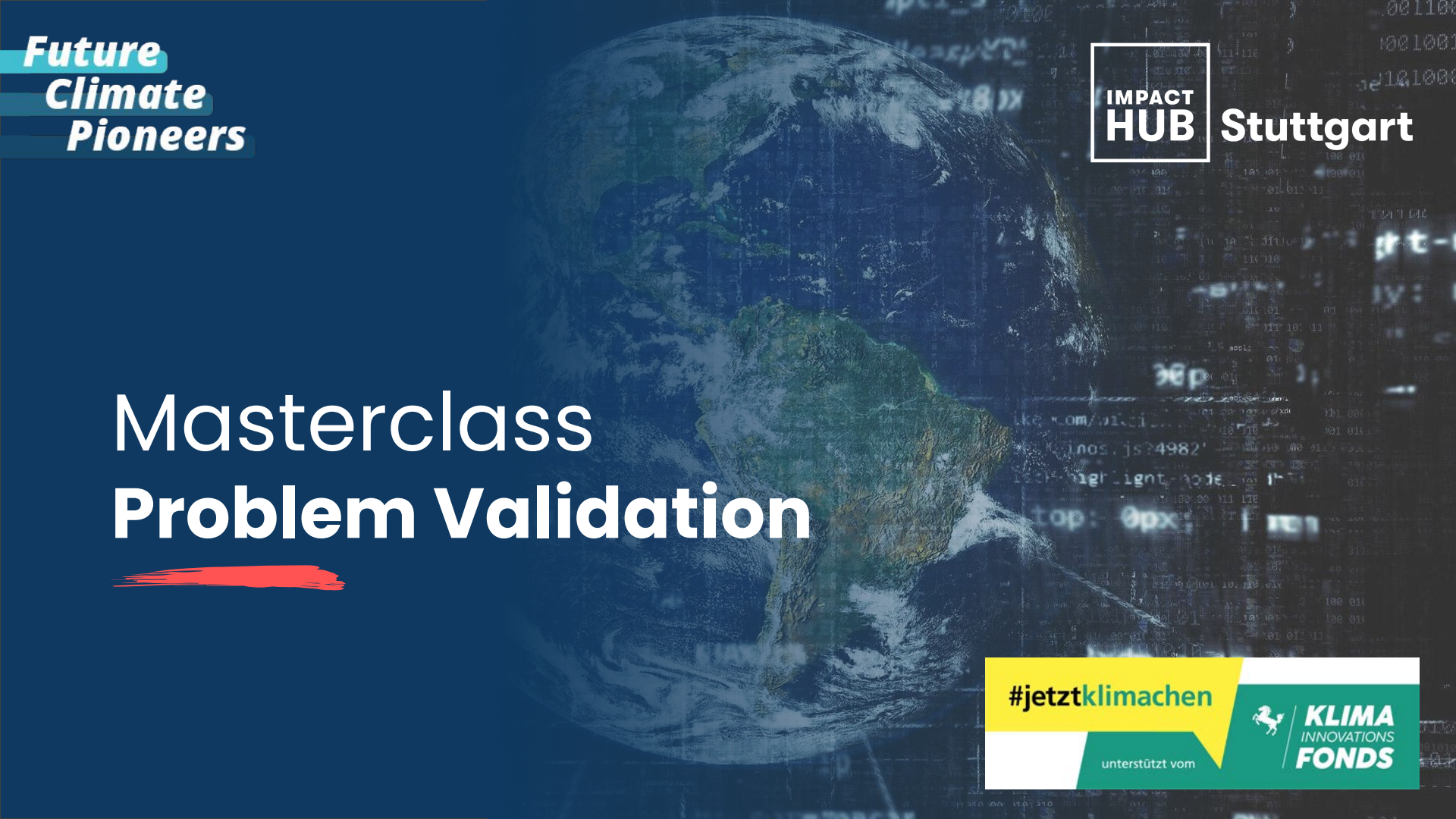
Future Climate Pioneers

IMPACT HUB Stuttgart

Masterclass
Problem Validation



#jetztklimachen

unterstützt vom

KLIMA INNOVATIONS FONDS

Agenda

Intro: Problem Validation

Intro: Zielgruppen / Begünstigte

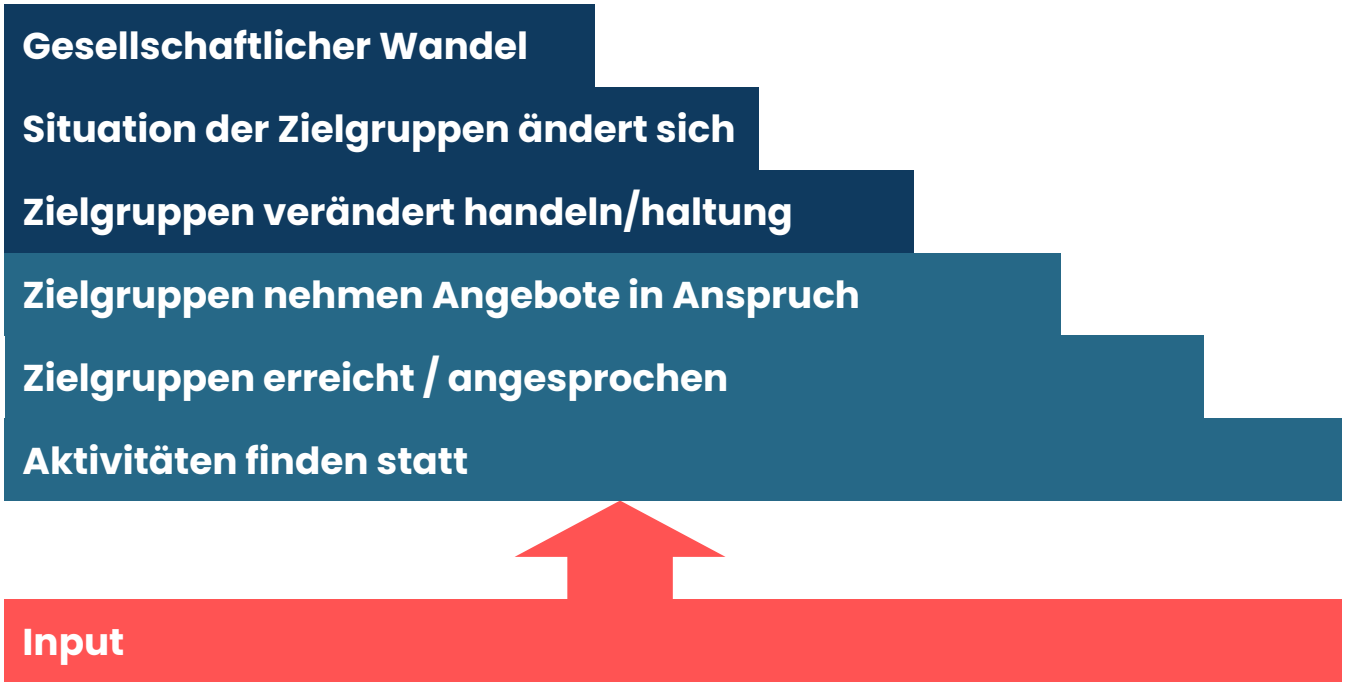
Intro: Annahmen

Übungen / Follow-up Tasks

Ziele dieser Masterclass

- Die Perspektive auf das Problem erweitern
- Identifikation der Nutzer:innen und deren Bedarfe
- Herausarbeiten der Kernproblematik
- Strukturierung der eigene Annahmen

Wirkungstreppe (Logik)



Outcome
Veränderung
Zielgruppe

Output
Veränderung
Organisation

Quelle: Phineo

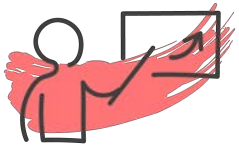
Problem Analyse - Tools



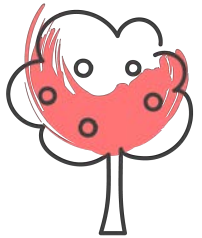
Identifizieren der Nutzer:innen und Begünstigten + Personas



Problem Definition



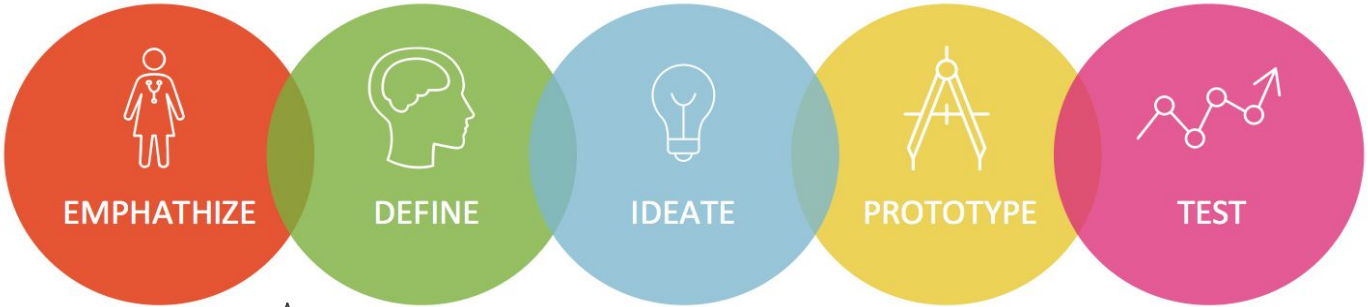
Skizzieren der Annahmen



Ursachen Analyse (Problem-Tree)

Forschung: Schreibtisch-Recherche / Experten-Interviews

Human-centered design



Los gehts!

Future Climate Pioneers

Nutzer:innen und Begünstigte



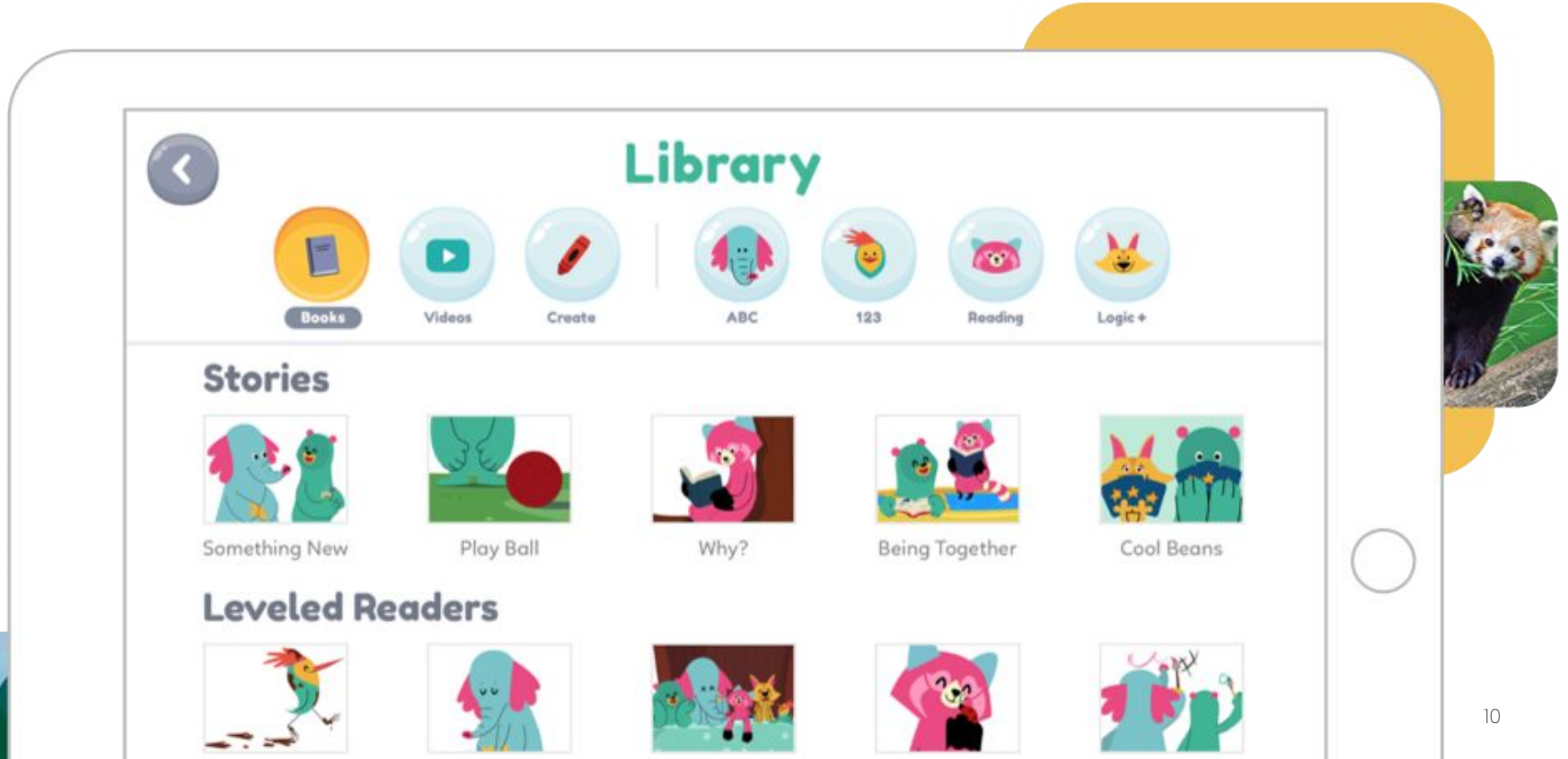
Nutzer:innen und Begünstigte

- **Begünstigte:** Direkt von dem betroffen. Diese Gruppe zieht einen direkten Nutzen aus deinem Produkt. Die Umwelt kann ebenfalls zu dieser Gruppe gehören. Es kann mehrere Gruppen geben.
- **Nutzer:innen:** Nutzen und interagieren direkt mit dem Produkt. Sie können von dem Produkt profitieren oder damit selbst anderen Zielgruppen helfen.
- **Wichtig:** Nutzer:innen und Begünstigte könne dieselben Gruppen sein.




Gemeinsam handeln.
Gemeinsam genießen.
Machen Sie mit!
Krombacher
REGENWALD-PROJEKT
2008
1 Kasten = 1 m²*

Beispiel


Library
Books
Videos
Create
ABC
123
Reading
Logic +
Stories
Something New
Play Ball
Why?
Being Together
Cool Beans
Leveled Readers

Beispiel

IMPACT HUB Stuttgart



Beispiel

IMPACT HUB Stuttgart



Beispiel

IMPACT HUB Stuttgart



Beispiel

IMPACT HUB Stuttgart

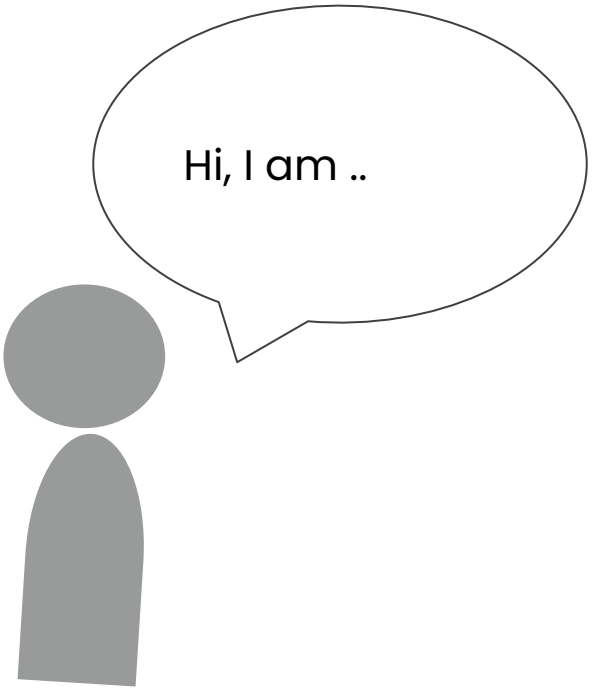


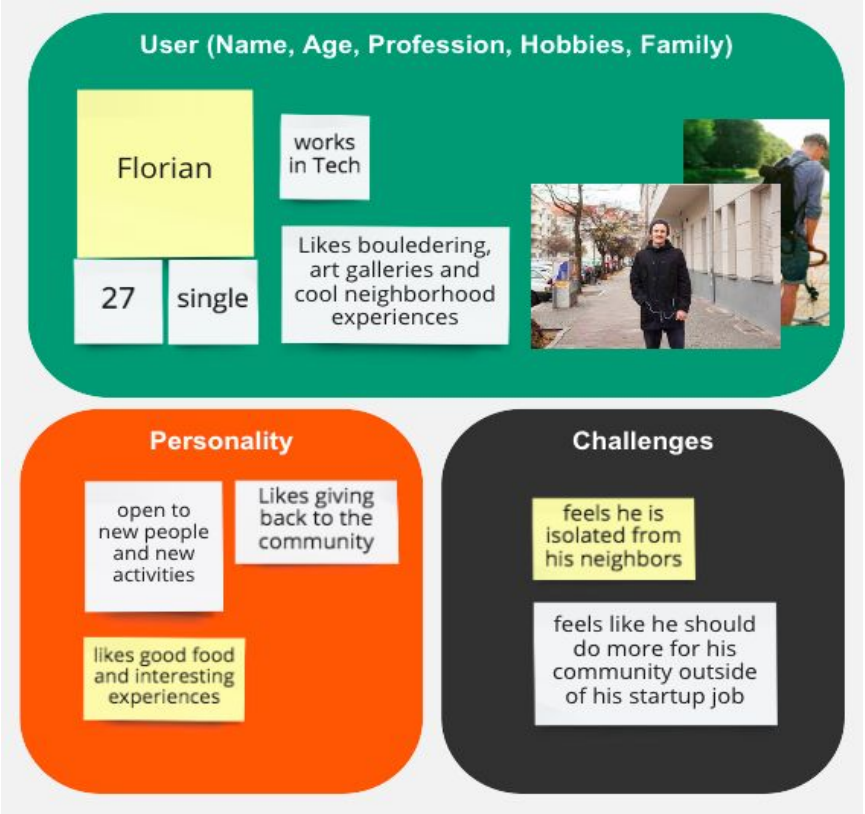
Beispiel

IMPACT HUB Stuttgart



Was ist eine Persona?



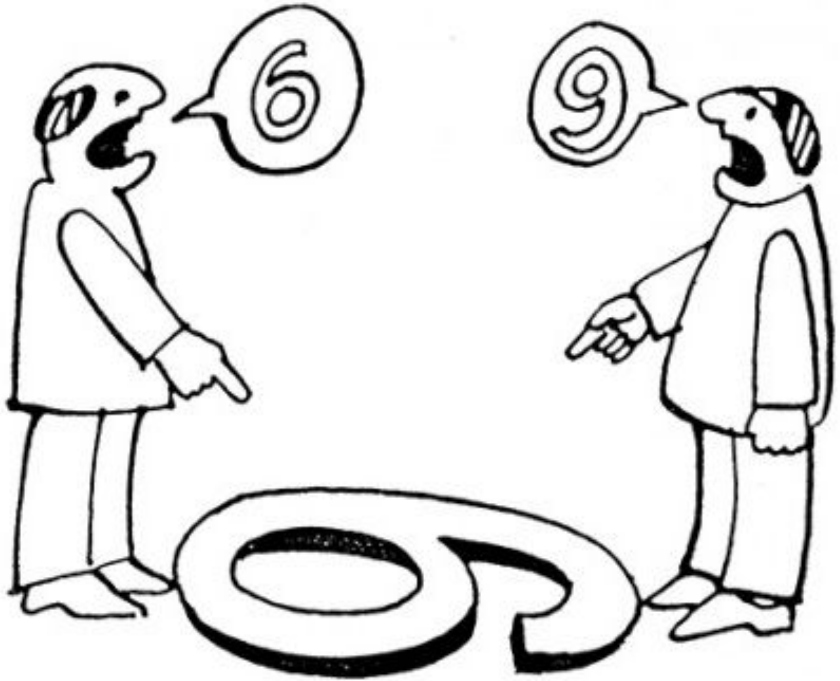


Wozu das Ganze?

- **Nutzer:innen/Begünstigte zentriert**: Empathie ist zentral für maßgeschneiderte Angebote
- **Unterscheidung**: einige Geschäftsmodelle unterscheiden zwischen Nutzer:innen und Begünstigte. Wichtig ist hier die Personas jeweils auszuarbeiten
- **Storytelling**: Personas helfen dabei, eine überzeugende Benutzer:innen-Geschichte zu erstellen - die hilft wiederum dabei, einen Bezug zur Zielgruppe herzustellen und das Publikum zu überzeugen.

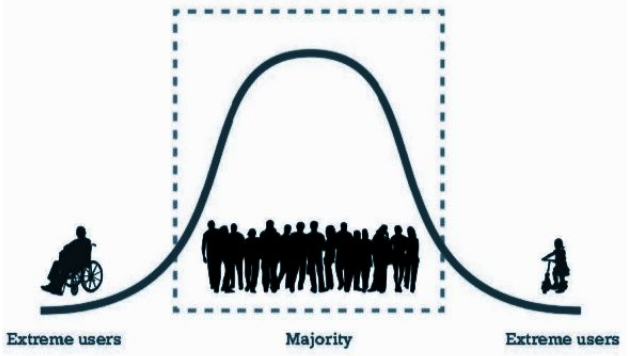


Wozu das Ganze?



Wie können wir mit Personas arbeiten?

- Denk an die Personen, **die von dem Problem betroffen sind**
- **Versetze dich eingehend in die Perspektive der Zielgruppe**, indem Sie deren Gedanken, Erfahrungen, Handlungen, Wünsche herauskristallisieren
- **Wiederhole** die gleiche Übung mit einem typischen Nutzer
- **Berücksichtige auch Randgruppen.**



Future Climate Pioneers

Annahmen



Annahmen

Wenn Ihr über Eure Begünstigten und Nutzer:innen nachdenkt, geht Ihr von bestimmten Annahmen aus. Ihr müsst Euch dieser Annahmen bewusst sein (und sie in einem nächsten Schritt überprüfen).

Indem Ihr alle selbstverständlichen Fakten hinterfragt, werdet Ihr euch der Annahmen bewusst, die Ihr trefft:

- Die **Zielgruppe/Nutzer**
- Euer **USP**
- Die **Machbarkeit** der Lösung

Die Validierung dieser Annahmen stellt sicher, dass Ihr ein relevantes und realisierbares Produkt/eine realisierbare Dienstleistung entwickelt, das/die das Problem, das gelöst werden soll, auch wirklich angeht.

Gewagte Annahmen

Gewagte Annahme = Wirkung x Risiko

Beispiel

Die entscheidende Annahme von Airbnb:
Die Leute wollen im Bett eines Fremden schlafen, nicht in einem Hotel.

Das brachte sie auf die Idee, ihr Wohnzimmer in ein Gästezimmer mit Luftmatratzen zu verwandeln, inklusive Frühstück.



Future Climate Pioneers

Follow-up Übungen



Übung: Nutzer:innen & Begünstigte

20’

- Sucht euer Miro-Board und nutzt den Rahmen, um eure **Nutzer:innen und Begünstigten darzustellen**.
- Falls zutreffend und falls Ihr noch Zeit habt, denkt bereits über die Details Eurer Persona(s) nach.



Dann

- Definiert eine **Problemstellung**.
  Was ist das Problem, das wir lösen wollen und für wen?



- Existiert wahrscheinlich bereits :-) Vergewissert euch , dass es sich um ein Problem handelt, das Eure Begünstigten betrifft, damit es nicht zu weit gefasst ist.

Übung: Was wissen wir wirklich?

10’

Überprüft eure Nutzer:innen/Begünstigten



Hinterfragt jeden Aspekt **und listet die zugrunde liegenden Annahmen auf.**

Wenn Ihr genügend Zeit haben, markieren eure Eure kritischste(n) Annahme(n). Fragen Euch selbst: Würde meine Lösung auch dann noch funktionieren, wenn sich diese Annahme als falsch herausstellt?

Follow-up Übungen

IMPACT HUB Stuttgart

Root Cause Diagramm

Füllt das Root Cause Diagramm (Problem-Tree) Vorlage auf Miro aus. Dies wird Euch helfen, die Ursachen (Wurzeln) und Auswirkungen (Blätter) des Problems zu verstehen. Um die Auswirkungen eines Problems zu lösen, müssen wir idealerweise seine Wurzeln angehen.



Future
Climate
Pioneers

Check Out



Kernbotschaften für heute

- **Glaube niemals das Problem vollständig verstanden zu haben**: Ändere Perspektiven und stelle deinen Annahmen in Frage.
- **Annahmen-Mappen** ist ein guter Ansatz, um Wissenslücken und Vorurteile zu identifizieren.
- **Du musst kein Experte sein**: zuhören ist immer der beste Ansatz "If I would have one hour to chop a tree, I would spend 45 minutes sharpening my axe."

Weitere Ressourcen

Vertiefenden Lektüre:

- You can have a look at Stanford's take on empathy (page 2)
- The field Guide to Human-Centered Design https://www.designkit.org/resources/1
- Here (page 4) you can get some inspiration for which questions to ask
- Try out the simple Why-How-Laddering technique to find the right abstraction level for your challenge. Explained e.g. in this tutorial.

HighFives!



Future Climate Pioneers

IMPACT HUB Stuttgart

Vielen Dank!
Future Climate Pioneers

Bis zur nächsten Session!