



### Arbeitsblatt 23: Fokusthema – Ressourcen



Sie haben den Science Fiction Modus eingeschaltet und sind auf eine tolle Idee gekommen. Sie haben den Gänsehautfaktor der Idee bei sich geprüft und sind sicher, dass genug Begeisterung in Ihrer Idee steckt, um auch Kritik standzuhalten. Abschließend haben Sie die Idee auch noch bei fünf möglichen Fans und Kunden getestet und den 2 von 5 Test mit Bravour bestanden.

Dann gilt es jetzt den abschließenden Schritt von der Ideenfindung zur Ideenumsetzung zu machen.



Einer der wichtigsten Maßnahmen in der Ideenumsetzung ist es, die eigene Begeisterung für seine Idee auf den Endkunden der Idee zu übertragen. Auf den oder diejenigen, die die Idee später einsetzen, kaufen oder umsetzen sollen.

Dafür benötigen wir Ressourcen und sehr oft die Unterstützung durch Andere, durch ein Team. Denn Ideen werden durch Einzelne gefunden, umgesetzt werden sie durch Teams.

Im Podcast erwähnte Links:

- Der Blog zum Podcast. Diskussions- und Austauschplattform für alle Hörer:  
[www.was-ist-kreativitaet.de/podcast](http://www.was-ist-kreativitaet.de/podcast)  
In dieser Rubrik finden Sie auch immer wieder ergänzende Anmerkungen und Blogbeiträge zu den einzelnen Folgen.
- Information und Inhalte vergangener Beiträge können Sie natürlich gerne auch abrufen, wenn Sie später eingestiegen sind oder einmal einen Tu´sletter verpasst haben:  
[www.nils-baeumer.de/podcastinhalte](http://www.nils-baeumer.de/podcastinhalte)
- Wenn Sie mehr zu mir, meinen Produkten (CD´s, Kreativität41 - die APP zur Ideengenerierung, dem Kaleidozyklus zum Podcast, Bücher usw.) erfahren wollen:  
[www.nils-baeumer.de/kreatives](http://www.nils-baeumer.de/kreatives)
- Schriftbild „Dufter Typ“ in Spiegelschrift in einem Internetshop:  
<http://www.spreadshirt.de/dufter%20typ+geschenke>
- The Awareness Test im Internet bei Youtube:  
<https://www.youtube.com/watch?v=Ahg6qcgoay4>



### Bestimmen Sie den Zielkunden

Im Ideenprozess denken wir oftmals nur an die Person oder Gruppe, die wir als nächstes von unserer Idee begeistern wollen. Es ist allerdings immer wichtig bis zum Endkunden der Idee weiter zu denken, um nicht auf der Strecke zu scheitern.

Wenn ein neues Produkt nur den Investoren gefällt, dann haben Sie zwar den Schritt zur Produktion eventuell geschafft, aber noch nichts davon verkauft. Ziel ist es immer, die Begeisterung bis zum Anwender, dem Nutzer der Idee zu transportieren. Einige der folgenden Fragen, können Ihnen helfen diesen Weg erfolgreich zu planen.

### Zielkunde

Wie sieht der Wunschkunde meiner Idee aus und was begeistert ihn an meiner Idee?

---

---

---

---

Welche unterschiedlichen Gruppen gilt es auf dem Weg zur Ideenumsetzung zu begeistern?

---

---

---

---

Welche Strategien erfordern die unterschiedlichen Zielgruppen?

---

---

---

---

Welche Ressourcen können zur Begeisterung der Zielgruppen eingesetzt werden? Werden Sie hier noch einmal kreativ und suchen nach außergewöhnlichen Wegen.

---

---

---

---