

Erstellen eines Konzepts¹

Konzepte sind Beschreibungen, wie bzw. mit welchen Strategien man ein bestimmtes Problem lösen möchte. Es soll die Zielgruppe davon überzeugen, dass der gewählte Weg hilfreich für die Problemlösung ist. Oft scheitern Konzepte nicht an schlechten Ideen oder fehlerhaften Projektplanungen, sondern an Unvollständigkeit, fehlender Überzeugungskraft oder weil sie einfach schlecht erstellt wurden.

Der entscheidende Schritt beim Erstellen eines Konzepts ist die **klare Festlegung des Ziels**. Das weitere Konzept orientiert sich an diesem Ziel und bestimmt die nachfolgenden Aktivitäten. Daraus resultiert die Grundfrage eines Konzepts:

Was wollen wir erreichen? Wie soll die Umsetzung erfolgen?

Das Konzept beschreibt Strategien, wie das Ziel erreicht werden kann und welche Schritte bzw. Herangehensweisen dafür erforderlich sind.

Erster Schritt ist es, **relevante Informationen zusammenzutragen** bzw. bestimmte Fragestellungen (siehe Kasten rechts) zu beachten.

Fragestellungen zum Konzept:

- Verfügbare bzw. erforderliche Zeit
- Verfügbare bzw. erforderliche Budgets
- Welche Erwartungen müssen erfüllt werden?
- Was muss unbedingt beachtet werden?
- Welche möglichen Lösungen gibt es und welche davon wird empfohlen (Begründung!)

Anschließend erfolgt die **Entwicklung einer geeigneten Strategie**. Auf welche Weise und mit welchen Maßnahmen soll das Problem gelöst werden?

Hier kann es für zukünftige Argumentationen durchaus sinnvoll sein, mehrere Möglichkeiten zu betrachten und dann entsprechend zu begründen, warum man eine bestimmte Strategie gewählt hat (Vor-, Nachteilsbetrachtung).

Für den Erfolg eines Konzeptes ist es wichtig, dass es **vollständig und übersichtlich** ist, sich aber **auf das Wesentliche konzentriert**. Eine **kompakte Darstellung mit klaren Formulierungen** sowie der Verzicht auf unnötige Abschweifungen sind dafür die Voraussetzung.

Last not least ist es wichtig, dass man sich **Meinungen und Feedback**, vor allem auch von denjenigen holt, die hinterher mit der Umsetzung beschäftigt sind. Hier können zusätzliche Erkenntnisse gewonnen und auch die Akzeptanz des Konzepts erhöht werden.

¹ siehe <https://karrierebibel.de/konzept-erstellen/#Was-macht-ein-gutes-Konzept-aus>

Das ZEBRA-Prinzip der Konzepterstellung

Hinweise/Kriterien für eine erfolgreiche Konzepterstellung hat die Trainerin und Autorin Katja Ischebeck formuliert²:

■ Zielorientiert

Wird ein Konzept erstellt, das nicht klar und eindeutig definiert, welche Ziele es gibt, ist dies von Anfang an gescheitert. Nach der Lektüre Ihres Konzepts soll der Chef **nicht** fragen: *Worum genau geht es dabei überhaupt?*

■ Empfängerorientiert

Ein erfolgreiches Konzept sollte sich immer daran orientieren, für wen es erstellt wird. Nur so kann es wirklich für alle verständlich sein, auch wenn nicht alle Beteiligten denselben Wissenstand zum Thema mitbringen. Dies ist ein entscheidender Punkt für die erfolgreiche Kommunikation.

■ Beherzt und auf den Punkt gebracht

Wollen Sie ein gutes Konzept erstellen, sollten Sie es kurz und knackig machen. Holen Sie nicht endlos weit aus und reden Sie nicht um den heißen Brei herum. Fassen Sie sich kurz, konzentrieren Sie sich auf die wichtigsten Aussagen und schaffen Sie eine klare Linie.

■ Realistisch geplant

Konzepte können auch große Ziele beinhalten, allerdings muss es auch umsetzbar bleiben. Utopische Erwartungen und Ziele, die niemals erreicht werden können – sei es aus zeitlicher oder vielleicht auch finanzieller Sicht – lassen jedes Konzept scheitern.

■ Auslöser für Aktivitäten

Zu guter Letzt sollten Sie Konzepte erstellen, die nicht nur Ideen und Ziele, sondern auch klare Strategien und Handlungsempfehlungen enthalten. Dies orientiert sich an der Frage: Was muss und soll getan werden, um das Ziel zu erreichen?

² Katja Ischebeck, Erfolgreiche Konzepte: Eine Praxisanleitung in 6 Schritten, 3. Aufl. Sept. 2013, GABAL-Verlag, Offenbach

