unterschiedliche Vereinsmitglieder aktiv Aufgaben übernehmen.

Vereinsmitglieder verstehen Engagement weniger als festes Amt, sondern als flexible Beteiligung.

Akzeptanzkriterien:

- Mitglieder helfen bei einzelnen Aufgaben, ohne ein Amt zu übernehmen.
- Aufgaben werden spontan und projektbezogen übernommen.

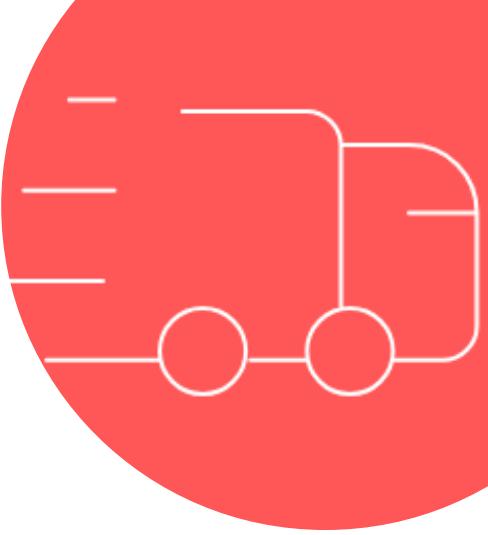
Vereinsmitglieder bleiben länger engagiert, wenn Engagement gut in ihren Alltag integrierbar ist.

Akzeptanzkriterien:

- Mitglieder übernehmen über mehrere Monate hinweg wiederholt Aufgaben.
- Abbrüche von “Engagement-Streaks” treten seltener auf.

07 Validierung der Lösung

Geführte Nutzertests



Vorgehen

Die Nutzertests wurden als geführte Tests mit dem HiFi-Prototypen durchgeführt. Ziel war es, die festgelegten Lösungshypothesen zu überprüfen. Getestet wurde mit drei qualifizierten Personen unterschiedlichen Rollen im Heimatverein eines unserer Teammitglieder.

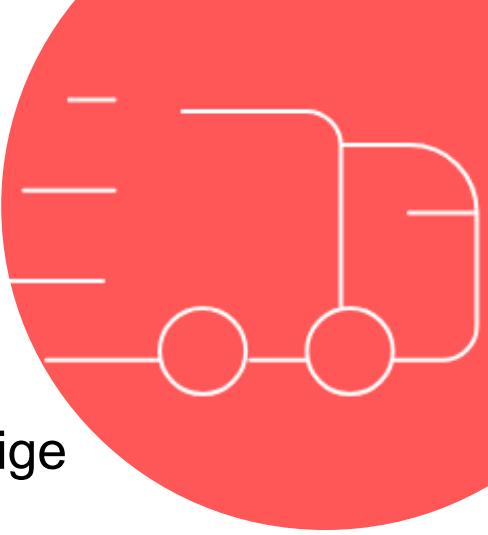
Der Prototyp wurde gemeinsam durchgegangen und anhand einfacher Nutzungsszenarien besprochen. Dabei wurden Verständnis, Einschätzungen zu Aufgaben und der wahrgenommene Nutzen festgehalten. Die Ergebnisse wurden anschließend gesammelt und den jeweiligen Hypothesen zugeordnet. Diese Testmethode stellte einen qualitativen Ansatz dar.

- <https://designthinking-methods.de/5Testen/nutzertests.html>

Anmerkung: Während der Nutzertests ließen wir einen Audio-Recorder mitlaufen. Dadurch konnten wir uns ganz auf die Durchführung der Tests konzentrieren und mussten weniger mitschreiben. Für die Auswertung wurde das Audio transkribiert. Anschließend haben wir das Transkript einem Chatbot übergeben, der auf dieser Basis unsere Testblätter ausgefüllt hat. Zu finden sind diese im Anhang auf Seite 40.

07 Validierung der Lösung

Geführte Nutzertests



Auswertung und Erkenntnisse

Die Auswertung der Nutzertests zeigt, dass viele unserer Annahmen bestätigt wurden. Gleichzeitig wurden auch Grenzen und wichtige Voraussetzungen für das Konzept sichtbar.

Die Annahme, dass Nutzer ohne zusätzliche Erklärung verstehen, wie Aufgaben erstellt, aufgeteilt und übernommen werden können, wurde größtenteils bestätigt. Sowohl Vereinsmitglieder als auch Personen aus der Vereinsorganisation konnten den Ablauf im Prototypen gut nachvollziehen. Das Prinzip der kleinen Aufgaben war für viele neu, wurde aber schnell verstanden. Für Personen, die bisher mit festen Ämtern gearbeitet haben, braucht es etwas Eingewöhnung.

Auch die Einschätzung der Aufgaben fiel positiv aus. Die Vereinsmitglieder beschrieben die Aufgaben als überschaubar und gut in den Alltag integrierbar. Kleine und klar beschriebene Aufgaben senken die Hemmschwelle, mitzumachen. Gleichzeitig wurde deutlich, dass die App nur dann gut funktioniert, wenn Aufgaben sinnvoll und klar eingestellt werden. Sind Aufgaben schlecht vorbereitet, verliert das System schnell an Wert.

Der vereinsübergreifende Wettbewerb wurde grundsätzlich als motivierend wahrgenommen. Allerdings zeigte sich, dass sich viele Mitglieder stärker mit ihrer eigenen Sparte als mit dem Gesamtverein identifizieren.

Das KI-gestützte Aufteilen und Verteilen von Aufgaben wurde von Verantwortlichen als hilfreich eingeschätzt. Besonders bei größeren Aufgaben kann dies Arbeit abnehmen. Gleichzeitig wurde betont, dass die letzte Entscheidung immer bei einer verantwortlichen Person liegen muss. Für Aufgaben mit hoher Verantwortung oder viel Fachwissen, wie zum Beispiel die Finanzverwaltung, ist eine starke Aufteilung eher ungeeignet.

Zusammenfassend zeigen die Nutzertests, dass das Konzept gut verstanden wird und grundsätzlich Zustimmung findet. Gleichzeitig machen die Ergebnisse deutlich, dass klare Regeln, gute Vorbereitung der Aufgaben und verantwortliche Steuerung notwendig sind, damit das System im Vereinsalltag sinnvoll eingesetzt werden kann.

07 Validierung der Lösung

Testkonzept Bestcase



Ziel des Testplans

Der folgende Testplan beschreibt, wie das Konzept in einem Verein langfristig getestet werden könnte. Ziel ist es zu zeigen, wie Nutzung, Wirkung und Akzeptanz unter realen Bedingungen gemessen werden können. Der Testplan wird im Rahmen des Projekts nicht umgesetzt, macht aber deutlich, wie unser Testaufbau idealerweise aussehen würde. Der Testplan besteht aus sechs Phasen.

Am Ende des Testzeitraums werden alle erhobenen Daten mit der Baseline verglichen. Die Ergebnisse werden den jeweiligen Lösungshypothesen zugeordnet, um zu bewerten, welche Annahmen bestätigt werden konnten und welche Voraussetzungen für eine erfolgreiche Einführung erfüllt sein müssen.

Phase 1

Zu Beginn des Tests wird eine Baseline erhoben. Das Engagement vor Einführung der App ist nicht zuverlässig messbar, da Aufgaben häufig informell verteilt werden und keine einheitliche Dokumentation existiert. Diese Daten eignen sich daher nicht als Vergleichsgrundlage. Die Messung beginnt erst mit der Nutzung der App. Erfasst wird, wie viele Aufgaben eingestellt und übernommen werden und wie viele unterschiedliche Vereinsmitglieder sich beteiligen. Diese Werte dienen als Ausgangspunkt für alle späteren Vergleiche.

Phase 2

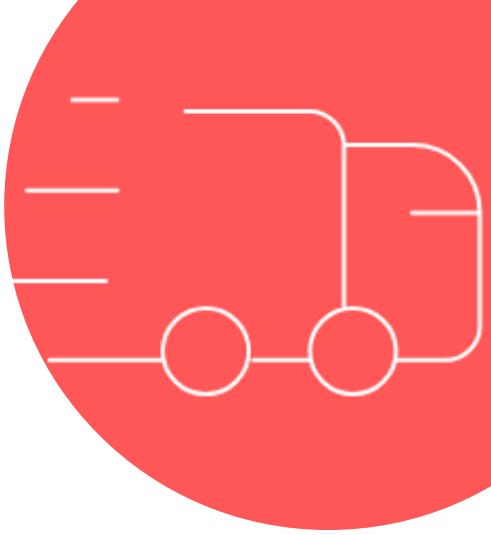
Die App wird aktiv im Verein eingeführt. Aus den Nutzertests ging hervor, dass eine begleitete Einführung notwendig ist, um den Erfolg des Konzepts sicherzustellen. Aufgaben müssen sinnvoll und klar eingestellt werden, da schlecht formulierte oder unpassende Aufgaben schnell zu Frustration führen können. Um dies zu vermeiden, erfolgt die Einführung idealerweise in Form eines Workshops für Verantwortliche und Aufgaben-Einstellende. In dieser Phase werden erste Aufgaben über das System eingestellt und von Vereinsmitgliedern übernommen.

Phase 3

Nach der Einführung wird beobachtet, wie viele Aufgaben von Vereinsmitgliedern übernommen werden und wie viele unterschiedliche Personen aktiv sind. Anhand dieser Entwicklung lässt sich erkennen, ob sich Vereinsmitglieder häufiger für Engagement entscheiden. Die Daten aus dieser Phase werden mit der Baseline verglichen.

07 Validierung der Lösung

Testkonzept Bestcase



Phase 4

Im weiteren Verlauf wird untersucht, wie Vereinsmitglieder ihr Engagement verstehen. Dabei steht im Fokus, ob Aufgaben übernommen werden, ohne dass dafür feste Ämter vergeben werden. Relevant ist, ob sich Engagement stärker als flexible Beteiligung zeigt. Dies lässt sich daran erkennen, wie viele einzelne Aufgaben von Mitgliedern ohne Amt übernommen werden und wie sich das Verhältnis zwischen projektbezogenen Aufgaben und festen Ämtern im Zeitverlauf verändert.

Phase 5

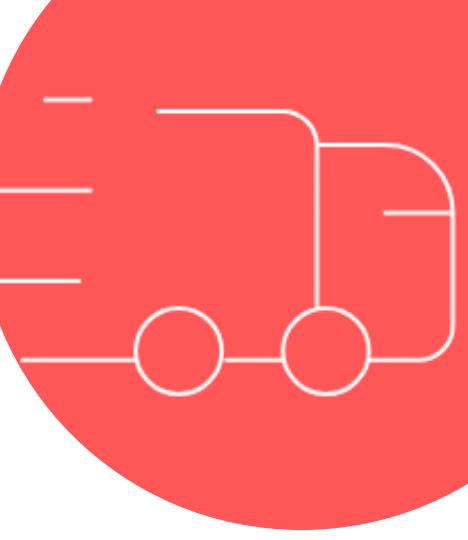
Über mehrere Monate hinweg wird beobachtet, ob Mitglieder wiederholt Aufgaben übernehmen. Ziel ist es zu erkennen, ob Engagement gut in den Alltag integrierbar ist und dauerhaft bestehen bleibt. Dies zeigt sich daran, ob Mitglieder über längere Zeit aktiv bleiben und Aufgaben mehrfach übernehmen, ohne dass es häufig zu Abbrüchen kommt.

Phase 6

Der Wettbewerb kann erst sinnvoll getestet werden, wenn mehrere Vereine teilnehmen, da nur so echte Vergleichbarkeit entsteht. In dieser Phase wird beobachtet, ob sich die Aktivität während eines Wettbewerbszeitraums erhöht. Ein Anstieg der Aufgabenübernahmen und der Anzahl aktiver Mitglieder sowie Rückmeldungen zur Motivation zeigen, ob der Wettbewerb Identifikation und Beteiligung stärkt.

08 Ausblick

Was kommt als nächstes?



MVP

Als nächster Schritt müsste das Konzept in eine erste funktionierende Version der App überführt werden. Dafür wäre ein MVP als Betaversion sinnvoll, das sich bewusst auf die Kernfunktionen beschränkt, die im Projekt entwickelt und getestet wurden. Ziel wäre es, die App im Vereinsalltag tatsächlich nutzbar zu machen und erste echte Erfahrungen mit der Anwendung zu sammeln.

Branding

Wir haben uns in der bisherigen Ausarbeitung stark auf die Funktion und Wirkungsweise der Lösung konzentriert. Es fehlt einheitliches Markenkonzept. Dieses muss ausgearbeitet werden. Dazu gehören ein Name, ein Logo und ein sauberes Erscheinungsbild.

Anwenden des Testkonzeptes

Weiter könnte die Betaversion in ausgewählten Vereinen eingeführt werden. Dort ließe sich beobachten, wie die App im Alltag genutzt wird und wie Vereinsmitglieder und Verantwortliche mit ihr arbeiten. Die im Projekt entwickelten Testkonzepte bieten dafür eine gute Grundlage, um das Nutzerverhalten weiter auszuwerten und das Konzept gezielt weiterzuentwickeln.

09 Reflexion

Was nehmen wir mit?



Jasper:

Im Endeffekt hat mir das Modul Innovative Konzepte Spaß gemacht, auch wenn ich mit der Semesterchallenge stellenweise meine Schwierigkeiten hatte. Der thematische Rahmen war interessant, aber sehr offen, wodurch es mir zu Beginn schwerfiel, einen klaren roten Faden im Vorgehen zu erkennen. Besonders der Design-Thinking-Prozess wirkte anfangs ungewohnt auf mich. Dass Phasen nicht strikt linear ablaufen und man bewusst wieder zurückspringt, war für mich zunächst schwer nachvollziehbar und hat mir die Orientierung erschwert.

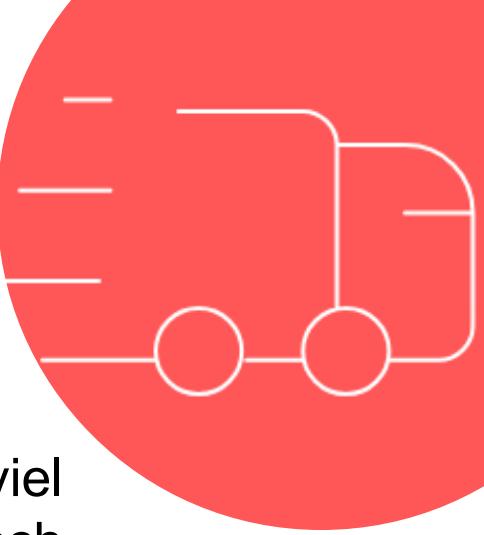
Gerade in der Anfangsphase hatte ich Probleme damit zu verstehen, wann eine Phase „abgeschlossen“ ist und aus welchem Grund eine erneute Iteration sinnvoll oder notwendig ist. Mir fehlte zunächst ein klares Muster oder eine feste Struktur, an der ich mich festhalten konnte. Dadurch wirkte der Prozess stellenweise eher diffus als methodisch.

Mit zunehmender Arbeit im Projekt wurde mir jedoch klar, dass genau darin der eigentliche Sinn des Design Thinkings liegt. Sobald man verstanden hat, dass Iterationen kein Rückschritt, sondern ein bewusstes Schärfen des Problemverständnisses sind, ergibt sich ein gut funktionierender und nachvollziehbarer Prozess. Die Methoden dienen dabei nicht als Selbstzweck, sondern als Werkzeuge, um Annahmen zu überprüfen und Entscheidungen fundierter zu treffen.

Positiv hervorzuheben ist das konsequente Durchführen der Methoden. Umfragen, Interviews und Brainstorming-Formate wie Crazy 8s haben mir deutlich gezeigt, wie wichtig strukturierte Nutzerforschung ist und wie stark eigene Annahmen und persönliche Biases die Ideenfindung beeinflussen können. Gerade durch diese praktische Erfahrung wurde für mich nachvollziehbar, warum der iterative Ansatz des Design Thinkings sinnvoll ist und zu tragfähigeren Konzepten führen kann.

09 Reflexion

Was nehmen wir mit?



Iason:

Das Modul Innovative Konzepte habe ich als intensiv, aber zugleich sehr bereichernd erlebt. Besonders die Umfragen haben mir viel Freude gemacht, da sie den direkten Kontakt zu realen Nutzer:innen ermöglichen und eigene Annahmen immer wieder kritisch hinterfragt wurden. Dieser Perspektivwechsel war für mich persönlich sehr wertvoll.

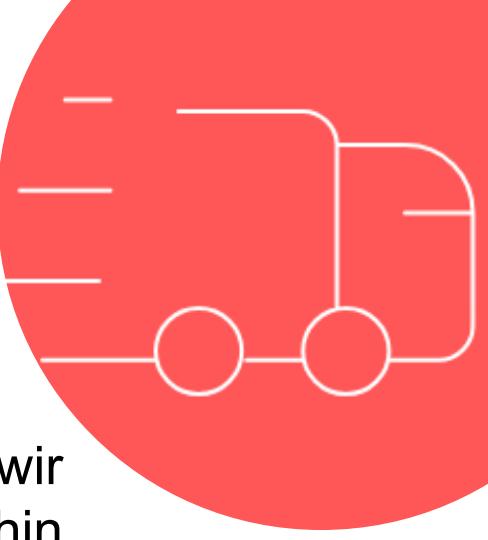
Ein weiteres Highlight war das Rapid Prototyping, vor allem die Arbeit mit KI-Tools wie Lovable und mit Figma. Die Möglichkeit, Ideen schnell zu visualisieren und iterativ weiterzuentwickeln, hat mir nicht nur Spaß gemacht, sondern auch mein Verständnis für moderne Konzeptions- und Designprozesse deutlich vertieft.

Die Semesterchallenge empfand ich als herausfordernd, aber genau darin lag für mich der Reiz des Moduls. Nicht sofort eine „richtige“ Lösung zu haben, sondern sich schrittweise an ein tragfähiges Konzept heranzuarbeiten, war lehrreich und motivierend zugleich. Auch die Gruppenarbeit warfordernd, hat mir jedoch gezeigt, wie wichtig Kommunikation und unterschiedliche Blickwinkel für innovative Ergebnisse sind.

Rückblickend nehme ich aus dem Modul viele methodische Impulse mit und habe meine eigene Arbeitsweise im Bereich Konzeption und Prototyping weiterentwickeln können. Trotz des hohen Aufwands blicke ich sehr positiv auf das Modul zurück.

09 Reflexion

Was nehmen wir mit?



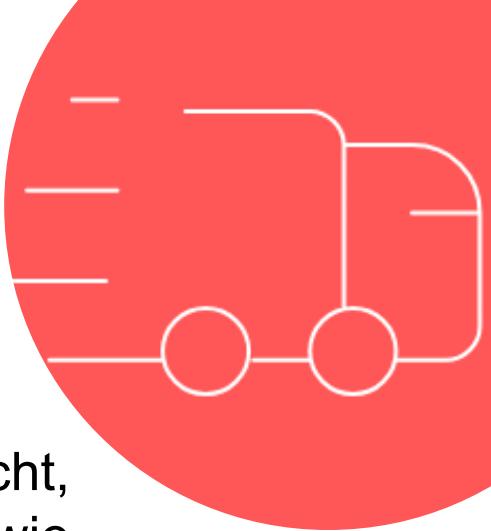
Lennart:

Rückblickend lässt sich festhalten, dass mir dieses Modul auf jeden Fall viel Spaß gemacht hat. Besonders die Art und Weise, wie wir vorgegangen sind, war sehr sinnvoll. Wir haben eine Idee nicht nur kurz diskutiert, sondern sie wirklich vom allerersten Konzept bis hin zum fertigen Entwurf komplett durchgearbeitet. Dabei gefiel mir besonders, dass wir nie den Bezug zur Realität verloren haben. Die Anwendung stand immer im Vordergrund. Durch dieses Vorgehen nach dem Double-Diamond-Prinzip (DD) bin ich mit einigen neuen Methoden in Berührung gekommen, von denen ich glaube, dass sie mir auch im Bezug auf andere Module noch hilfreich sein können. Eine riesige Hilfe in diesem ganzen Prozess waren für mich, und auch das restliche Team, die Workshops. Ohne diese Termine wäre ich an einigen Stellen vermutlich ziemlich aufgeschmissen gewesen. Sie haben mir geholfen, nicht vom Weg abzukommen und den roten Faden durch den teils komplexen und auch etwas unübersichtlichen Prozess beizubehalten.

Wenn ich das Semester zusammenfasse, habe ich in diesem Modul viele neue Methoden für mich entdecken können und habe, was für mich die wichtigste Erkenntnis ist, deutlich besser verstanden, wie man mit dem Double-Diamond-Prozess eine Idee professionell ausarbeitet.

09 Reflexion

Was nehmen wir mit?



Steffen:

Das Modul hat mich insgesamt sehr gefordert. Besonders positiv war für mich die Arbeit im Team. Es hat viel Spaß gemacht, gemeinsam Lösungen zu diskutieren und zu erarbeiten. Gleichzeitig war es für mich auch wieder eine kleine Offenbarung, wie unterschiedlich Teammitglieder auf scheinbar dieselben Probleme oder Lösungen schauen. Oft denkt man, man sei sich einig, merkt dann aber schnell, dass jede Person etwas anderes sieht und in eine andere Richtung denkt.

Zu Beginn war das Modul und vor allem die Semesterchallenge für mich lange Zeit sehr abstrakt und schwer greifbar. Erst durch die Workshops wurde mir klarer, worum es eigentlich geht und wie die einzelnen Schritte zusammenhängen. Ab diesem Punkt hat mir das Modul deutlich mehr Spaß gemacht. Besonders viel nehme ich aus der Teamarbeit mit, vor allem das gemeinsame Bewerten von Ideen und Ergebnissen. Außerdem habe ich einen guten Überblick darüber bekommen, mit welchen Prozessen und Methoden Ideenfindung, Kreativität und Lösungserarbeitung systematisch angegangen werden können. Diese Erkenntnis schätze ich besonders, auch wenn sie bei mir am längsten gebraucht hat.

Natürlich gab es auch negative Punkte. Zum einen war es für mich sehr anstrengend, immer wieder auf die notwendige Ebene des abstrakten Denkens zu kommen. Zum anderen haben sich einige Methoden während der Umsetzung oder im Nachhinein als so zeitintensiv herausgestellt, dass wir sie abbrechen mussten. Dadurch sind wir häufiger auf dieselben Methoden zurückgegriffen, um unterschiedliche Lösungsansätze zu entwickeln. Rückblickend hätten wir uns außerdem mehr Zeit für Planung und Dokumentation nehmen sollen. Es ist uns öfter passiert, dass wir aus Gruppentreffen keine Fotos oder andere Materialien mitgenommen haben. Beim Erstellen des Portfolios fühlte sich es so teilweise wie Tagebuchschreiben an.

Unsere Treffen in Präsenz liefen zudem oft unkoordiniert ab. Das hatte zwar den positiven Effekt, dass wir sehr gut im Diskutieren und im informellen Brainstorming geworden sind, gleichzeitig haben wir aber viel Zeit gebraucht, um die nächsten konkreten Schritte und die passenden Methoden dafür zu identifizieren.

Zeitlich war es eines der Module, in die ich tatsächlich ungefähr so viele Stunden investiert habe, wie vom Modul vorgesehen. Viele Aufgaben waren nicht besonders kompliziert, haben aber viel Zeit in Anspruch genommen. Die letzte und zugleich größte Herausforderung bestand für mich darin, bei der Durchführung der einzelnen Schritte stets den Gesamtprozess im Blick zu behalten und nicht nur von Methode zu Methode zu arbeiten.