

Fachbereich Medien

Stolle, Martina

Software zur kreativen Ideenfindung

Eine Produktskizze für kleinere und mittlere Kommunikationsagenturen

– eingereicht als Diplomarbeit –

Hochschule Mittweida – University of Applied Science

Die vorgelegte Arbeit wurde am 24.04.2009 verteidigt.

Erstprüfer Zweitprüfer

Prof. Dr. phil. Ludwig Hilmer Dipl. Kfm. Jan Weller

Stolle, Martina:

Eine Produktskizze für kleinere und mittlere Kreativagenturen. - 2009 - 159 S.
Mittweida, Hochschule Mittweida (FH), Fachbereich Medien, Diplomarbeit

Referat

Die Diplomarbeit erarbeitet eine Softwareskizze für kleine und mittlere Kommunikationsagenturen in Deutschland, die diese bei der Ideenfindung, -verwaltung und -archivierung unterstützen soll. Dazu werden die theoretischen Grundlagen der Kreativ- und Teamarbeit aufgearbeitet, die tatsächliche Arbeitsweise der Teams mittels einer Umfrage und bereits vorhandene Software auf deren Einsatzmöglichkeiten untersucht. Am Ende der Arbeit fließen die gewonnenen Erkenntnisse in der Erstellung eines Softwarekonzeptes zusammen, welches auf wissenschaftlichen Grundlagen basiert und durch die Analyseergebnisse ergänzt wird.

Inhaltsverzeichnis

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis	VI
1. Einleitung	8
1.1. Zielsetzung	9
1.2. Vorgehen	10
2. Theorie der Kreativarbeit	11
2.1. Begriffsbestimmung und Analyserahmen	11
2.1.1. Der Begriff „Kreativität“ und der kreative Prozess	11
2.1.2. Der Begriff „Agentur“	13
2.1.3. Das Kreativteam	14
2.2. Teamarbeit in der Theorie	15
2.3. Theoretischer Ablauf einer Kreativsitzung	16
2.4. Der Moderator	18
2.5. Der Protokollant	19
2.6. Das Team	19
2.7. Methoden der Ideenfindung	22
2.7.1. Recherchebasierte Methoden	24
2.7.2. Brainstorming	25
2.7.3. Brainwriting	27
2.7.4. Methode 6-3-5	29
2.7.5. Mind Mapping und Clustering	30
2.7.6. Umkehr-Methode	31
2.7.7. Bisoziation	31
2.7.8. Reizworttechnik	32
2.7.9. 6-Hüte	33
2.7.10. Osborn-Methode	34
2.7.11. Walt-Disney-Methode	35
2.7.12. Morphologie	37
2.7.13. Andere Methoden	38
2.7.14. Methoden zur Vorauswahl der Lösungsvorschläge	40
2.7.15. Fazit Methoden	41

2.8. Technische Hilfsmittel	41
2.8.1. FlipChart	41
2.8.2. Pinnwand	41
2.8.3. Whiteboard	42
2.8.4. Weitere Hilfsmittel	42
2.8.5. Tageslicht- bzw. Overhead-Projektor	42
2.8.6. Beamer	43
2.8.7. Computer und Software	43
2.8.8. Fazit Hilfsmittel	44
3. Die Teams in der Realität – die Umfrage	45
3.1. Wissenschaftliches Vorgehen	45
3.2. Formulierung der Fragestellung	45
3.3. Diskussion der Stichprobe	46
3.4. Ablauf und zeitlicher Rahmen	47
3.5. Gliederung des Fragebogens	48
3.5.1. Komplex I: Kreativteams und ihre Zusammensetzung	48
3.5.2. Komplex II: Nutzung und Bekanntheitsgrad von Ideenfindungsmethoden	48
3.5.3. Komplex III: Nutzung und Bekanntheitsgrad von Ideenfindungssoftware	49
3.6. Ergebnisse der Befragung	50
3.6.1. Auswertung I: Kreativteams und ihre Zusammensetzung	51
3.6.2. Auswertung II: Nutzung und Bekanntheitsgrad von Ideenfindungsmethoden	55
3.6.3. Auswertung III: Nutzung und Bekanntheitsgrad von Ideenfindungssoftware	57
3.7. Fazit Kreativteams in der Realität	61
4. Vorhandene Softwarekonzepte im Überblick	62
4.1. Kriterien der Betrachtung	62
4.1.1. Systemanforderungen Hardware	62
4.1.2. Allgemeine Software-Kriterien	63
4.1.3. Benutzerführung	63
4.1.4. Schnittstellen und Datentransfer	63
4.1.5. Softwarekomponenten	64
4.2. Die Betrachtung	65
4.2.1. Kaufsoftware	67
4.2.1.1. Sonderbetrachtungen	71
4.2.2. Kostenlose Software	76
4.2.3. Webanwendungen	76
4.2.3.1. Sonderbetrachtung Wikimindmap	79
4.2.4. Zusammenfassung Softwarebetrachtung	80
	IV

5. Die optimale Software – eine Produktskizze	81
5.1. Problembeschreibung und Produktziele	83
5.2. Anwendungsbereich	84
5.3. Technisches Umfeld	84
5.4. Produkthanforderungen	85
5.4.1. Der Start – Kunden, Projekte und Ideen	86
5.4.2. Problemanalyse, Aufgabendefinition und Teamzusammenstellung	88
5.4.3. Recherche	92
5.4.4. Ideenfindung	98
5.4.4.1. Session Brainstorming	99
5.4.4.2. Session Mind Mapping und Clustering	101
5.4.4.3. Session Methode 6-3-5	103
5.4.4.4. Session Bisoziation und Reizworttechnik	104
5.4.4.5. Session Umkehr-Methode	107
5.4.4.6. Session 6-Hüte	108
5.4.4.7. Session Osborn-Methode	110
5.4.4.8. Session Walt-Disney-Methode	111
5.4.4.9. Session Morphologie	113
5.4.5. Ideenstrukturierung, -bewertung und -auswahl	116
5.4.5.1. Session Lösung	116
5.4.5.2. Session Pro-Contra-Katalog	118
5.4.5.3. Session Punktvergabeverfahren	119
5.4.5.4. Session Rangplatzvergabe	120
5.4.5.5. Session Checklistenbewertung	121
5.5. Weitere Produkthanforderungen	122
5.6. Kostenrahmen	127
6. Fazit	129
Quellen	131
Anhang A: Das Anschreiben	139
Anhang B: Der Fragebogen	140
Anhang C: Bewertungsbogen Kaufsoftware	149
Anhang D: Bewertungsbogen Freie Software	155
Anhang E: Bewertungsbogen Webanwendungen	156
Selbständigkeitserklärung	159

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

Abbildung 1: Aufbau der vorliegenden Arbeit	10
Abbildung 2: Bedeutung der vier Ich's und Entwicklung des H.D.I.	12
Abbildung 3: Hauptbereiche einer Full-Service-Agentur	14
Abbildung 4: Phasen eines Projektes	16
Abbildung 5: Integration unterschiedlicher Sichtweisen durch die Walt-Disney-Methode	35
Abbildung 6: Beispiel für ein morphologisches Schema	37
Abbildung 7: Beispiel eines morphologischen Kastens für die Entwicklung eines Fahrzeugs	37
Abbildung 8: Zeitlicher Verlauf der Befragung	47
Abbildung 9: Verteilung abgebrochener und beantworteter Fragebögen	50
Abbildung 10: Verteilung der Mitarbeiteranzahl auf die befragten Unternehmen	50
Abbildung 11: Verteilung der Position des Umfrageteilnehmers im Unternehmen	51
Abbildung 12: Anzahl der am Ideenfindungsprozess beteiligten Mitarbeiter	51
Abbildung 13: Bereiche der am Ideenfindungsprozess beteiligten Mitarbeiter	52
Abbildung 14: Kundenbeteiligung bei Kreativsitzungen	52
Abbildung 15: Fluktuation der Teammitglieder	53
Abbildung 16: Verteilung der Moderation	53
Abbildung 17: Fluktuation des Moderators	54
Abbildung 18: Positionen der Moderatoren innerhalb des Unternehmens	54
Abbildung 19: Hemmfaktoren bei der Ideenfindung	55
Abbildung 20: Einsatz von Ideenfindungsmethoden	55
Abbildung 21: Verwendete Ideenfindungsmethoden	56
Abbildung 22: Bekanntheitsgrad ausgewählter Methoden bei Methodennutzern und Nicht-Methodennutzern	56
Abbildung 23: Bekanntheitsgrad ausgewählter Methoden - gesamt	57
Abbildung 24: Verwendete Hilfsmittel im Ideenfindungsprozess	57
Abbildung 25: Bekanntheit ausgewählter Software	58
Abbildung 26: Häufigkeit der Softwarebenutzung	59
Abbildung 27: Gründe für die Nichtbenutzung von spezieller Software	59
Abbildung 28: Wichtige Funktionen für eine Ideenfindungssoftware	60
Abbildung 29: Ausgewählte Elemente einer Benutzeroberfläche am Beispiel von Mindjet's MindManager	70
Abbildung 30: PersonalBrain4 Screenshot	72
Abbildung 31: Visual Thesaurus	72
Abbildung 32: Tableau und Lösungsfindung zu den Parametern einer Kriminalgeschichte	73
Abbildung 33: Beispielgruppen und Netzwerkaufbau von Digital Moderation	74
Abbildung 34: Bestandteile von Digital Moderation auf einen Blick	75
Abbildung 35: Einordnung der Softwarestudie in das Phasen-Modell des Ideenmanagements nach Blumenschein/Ehlers	85
Abbildung 36: grobe Datenstruktur	86
Abbildung 37: Startseite der Software mit den Suchoptionen	86
Abbildung 38: Maske zum Anlegen eines neuen Kunden	87
Abbildung 39: Übersicht über die Projekte eines Kunden	88
Abbildung 40: Anlegen eines neuen Projektes	89
Abbildung 41: Anlegen einer neuen Recherche-Session	90
Abbildung 42: Zuweisen von Teammitgliedern zu einer Session	90
Abbildung 43: Übersicht der Sessions zu einem Projekt	91
Abbildung 44: Dokumente einer Recherche-Session	92
Abbildung 45: Anlegen eines Zitates in einer Recherche-Session	93
Abbildung 46: Kommentieren eines Zitates in einer Recherche-Session	94
Abbildung 47: Bildersammlung einer Recherche-Session	95

Abbildung 48: Integrierter Webbrowser	96
Abbildung 49: Vorschau der gespeicherten Bookmarks	97
Abbildung 50: Audio- und Videosammlung einer Recherche-Session	98
Abbildung 51: Laufende Brainstorming-Session	99
Abbildung 52: Geöffnetes Recherche-Tool in einer Brainstorming-Session	100
Abbildung 53: Skizzentool in einer Brainstorming-Session geöffnet	101
Abbildung 54: Session Mind Mapping und Clustering	102
Abbildung 55: Session Methode 6-3-5	103
Abbildung 56: Rotationsprinzip der Lösungsblätter am Beispiel von vier Teilnehmern	104
Abbildung 57: Startbildschirm der Session Bisoziation und Reizwort	105
Abbildung 58: Sammelphase der Session Bisoziation und Reizwort	106
Abbildung 59: Bearbeitungsphase der Session Bisoziation und Reizwort	106
Abbildung 60: Schritt Eins der Session Umkehrmethode: Fragestellung umkehren und Sessionart für die Bearbeitung auswählen	107
Abbildung 61: Schritt Drei der Session Umkehrmethode: Ergebnisse entsprechend der eigentlichen Aufgabenstellung umkehren	108
Abbildung 62: Session 6-Hüte	109
Abbildung 63: Session Osborn-Methode	110
Abbildung 64: Session Osborn-Methode – Timereinstellungen	111
Abbildung 65: Session Walt-Disney-Methode – Phase 1: der ersten Runde	112
Abbildung 66: Session Walt-Disney-Methode – Phase 2: der ersten Runde	113
Abbildung 67: Session Morphologie – Schritt 1: Merkmale und Ausprägungen festlegen	114
Abbildung 68: Session Morphologie – Schritt 2: Kombinationen bewerten – in der Tabellenform	114
Abbildung 69: Session Morphologie – Schritt 2: Kombinationen bewerten – in der Auflistung aller Möglichkeiten	115
Abbildung 70: Session Morphologie – Schritt 3: Lösungen mit Kommentaren ergänzen	115
Abbildung 71: Session Lösung – Schritt 1: Ergebnisse aus Ideenfindungssessions als Lösung festlegen	117
Abbildung 72: Session Lösung – Schritt 2: Lösungen formulieren, ergänzen und Planen der Umsetzung	117
Abbildung 73: Session Pro-Contra-Katalog – Schritt 2: Lösungen diskutieren	118
Abbildung 74: Session Punktevergabeverfahren – Schritt 2: Lösungen mit Punkten bewerten	119
Abbildung 75: Session Rangplatzvergabe – Schritt 2: Lösungen mit Rangplätzen bewerten	120
Abbildung 76: Session Checkliste – Schritt 2: Lösungen mit Checkliste bewerten	121
Abbildung 77: Darstellung von Verlinkungen	125
Abbildung 78: Zoomwerkzeuge und Birdview einer Session Mind Mapping und Clustering	126
Tabelle 1: Entwicklungsphasen von Teams	20
Tabelle 2: Vor- und Nachteile der Teamarbeit	21
Tabelle 3: Reizwort „Briefbeschwerer“ – Problemstellung Entwicklung neuer Bleistifte	32
Tabelle 4: Gruppen von Fragestellungen bei der Osborn-Methode	34
Tabelle 5: Clicking-Fragenkatalog nach Pricken	39
Tabelle 6: Möglichkeiten der technischen Hilfsmittel im Verlauf einer Kreativsitzung	44
Tabelle 7: Bestandteile des Betrachtungsbogens für die Softwareanalyse	66
Tabelle 8: Liste der Werkzeuge bei Digital Moderation	75
Tabelle 9: Teilprozesse des Software-Entwicklungsprozesses	82
Tabelle 10: Gliederung eines Lastenhefts nach Schienmann und davon abgeleitete Gliederung für die Softwareskizze in dieser Arbeit	83

1. Einleitung

*„Was ich immer interessant fand:
Verstehen Hunde etwas nicht, legen sie den Kopf zur Seite,
als wollten sie es aus einem anderen Blickwinkel sehen.
Ich halte das für nützlich. Wir sollten es auch versuchen.“¹*

(Jim Jarmusch)

Täglich werden von hunderten kleinen und mittelgroßen Werbe- und Kommunikationsagenturen in Deutschland brillante Ideen für ihre Kunden entwickelt. Das bedeutet, täglich Blätter voller Notizen und Skizzen, täglich Meetings, täglich Absprachen treffen und täglich miteinander arbeiten. Um den Herausforderungen des Wettbewerbs gewachsen zu sein, stellt Kreativität neben Fachwissen und fundierten Marktkenntnissen den entscheidenden Vorsprung dar. Kreativität wird jedoch häufig nur künstlerisch Begabten, wie Malern, Musikern, Grafikern oder Designern, zugeordnet und „[...] damit als elitäre, begabungsabhängige Eigenschaft verstanden, die viel mit Gefühl und der inneren Stimme zu tun hat.“² Doch durch gezielt eingesetzte Techniken wird kreatives Vorgehen vom Zufall unabhängig und macht die scheinbar intuitive Begabung zur erlern- und abrufbaren Fähigkeit.³ Wie effizient und qualitativ hochwertig gezielt Ideen gefunden werden können, beweisen zum Beispiel Mario Pricken mit seinen Brain-Tools⁴ oder auch Edward de Bono⁵ mit seinen Denkhüten⁶, die viel Beachtung fanden.

Noch bekannter sind die Methoden Brainstorming und Mind Mapping⁷. Sie sind leicht und schnell anzuwenden und erfordern wenig Erfahrung im Einsatz⁸. Besonders für das Mind Mapping existieren einige Programme und Onlineanwendungen, die das Erstellen der Gedankennetze auf digitale Weise unterstützen.

Aber werden diese Programme auch von den Agenturen genutzt? Wie arbeiten deren Kreativteams? Welche Kreativmethoden und Software benutzen sie tatsächlich im Ideenfindungsprozess? Welche Kreativmethoden werden durch verfügbare Software unterstützt und welche könnten unterstützt werden?

¹ Aus dem Dokumentarfilm: Die Invasion der Ideen. Auf einer anregenden Entdeckungsreise., bei 51:53 Minuten, Jim Jarmusch, US-amerikanischer Regisseur, Drehbuchautor, Schauspieler und Filmproduzent (vgl. IMDb, Zugriff am 19.12.2008)

² Blumenschein/Ehlers zusammengefasst in business bestseller Nr. 169/2002, 1

³ vgl. Blumenschein/Ehlers zusammengefasst in business bestseller Nr. 169/2002, 1

⁴ „Kribbeln im Kopf“ von Mario Pricken erschien erstmals 2004 und ist bereits in der 10. Auflage erhältlich. (Vgl. 2.7.13. der vorliegenden Arbeit, vgl. Verlag Hermann Schmidt Mainz, Zugriff am 19.12.2008)

⁵ Edward de Bono beschäftigt sich seit über 25 Jahren mit dem Thema „Denken“ und gilt als weltweit führende Autorität, was den „Unterricht im Denken“ betrifft. Er gründete das Internationale Kreative Forum, zu dessen Mitgliedern Unternehmen wie IBM, Du Pont, Nestlé und British Airways gehören. Außerdem eröffnete er in New York das Büro für Kreativität, das mit der UNO und anderen internationalen Organisationen zusammenarbeitet. Seine Bücher wurden in zahlreiche Sprachen übersetzt. (vgl. de Bono 2004, Klappentext)

⁶ 1986 stellte de Bono diese Kreativitätstechnik vor. (vgl. Wikipedia, Zugriff am 12.12.2007, vgl. 2.7.9. der vorliegenden Arbeit)

⁷ vgl. Abbildung 21 der vorliegenden Arbeit

⁸ vgl. 2.7.2. und 2.7.5. der vorliegenden Arbeit

1.1. Zielsetzung

Aus den in der Einleitung gestellten Fragen leitet sich die Zielsetzung der vorliegenden Arbeit ab: Die Erstellung einer Softwarestudie⁹, die den Ansprüchen und Bedürfnissen der Kreativteams von kleinen und mittleren Kommunikationsagenturen in Deutschland gerecht wird und dabei eine möglichst breite Palette an Ideenfindungsmethoden abdeckt.

Es gibt bereits Projekte¹⁰, die sich mit der „Entwicklung einer digitalen Innovations- und Kommunikationsumgebung“¹¹ beschäftigen, aber diese wenden sich nicht explizit an die in dieser Arbeit eingegrenzte Zielgruppe „kleine und mittlere deutsche Kommunikationsagenturen“, vielmehr sehen sie alle am Innovationsprozess¹² eines Unternehmens beteiligten Personen als Zielgruppe an.

„Unter Innovation kann man die Einführung einer neuen Problemlösung verstehen. Soll diese neue Problemlösung – beispielsweise neue Technologien, neue Produkte, neue Dienstleistungen, neue Organisationsformen – in der Wirtschaft eingesetzt werden, ist die kommerzielle Nutzbarkeit ein entscheidendes Bestimmungskriterium für das Vorliegen einer Innovation.“¹³

Nach dieser Definition sind auch Werbeideen als Innovationen zu verstehen. So stellt sich die Frage, warum in dieser Arbeit eine Abgrenzung stattfindet. Während sich z.B. *CRION*¹⁴ und *Digital Moderation*¹⁵ an ein breites Publikum wenden, ist die Innovation der vorliegenden Arbeit das Eingrenzen der Zielgruppe und den daraus abgeleiteten Spezifikationen einer den Ideenfindungsprozess unterstützenden Software.

Bei der Entscheidung für kleine und mittlere Kommunikationsagenturen in Deutschland wurden die Marktchancen einer solchen Software berücksichtigt.

So zeigte eine Studie der *Herrmann Consulting*, Frankfurt/Main in Zusammenarbeit mit der Fachzeitschrift *Horizont*, dass die wirtschaftliche Situation und die Erwartungen inhabergeführter Agenturen für die Zukunft „sehr viel versprechend“¹⁶ sind.

„Die guten Geschäfte bringen mehr Arbeit und haben auch den durchschnittlichen Output der Beschäftigten gesteigert. Viele Dienstleister stoßen hier inzwischen an Kapazitätsgrenzen.“¹⁷

⁹ In dieser Arbeit bedeutet der Begriff „Softwarestudie“ oder „Softwareskizze“ ein nicht detailliert ausgearbeitetes Konzept für ein Computerprogramm (Anm. d. A.)

¹⁰ Erwähnt seien hier das Projekt CRION der Fachhochschule für Technik, Wirtschaft und Soziale Arbeit St. Gallen und Digital Moderation, eine Software des Fraunhofer-Institut für Graphische Datenverarbeitung IGD. (vgl. CRION, Zugriff am 05.08.2008, vgl. Digital Moderation. Meetings aktiv erleben. Demo-CD. Version 1.11.1, ©2007 Fraunhofer IGD)

¹¹ Keiser 2003, 1

¹² Der Begriff *Innovationsprozess* gilt für alle Branchen. (Anm. d. A.)

¹³ Lenk/Zelewski 2000, 23

¹⁴ vgl. CRION, Zugriff am 05.08.2008; Keiser 2003, 12

¹⁵ vgl. 4.2.1.1. der vorliegenden Arbeit, dort wird Digital Moderation genauer betrachtet (Anm. d. A.)

¹⁶ vgl. Sichau 2007, 23

¹⁷ Sichau 2007, 23

Aus diesem Grund sollen im Folgenden Überlegungen angestellt werden, wie mittels einer Software die zur Verfügung stehenden Ressourcen und Potentiale der Mitarbeiter einer kleinen bis mittleren Kommunikationsagentur noch effektiver genutzt und die Kapazitätsgrenzen später erreicht werden könnten.

1.2. Vorgehen

Um das gesetzte Ziel zu erreichen, ist es notwendig das Problem aus unterschiedlichen Perspektiven zu analysieren und die gewonnen Erkenntnisse zusammen zu führen. So beschäftigt sich das zweite Kapitel mit den theoretischen Grundlagen der Kreativarbeit. Es wird darauf eingegangen, welche Rollen und Aufgaben vor, während und nach einem Treffen zu besetzen sind. Zudem stellt dieser Teil verschiedene Methoden und Hilfsmittel vor, welche die Ideenfindung unterstützen können und bildet die wissenschaftliche Basis für die grundlegenden Funktionen der Softwarestudie.

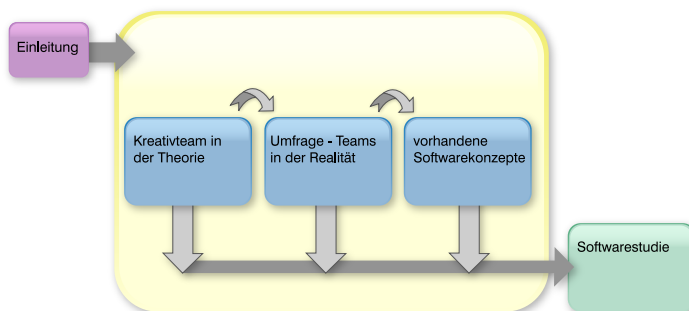


Abbildung 1: Aufbau der vorliegenden Arbeit

Das dritte Kapitel untersucht die Arbeit der Kreativteams in der Realität. Durch eine Umfrage soll der Zusammenhang zwischen den theoretischen Grundlagen der Teamarbeit und der tatsächlichen Arbeitsweise hergestellt werden. Im Anschluss fließen sowohl die Erkenntnisse über die Arbeitsweise, als auch die über den Umgang mit Methoden und Hilfsmitteln direkt in die Softwarestudie ein.

Die aus Kapitel drei gewonnenen Erkenntnisse dienen ebenfalls dazu im vierten Kapitel einen Maßstab für die Betrachtung und Einordnung bereits vorhandener Softwarekonzepte zu finden. Dieser Teil soll zusätzlich impulsgebend für Kapitel fünf – die Softwarestudie – sein. Unabhängig von der Umfrage erkannte Stärken und Schwächen der Programme sollen zusätzlich in die theoretische Betrachtung der optimalen Ideenfindungssoftware einfließen. Diese soll den grundsätzlichen Funktionsumfang und technische Gegebenheiten beinhalten. Zudem werden weiterführende Ideen zu zusätzlicher Hardware und wirtschaftlichen Aussichten für ein solches Produkt benannt.

2. Theorie der Kreativarbeit

2.1. Begriffsbestimmung und Analyserahmen

Nachfolgend werden die drei zentralen Begriffe: Kreativität, Werbeagentur und Kreativteam für die vorliegende Arbeit definiert. Dies ist notwendig, da es in der Fachliteratur und im allgemeinen Gebrauch keine einheitliche Auffassung der Bedeutung dieser Begriffe gibt.

2.1.1. Der Begriff „Kreativität“ und der kreative Prozess

An dieser Stelle soll der Begriff „Kreativität“ wie er in dieser Arbeit verstanden wird, umrissen werden. Die Definition von *Victor Scheitlin* bringt die Zielrichtung, persönliche Voraussetzungen und die Beeinflussbarkeit von Kreativität in einen Kontext. Er definiert folgendermaßen:

„Kreativität ist die Anwendung von schöpferischen Überlegungen und Intuition, um nutzbringendes Neues zu schaffen, worunter man sich auch eine wesentliche Verbesserung von Bisherigem vorstellen kann. [...] Im kreativen Prozess nützt der Mensch Wissen, Erfahrung, Formgefühl und ästhetischen Instinkt, aber auch Vorbewusstes und Unterbewusstes – je nach Ziel und Gestaltungsprozess. Fallweise ist der kreative Prozess beeinflusst durch Vererbung, zufällige Impulsauslösung, bewusst ausgeübte Kreativitätstechnik, Intuition oder unterbewusste Selbstprogrammierung.“¹⁸

Demnach findet Kreativität im Gehirn statt und da jeder Mensch ein Gehirn besitzt, hat auch jeder Mensch kreative Fähigkeiten. Diese sind nur zum Teil durch persönliche Eigenschaften und Intelligenz bestimmt. Bei *Oberschmid/Stugger* ist Kreativität auch eine Fertigkeit, die durch Ausbildung und Übung gefördert werden kann und bedeutet für den Menschen eine Geisteshaltung, die die Bereitschaft immer von neuem zu beginnen und nichts als definitiv abgeschlossen zu betrachten voraussetzt.¹⁹

Doch wie ist es möglich Kreativität zu üben oder mit Methoden die Ideenfindung zu fördern? Und kommen nicht immer die gleichen Ideen durch die gleichen Methoden?

Nach *von Brauchitsch* besitzt jeder Mensch für ihn typische Denk- und Verhaltenspräferenzen. Das bedeutet, dass zwei Menschen mit der gleichen Methode auf unterschiedliche Ideen kommen werden. Natürlich kann es Überschneidungen geben, denn diese Präferenzen entwickeln sich durch Vererbung, durch das Elternhaus, durch die Ausbildung und durch das soziale Umfeld eines Menschen. Wie er kommuniziert, wie er mit anderen Menschen umgeht und wie er Entscheidungen trifft, wird durch seine

¹⁸ Scheitlin 1993, 23

¹⁹ vgl. Oberschmid/Stugger 2003, Kap. 1 Seite 2

Persönlichkeit bestimmt.²⁰ Trotz dieser unterschiedlichen Erfahrungen und Denkmuster bewegen sich die Gedanken organisch bedingt bei allen Menschen in den gleichen Feldern. Sehr anschaulich beschreibt dies das Ganzhirn-Konzept „Herrmann-Dominanz-Instrument“ (H.D.I.) von *Ned Herrmann*²¹. In seinem Modell teilt er das Gehirn in vier miteinander arbeitende Gruppen von Prozessen, die so genannten vier Ich's auf. Zusammen ergeben diese ein ganzes arbeitendes Gehirn. Durch einen Fragebogen ordnet er das Denken des Probanden in seiner Ausprägung den vier Gruppen zu. Dabei gibt es kein richtiges oder falsches Denkmuster, sondern nur individuelle, mit denen auch individuell gearbeitet werden muss. Aus diesem Test resultieren weder falsche noch richtige, sondern nur individuelle Denkmuster²². Das Bewusstsein über das eigene individuelle Denkmuster könnte hinsichtlich Teamzusammenstellung und Wahl der Methoden positive Auswirkungen auf die Ideenfindung haben.

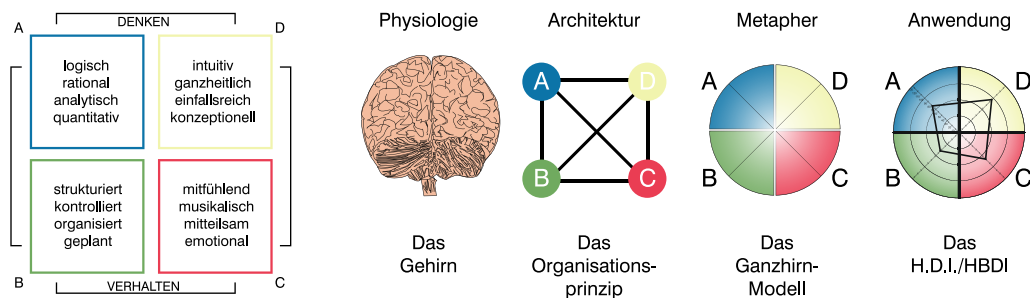


Abbildung 2: Bedeutung der vier Ich's²³ und Entwicklung des H.D.I.²⁴

Das Profil der im obigen H.D.I.²⁵ abgebildeten Person zeigt, dass es sich um einen intuitiven und einfallsreichen Menschen handelt, der eher emotional als strukturiert denkt und handelt. Die Wirkung der Ideenfindungsmethoden kann sich nun folgendermaßen vorgestellt werden: sie fordern dazu auf, auch in den vom eigenen Denkmuster abweichenden Feldern nach Ideen und Impulsen zu suchen. Für das abgebildete Profil bedeutet es, sich beispielsweise in die Rolle einer organisierten, rational denkenden Person hineinzusetzen und nach Problemlösungen aus deren Sichtweise zu suchen. So kann die Zusammenarbeit verschiedener „Typen“ sehr fruchtbar sein, wenn bei der Anwendung von z.B. intuitiv-kreativen Methoden²⁶ die Sichtweisen zu einem Sachverhalt gesammelt und zu einer optimalen Lösung verbunden werden.

²⁰ vgl. von Brauchitsch 2006, 163

²¹ Ned Herrmann entwickelte das H.D.I. Ende der 70er Jahre während seiner Zeit als Manager der Abteilung Management Education am General Electric's Management Development Institute in Crotonville, New York. (vgl. Herrmann 1996, xiii)

²² vgl. Herrmann 1996, 6 ff.

²³ nach von Brauchitsch 2006, 164

²⁴ ebenda

²⁵ vgl. Abbildung 2 der vorliegenden Arbeit, unter „Anwendung“ ist ein Beispielprofil dargestellt. (Anm. d. A.)

²⁶ Methoden, die den Effekt der gegenseitigen Anregung zur Ideenfindung nutzen. (vgl. 2.7. der vorliegenden Arbeit)

2.1.2. Der Begriff „Agentur“

In der Literatur finden sich unterschiedliche Definitionen für den Begriff *Werbeagentur*²⁷. Er ist weder rechtlich noch wissenschaftlich fest umrissen. Die vorliegende Arbeit versteht Werbeagenturen im Sinne der Definition des Fachbuchautors und Professors für Werbung an der Hochschule Pforzheim *Dieter Pflaum*²⁸, der Werbeagenturen aufgrund ihrer Tätigkeitsfelder von anderen Agenturarten abgrenzt.

*„[Eine Werbeagentur ist] ein Dienstleistungsunternehmen, das gegen Entgelt im Kundenauftrag Beratungsleistungen, Mittlungsleistungen, ferner Konzeptions-, Gestaltungs- und Realisationsleistungen vornimmt. Zu den Beratungsleistungen zählen Beratung in Marketing-, Media-, Marktforschungs- und Werbeforschungsfragen. Zu den Mittlungsleistungen zählen Mediaeinkauf und -abwicklung, ferner Produktionseinkauf und -abwicklung. Zu den Konzeptions-, Gestaltungs- und Realisationsleistungen zählen die Erstellung und Gestaltung von Werbe- und Verkaufsförderungsaktionen, ferner die Entwicklung von PR-Konzeptionen und die Ausarbeitung von neuerdings aktuellen Bildschirmtextprogrammen.“*²⁹

Dieser Definition folgend werden in der vorliegenden Arbeit Agenturen betrachtet, die mindestens Konzeptions-, Gestaltungs- und Realisationsleistungen anbieten. Denn nach *Schierl*³⁰ sind „Agenturen, die keine Kreative haben, [...] eher als Beratungsunternehmen anzusehen und solche, die über keine Kundenberatung verfügen, wiederum eher als Grafik- bzw. Gestaltungsatelier.“³¹

Die vorliegende Arbeit konzentriert sich demnach auf Agenturen, die den vollständigen Prozess von Konzeption bis zur Realisation begleiten.

Ein weiteres, für diese Arbeit wichtiges Kriterium, ist die Agenturgröße. Die Angaben in der Literatur reichen für die maximale Mitarbeiteranzahl kleiner Kommunikationsagenturen von 10 bis 50 und die für mittelgroße Agenturen von mindestens 10 oder 50 bis maximal 100 Mitarbeiter.³²

Die vorliegende Arbeit bezieht sich grundsätzlich und besonders im Hinblick auf den empirischen Teil auf Agenturen mit 2 bis 25 Mitarbeitern. Sie werden im Folgenden als kleine und mittlere Agenturen bezeichnet.

²⁷ vgl. FOCUS medialine, Zugriff am 09.04.2008

²⁸ Dieter Pflaum, Dipl.-Volkswirt, emeritierter Professor des Studiengangs Werbung (Marketing-Kommunikation), Hochschule Pforzheim (Gaiser/Linxweiler/Brucker 2005, xvii)

²⁹ FOCUS medialine, Zugriff am 09.04.2008

³⁰ Univ. Prof. Dr. phil. Thomas Schierl, seit 2004 Professor am Institut für Sportpublizistik an der Deutschen Sporthochschule Köln, Forschungsschwerpunkte: Medienökonomie, Werbung, visuelle Kommunikation, Online-Kommunikation und Medienwirkung. (vgl. Halem Verlag, Zugriff am 12.02.2009)

³¹ Schierl in Willems 2002, 430

³² vgl. Wikipedia, Zugriff am 09.04.2008, vgl. Friedrichsen/Konerding, 16

2.1.3. Das Kreativteam

Die typische Organisationsstruktur einer Full-Service-Agentur³³ lässt sich nach *Walter*³⁴ mit vier Abteilungen und einem abteilungsübergreifenden Zentralbereich darstellen. Je nach strategischer Ausrichtung und Dienstleistungsangebot können noch Spezialabteilungen³⁵ hinzukommen.³⁶

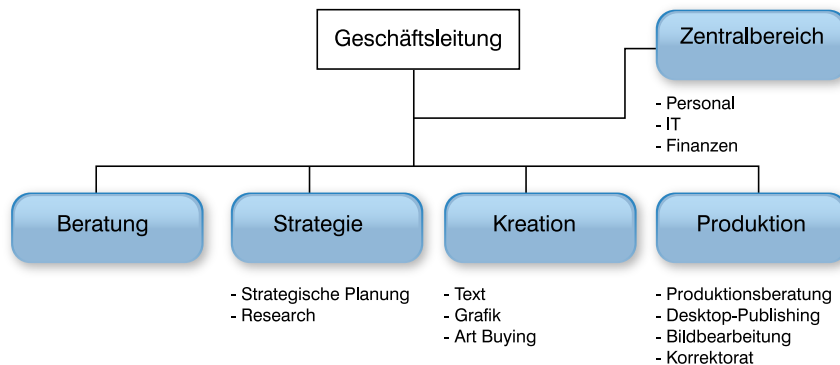


Abbildung 3: Hauptbereiche einer Full-Service-Agentur³⁷

Die Kreativteams, auch Kreativ-Abteilung oder Creative-Service genannt, sind der operative Kern der Bereiche Kreation und Produktion³⁸ und die

„[...] für die visuelle und verbale Umsetzung von Werbekonzeptionen verantwortliche Abteilung in einer Werbeagentur, zu deren Arbeitsbereichen die Entwicklung und Ausführung einer Konzeption ebenso gehört, wie die Herstellung bzw. Kontrolle der Herstellung von Werbemitteln. Zu den Hauptaufgaben der Gestaltungsabteilung einer Werbeagentur zählen die Gestaltungsfunktionen (Konzeption und Ausführung) und die Produktionsfunktionen (z.B. Herstellung der konzipierten Werbemittel bis zur Schaltreife).“³⁹

³³ „Eine Werbeagentur, die dafür ausgerüstet und organisatorisch und personell in der Lage ist, für ihre Klienten alle werblichen Aufgaben von der Planung, Herstellung und Durchführung von Werbung einschließlich der Beratung, Gestaltung und Mittlung von Werbung sowie der Untersuchung von Marketingproblemen und der Werbeerfolgskontrolle zu erfüllen.“ (FOCUS medialine, Zugriff am 16.04.2008)

³⁴ Dr. oec. publ. Simon Walter, seit 2008 Planning Director bei TBWA/MAB Berlin (vgl. Xing, Zugriff am 12.02.2009)

³⁵ z.B. für Öffentlichkeitsarbeit, Online-Werbung etc. (Anm. d. A.)

³⁶ vgl. Walter 2007, 150

³⁷ in Anlehnung an Walter 2007, 150

³⁸ vgl. Schierl in Willems 2002, 430

³⁹ FOCUS medialine, Zugriff am 16.04.2008

2.2. Teamarbeit in der Theorie

Im folgenden Kapitel werden die theoretischen Grundlagen der Teamarbeit betrachtet und folgende Fragen bearbeitet:

- Welche Rollen gibt es in einem Team und was sind ihre jeweiligen Funktionen und Aufgaben?
- Was passiert, wenn Menschen miteinander kreativ arbeiten sollen?
- Welche Probleme können auftreten?
- Welche Phasen durchläuft ein Team bevor es wirklich produktiv arbeitet?
- Welche Methoden und Hilfsmittel können verwendet werden?

Anhand der Antworten auf diese Fragen soll es möglich sein, im weiteren Verlauf dieser Arbeit die Kreativteams der Agenturen zu untersuchen, zu vergleichen und zu bewerten. Darüber hinaus lassen sich Kriterien für die Beurteilung der verfügbaren Software und Möglichkeiten für deren Optimierung ermitteln.

Neben der Verbesserung der Inhalte einer Kreativsitzung könnte eine Software so auch positiven Einfluss auf die Zusammenarbeit haben.

Ein Team wird allgemein als eine soziale Einheit von mindestens drei Personen definiert. Die Mitglieder nehmen sich selbst als Bestandteil der Gruppe wahr, sind in eine Organisation eingegliedert und erledigen durch unmittelbare Zusammenarbeit eine gemeinsame Aufgabe. Arbeiten Teams räumlich und zeitlich verteilt, werden sie auch *virtuelle Teams* genannt⁴⁰.

Vor allem kleine Gruppen bieten durch die Wechselbeziehungen zwischen den einzelnen Mitgliedern einen Leistungsvorteil. Diese Wechselbeziehungen üben nach *Oberschmid/Stugger* einen starken Einfluss auf die Leistungsfähigkeit und Motivation aus, was zu drei gruppendynamischen Effekten führt:

Kognitive Effekte entstehen, wenn die Ideen der Gruppenmitglieder assoziativ untereinander verknüpft werden. Das Aufgreifen und Weiterentwickeln der Ideen Anderer regt die Phantasie an, steigert die Bereitschaft zu weiteren Assoziationen und bietet darüber hinaus die Möglichkeit Denkblockaden zu überwinden.

Der *Motivationale Effekt* entsteht aus dem gemeinsamen Ziel der Gruppe. Das übt Druck aus, durch den sich der Einzelne viel stärker mit der Aufgabe identifiziert und beschäftigt. Wachsen freundschaftliche Beziehungen in der Gruppe, fällt es leichter ausgefallene Ideen oder Meinungen zu äußern. Zudem steigt die Motivation durch die direkte Vermittlung von Erfolgserlebnissen, die auch das Vertrauen in die eigenen kreativen Fähigkeiten stärkt.

⁴⁰ vgl. Oberschmid/Stugger 2003, Kap. 2 Seite 13 f.

Die *Methodischen Effekte* werden dadurch bedingt, dass die meisten Kreativitätstechniken eine intensive Interaktion der Teilnehmer voraussetzen. Diese Techniken können am besten in einer entspannten Gruppensituation angewandt werden.

Neben diesen gruppendynamischen Effekten bietet die Teamarbeit auch kommunikative Vorteile. Durch die Zusammenstellung einer Gruppe aus Spezialisten verschiedener Fachbereiche kommt es zu einem intensiven Informationsaustausch und ermöglicht so verschiedene Blickwinkel. Das hebt zugleich die Trennung zwischen Sachkompetenz und Verantwortung auf. Das Team betrachtet sich selbst als organisatorische Problemlösungseinheit mit einem kollektiven Verantwortungs- und Aufgabenbereich.⁴¹

2.3. Theoretischer Ablauf einer Kreativsitzung

Kreativsitzungen sind ein Bestandteil eines Projektes. Im Phasenverlauf eines Projektes werden nach *Huth/Pflaum* Kreativsitzungen am Ende der Phase I (Agency Brief Meeting) und am Ende der Phase II (Konzeptions-Meeting) abgehalten.

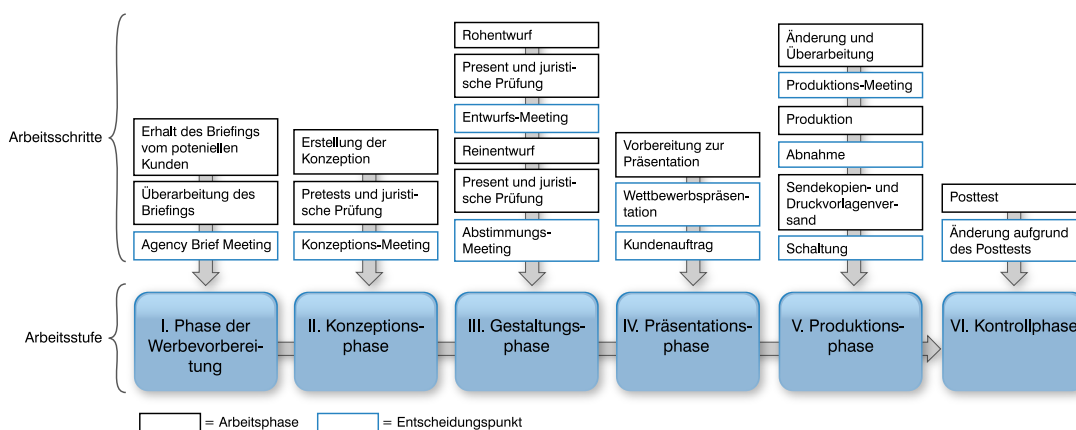


Abbildung 4: Phasen eines Projektes⁴²

Im Vorfeld einer Kreativsitzung gibt es also ein „Aufgaben“ und damit auch einen „Aufgabensteller“. Von ihm geht die Initiative für die Sitzung aus. Der Initiator muss sich zuerst um einen Moderator bemühen und die Aufgabe mit ihm besprechen. Dieses Vorgespräch, das so genannte Briefing, ist die Grundlage für die Wahl der Methoden und die Zusammenstellung der Gruppe.⁴³ Das Briefing sollte schriftlich festgehalten werden. Oft wird es als Vertragsgrundlage für ein Projekt angesehen, weil es die Übereinkunft des Auftraggebers und des Auftragnehmers darstellt⁴⁴.

⁴¹ vgl. Oderschmid/Stugger 2003, Kap. 2 Seite 13 f.

⁴² in Anlehnung an Huth/Pflaum 1980, 42

⁴³ vgl. Schlicksupp 1993, 39

⁴⁴ vgl. Hartleben 2004, 251

Zuständig dafür ist in der Regel der Kundenberater, der als Vermittler zwischen dem Kunden und der Agentur fungiert und dem Kreativteam die genaue Zielsetzung und die daraus resultierende Strategie für den Kunden aufbereitet. Zu seinen Aufgaben gehört es auch, Prognosen bezüglich der Kundenreaktion auf die vorgeschlagenen Konzepte an die Kreativteams abzugeben. Als Verantwortlicher für das kreative Produkt der Agentur wird auch der Kreativdirektor an der Ausgestaltung der Briefings teilhaben.⁴⁵

Der Gesamtverband Kommunikationsagenturen GWA e.V. definiert das Briefing als:

„ein aus dem amerikanischen Militärjargon stammender Terminus zur Bezeichnung einer Einweisungs- und Einsatzbesprechung mit kurzer Lagebeschreibung und Erläuterung von Operationszielen und der zu Grunde liegenden Strategie, der [...] in den Werbejargon und dann auch in die Sprache von Marketing, Mediaplanung und Public Relations übernommen wurde.

In allen diesen Bereichen sind Briefings zentrale Plattformen der Interaktion zwischen Klienten und Auftraggebern auf der einen und Agenturen oder Instituten auf der anderen Seite, bei denen entweder der Auftraggeber die aus seiner Sicht wichtigen Informationen über die Aufgaben- und Problemstellung, die gegebene Situation und seine Zielsetzungen und Strategien dartut (Klientenbriefing) oder in der Folge die beauftragte Agentur, die sich aus dem Klientenbriefing ergebenden Schlussfolgerungen an die eigenen Mitarbeiter weitergibt (Agenturbriefing).“⁴⁶

Neben dem schriftlichen Briefing gehört das Verfassen und Vorbereiten einer Präsentation des Problems für die Teilnehmer zur Organisation einer Sitzung. Das ist der Beginn für den gemeinsamen Problemlösungsprozess. Zudem müssen alle Hilfsmittel bedacht werden, die das Verstehen der Aufgabe erleichtern oder für die Anwendung der Kreativtechniken notwendig oder hilfreich sein könnten. Dazu gehören z.B. Übersichten auf Pinnwänden oder FlipCharts, Fotos, Modelle, Folien oder Filme.

Während der Ideenfindung ist der Initiator, z.B. der Kundenberater oder der Projektleiter, die höchste Instanz, wenn es um fachliche Fragen geht, aber am Prozess selbst wird er sich eher zurückhaltend beteiligen, um die Gedanken nicht zu sehr in nur eine Richtung zu lenken. Gerade von ihm geäußerte Skepsis gegenüber Lösungsansätzen kann den freien Gedankenfluss der Teammitglieder hemmen oder blockieren.

Neben dem Initiator gibt es noch drei weitere, klar verteilte Rollen in einem Kreativteam: den Protokollanten, den Moderator und das Team⁴⁷. Auf diese Rollen wird in den nächsten drei Abschnitten näher eingegangen.

⁴⁵ vgl. Schierl in Willems 2002, 431 f.

⁴⁶ gwa, Zugriff am 10.01.2008

⁴⁷ vgl. Schlicksupp 1993, 39 f.

2.4. Der Moderator

Die Funktion des Moderators kann mit der eines Katalysators, Anregers und Prozesshelfers gleichgesetzt werden. Er wirkt vermittelnd und unterstützend und soll erst dann in das Geschehen eingreifen, wenn es notwendig wird.⁴⁸

„Das ist beispielsweise der Fall, wenn:

- vereinbarte Spielregeln nicht eingehalten werden,
- kontroverse Diskussionen beginnen,
- deutlich vom Ziel abgewichen wird,
- das Team in kleine Cliquen zu zerfallen droht,
- einzelne Personen das Geschehen dominieren oder
- die Kommunikation so lebhaft wird, dass sie einer Regelung bedarf.“⁴⁹

Er ist es auch, der die Sitzung beendet. Mit Geschick und Einfühlungsvermögen sollte es der Moderator schaffen die Teilnehmer aus einseitigen Denkstrukturen zu führen und den Ideenfluss an „Totpunkten“ wieder anzuregen. Dabei ist die Dosierung seines Eingreifens sehr wichtig. Zu viel Zurückhaltung kann zu fehlenden Impulsen oder dem Verlust der Orientierung und Wirksamkeit des Prozesses/der Methode führen. Ist er aber zu präsent, besteht die Gefahr selbst zum Mittelpunkt des Treffens zu werden und den Teilnehmern dadurch das Gefühl der Statistenrolle zu vermitteln. Neben den persönlichen sind auch fachliche Fähigkeiten notwendig, daher sollte der Moderator gut mit dem Problem vertraut sein. Die notwendigen Informationen erhält er durch ausführliche Gespräche mit dem Initiator der Kreativsitzung und kann danach die geeignete Methode auswählen.⁵⁰

Nach *Schlicksupp* soll ein Moderator folgende Fähigkeiten besitzen:

- „fachliches Einfühlungsvermögen in die behandelte Problematik,
- Beherrschung der angewandten Problemlösungsmethoden,
- Gespür für Gefühle und Stimmungen der Teilnehmer,
- diplomatisches Geschick und Konzilianz,
- die Fähigkeit, eine lockere, integrative Atmosphäre zu schaffen,
- geistige Beweglichkeit und Kreativität.“⁵¹

Der Moderator hat innerhalb des Teams eine Autorität, die zur Doppelautorität wird, wenn diese Rolle von einem Vorgesetzten eingenommen wird. In diesem Fall kann es zu Hemmungen und zur Zurückhaltung der Teilnehmer führen, was sich negativ auf die

⁴⁸ vgl. Schlicksupp 1993, 41

⁴⁹ ebenda

⁵⁰ vgl. Schlicksupp 1993, 41 f., Oderschmid/Stugger 2003, Kap. 2 Seite 18

⁵¹ Schlicksupp 1993, 42

erhoffte Quantität und Qualität der Ideen auswirkt. Dieser Umstand kann durch eine nicht direkt vorgesetzte Person umgangen werden. Zudem muss die Moderatorenrolle nicht zwingend durch eine Person aus dem Unternehmen besetzt sein. Durch ein umfassendes Briefing kann auch ein extern geladener Moderator mit dem Team des Unternehmens zusammen arbeiten.⁵²

2.5. Der Protokollant

Die Position des Protokollanten ist im Idealfall, wie die des Moderators, bereits im Vorfeld einer Kreativsitzung besetzt. Er sollte eigenständig arbeiten, den Ideenfluss der Teilnehmer nicht stören und versuchen, möglichst alle geäußerten Ideen wertfrei festzuhalten. Um den Beiträgen vollständig folgen zu können und sie korrekt für das Protokoll zu verdichten, sollte auch der Protokollant mit dem Thema vertraut sein. Grundsätzlich bringt der Problemsteller diese Eigenschaften mit. Er muss allerdings der Versuchung widerstehen, Ideen wegzulassen, weil er sie nicht für aussichtsreich hält.

Ideen anschaulich visualisieren zu können sollte eine weitere Fähigkeit des Protokollanten sein. Gute Visualisierungen fördern das Verständnis der Teilnehmer für die generierten Ideen und animieren zum Aufgreifen und Weiterentwickeln.

Die Protokollierung kann per Hand am FlipChart, auf Karten, Zetteln, Folien⁵³ oder mittels Computer digital erfolgen.

2.6. Das Team

Die Zusammenstellung eines Teams hat großen Einfluss auf die spätere Leistung. Orientierung geben dafür die folgenden Punkte.

Die Gruppe sollte:

- aus 5 bis 7 Teilnehmern bestehen,⁵⁴
- fachlich heterogen besetzt sein,
- sozial homogen besetzt sein,
- sofern möglich ohne Druck durch Autoritäten arbeiten,
- keine Teilnehmer enthalten, die zu Dominanz oder Zurückhaltung neigen und
- ein ausgewogenes Verhältnis rationaler und spontaner Charaktere aufweisen.⁵⁵

Vor der Entscheidung welche und wie viele Teilnehmer eingeladen werden, sollten sich Problemsteller und Moderator „[...]“ zunächst einmal grundsätzlich überlegen, welche

⁵² vgl. Schlicksupp 1993, 42

⁵³ vgl. Schlicksupp 1993, 40, 44 f.

⁵⁴ Die angegebene Gruppengröße bietet jedem Teammitglied die Möglichkeit sich ausreichend zu äußern. Bei größeren Gruppen sind Reglementierungen der Wortmeldungen nötig, welche die Spontaneität bremsen. Zusätzlich können Paralleldialoge entstehen, die verhindern, dass alle Teilnehmer nur einem Gedankengang folgen. (vgl. Schlicksupp 1993, 46)

⁵⁵ vgl. Oderschmid /Stugger 2003, Kap. 2 Seite 15

fachlichen Qualifikationen im Team vertreten sein sollten, damit eine möglichst interessante, wechselseitig anregende, schöpferische Befruchtung stattfindet.“⁵⁶

Ebenso zählen die Komplexität der Aufgabe, die Auswahl der geeigneten Methode und die verfügbaren Räumlichkeiten zu den Vorüberlegungen. Nachdem möglichst viele Kriterien erfüllt sind, werden die Teilnehmer eingeladen. Da es möglich ist, dass Teilnehmer kurzfristig absagen, kann der Initiator mit „Ersatzteilnehmern“ vorsorgen, um kurzfristig entstehende Lücken zu schließen.⁵⁷

Ist das Team zusammengestellt wird es im Laufe der Zusammenarbeit mehrere Phasen der sozialen Entwicklung durchlaufen.

Phase	Gruppe	Teamleiter
<i>Teamfindung</i>	<i>Gegenseitiges Kennenlernen der Teammitglieder, Unsicherheiten, Diskussion um die Ziele und Aufgaben, die oft noch nicht voll akzeptiert sind</i>	<i>Schwerpunkt ist die Moderation, ggf. noch die Qualifizierung der Teammitglieder oder, falls sich eine Fehlbesetzung herausstellt, Austausch</i>
<i>Kampfphase</i>	<i>Die Beziehungen untereinander und nach außen stehen im Vordergrund. Einfluss und Rollen im Team werden verteilt. Das Team wächst zusammen.</i>	<i>Repräsentationspflichten nach außen, um den Stellenwert des Teams zu sichern. Konfliktbewältigung, Steuern des Verhaltens einzelner Teammitglieder durch persönliche Rückmeldungen</i>
<i>Organisationsphase</i>	<i>Die Spielregeln der Zusammenarbeit wurden gefunden. Die Grundhaltung ist lösungsorientiert, Argumente werden ausgetauscht und Kompromisse gefunden. Es wird kooperiert, das Team ist für positive Zusammenarbeit aufgeschlossen.</i>	<i>Der Teamleiter sorgt durch Bestärkung dafür, dass keine Frustration aufkommt, wenn persönliche Zielsetzungen zugunsten der allgemeinen Zielsetzungen aufgegeben werden mussten. Er fixiert die zwischenzeitlich detailliert festgelegten Ziele und Arbeitsregeln des Teams.</i>
<i>Reifephase</i>	<i>Nun wird die eigentliche Teamaufgabe erledigt.</i>	<i>Der Teamleiter vertritt die Gruppe nach außen, moderiert, organisiert die Meetings und Arbeitsmittel, sorgt für fortlaufende Dokumentation und achtet auf die Zielerreichung.</i>

Tabelle 1: Entwicklungsphasen von Teams⁵⁸

An den Phasen ist erkennbar, dass Teamarbeit Ansprüche an die Mitglieder stellt. Es ist eine auf die Anpassungsfähigkeit und Toleranz seiner Teilnehmer ausgerichtete Arbeitsform. Ängste vor ungewissen Ergebnissen, Rückwirkungen für den eigenen Arbeitsbereich, reglementiert zu werden oder Freiräume einzubüßen, können zu der Auffassung führen, dass sich Teamarbeit auch negativ auf den eigenen Berufserfolg auswirken könnte.⁵⁹

⁵⁶ Schlicksupp 1993, 46

⁵⁷ vgl. ebenda

⁵⁸ Oderschmid/Stugger 2003, Kap. 2 Seite 15

⁵⁹ vgl. Oderschmid/Stugger 2003, Kap. 2 Seite 16

„Die meisten Teams scheitern aber

- an unklarer Zielvorgabe und Aufgabenstellung,
- an falscher personeller Zusammensetzung,
- an unterschiedlichen Wert- und Zielvorstellungen der Teilnehmer,
- an Konkurrenzkämpfen und Profilierungsgehebe der Teammitglieder,
- an mangelnder Anerkennung der Teamleistung,
- an schlechter Teamführung sowie
- an einem unklaren Handlungsrahmen.“⁶⁰

Der Erfolg der Teamarbeit hängt dementsprechend maßgeblich von der Zusammensetzung des Teams, der Teamfähigkeit der Mitglieder und der Teamleitung ab.

Unter Beachtung dieser Voraussetzungen bringt Teamarbeit viele Vorteile mit sich. Teams können durch unterschiedliche Wissensstände, Interessen und Erfahrungen der Mitglieder mehr Aspekte und Zusammenhänge berücksichtigen und so komplexere Probleme bearbeiten. Die getroffenen Entscheidungen sind somit ausgewogener, da sie unter Umständen einen Kompromiss aus gegensätzlichen Auffassungen darstellen. Die gemeinsame Lösungsfindung steigert die Motivation des Einzelnen – er identifiziert sich stärker mit dem Problem, der Lösung und der Gruppe. Nebenbei können durch nützliches Fachwissen, zusätzliche Informationen und produktive Auseinandersetzungen die persönliche Weiterentwicklung gefördert und neues Wissen angeeignet werden.⁶¹ Teamarbeit kann aber auch Nachteile haben. Sie ist zeitaufwendig und schaffen es die Mitglieder nicht eine gemeinsame Arbeitsbasis aufzubauen, kann ein Team auch scheitern. Das führt zu Frustration und erschwert eine etwaige spätere Zusammenarbeit.⁶²

Die Vor- und Nachteile von Teamarbeit lassen sich folgendermaßen zusammenfassen:

Vorteile von Teamarbeit	Nachteile von Teamarbeit
- Steigerung der individuellen Motivation	- Konformitätsdruck
- Befriedigung sozialer u. affektiver Bedürfnisse	- Interessenkonflikte
- Höhere Kreativität	- Kompetenzkämpfe
- Irrtumsausgleichsmechanismen	- Verantwortlichkeit nicht gut gewährleistet
- Geringere Störanfälligkeit	- Widerstand gegen Innovationen
- Breitere Informations- und Urteilsbasis	- Höherer Zeitaufwand
- Erleichterte Koordination	- Höherer Kostenaufwand
- Höhere Akzeptanz von Entscheidungen	- Hohe Risikoneigung

Tabelle 2: Vor- und Nachteile der Teamarbeit⁶³

⁶⁰ Oderschmid/Stugger 2003, Kap. 2 Seite 16

⁶¹ vgl. Litke 2007, 195 f.

⁶² vgl. Werkzeugkasten interaktiv, Zugriff am 11.01.2008

⁶³ Oderschmid/Stugger 2003, Kap. 2 Seite 17

Die personellen Entscheidungen sind folglich ebenso wichtig, wie die Art und Weise, wie mit einem Team gearbeitet wird.

Sind alle Positionen besetzt und ist das Team zusammengestellt, muss der Moderator sich für eine geeignete Arbeitsmethode entscheiden. Diese Wahl kann nicht ohne Berücksichtigung der Teammitglieder getroffen werden, da die Methoden zum Teil Erfahrung in der Anwendung verlangt. Die Wahl der Methode kann auch durch das Team selbst erfolgen. Darum ist es von Vorteil, wenn jedes Teammitglied eine Vielzahl an Kreativtechniken mindestens theoretisch kennt, um das Spektrum der Methoden bestmöglich auszuschöpfen.

2.7. Methoden der Ideenfindung

Das kreative Problemlösen ist ein aus vier Phasen bestehender Prozess.

In der *Vorbereitungsphase* wird ein Problembewusstsein geschaffen, indem es erkannt und analysiert wird, Informationen zum Thema gesammelt und Aufgabenstellung und Ziel definiert werden. Danach sollte dem Unterbewusstsein eigentlich Zeit gegeben werden, um sich mit dem Problem zu beschäftigen. Lösungen sollen in der Praxis aber möglichst schnell gefunden werden. An dieser Stelle werden die Kreativitätstechniken genutzt, um die Phase der *Inkubation* zu beschleunigen und schnell in Phase drei, die *Erleuchtung*, zu kommen. Diese Phase tritt ein, sobald eine Idee entstanden ist. In Phase vier, der *Verifikation*, werden die Ideen geprüft, bewertet und weiterentwickelt.⁶⁴

Die Methoden der Ideenfindung dienen dazu, gezielt und schnell verwertbare Lösungen zu einem Problem oder einer Aufgabe zu generieren. Die Kombination von Kreativität und Technik ist für viele zunächst ein Widerspruch. Dieser löst sich, indem unter „Technik“ nur eine Vorgehensweise oder Systematik verstanden wird. Die Methoden und Hilfsmittel sollen Anreger und Auslöser von kreativen Handlungen und Ideen sein. Denkprozesse, die bei der schöpferischen Arbeit unterbewusst stattfinden, werden durch sie ins Bewusstsein geholt und hochwertiger ausgeschöpft. Jedoch werden in der Praxis oft die gleichen, wenigen Methoden genutzt, anstatt aus der Fülle der Möglichkeiten die für die Problemstellung, Phase oder Gruppe optimale Technik auszuwählen.⁶⁵

Um die Wahl zu erleichtern können die Techniken folgendermaßen unterteilt werden⁶⁶:

Recherchebasierte Methoden

Sie sind eigentlich keine Kreativmethoden, aber sie eignen sich für die Vorbereitungsphase, da sich hauptsächlich mit Analysen, Vergleichen und Recherchen beschäftigt wird. Im Allgemeinen sind sie keine Gruppenmethoden.

⁶⁴ vgl. Keiser 2003, 2, Noack 2005, 34

⁶⁵ vgl. Scheitlin 1993, 236

⁶⁶ Alle aufgezählten Methoden werden ab Kapitel 2.7.1. der vorliegenden Arbeit genauer beschrieben. (Anm. d. A.)

Dazu zählen:

- Befragung
- Benutzungs-, Arbeitsanalyse
- Beobachtung
- Blitzlicht
- Literaturanalyse

Intuitiv-kreative Methoden

Sie werden hauptsächlich in Gruppen angewendet und nutzen den kognitiven Effekt der gegenseitigen Anregung. Die Qualität der Ideen ist nebensächlich, sie werden nicht ausgearbeitet und Kritik an ihnen ist verboten.

Dazu zählen:

- Klassisches Brainstorming
- Anonymes Brainstorming
- Didaktisches Brainstorming
- Destruktiv-konstruktives Brainstorming
- Imaginäres Brainstorming
- Brainwriting
- Kollektives Notizbuch
- Karten-Methode
- Galeriemethode
- Brainwriting Pool
- Methode 6-3-5
- Mind Map
- Clustering
- Umkehrmethode
- Bisoziation (visuelle Synektik)
- Reizworttechnik

Analytisch-systematische Methoden

Bei diesen Kreativmethoden wird durch systematisches Vorgehen versucht das gesamte Lösungsfeld durch die Ausarbeitung aller denkbaren Lösungsrichtungen abzusuchen.

Dazu zählen:

- 6 Hüte von de Bono
- Osborn-Methode
- Walt-Disney-Methode
- Morphologie

Methoden zur Vorauswahl der Lösungsvorschläge

Diese Methoden zählen nicht mehr zu den Ideenfindungsmethoden, sondern dienen der Bewertung von Ideen. Die Bewertung der Lösungen ist dennoch Bestandteil der Problemlösung und wird hier aufgeführt, da in der späteren Softwareskizze auch diese Methoden umgesetzt werden könnten.

Dazu zählen:

- Bewertungsdiskussion
- Pro-Contra-Katalog
- Punktvergabeverfahren
- Rangplatzvergabe
- Checklistenbewertung

Die Kombination von unterschiedlichen Methoden kann zu interessanten Möglichkeiten führen. Das Thema kann zum Beispiel mit einer recherchebasierten Methode aufbereitet werden. Diese zusätzlichen Informationen können helfen, mehr Ideen durch eine intuitiv-kreative Methode zu diesem Thema zu generieren. Im Anschluss können einzelne Ideen mit einer analytisch-systematischen Methode strukturiert oder weiterentwickelt werden.⁶⁷

Da der Schwerpunkt der Arbeit auf den Kreativmethoden liegt, werden in den folgenden Abschnitten nur intuitiv-kreative und analytisch-systematische Methoden ausführlicher betrachtet, die sich für die Umsetzung in einer Software eignen könnten. Jedoch sollen auch Recherche- und Bewertungsmethoden in der Softwareskizze eine Rolle spielen, darum werden sie im Folgenden ebenfalls kurz dargestellt. In Anbetracht der Vielzahl von Abwandlungen der Methoden werden die Fachliteraturquellen durch Internetquellen ergänzt.

2.7.1. Recherchebasierte Methoden

Im Allgemeinen dient die Recherche dazu, möglichst viele relevante Informationen zu einem bestimmten Thema zusammen zu tragen. Es kann zum Beispiel auf folgende Möglichkeiten zurückgegriffen werden: Befragung, Beobachtung oder Literaturanalyse. Es gibt zudem Gruppenmethoden, mit denen sich ein Problem oder eine Aufgabenstellung im Vorfeld klarer definieren lässt. Dafür eignen sich beispielsweise:

- *Blitzlicht-Methode*

Alle Gruppenmitglieder äußern kurz und ohne Diskussion ihre persönlichen Ansichten zu einem Problem. So entsteht eine Momentaufnahme des Meinungsbildes der Gruppe und es lassen sich Denkanstöße und Richtungen für spätere Kreativmethoden ableiten.⁶⁸

⁶⁷ vgl. Keiser 2003, 7 ff., A-2 f.

⁶⁸ vgl. Alles K, Zugriff am 16.01.2008

- *Benutzungs- oder Arbeitsanalyse*

Bei dieser Methode werden Arbeits- oder Benutzungsabläufe in ihre kleinsten Schritte zerlegt und nach verschiedenen Gesichtspunkten gegliedert und analysiert.⁶⁹ Diese Methode kann im Vorfeld vom Moderator allein oder in der Gruppe angewendet werden. Der Vorteil einer Analyse in der Gruppe ist, dass die einzelnen Mitglieder so mit dem Gegenstand der Aufgabenstellung vertraut gemacht werden.

2.7.2. Brainstorming

Diese Methode wurde vom amerikanischen Werbefachmann Alex F. Osborn⁷⁰ Mitte des 20. Jahrhunderts entwickelt. Sie lässt sich für die Lösung einfacher Probleme anwenden⁷¹ und ist „[...] universal einsetzbar, wenn es um die Äußerung von Vorschlägen, Namensvarianten, Neuerungen, Gestaltungsideen, Werbeideen, Rationalisierungstipps, Verkaufsempfehlungen usw. geht“.⁷²

Dabei treffen sich die Teilnehmer in einer entspannten Atmosphäre und sollen sich gegenseitig anregen, ergänzen und frei assoziieren. Zunächst muss gewährleistet sein, dass sie miteinander kooperieren können und wollen.

Die Gruppengröße sollte zwischen 5 und 20 Teilnehmern liegen. Zu kleine Gruppen entwickeln oft zu wenige Ideen, während sich bei zu großen Gruppen eine mögliche Cliquesbildung hemmend auswirkt.⁷³ Die optimale Teamzusammenstellung ist somit einer der ersten Schritte der Vorbereitung einer Brainstorming-Konferenz.

„Für nicht exakt abgegrenzte, ungewöhnliche oder sehr innovative Aufgabenstellungen kann es förderlich sein, die Teilnehmergruppe möglichst heterogen zu besetzen, damit viele unterschiedliche Lösungsansätze entstehen können. Für fest definierte Problemstellungen oder solche, die eher der Routine entsprechen, kann die Gruppe homogener zusammengesetzt sein, da hier vielfach Experten einer gemeinsamen Fachdisziplin sich gegenseitig ergänzen.“⁷⁴

Neben den aktiven Teilnehmern sind noch die Positionen des Protokollanten und des Moderators zu besetzen. Der Protokollant konzentriert sich nur auf das Festhalten und das Strukturieren der entstandenen Ideen. Der Moderator ist zuständig für die Organisation des Treffens, die Aufbereitung des Themas und die Beachtung der Regeln. Während der Ideenfindungsphase ist es seine Aufgabe zurückhaltende Teilnehmer zu motivieren, hitzige Diskussionen zu vermeiden und die Ideen mit Einwüfen, provokativen Beiträgen etc. im Fluss zu halten.⁷⁵

⁶⁹ vgl. Wikipedia, Zugriff am 16.01.2008

⁷⁰ In der Literatur finden sich unterschiedliche Schreibweisen dieses Namens. Um die Einheitlichkeit im Hinblick auf die nach ihm benannte Methode zu wahren, wird in der vorliegenden Arbeit die Schreibweise Alex F. Osborn benutzt. (Anm. d. A.)

⁷¹ vgl. Noack 2005, 40

⁷² Scheitlin 1993, 262

⁷³ vgl. Noack 2005, 42

⁷⁴ ebenda

⁷⁵ vgl. Noack 2005, 44, 2.4. der vorliegenden Arbeit, 2.5. der vorliegenden Arbeit

Nach *Victor Scheitlin*, Fachbuchautor und Unternehmensberater, sind folgende Punkte während der Sitzung zu beachten:

- „Quantität geht vor Qualität. Je mehr Ideen gesammelt werden, desto besser.[...]
- Keine offene oder verborgene Bewertung von eigenen oder fremden Ideen⁷⁶.
- Niemand hat ein Urheberrecht an einer Idee. [...]“⁷⁷
- „[...] Bei anspruchsvollen Themen ist es zu empfehlen, die Teilnehmer im Voraus davon in Kenntnis zu setzen. [...]
- [...] Das Thema ist einleitend genau zu umreißen.
- Ist ein Thema zu komplex, so muss es in Unterthemen zerlegt werden und diese sind einzeln in Angriff zu nehmen. [...]
- [...] Die Brainstorm-Konferenz lebt von der Fröhlichkeit und vom Tempo. [...]
- [...] Jeder muß versuchen, seinen Vorschlag auf den kürzesten Nenner zu bringen.
- Der Brainstorm-Leiter soll begeistern, antreiben und umwerten können.
- Er muss sich eigene Vorschläge vorbereiten, um etwaige Flauten überbrücken zu können. [...]
- Die Ergebnisbewertung geschieht erst nach dem Brainstorm. [...]
- [...] Wenn sich taugliche Lösungen bereits am Anfang ergeben, so ist das kein Grund, die Übung zu stoppen, denn vielfach folgen noch bessere Vorschläge nach. [...]“⁷⁸

Eine freundliche, anregende und motivierende Arbeitsatmosphäre ist wichtig, damit sich die Teilnehmer miteinander und mit der Thematik vertraut machen können.⁷⁹ In dieser Arbeitsumgebung sollte die Aufgabenstellung stets im Blickfeld sein. Dies kann beispielsweise über Pinnwände oder FlipCharts gelöst werden. Nachdem das Thema beziehungsweise das Problem allen Teilnehmern durch den Moderator bekannt gemacht worden ist, kann die so genannte Sammelphase beginnen. Diese Phase dauert in der Regel zwischen 20 und 40 Minuten. Um dabei möglichst viele Ideen zu generieren ist die Einhaltung der oben angeführten Punkte wichtig. Nach dieser Phase endet vorerst der kreative Prozess. Nun werden die Ideen gesichtet, strukturiert, auf ihre Verwertbarkeit untersucht und später in Maßnahmenplänen umgesetzt.⁸⁰ Nach der Sitzung muss das entstandene Protokoll zeitnah an die Teilnehmer weiter gegeben werden. Zudem sollten sie gebeten werden, alles, was ihnen später noch einfällt, nachzureichen.⁸¹

⁷⁶ Diese Bewertungen werden auch Killerphrasen genannt. Killerphrasen sind Sätze der Ablehnung, der Herabsetzung oder der Abwehr, die keinen konstruktiven Beitrag leisten und zielen oft auf die Person und nicht auf die Sache. (vgl. Rhetorik.ch, Zugriff am 17.04.2008)

⁷⁷ Noack 2005, 41 f.

⁷⁸ Scheitlin 1993, 263

⁷⁹ vgl. Noack 2005, 42

⁸⁰ vgl. Noack 2005, 43

⁸¹ Graue Zelle, Zugriff am 28.11.2007

Gute Ideen oder Ansätze können nach Bedarf in einer weiteren Sitzung mit einer anderen Methode, beispielsweise einer analytisch-systematischen Kreativtechnik, ausgebaut und verfeinert werden.

Im Laufe der Zeit entwickelten sich weitere Varianten des Brainstormings, auf die im Folgenden nur kurz eingegangen wird.

- *Brainstorming für Einzelpersonen*

Das Vorgehen ist hier ähnlich wie bereits unter „Brainstorming“ beschrieben. Nach der Sammelphase von ca. 15 bis 20 Minuten werden die Ideen strukturiert und bewertet.

- *Anonymes Brainstorming*

Jeder Teilnehmer generiert für sich allein Ideen. Diese werden vom Leiter gesammelt, verlesen und plenumartig von der Gruppe diskutiert. Diese Form eignet sich besonders für Brainstorminggruppen, deren Mitglieder aus unterschiedlichen Hierarchiestufen stammen oder bei kontroversen, konflikträchtigen Themen.

- *Didaktisches Brainstorming*

Diese Variante erfordert einen geübten und über das Thema umfassend informierten Moderator. Er dosiert die Informationen über die Zeit der Sitzung und verhindert so, dass sich die Gruppe zu schnell auf einen Lösungsweg fixiert und dabei Alternativen übersieht.

- *Destruktiv-konstruktives Brainstorming (Inverses Brainstorming, Kopfstandmethode)*

Bei dieser Form werden zuerst alle erdenklichen Fehler, Nachteile, Schwächen und Unzulänglichkeiten eines Verfahrens oder eines Produktes gesammelt und betrachtet. Dadurch wird die gesamte Tragweite eines Problems deutlich. Aus diesen Erkenntnissen lassen sich spezifische und wirksame Lösungen ableiten lassen.

- *Imaginäres Brainstorming*

Beim imaginären Brainstorming werden durch Gedankenspiele Rahmenbedingungen verfremdet oder verändert. Das verlangt von den Teilnehmern, sich auf diese, manchmal absurden, „Was wäre wenn...“-Szenarien einzulassen. Sich vom Bisherigen zu lösen, kann zu neuen und ungewöhnlichen Einfällen führen.⁸²

2.7.3. Brainwriting

Brainwriting ist die schriftliche Form des Brainstormings, daher gelten auch hier die in 2.7.2. beschriebenen Punkte. Zusätzlich gilt: Lesbar schreiben! Bei den Sitzungen gibt es einen Moderator, der das Thema aufbereitet und gut sichtbar positioniert⁸³ - ein Protokollant ist nicht notwendig. Im Gegensatz zu spontanen mündlichen Äußerungen können die Teilnehmer ihre Gedanken in Ruhe formulieren und niederschreiben.

⁸² vgl. Noack 2005, 44 ff., Scheitlin 1993, 265

⁸³ Dies kann zum Beispiel durch einen FlipChart realisiert werden. (Anm. d. A.)

Manche Gedanken nehmen erst beim sorgfältigen Formulieren eine klare Form an und offenbaren neue Zusammenhänge. Vor allem gibt dies introvertierten Menschen die Gelegenheit ihre Ideen einzubringen. Zudem werden weitere Hemmfaktoren, wie zum Beispiel Hierarchien, umgangen. Ein Nachteil des Brainwriting ist jedoch, dass sich die teilnehmenden Personen nicht gegenseitig anregen.⁸⁴ Um dies in die Methode zu integrieren, gibt es eine Reihe von Variationen des Brainwritings.

- *Kollektives Notizbuch*

Diese Kreativitätstechnik eignet sich für Situationen, in denen sich die Beteiligten nicht an einem Ort aufhalten. Die Teilnehmerzahl ist unbegrenzt und der Zeitraum beläuft sich auf zwei bis vier Wochen. Dafür wird ein Ordner oder Notizbuch mit Hinweisen zur Nutzung, der formulierten Problem- oder Aufgabenstellung und dem Sammelzeitraum vorbereitet und an einem für alle Beteiligten erreichbaren Ort bereit gelegt. Nach der Sammelphase werden die Ideen zusammengefasst und in der Auswertungsphase bearbeitet. Diese Methode kann auch nach einem Brainstorming verwendet werden, um über einen gewissen Zeitraum weitere Ideen zu sammeln. Ein Nachteil ist, dass über den langen Zeitraum die Motivation der Teilnehmer verloren gehen kann.

- *Karten-Methode*⁸⁵

Bei dieser Methode werden Einfälle auf Pappkarten festgehalten - pro Karte eine Idee. Diese werden nach der Sammelphase beispielsweise an einer Pinnwand angebracht. Die Teilnehmer ordnen sie nach einem bestimmten Zusammenhang, beispielsweise Kosten oder Umsetzbarkeit, vergeben Rangfolgen und versuchen passende Überschriften für diese Cluster zu finden. Danach können, je nach Medium, mit Hilfe von Stiften oder Bindfäden Beziehungen zwischen einzelnen Karten hergestellt werden und erhält somit in Ansätzen eine Art Mind Map. Die gemeinsam erarbeitete Gliederung ist auch in der Auswertungsphase nützlich, da die Ideen schon strukturiert sind.

- *Galeriemethode*

Die Methode versucht Einzel- und Gruppenarbeit miteinander zu verbinden und eignet sich besonders für Gestaltungsprobleme. Nachdem der Moderator die Aufgabenstellung erklärt hat, beginnt jeder Teilnehmer eine Skizze zur Lösung des Problems zu erstellen. Diese Phase kann bis zu 15 Minuten dauern. Danach werden die Skizzen für alle Teilnehmer gut sichtbar aufgehängt, untereinander erklärt und diskutiert. Die aus den Gesprächen neu gewonnen Erkenntnisse und Ideen bringt nun jeder Teilnehmer wieder für sich in seine eigene Skizze ein. Die so entstandenen Ideen können nach der zweiten Ideenfindungsphase geordnet, vervollständigt und selektiert werden.⁸⁶

⁸⁴ vgl. Scheitlin 1993, 265

⁸⁵ Die Karten-Methode kann auch Metaplan Methode genannt werden.. (vgl. Alles Gelingt, Zugriff am 28.11.2007)

⁸⁶ vgl. Fachhochschule Vorarlberg, Zugriff am 18.01.2008

- *Brainwriting Pool*

Der Brainwriting Pool unterscheidet sich vom „normalen“ Brainwriting dadurch, dass die notierten Ideen in die Mitte des Tisches gelegt werden und dort den „Pool“ bilden. Hat ein Teilnehmer keine Ideen mehr, nimmt er sich aus dem Pool das Blatt eines anderen Mitgliedes, lässt sich davon anregen und notiert seine Gedanken dazu. Danach legt er es in den Pool zurück.⁸⁷ Eine weitere Möglichkeit ist, die Karten im Kreis wandern zu lassen und erst dann in den Pool zu geben, wenn es zu der eigenen Karte nichts mehr hinzuzufügen gibt.⁸⁸

In manchen Fällen wird das Brainwriting auch mit der Methode 6-3-5⁸⁹ gleichgesetzt⁹⁰, doch im Gegensatz zu dieser Technik gibt es beim Brainwriting kaum Zeitdruck bei der Formulierung der Idee. Dies hat natürlich Auswirkung auf die Anzahl und die Qualität der Ergebnisse und hängt von den persönlichen Präferenzen der Teilnehmer ab. Nicht jeder empfindet den Zeitdruck als anregend.

2.7.4. Methode 6-3-5

Die Methode 6-3-5 ist eine Variante des Brainwriting mit einem vorgegebenen Zeitrahmen. Diese zeitliche Begrenzung ist das wesentliche Merkmal, das die Methode von den zuvor genannten Formen des Brainwriting unterscheidet und wird daher in dieser Arbeit extra aufgeführt. Auch für diese Methode gelten die bereits genannten Brainstorming-Regeln⁹¹. 6-3-5 steht für „6 Teilnehmer, [die] 3 Beiträge je Teilnehmer und Durchgang in jeweils 5 Minuten pro Durchgang schriftlich fixieren.“⁹² Insgesamt können so in 30 Minuten 108 Ideen entstehen.

Im Vorfeld der Sitzung werden so genannte „Formulare“ angefertigt. Ein Blatt Papier ist in je drei Spalten und sechs Zeilen unterteilt und mit der Problemstellung bzw. Aufgabe gut sichtbar versehen. Im ersten Durchgang schreibt jeder Teilnehmer drei Ideen in die erste freie Reihe und reicht dann das Blatt an seinen Nachbarn weiter. Der Moderator achtet dabei darauf, dass jeder Durchgang circa fünf Minuten dauert.

Nachdem das Blatt fünfmal weitergereicht wurde haben die Teilnehmer im Idealfall 108 Ideen produziert und sich von den Stichpunkten der Anderen inspirieren lassen, haben diese variiert und ergänzt. Spätere Durchgänge können unter Umständen etwas länger dauern, da die Ideen der Anderen gelesen werden müssen.

Am Ende folgt die so genannte Bewertungsrunde. Die Blätter werden wieder herum gereicht und jeder Teilnehmer kann pro Blatt jeweils drei verschiedene Ideen, die ihm am Besten gefallen mit einem Bewertungskreuz markieren.

⁸⁷ vgl. Noack 2005, 52 ff.

⁸⁸ vgl. Wikipedia, Zugriff am 28.11.2007

⁸⁹ vgl. 2.7.4. der vorliegenden Arbeit

⁹⁰ vgl. Alles Gelingt, Zugriff am 28.11.2007

⁹¹ vgl. 2.7.2. der vorliegenden Arbeit

⁹² Noack 2005, 49

Die Ideen mit den meisten Kreuzen können, beispielsweise mit anderen Kreativmethoden, weiterentwickelt werden.

Die Methode ist nicht zwingend mit sechs Teilnehmern durchzuführen. Bei einer kleineren Zahl werden ebenfalls alle sechs Phasen durchlaufen. Ebenso müssen nicht alle Kästchen zwingend ausgefüllt werden, diese können dann von anderen Teilnehmern für zusätzliche Ideen genutzt werden. Für den Fall, dass in einer Phase mehr als drei Ideen entstehen, sollte immer noch weiteres Papier bereit liegen. Auch diese Einfälle stehen den Anderen als Inspirationsquelle zur Verfügung.⁹³

2.7.5. Mind Mapping und Clustering

Eine Mind Map wird oft auch als geistige Landkarte bezeichnet, da diese Technik beide Gehirnhälften fordert und die nicht-linearen Denkprozesse sichtbar macht und strukturiert. Sie eignet sich für Aufgaben, die eine „[...] sorgfältige gedankliche Vorarbeit bedingen, aber nicht außerordentlich komplex sind.“⁹⁴ Das können zum Beispiel Konzepte, Präsentationen, Projekte oder Planungsvorhaben sein.

Zu Beginn wird auf ein großes Blatt der Begriff, das Problem oder ein Symbol dafür geschrieben und damit der Kern der Mind Map gebildet. Von diesem gehen Zweige ab, die jeweils für ein Unterthema stehen. Dabei sollten möglichst kurze Formulierungen, Bilder oder Symbole stellvertretend für die Gedanken verwendet werden. So entstehen immer weitere Nebenarme, die in alle Richtungen abgehen können. Auf den Verbindungslinien können weitere Gedanken und Ideen notiert werden. Um die Mind Map übersichtlich zu halten kann zusätzlich mit Farben, Bildern, unterschiedlichen Schriftgrößen, Pfeilen oder Kreuzen gearbeitet werden. Eine Bewertung sollte bei der Erstellung noch nicht erfolgen.⁹⁵

Eine geistige Landkarte entsteht ebenso beim **Clustering**. Doch während das Mind Mapping logisch aufeinander aufbauende Assoziationsäste, die sich strukturiert immer detaillierter verzweigen, entwickelt, lebt das Clustering vom Prozess der freien Assoziation. Das bedeutet, dass beim Clustering nicht mit logischen Schlussfolgerungen und Unterthemen gearbeitet wird, sondern dem Kernbegriff Gedanken und Gefühle zugeordnet werden. Einfälle, die nach Meinung der Teilnehmer auch eine Beziehung zu anderen Begriffen haben werden durch Linien verbunden.

Diese Methode eignet sich für kleinere Gruppen von drei bis fünf Teilnehmern, so wird jeder am assoziativen Prozess beteiligt. Das Ergebnis wird am Ende anhand der Erfordernisse der Aufgabenstellung und deren Zielstellung ausgewertet und weiterentwickelt.⁹⁶

⁹³ vgl. Noack 2005, 49 ff., Scheitlin 1993, 269

⁹⁴ Scheitlin 1993, 244

⁹⁵ vgl. Noack 2005, 61 ff., Scheitlin 1993, 244 f.

⁹⁶ vgl. Noack 2005, 56 ff., 65

2.7.6. Umkehr-Methode

Bei der Umkehr-Methode wird das Problem oder die Zielstellung aus der genau entgegengesetzten Sichtweise formuliert. Die Frage würde nicht mehr lauten, wie Kunden gewonnen werden, sondern wie sie am besten vergrault werden könnten. Mithilfe von Brainstorming, Brainwriting oder einer anderen assoziativen Methode werden Antworten auf diese umgekehrte Frage gesucht.

Die wirkliche Problemlösung liegt anschließend in der Umkehrung dieser Antworten. Die umgekehrte Fragestellung muss nicht sinnvoll oder tatsächlich möglich sein, oft haben gerade provokative, utopische oder absurde Sichtweisen das Potenzial zu innovativen Lösungen und zur Überwindung der hinderlichen „Betriebsblindheit“ zu führen.⁹⁷

2.7.7. Bisoziation

Während bei der Assoziation Gedanken oder Gegenstände verbunden werden, die zu einem zusammenhängenden Bezugsrahmen gehören, werden bei der Bisoziation Elemente aus verschiedenen Bezugskontexten verknüpft.

Zu Beginn des Treffens wird das Problem oder das Ziel genau formuliert. Dann werden zum Beispiel Bilder, Fotos oder Ausschnitte aus Zeitungen gezeigt, die möglichst wenig mit der Problemstellung zu tun haben. Das Team wählt davon Material für die Ideenfindung aus und beginnt dazu frei zu assoziieren. Alle Gedanken werden vom Moderator notiert und beispielsweise an eine Pinnwand gehängt.

Nun wird nach Verbindungen zwischen den Assoziationen und der eigentlichen Problemstellung gesucht. Diese Methode ist einfach, aber effektiv. Durch die unterschiedlichen Themen bzw. Bezugsrahmen zwischen den Bildern und der eigentlichen Ausgangsfrage können kreative und unkonventionelle Ideen entwickelt werden.⁹⁸

Bsp.:

Ausgangsfrage: Wie kann das Produkt „Streichhölzer“ weiter entwickelt werden?

Bild: Sonnenblume auf der Wiese

Assoziationen: Sonne, gelb, Duft...

Mögliche Lösung: Streichhölzer, die beim Abbrennen nach Blumen duften.

⁹⁷ vgl. Noack 2005, 71

⁹⁸ vgl. Noack 2005, 80 ff.

2.7.8. Reizworttechnik

Ähnlich wie bei der Bisoziation⁹⁹ arbeitet die Reizworttechnik mit einem Ideenauslöser, der inhaltlich möglichst weit weg von der ursprünglichen Thematik liegt.

„Die entsprechenden Reizwörter kann man in einem Brainstorm ausfindig machen, oder sie lassen sich aufgrund irgendwelcher Inserate, Kataloge von Versandhäusern, Plakate, Schaufenster eruieren. Lexiken und Wörterbücher können auf x-beliebiger Seite aufgeschlagen werden, um auf ein Reizwort zu stoßen [...].“¹⁰⁰

Die Assoziationen zu dem Zufallswort werden im Folgenden auf die ursprüngliche Problemstellung übertragen.¹⁰¹ Das Reizwort ist „Briefbeschwerer“ und die ursprüngliche Problemstellung ist die Entwicklung neuer Bleistifte.

<i>Eigenschaften eines Briefbeschwerers</i>	<i>Davon abgeleitete Eigenschaften von Bleistiften</i>
<i>- meist schwer</i>	<i>Bleistifte in verschiedenen Gewichtsklassen zur Kräftigung der Handmuskulatur</i>
<i>- sehr vielfältige Formen</i>	<i>Bleistifte in verschiedenen Formen</i>
<i>- von klassisch bis modern</i>	<i>Bleistifte in verschiedenen Stilarten</i>
<i>- viele verschiedene Materialien</i>	<i>Bleistifte aus verschiedenen Materialien (Holz, Stein,...)</i>
<i>- zusätzliche Funktionen</i>	<i>Bleistifte mit zusätzlichen Funktionen (Lineal, Kamm,...)</i>
<i>- mit Werbeaufdruck</i>	<i>Bleistifte als Werbeträger</i>
<i>...</i>	<i>...</i>

Tabelle 3: Reizwort „Briefbeschwerer“ – Problemstellung Entwicklung neuer Bleistifte¹⁰²

⁹⁹ vgl. 2.7.7. der vorliegenden Arbeit

¹⁰⁰ Scheitlin 1993, 272

¹⁰¹ vgl. Noack 2005, 82

¹⁰² Noack 2005, 83

2.7.9. 6-Hüte

Das Prinzip der 6-Hüte¹⁰³ eignet sich für Einzelpersonen und Gruppen, um zusätzliche Sichtweisen auf komplexe Probleme zu erlangen. Die Methode besteht aus sechs verschiedenfarbigen Hüten, wobei jeder dieser Hüte für einen bestimmten Standpunkt zum Problem steht.¹⁰⁴

„- Der weiße Hut steht für analytisches Denken, Objektivität und Neutralität. Wer ihn aufsetzt, sammelt Informationen, ohne diese zu bewerten. Es zählen nur Fakten und Zahlen, keine Emotionen und Urteile, sodass die persönliche Meinung hier vollkommen unwichtig ist.

- Der rote Hut steht für persönliche Empfindungen und die subjektive Meinung. Alle Gefühle, die positiven wie die negativen, werden dabei zugelassen, auch wenn die Äußerungen diffus ausfallen.

- Der schwarze Hut steht für alle sachlich-rationellen Argumente, die Zweifel, Bedenken, Risiken ausdrücken. Es geht dabei aber nicht um Gefühle.

- Der gelbe Hut steht für die objektiven positiven Eigenschaften, d.h. Chancen und Vorteile, Hoffnungen und Ziele, also alle Aspekte, die für die Entscheidung sprechen.

- Der grüne Hut steht für neue Ideen, Kreativität und Alternativen über das Bestehende hinaus. Provokation und Widerspruch sind zugelassen, was stets zu neuen Ideen führt, egal wie verrückt oder unwahrscheinlich diese erscheinen. Es sind keine kritischen Bemerkungen dabei erlaubt.

- Der blaue Hut steht für Ordnung, Kontrolle und Organisation, den Überblick und bringt die einzelnen Ergebnisse aus einer Metaposition zusammen.“¹⁰⁵

Im Laufe einer Sitzung sollte jeder Teilnehmer jeden Standpunkt einnehmen und so seine eigene Sichtweise erweitern. Dieses Rollenspiel stellt sicher, dass die wesentlichen Denkmodi von jedem durchlaufen werden. Ein Moderator sollte die so entstehende, sehr offene Diskussion lenken und um den Überblick zu behalten, müssen die Ergebnisse detailliert protokolliert werden. Gerade bei ungeübten Teilnehmern kann es hilfreich sein, tatsächlich mit farbigen Hüten oder Kärtchen zu arbeiten.¹⁰⁶

¹⁰³ Sie werden auch Denkhüte von De Bono oder Six Thinking Hats genannt. (Anm. d. A.)

¹⁰⁴ vgl. Noack 2005, 69

¹⁰⁵ Noack 2005, 69 f.

¹⁰⁶ vgl. Noack 2005, 70 f., Wikipedia, Zugriff am 12.12.2007

2.7.10. Osborn-Methode

Diese Methode ist nach Alexander Osborn benannt, der auch das Brainstorming entwickelt hat. Sie besteht aus einer Art Checkliste, die neun Gruppen von Fragestellungen umfasst. Diese Gruppen beruhen auf den wichtigsten kognitiven Operationen, die ein Mensch bei der Ideenfindung vollzieht.

Der Fragenkatalog ist beliebig erweiterbar. Um eine möglichst hohe Anzahl an Rohideen zu generieren, wird empfohlen, die genau formulierte Problemstellung konsequent auf alle Fragen bzw. Gruppen zu untersuchen.¹⁰⁷

Gruppe der Fragestellung	Fragen
Anders verwenden	<ul style="list-style-type: none"> - Welche anderen Verwendungsmöglichkeiten gibt es? - Welche anderen Verwendungsmöglichkeiten gibt es, wenn man es verändert? - Gibt es andere Zielgruppen? - Gibt es andere Verwendungsmöglichkeiten für die gleiche Zielgruppe?
Anpassen/Adaptieren	<ul style="list-style-type: none"> - Was kann von Wettbewerbern oder der eigenen Organisation nachgeahmt werden? - Was kann von vergangenen Projekten wiederholt werden?
Verändern/Abwandeln	<ul style="list-style-type: none"> - Sind andere Gerüche, Formen, Farben, Richtung, Ausformung, Bedeutungen, Bewegungen oder Töne denkbar?
Vergrößern	<ul style="list-style-type: none"> - Lässt sich etwas größer, dicker, schwerer, farbiger, höher, länger, stabiler, stärker machen? - Kann man etwas hinzufügen? - Kann man es vergrößern, vervielfältigen, übertreiben?
Verkleinern	<ul style="list-style-type: none"> - Kann man etwas weglassen, ohne die Funktionalität zu beeinträchtigen? - Wie kann man etwas kleiner, niedlicher, kompakter, kürzer, tiefer, feiner, heller, leichter machen? - Könnte man es aufteilen?
Umformen/Ersetzen/ Eliminieren	<ul style="list-style-type: none"> - Lassen sich Bestandteile neu gruppieren? - Lässt sich etwas austauschen z.B. Materialien, Positionen, Zutaten, Antriebe, Orte, Klänge etc.?
Umkehren/Umstellen /ins Gegenteil verkehren	<ul style="list-style-type: none"> - Wie könnte die Reihenfolge geändert werden? - Wie erreicht man das Gegenteil? - Könnte man die Ursache mit der Wirkung vertauschen? - Was passiert beim Rollentausch?
Kombinieren	<ul style="list-style-type: none"> - Lassen sich Lösungsansätze oder Ideen zu einem Ganzen kombinieren? - Lässt sich das Projekt in Bausteine zerlegen?
Transformieren	<ul style="list-style-type: none"> - Ist ausdehnen, verflüssigen, durchlöchern, härten, durchscheinend machen oder zusammenballen möglich?

Tabelle 4: Gruppen von Fragestellungen bei der Osborn-Methode

¹⁰⁷ vgl. Noack 2005, 72 ff., Wikipedia, Zugriff am 13.12.2007, Hannes Treichl, Zugriff am 13.12.2007, Björn Klippstein, Zugriff am 13.12.2007

2.7.11. Walt-Disney-Methode

Diese Methode stammt von dem berühmten Filmproduzenten und Zeichentrickfilmer *Walt Disney*. Sie geht davon aus, dass nützliche Erkenntnisse gewonnen werden können, wenn sich Menschen in besondere Denkkustände begeben. Diese Zustände sind: der Träumer, der Realist und der Kritiker.

Walt Disney wird nachgesagt, dass er extra drei Räume eingerichtet hatte, die den Bedürfnissen der jeweiligen Zustände angepasst waren. Zum Beispiel hatte der Raum des Realisten nur die notwendigste Möblierung, der Träumer-Raum war üppig und verspielt eingerichtet und der des Kritikers war lediglich mit zwei gegenüberstehenden Pulten ausgestattet. Wenn eine solche räumliche Einrichtung nicht möglich ist, kann die Ausstattung auch mit Hilfsmitteln angedeutet werden oder virtuell geschehen.

Wichtig ist, dass die agierenden Personen sich auf die jeweiligen Stimmungen einstellen können.



Abbildung 5: Integration unterschiedlicher Sichtweisen durch die Walt-Disney-Methode¹⁰⁸

Folgende Eigenschaften zeichnen die drei Denkkustände aus:

Der Träumer

- ist zuständig für Ideen, Visionen, Richtungen
- ist visuell orientiert und entwirft Zukunftsbilder
- ist im Zustand des Phantasten
- imaginiert Zukunftsprojektionen
- versetzt sich in wünschenswerte, positive Situationen

Der Realist

- ist zuständig für die Umsetzung
- ist rational orientiert
- überprüft und stellt sich das Zukunftsbild des Träumers als Gegenwart vor
- entwickelt daraus einen konkreten Plan für die Umsetzung der Träumer-Vision
- denkt systematisch
- erstellt einen Plan ggf. mit Unterzielen, ermittelt wichtige Schritte, verteilt Aufgaben

¹⁰⁸ in Anlehnung an Noack 2005, 76

Der Kritiker

- hinterfragt alles
- nimmt Ideen auseinander und überprüft den bisher entwickelten Plan
- hat den Fokus auf der Machbarkeit
- fragt sich, ob alle Umstände und Einflüsse, die den Plan scheitern lassen könnten bedacht wurden
- arbeitet vor allem im inneren Dialog, er hört dem Träumer und Realisten zu und fragt sich selbst, was noch alles verbesserungswürdig ist
- arbeitet mit Erfahrungen aus der Vergangenheit

Diese Zustände können als Teile des Unterbewusstseins bezeichnet werden, doch während im Alltag die Rollen miteinander verschmelzen, kommen sie hier in ihrer „Reinform“ zum Vorschein. Manche Menschen neigen mehr dazu die Träumer-Seite auszuleben, andere hingegen können grundsätzlich sehr kritisch sein. Durch das bewusste Einnehmen einer anderen Geisteshaltung kann zwischen den Standpunkten vermittelt und diese gleichwertig in den Ideenfindungsprozess eingebunden werden.

Eine Sitzung nach der Walt-Disney-Methode gliedert sich in einzelne Runden. In der ersten Runde geht es zunächst darum ein allgemeines Problembewusstsein zu schaffen. Entweder beschäftigen sich einzelne Personen in ihren Rollen nacheinander mit der Aufgabenstellung oder die ganze Gruppe nimmt eine Position an.

Der Träumer denkt sich wünschenswerte Szenarien aus, der Realist wird zum Macher, der sich die Umsetzung überlegt und der Kritiker äußert seine Bedenken. Zwischen dem Rollenwechsel sollte immer eine kleine Pause sein, um sich auf die nächste Position richtig einzustimmen zu können und sich von der vorherigen zu lösen.

In der zweiten Runde wird das Problem genauer definiert und das Ziel detaillierter beschrieben. Es wird erneut der „Raum des Träumers“ betreten, in dem Alles möglich ist und keine Bewertung erfolgt. Nach einer Pause beschäftigt sich der Realist oder die gesamte Gruppe in realistischer Haltung mit der Umsetzung und Planung der Vorschläge des Träumers. Darauf sollte wieder eine Pause folgen, bevor der „Raum des Kritikers“ betreten wird. Darin werden die Vorstellungen des Träumers und des Realisten betrachtet und um das ergänzt, was die Beiden übersehen haben.

Die dritte Runde beginnt mit den neuen Erkenntnissen und Sichtweisen. Sie sind die Grundlage für den Träumer, der sich, ob machbar oder nicht, Lösungen für die Anmerkungen des Kritikers überlegt.

Es folgt wieder der Realist, der das Ergebnis umsetzt und danach wird es erneut vom Kritiker durchleuchtet und durchdacht.

Diese Prozesse werden so lange durchlaufen, bis die Lösung für alle Teilnehmer befriedigend und realistisch ist und der Kritiker nichts mehr zu kritisieren hat.¹⁰⁹

¹⁰⁹ vgl. Noack 2005, 74 ff.

2.7.12. Morphologie

„Die Morphologie ist ein systematisch-analytisches Ideenfindungsverfahren [...].“¹¹⁰ Zu Beginn dieser Methode wird das Problem genau definiert und Folgen und/oder Seiten dessen beschrieben. Danach werden Parameter wie beispielsweise Funktionen oder Beschaffenheit ermittelt und in einer morphologischen Matrix in einen Zusammenhang gebracht. Ein so genannter morphologischer Kasten entsteht, wenn zusätzlich eine dritte Dimension benutzt wird. Dieses Beziehungssystem ist die Basis für die Gegenüberstellung der vielen, sich daraus ergebenden Lösungsvariablen.¹¹¹ Bei dieser Methode wird ein Problem in viele kleine Teilprobleme zerlegt, zu diesen viele kleine Teillösungen gefunden und dann zu einer ganzen Lösung wieder zusammengesetzt.¹¹² Solch ein „Ideenbaukasten“ soll die Lösungssuche anregen, indem sie die Vorstellungskraft belebt, Kombinationsmöglichkeiten und Vergleiche aufdeckt. Ein großer Vorteil dieser Methode ist die Übersichtlichkeit der Matrix, die das schnelle In-Beziehung-Bringen der Teilaspekte ermöglicht. Diese Technik kann anfänglich sehr kompliziert und umständlich erscheinen, jedoch mit einem geübten Moderator zu sehr guten Resultaten führen.¹¹³

Ein neuer Tisch soll erfunden werden

Anzahl der Beine	0	1	3	4	5	100
Material	Holz	Glas	Plastik	Kork	Stoff	
Höhe in Zentimetern	0	20	50	70	100	200
Form	rund	quadratisch	rechteckig			

Idee: keine Beine, Glas, 100 cm, rund: Der Tisch schwebt – wird z.B. von der Decke abgehängt.

Abbildung 6: Beispiel für ein morphologisches Schema¹¹⁴

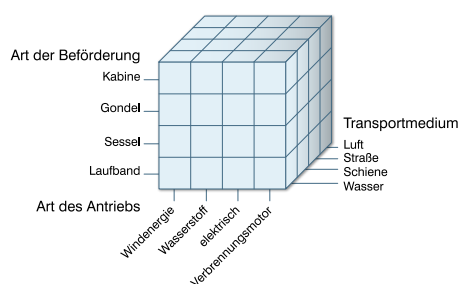


Abbildung 7: Beispiel eines morphologischen Kastens für die Entwicklung eines Fahrzeugs¹¹⁵

¹¹⁰ Scheitlin 1993, 252

¹¹¹ vgl. Scheitlin 1993, 252

¹¹² vgl. Noack 2005, 66

¹¹³ vgl. Scheitlin 1993, 257

¹¹⁴ Wikipedia, Zugriff am 10.12.2007

¹¹⁵ in Anlehnung an Noack 2005, 68

2.7.13. Andere Methoden

Unter diesem Punkt sind Vorgehensweisen zusammen gefasst, die sich nicht als klassische Ideenfindungsmethode einordnen lassen, aber Elemente enthalten, die für die Softwareskizze interessant sein könnten.

Wunderfrage

„Stellen Sie sich vor, es wäre über Nacht ein Wunder geschehen und es gäbe das bisherige Problem nicht mehr; woran würden Sie es zuerst erkennen?“¹¹⁶

Diese Art der Fragestellung soll die Teilnehmer dazu bringen sich nicht nur auf das Problem an sich zu konzentrieren, sondern auf dessen Lösung und das Ziel. Die Wunderfrage könnte also als eine andere Betrachtungsweise der Aufgabe gesehen werden und ist somit ein guter Ausgangspunkt für weitere Ideenfindungsmethoden.¹¹⁷

Brain-Tools von Mario Pricken

Mario Pricken gehört zu den gefragtesten und bekanntesten Trainern in der deutschsprachigen Kreativbranche. 2001 begann er die Arbeit zu dem Buch „Kribbeln im Kopf“, das sich nach seiner Veröffentlichung zu einem Fachbuch-Bestseller entwickelte¹¹⁸.

Pricken untersucht und analysiert die Denkansätze hinter preisgekrönten Werbe- und Grafikideen und fasst diese in 200 so genannte Clicking-Fragen zusammen.¹¹⁹ Diese Fragen sind Bestandteil eines besonders auf die Werbe- und Kreativbranche zugeschnittenen Ideenfindungskonzeptes. *Pricken* benutzt, ähnlich wie die Wunderfrage und die Osborn-Methode, das Stellen präziser Fragen dazu, das Ideenfindungsfeld bereits in der Formulierung der Aufgabenstellung abzustecken. Er geht davon aus, dass das Beantworten von Fragen einen inneren Suchprozess provoziert. Die Aufgabenstellung oder das Ziel soll im Vorfeld einer Kreativsitzung in einem kurzen Satz klar formuliert werden.

Daraus wird die „Clicking-Frage“ formuliert. Ein Beispiel:

„Wie kann ich in einer Werbekampagne darstellen, dass durch dieses Waschmittel die Farben der Wäsche nicht ausbleichen, sondern ihre Leuchtkraft behalten?“¹²⁰

¹¹⁶ Noack 2005, 85

¹¹⁷ vgl. ebenda

¹¹⁸ „Kribbeln im Kopf“ erschien erstmals 2004 im Verlag Schmidt, Mainz und ist bereits in der 10. Auflage erhältlich.

¹¹⁹ Mario Pricken, Zugriff am 18.01.2007

¹²⁰ Pricken 2003, 62

Aus seinen Analysen hat *Pricken* 26 Grundprinzipien abgeleitet, nach denen die „Clicking-Frage“ um ein Ideensuchfeld erweitert werden kann.

Prinzip	Beispielfrage
Ohne Worte	Produktvorteil ohne Worte darstellbar?
Kombinieren und Verbinden	Verknüpfen von Problem und Lösung möglich?
Vergleichende Gegenüberstellung	Vorher/Nachher unterstreicht Nutzen?
Wiederholung und Aufzählung	Produktnutzen durch Wiederholung hervorheben?
Übertreibung	Was kann man hinzufügen?
Drehung um 180 Grad	Den Produktvorteil ins Gegenteil verkehren?
Auslassung und Andeutung	Produkt aufs Wesentliche reduzierbar?
Paradoxien und optische Täuschungen	Aufmerksamkeit durch optische Illusion erreichbar?
Provokation und Schock	Was traut sich keiner über das Produkt zu sagen?
Wirkung der Zeit	Auf welchen Lebensweg führt das neue Produkt?
Perspektivwechsel	Produkt aus Perspektive anderer darstellbar?
Persiflage und Parodie	Klischees, Raum, Zeit parodierbar?
Symbole und Zeichen	Produktnutzen durch Symbole/Zeichen darstellbar?
Einladung zum Spiel	Gestaltung von Werbeträgern als Spielzeug?
Geschichten ums Produkt	Welche Geschichte und Stilart (Drama, Show,...)?
Absurd, Surreal und Bizarr	Welche Verwendung wäre völlig bizarr?
Nimm's wörtlich	Redewendungen wörtlich nehmen?
Produkt verändern	Neue Umgebung für das Produkt?
Alternative Anwendung	Wo könnte es noch angewendet werden?
Doppeldeutig	Wortspiele oder Bilder?
Spiel mit dem Wort	Spiel mit der Typografie?
Am Anfang was das Wort	Mottos, Wortspiele, Alltagssprache, Spitznamen?
Reframing	Anderer Rahmen in dem das Produkt überrascht?
Metapher und Analogie	Womit lässt sich das Produkt vergleichen?
Den Rahmen sprengen	Werbeträger aktiv in die Botschaft einbinden?
Alternative Werbeform	Gegenstände des täglichen Lebens geeignet?

Tabelle 5: Clicking-Fragenkatalog nach Pricken¹²¹

Die Fragestellung könnte demnach auch lauten: „Wie kann ich in einer Werbekampagne *ohne Worte* darstellen, dass...?“ und fokussiert so noch genauer das Ziel. Dieses vorgegebene Ideensuchfeld kann eine Gruppe beispielsweise mit einer intuitiv-kreativen Methode bearbeiten.

¹²¹ Pricken 2004, 34 ff.

2.7.14. Methoden zur Vorauswahl der Lösungsvorschläge

Nachdem eine Gruppe ausreichend Ideen gesammelt hat, können zur Bewertung und Weiterverarbeitung der Lösungen beispielsweise folgende Methoden genutzt werden:

- *Bewertungsdiskussion*

Die Lösungen werden in der Gruppe diskutiert. Jedes Mitglied kann seine persönliche Meinung äußern.

- *Pro-Contra-Katalog*

Für jeden Lösungsvorschlag werden in der Gruppe Pro- und Contra-Punkte gefunden und einander gegenüber gestellt. Diese Methode und die Bewertungsdiskussion können eingesetzt werden, um aus einer großen Lösungsanzahl die nach Gruppenmeinung besten Ideen heraus zu filtern. Zur weiteren Eingrenzung der Anzahl eignen sich zudem die nachfolgenden Methoden.

- *Punktvergabeverfahren*

Jeder Teilnehmer erhält eine bestimmte Anzahl von Punkten, die immer niedriger als die der Lösungsvorschläge ist. Diese Punkte können beliebig oder nach bestimmten Vorgaben verteilt werden. Eine Vorgabe könnte eine Maximalpunktzahl pro Idee sein. Um Hierarchien oder Konkurrenz zu vermeiden, kann die Punktevergabe anonym erfolgen. In jedem Fall zwingt dieses Verfahren die Mitglieder zu einer klaren Stellungnahme, aber nicht zur Entscheidung für nur eine Idee. Aus der Punktezahl kann danach eine Rangfolge erstellt werden.

- *Rangplatzvergabe*

Jeder Teilnehmer erstellt seine persönliche Rangliste, aus der im Folgenden eine Gesamtrangliste ermittelt wird. Um zu lange Listen zu vermeiden, kann eine Vorsortierung, die beispielsweise durch eine Bewertungsdiskussion erfolgt, vorgenommen werden.

- *Checklistenbewertung*

Die Bewertungscheckliste enthält Fragen, die im Hinblick auf die Lösung nur mit „Ja“ oder „Nein“ beantwortet werden können. Um unpassende Lösungen gleich im Vorfeld zu verwerfen, kann die Checkliste Fragen mit Mindestanforderungen, wie beispielsweise Umweltverträglichkeit oder Zielgruppenansprache, enthalten. Erhält eine Lösung schon dabei ein „Nein“ fällt sie sofort raus. Diese Methode bewertet nach objektiven Maßstäben auch Teilaspekte einer Lösung, kann aber sehr zeitintensiv werden, wenn keine bereits vorhandene Checkliste verwendbar ist.¹²²

¹²² vgl. Keiser 2003, 7 ff., A-26 f.

2.7.15. Fazit Methoden

Trotz der Vielzahl an Methoden lassen sich ein paar grundsätzliche Gemeinsamkeiten festhalten: Alle Methoden benötigen eine Vorbereitung, einen Moderator, der die Methode passend zur Aufgabenstellung und der Teamzusammensetzung auswählt sowie einen Protokollanten, der die Ergebnisse festhält. Des Weiteren gibt es eine Reihe technischer Hilfsmittel, die vor, während und nach einer Kreativsitzung eine Rolle spielen. Je nach Methode sind sie mehr oder weniger zwingend notwendig.

2.8. Technische Hilfsmittel

Im folgenden Abschnitt werden Hilfsmittel betrachtet, die sich dazu eignen „[...] den Kreativprozess und die anschließende Präsentation der gewonnenen Ideen professionell zu gestalten [...]“¹²³. Bei der Wahl der Hilfsmittel sollte auf den Nutzen, die persönlichen Vorlieben und die technische Kompetenz des Teams geachtet werden. Es geht nicht darum, die komplette Bandbreite der technischen Möglichkeiten zu nutzen, sondern zielorientiert und kreativ zu arbeiten. Die empfohlene Grundausstattung eines Kreativtreffens sollte aus ausreichend Papier, Karten, Stifte und Pinns bestehen.¹²⁴

2.8.1. FlipChart

Ein FlipChart, auch Flip-Flap-Tafel genannt, ist eine Einzeltafel mit Blättern oft im Format DIN-A1. In der Regel ist es leicht zu transportieren und aufzubauen. Einige besitzen Rollen, um sie leichter im Raum zu bewegen. Ein FlipChart ist sehr vielseitig einsetzbar. So können auf den Blättern beispielsweise Problemstellungen, Stichworte oder Zeichnungen, für alle Teilnehmer gut sicht- und lesbar notiert werden. Zudem können Blätter bereits vor einem Treffen erstellt werden und erst in der Ideenfindung zum Einsatz kommen. Um den schnellen Wiedereinstieg in das Thema bei späteren Treffen zu erleichtern können archivierte Blätter verwendet werden. Abschriften oder Fotografien erstellter Blätter können für das Protokoll angefertigt und beispielsweise per E-Mail verschickt werden.¹²⁵

2.8.2. Pinnwand

Eine Pinnwand eignet sich besonders für das Sammeln und Ordnen von Ideen, beispielsweise bei der Kartentechnik¹²⁶. Mittels Nadeln werden Zettel, Karten oder erarbeitete FlipChart-Bögen befestigt. Durch Bindfäden können Beziehungen zwischen den Karten hergestellt werden und so ansatzweise ein Mind Map bilden. Das entstandene Wandbild ist als Original jedoch nur umständlich archivierbar.¹²⁷

¹²³ Noack 2005, 95

¹²⁴ vgl. Noack 2005, 95, Scheitlin 1993, 282

¹²⁵ vgl. Noack 2005, 97 f.

¹²⁶ vgl. 2.7.3. der vorliegenden Arbeit

¹²⁷ vgl. Noack 2005, 101 f.

2.8.3. Whiteboard

„Ein Whiteboard ist eine glatt beschichtete Tafel auf der mit entsprechenden Stiften geschrieben und gezeichnet werden kann.“¹²⁸ Die Benutzung ist ähnlich wie beim FlipChart: Der Nutzer muss auf Lesbarkeit achten und beim Schreiben den anderen Teilnehmern nicht unnötig den Rücken zuwenden oder die Sicht auf das Geschriebene erschweren. Da Whiteboards meist fest installiert sind, sollte vor dem Treffen auf die Sitzplatzgestaltung geachtet werden. Um das Tafelbild zusätzlich zu gestalten, können verschiedene Stifffarben verwendet werden. Auf vielen Whiteboards haften Magnete, also kann auch hier mit Karten und Zetteln gearbeitet werden. Die Archivierung von Zwischen- und Endergebnissen ist durch die Verwendung einer Digitalkamera möglich.¹²⁹

2.8.4. Weitere Hilfsmittel

Neben den bisher genannten Hilfsmitteln gibt es noch weitere Möglichkeiten den Kreativprozess im Team, aber auch für sich persönlich festzuhalten und weiterzuentwickeln. Dazu gehören unter anderem der Zettelkasten, das Diktiergerät, Checklisten oder Knetmasse.

Im **Zettelkasten** lassen sich zum Beispiel Stichworte, Zitate, Zeitungsausschnitte oder Ideen sammeln und ordnen. Spontane Einfälle, Überlegungen, Einsichten können mit einem **Diktiergerät** oder einem **Notizbüchlein** festgehalten werden. In manchen Fällen kann das Diktiergerät auch das Protokollieren übernehmen.

Checklisten systematisieren den Arbeitsprozess, geben die Sicherheit auch alle wichtigen Aspekte erfasst zu haben und eignen sich besonders zur Vorbereitung einer Kreativsitzung.

Knetmasse kann in bestimmten Gestaltungsbereichen sehr hilfreich sein, besonders wenn es um Formentwürfe geht. Durch die Dreidimensionalität kann ein bestimmter Aspekt besser ausgedrückt werden als bei einem gezeichneten Entwurf.¹³⁰

2.8.5. Tageslicht- bzw. Overhead-Projektor

Diese Projektoren sind weit verbreitet, relativ leicht zu transportieren, schnell einsatzbereit und benötigen eine entsprechende Projektionsfläche. Vor dem Einsatz sollte bedacht werden, dass je nach Lichtstärke der Raum mehr oder weniger abgedunkelt werden muss und ältere Geräte durch einen hohen Geräuschpegel stören können. Dies kann ablenkend auf die Teilnehmer wirken.

Die Folien können während des Treffens live gestaltet oder zuvor per Hand oder am Computer erstellt werden. Werden vorbereitete Folien genutzt, sollte darauf geachtet werden, den Zuhörer nicht mit zu vielen Informationen zu verwirren.

¹²⁸ Noack 2005, 99

¹²⁹ vgl. Noack 2005, 99 f.

¹³⁰ vgl. Scheitlin 1993, 240, 282 f.

Werden bei der (Kreativ-)Arbeit elektronische Hilfsmittel benutzt, muss stets auf die einwandfreie Funktion geachtet und für Ausfälle weitgehend vorgesorgt werden. Bei Projektoren ist damit besonders das Ersatzleuchtmittel gemeint.¹³¹

2.8.6. Beamer

Beamer sind Projektionsgeräte für die Großbildprojektion von Bildschirmhalten und Videos. Sie sind direkt an ein visuelles Ausgabegerät, beispielsweise ein Computer oder ein DVD-Player, angeschlossen und können den Bildschirminhalt auf einer Projektionsfläche großformatig darstellen.¹³² Auch hier muss vor einem Treffen die Funktionsfähigkeit der Geräte sichergestellt werden. Handelt es sich um eine reine Präsentation, kann bei technischen Problemen auch mit Ausdrucken weiter gearbeitet werden.¹³³ In der Kreativarbeit wird der Beamer hauptsächlich zur Präsentation von Ideen oder Konzepten eingesetzt. In Verbindung mit einem Computer und entsprechender Software kann das Gerät durchaus anstelle von FlipChart, Pinnwand, Whiteboard oder Overhead-Projektor verwendet werden.

2.8.7. Computer und Software

Scheitlin sieht im „Computer als Helfer der Kreativarbeit“¹³⁴ folgende nützliche Funktionen:

- *Automatische Alphabetisierung von Stichwörtern*
- *Finden von Synonymen*
- *Orthographische Hilfestellung*
- *Entwicklung variabler Formen und Muster*
- [...] ¹³⁵

Diese Funktionen kann ein Computer nur mit entsprechender Software leisten und Scheitlin beschreibt sie auch nur für den kreativen Einzelanwender. Seit 1993 hat die Technik rasante Fortschritte gemacht und so gibt es für den Kreativen mittlerweile neben verbesserter Text- und Grafikverarbeitung auch Software zur Erstellung von Mind Maps oder Morphologischen Kästen.

¹³¹ vgl. Noack 2005, 96 f.

¹³² vgl. IT Wissen, Zugriff am 10.02.2009

¹³³ vgl. Noack 2005, 100 f.

¹³⁴ Scheitlin 1993, 287

¹³⁵ ebenda

2.8.8. Fazit Hilfsmittel

Hilfsmittel	Vorbereitung	Während der Kreativsitzung	Protokollierung
FlipChart	<ul style="list-style-type: none"> - Einfache Zeichnungen möglich - Gutes Schriftbild ist zwingend - Grafiken können aufgeklebt werden 	<ul style="list-style-type: none"> - Platz für beschriebene Blätter nötig - Es kann Probleme bei der Einschätzung des vorhandenen Platzes geben - Ideen können schnell notiert oder skizziert werden 	<ul style="list-style-type: none"> - Sammeln der Blätter, benötigt Platz (unhandlich) - Abschreiben oder Abfotografieren der Blätter für digitale Protokollierung
Pinwand	<ul style="list-style-type: none"> - Kurze Informationen und Grafiken können angebracht werden 	<ul style="list-style-type: none"> - Ausreichend Karten und Pinns notwendig - Begrenzter Platz 	<ul style="list-style-type: none"> - Nur temporär, es sei denn, die Pinwand wird danach nicht mehr gebraucht - Abschreiben oder Abfotografieren der Blätter für digitale Protokollierung
Whiteboard	<ul style="list-style-type: none"> - Einfache Zeichnungen möglich - Gutes Schriftbild ist zwingend - Grafiken können mittels Magnet befestigt werden 	<ul style="list-style-type: none"> - Gedanken sind schnell festgehalten und skizziert 	<ul style="list-style-type: none"> - Da während der Sitzung das Whiteboard wahrscheinlich mindestens einmal gereinigt werden muss, ist zur Protokollierung nur das Abschreiben oder Abfotografieren möglich
OHP inkl. Folien	<ul style="list-style-type: none"> - Folien können am Rechner erstellt werden - Bei Beschriftung per Hand ist ebenfalls ein gutes Schriftbild zwingend 	<ul style="list-style-type: none"> - Folien können schnell beschrieben werden - Skizzen sind schnell erstellt 	<ul style="list-style-type: none"> - Sammeln der Folien - Abschreiben oder Scannen der Folien für digitale Protokollierung
Beamer inkl. Rechner	<ul style="list-style-type: none"> - Diverse Inhalte visualisierbar (Animationen, Webseiten, Audio etc.) 	<ul style="list-style-type: none"> - Gedanken können schnell mitgetippt werden - Schnelles Skizzieren nur sehr aufwändig möglich 	<ul style="list-style-type: none"> - Kaum weiterer technischer Aufwand bei Text - Scannen oder Fotografieren von Skizzen nötig

Tabelle 6: Möglichkeiten der technischen Hilfsmittel im Verlauf einer Kreativsitzung

Wird der Einsatz und Nutzen der jeweiligen Hilfsmittel vor, während und nach der Kreativsitzung nebeneinander betrachtet, ist erkennbar, dass nur bei einem Beamer samt Rechner kein Medienbruch¹³⁶ entsteht und dadurch die Protokollierung und Archivierung schnell und leicht ist.

Diese Vorteile können durch die Simulation der Hilfsmittel FlipChart, Pinwand und Whiteboard am Rechner mit deren Vorteilen bei der Anwendung in einer Kreativsitzung verbunden werden. Für die Erstellung der Softwareskizze gilt es somit herauszufinden, in welchem Umfang mit den Hilfsmitteln in der Realität gearbeitet wird und soll Aufschluss darüber geben, ob eine digitale Umsetzung sinnvoll ist. Aus diesem Grund ist der Einsatz von Hilfsmitteln ein Bestandteil der sich nun anschließenden Umfrage.

¹³⁶ Unter Medienbruch wird hier der Wechsel zwischen analogen und digitalen Hilfsmitteln verstanden. So werden Skizzen beispielsweise auf Papier erstellt, für das Protokoll aber später digitalisiert. Ein weiteres Beispiel für einen Medienbruch ist das Abfotografieren von FlipCharts. (Anm. d. A.)

3. Die Teams in der Realität – die Umfrage

3.1. Wissenschaftliches Vorgehen

Die nachfolgende Umfrage orientiert sich weitgehend an der „Richtlinie für Onlinebefragungen“, die vom Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute e.V. (ADM), von der Arbeitsgemeinschaft Sozialwissenschaftlicher Institute e.V. (ASI), vom Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforscher e.V. (BVM) und von der Deutsche Gesellschaft für Online-Forschung e.V. (DGOF) herausgegeben wird.

Die folgenden Abschnitte dokumentieren den Inhalt und den Verlauf der Befragung sowie der Stichprobenbildung.

Es wird ausdrücklich darauf hingewiesen, dass die Teilnahme völlig freiwillig war und die erhobenen Daten anonymisiert sind. Da es sich um eine Einmal-Befragung handelt, wurden die Adressdaten bei Abgabe dieser Arbeit vernichtet.¹³⁷

3.2. Formulierung der Fragestellung

Die Befragung soll den Ideenfindungsprozess hinsichtlich der Teamzusammensetzung und des Einsatzes von Kreativmethoden sowie spezieller Software in kleinen und mittelgroßen deutschen Agenturen abbilden. Das führt zu folgenden Fragestellungen:

- Wer ist am Ideenfindungsprozess beteiligt?
- Wie viele Mitglieder hat ein Ideenfindungsteam?
- Wie stark ist die Fluktuation der Teammitglieder?
- Werden die Treffen moderiert und wer moderiert sie?
- Wie bekannt sind die Ideenfindungsmethoden?
- Wie und in welchem Umfang werden Ideenfindungsmethoden eingesetzt?
- Wie bekannt ist Software zur Unterstützung der Ideenfindung?
- Wie und in welchem Umfang wird Software bei der Ideenfindung eingesetzt?

Neben diesen Kernfragen gibt es folgende Zusatzfragen:

- Gibt es die Teamarbeit hemmende Faktoren?
- Welche Funktionen müsste eine Software grundsätzlich bieten, um als Arbeitsinstrument in Betracht gezogen zu werden?

Die Auswertung dieser Fragen soll den späteren Optimierungsüberlegungen eine Richtung geben und klären, ob es mittels Software möglich ist Hemmungen zu beseitigen.

¹³⁷ vgl. Richtlinie für Online-Befragungen, Stand: August 2007

3.3. Diskussion der Stichprobe

Auskunft über die unter 3.2. gestellten Fragen sollten Mitarbeiter aus kleinen und mittleren Werbe- und Kommunikationsagenturen in Deutschland geben. Werbe- und Kommunikationsagenturen werden nach *Lothar M. Weeser-Krell*¹³⁸ und im Hinblick auf diese Umfrage folgendermaßen definiert:

*„[...] Werbeagenturen sind: „Dienstleistungsunternehmen, die sich mit der Planung, Gestaltung, Durchführung und Kontrolle von Werbemaßnahmen für Dritte befassen“.*¹³⁹

Die Anzahl der Festangestellten sollte zwischen 2 und 25 liegen. Der Maximalwert wurde gewählt, weil so die Wahrscheinlichkeit hoch war, einen direkt am Ideenfindungsprozess beteiligten oder einen mit den Agenturabläufen gut vertrauten Mitarbeiter zu befragen. Die Bildung von reinen Kurationsabteilungen ist bei diesen Agenturgrößen eher unüblich.

Das dritte Kriterium war das Vorhandensein einer gültigen E-Mailadresse, da es sich um eine Online-Befragung handelte, „[...] bei [der] die Teilnehmer den Fragebogen auf dem Server [...] eines Providers mittels Internet online ausfüllten“¹⁴⁰.

Für eine Primärerhebung¹⁴¹ nach diesen Kriterien lässt sich die Grundgesamtheit nur schwer bestimmen. Da der Begriff „Werbeagentur“ rechtlich nicht eindeutig formuliert ist¹⁴², ist die genaue Anzahl – gerade der kleinen und mittleren – Werbeagenturen nicht exakt zu bestimmen. Tassilo Schwaller vom Gesamtverband Kommunikationsagenturen (GWA) schätzte die Anzahl der auf dem deutschen Markt operierenden Werbeagenturen auf 3.500 bis 8.000, wie viele davon in das Befragungsprofil passen, konnte aber auch er nicht angeben¹⁴³.

Es ist also faktisch unmöglich alle Elemente der Grundgesamtheit durch eine Vollerhebung zu untersuchen.¹⁴⁴ Da nicht mit Sicherheit garantiert werden kann, dass die Stichprobe ein verkleinertes Abbild der Grundgesamtheit darstellt, kann die Umfrage nicht als repräsentativ bezeichnet werden.¹⁴⁵ Um dennoch valide Schlüsse ziehen zu können und einen möglichst breiten Querschnitt der Agenturen beispielsweise bei Spezialisierungen und Etathöhen zu erhalten, wurde eine hohe Teilnehmerzahl (mindestens 100 auswertbare Fragebögen) anvisiert.

¹³⁸ Prof. Dr. Lothar Maria Weeser-Krell, Fachbuchautor und pensionierter Professor für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Marketing und Verbraucherpolitik an der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften, Universität Paderborn

¹³⁹ FOCUS medialine, Zugriff am 09.04.2008

¹⁴⁰ Richtlinie für Online-Befragungen, Stand: August 2007

¹⁴¹ „Die Primärerhebung betrifft die Ermittlung originär neuer Daten [...]“ (Pepels 2004, 228)

¹⁴² vgl. gwa, Zugriff am 30.01.2008

¹⁴³ vgl. Schwaller, Email vom 01.02.2008

¹⁴⁴ vgl. Bausch 1990, 103

¹⁴⁵ vgl. Küchenhoff et al. 2006, 112

Die Stichprobe wurde nach dem Zufallsprinzip ausgewählt und die Adressen aus den Branchenverzeichnissen www.werbeagentur-suche.de, www.vdwa.de¹⁴⁶ und www.dasauge.de entnommen. Um Verzerrungen durch die alphabetische Reihenfolge der Suchergebnisse zu vermeiden, wurden immer alle angezeigten Ergebnisse auf Tauglichkeit geprüft. Diese Prüfung bestand daraus, auf der Webseite beschriebene Agentur-Portfolios mit den oben genannten Kriterien nochmals abzugleichen und eine gültige E-Mailadresse herauszufinden. Dies konnte die allgemeine Adresse der Agentur sein oder, wenn vorhanden, die Adresse eines konkreten Ansprechpartners. Wenn mehrere Ansprechpartner auf der Webseite benannt wurden, erfolgte eine willkürliche Auswahl. Dieser manuelle Eingriff in die Stichprobe hatte zwei Gründe: Zum einen gehen Nachrichten mit allgemeinen Bezeichnungen wie beispielsweise info@xyz.de oder kontakt@xyz.de oft entweder direkt zur Geschäftsleitung oder, wenn vorhanden, deren Sekretariat. Zum anderen ermöglichte die Auswahl eines Ansprechpartners aus einem anderen Unternehmensbereich, zum Beispiel Grafik oder Kontakt, die Ansprache eines breiteren Teilnehmerkreises. Zudem konnten dadurch die Anschreiben personalisiert werden. Auf diese Weise wurden 500 E-Mailadressen durch die „click me“-Rekrutierung¹⁴⁷ gewonnen. Aufgrund von nicht zustellbaren E-Mails wurden 15 weitere Adressen nach diesem Vorgehen ergänzt.

3.4. Ablauf und zeitlicher Rahmen

Der Fragebogen war vom 23.10.2007 – 04.12.2007 abrufbar, somit betrug der Erhebungszeitraum 43 Tage. Am 23.10.2007 wurde das Einladungsschreiben zur Umfrage an die 500 E-Mailadressen verschickt. Die 15 ergänzten Agenturen wurden einen Tag später, am 24.10.2007, angeschrieben. Zudem wurde am 29.11.2007 eine Erinnerungsmail an alle (funktionierenden) 500 Teilnehmer versendet.¹⁴⁸

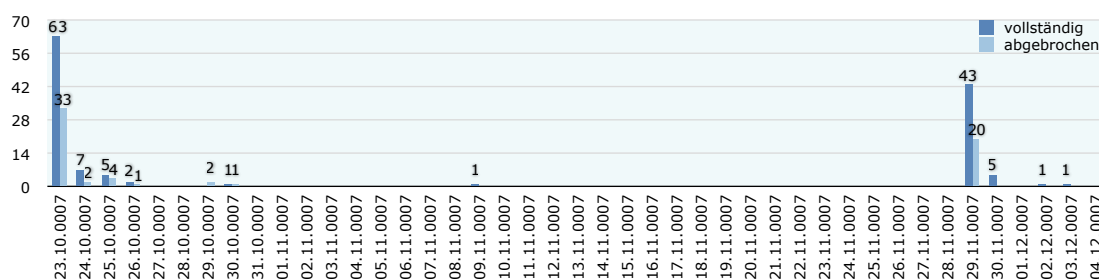


Abbildung 8: Zeitlicher Verlauf der Befragung

¹⁴⁶ Verzeichnis deutscher Werbeagenturen

¹⁴⁷ „click-me“-Rekrutierung: im WWW auf möglichst vielen/großen Websites/Suchmaschinen Adressen sammeln. Wegen fehlender Stichprobenkontrolle keine zur Gewinnung von Repräsentativstichproben geeignete Methode. Begrenzte Einsatzmöglichkeit, wenn aufgrund bekannter, für den jeweiligen Untersuchungsgegenstand relevanter Strukturdaten die „Stichprobe“ kontrolliert werden kann. (vgl. von der Heyde 2004, 26)

¹⁴⁸ Dies war notwendig, da jeder Teilnehmer den gleichen Umfragelink erhielt und somit nicht ersichtlich war, wer schon an der Befragung teilgenommen hatte. (Anm. d. A.)

3.5. Gliederung des Fragebogens¹⁴⁹

Der folgende Abschnitt erläutert die Bestandteile des Fragebogens und ihre Intension hinsichtlich der Zielfragen. Er bestand aus drei Komplexen, in denen jeweils die Zusammensetzung des Kreativteams, die Nutzung und Bekanntheit von Kreativmethoden sowie die Nutzung und Bekanntheit von Ideenfindungssoftware erfragt wurde. Der Fragebogen war durch Filter¹⁵⁰ so gestaltet, dass dem Teilnehmer nur für ihn relevante Fragen angezeigt wurden.

3.5.1. Komplex I: Kreativteams und ihre Zusammensetzung

Der Aufbau der Kreativteams wurde durch die Fragen 2 bis 10 erfragt. Dabei wurde gefragt:

- Welche Position hat der Befragte im Unternehmen?
- Wie viele Mitarbeiter sind durchschnittlich am Ideenfindungsprozess beteiligt?
- Aus welchen Bereichen sind die am Ideenfindungsprozess beteiligten Mitarbeiter?
- Ist der Kunde persönlich bei den Ideenfindungstreffen dabei?
- Sind immer die gleichen Mitarbeiter am Ideenfindungsprozess beteiligt?
- Werden die Treffen moderiert?
 - Wenn Ja, werden sie immer von derselben Person moderiert?
 - Wer moderiert die Treffen?
- Gibt es gewisse Umstände, die sich hemmend auf die Ideenfindung auswirken?

Die Antworten in diesem Abschnitt sind besonders relevant für den Vergleich mit dem Kreativteam aus der Theorie. Es lassen sich daraus Schlüsse auf die Arbeitsweise und die Bedingungen für die einzelnen Mitarbeiter ziehen, beispielsweise ob sie in festen Strukturen arbeiten oder sich immer auf neue Situationen einstellen müssen. Eine Filterung in diesem Komplex fand statt, wenn die Kreativtreffen im Unternehmen nicht moderiert werden. In diesem Fall wurden die spezifischen Fragen zur Moderation nicht angezeigt.

3.5.2. Komplex II: Nutzung und Bekanntheitsgrad von Ideenfindungsmethoden

Dieser Komplex bestand aus den Fragen 11 bis 13:

- Benutzen Sie Ideenfindungsmethoden?
 - Wenn Ja, welche benutzen Sie am häufigsten?
- Welche der aufgelisteten Methoden kennen Sie?

¹⁴⁹ Der Fragebogen befindet sich im Anhang B der vorliegenden Arbeit.

¹⁵⁰ Die Filter werden jeweils in den einzelnen Komplexen genauer erklärt.

Die Ergebnisse aus diesem Fragenkomplex sollen zeigen, ob Kreativmethoden in den befragten Agenturen überhaupt eine Rolle spielen. Auch in diesem Fragenteil wurde eine Filterung vorgenommen: Wenn angegeben wurde, dass mit Ideenfindungsmethoden gearbeitet wird, sollten die Befragten bis zu fünf der am meisten verwendeten Methoden nennen. Erst danach gelangten sie zu einer Liste mit 17 Methoden, um dort anzugeben, welche sie kennen. Durch dieses Vorgehen wurde vermieden, dass die Befragten Antwortmöglichkeiten aus der nächsten Frage übernehmen. Zudem wurde es dadurch möglich, Beziehungen zwischen verwendeten und bekannten Methoden herzustellen und zu überprüfen, ob der Begriff „Ideenfindungsmethode“ überhaupt im Sinne des Fragebogens verstanden wurde.

3.5.3. Komplex III: Nutzung und Bekanntheitsgrad von Ideenfindungssoftware

Die Fragen 14 bis 22 bildeten den dritten Komplex.

- Welche Hilfsmittel werden bei der Ideenfindung eingesetzt?
 - Welche Ideenfindungssoftware wird am häufigsten benutzt?
 - Wie oft benutzen Sie die Software bei Ideenfindungsaufgaben?
 - Was würden Sie daran gern verändern oder verbessern?
 - Gab es Probleme bei der Einführung der Software in die Teamarbeit?
 - Wie ist die Akzeptanz der Software im Team?
- Welche der gelisteten Programme sind bekannt?
- Welche Funktionen sind/wären besonders wichtig bei einer Ideenfindungssoftware?
- Warum benutzen Sie keine Software?

Dieser Teil sollte nicht nur Ergebnisse über die Nutzung von Hilfsmitteln und Ideenfindungssoftware liefern, sondern auch über Erfahrungen, Probleme und Vorurteile. Die Filterung in diesem Komplex funktionierte ähnlich wie bei den Ideenfindungsmethoden: Wenn der Befragte angab mit spezieller Software zu arbeiten, wurde zunächst deren Name, Verwendungshäufigkeit und Teamintegration abgefragt. Erst danach gelangte er zu einer Liste mit Software, nach deren Bekanntheit er gefragt wurde. Dadurch wurden die selbständig eingegeben Antworten nicht von dieser Auflistung beeinflusst. Unabhängig von den Antworten wurden alle Teilnehmer nach dem Bekanntheitsgrad von aufgelisteter Software befragt und welche Kriterien eine Ideenfindungssoftware für sie generell haben sollte.

Die Zusammenstellung der vorgegeben Software ergab sich aus Recherchen in diversen Foren¹⁵¹ und Zeitschriften¹⁵². Teilnehmer, die angaben ohne spezielle Software zu arbeiten wurden zum Abschluss noch nach den Gründen dafür befragt.

¹⁵¹ z.B. Mindmap, Zugriff am 20.10.2007

¹⁵² vgl. Kramer 2007, 124

3.6. Ergebnisse der Befragung

In den folgenden Abschnitten werden die Ergebnisse der Befragung ausgewertet und analysiert. Aus Gründen der Übersichtlichkeit wird dies wieder für jeden Komplex separat dargestellt.

Von den 500 angeschriebenen Teilnehmern beantworteten insgesamt 129 den Fragebogen vollständig. Davon waren 118 für diese Umfrage auswertbar. Elf Fragebögen konnten nicht gewertet werden, weil die erforderliche Mitarbeiteranzahl¹⁵³ unter- oder überschritten wurde.

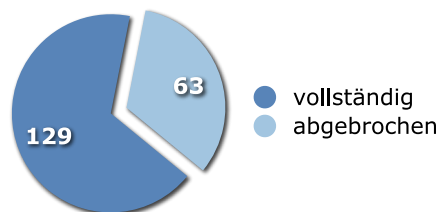


Abbildung 9: Verteilung abgebrochener¹⁵⁴ und beantworteter Fragebögen

Wie in Abbildung 10 erkennbar ist, sind Unternehmen mit bis zu zehn Mitarbeitern am häufigsten vertreten, daher lassen sich aus der Umfrage besonders für diese Größenordnung zutreffende Aussagen ableiten.

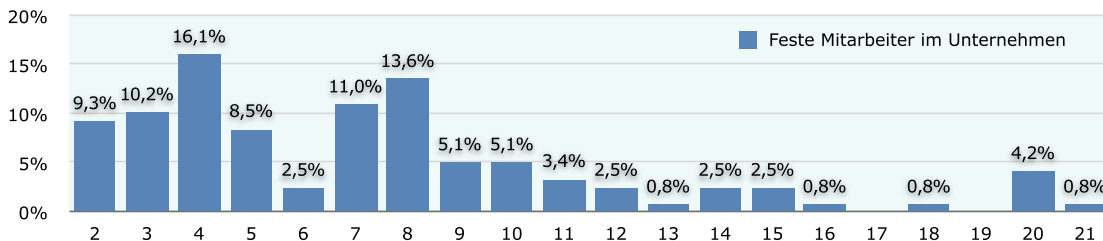


Abbildung 10: Verteilung der Mitarbeiteranzahl auf die befragten Unternehmen

Über 60% der Umfrageteilnehmer besetzen innerhalb ihres Unternehmens in einer leitenden Position oder in der Geschäftsleitung. Das bedeutet, dass sie bestens mit den Strukturen und Abläufen vertraut sind und diese teilweise selbst aufgebaut haben. Neben den genannten Bereichen beantworteten Mitarbeiter aus der Produktion, dem Vertrieb, der Assistenz der Geschäftsführung und ein Praktikant den Fragebogen.

¹⁵³ Die erforderliche Mitarbeiteranzahl für einen wertbaren Fragebogen lag zwischen 2 und 25 Mitarbeitern. (Anm. d. A.)

¹⁵⁴ „Fragebogen abgebrochen“ bedeutet, dass die Befragung gestartet wurde, aber vor Ende des Fragebogens geschlossen wurde. Bis zum Abbruch abgegebene Antworten wurden nicht gewertet. (Anm. d. A.)

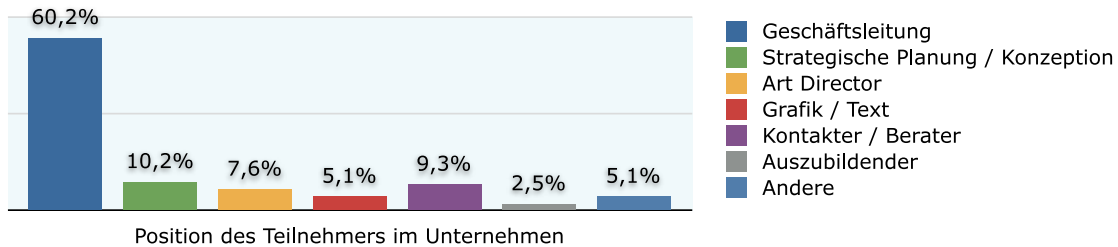


Abbildung 11: Verteilung der Position des Umfrageteilnehmers im Unternehmen

3.6.1. Auswertung I: Kreativteams und ihre Zusammensetzung

Die Teamgröße ist ein wichtiger Faktor bei der Zusammenarbeit. Je größer die Gruppe ist, desto schwieriger wird es jeden gleichermaßen in den Ideenfindungsprozess einzubinden. Gerade für anspruchsvollere Methoden werden daher Gruppengrößen bis maximal sieben Teilnehmer empfohlen¹⁵⁵.

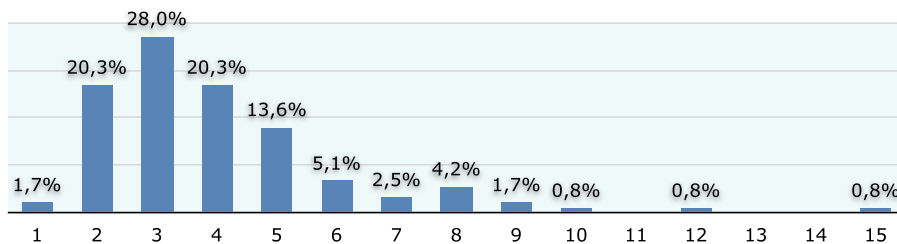


Abbildung 12: Anzahl der am Ideenfindungsprozess beteiligten Mitarbeiter

Aus Abbildung 12 lässt sich entnehmen, dass die Mehrheit der Befragten in einer Teamgröße arbeitet, die es theoretisch jedem Teilnehmer ermöglicht sich in den Ideenfindungsprozess einzubringen¹⁵⁶.

Neben der Größe ist auch eine heterogene Zusammensetzung des Teams (Abb. 13) für die Kreativarbeit förderlich¹⁵⁷. Durch Spezialisten aus verschiedenen Disziplinen können vielfältige Sichtweisen und Erfahrungen eingebracht werden. Bei den befragten Teams arbeiten vor allem Geschäftsleitung, Konzeption und grafische Gewerke zusammen. Neben den Synergieeffekten kann es dadurch aber auch schnell zu Diskussionen über Kosten und Machbarkeit kommen. Um einer solchen Diskussion vorzubeugen ist es wichtig die Regeln der Teamarbeit einzuhalten¹⁵⁸.

¹⁵⁵ vgl. 2.6. der vorliegenden Arbeit

¹⁵⁶ vgl. Schlicksupp 1993, 46

¹⁵⁷ vgl. 2.6. der vorliegenden Arbeit

¹⁵⁸ vgl. ebenda

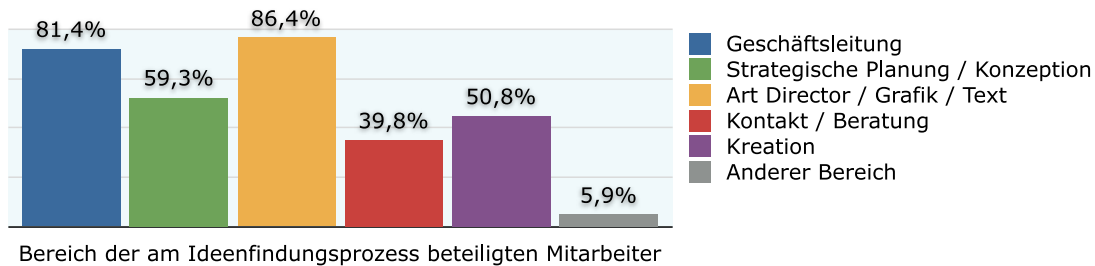


Abbildung 13: Bereiche der am Ideenfindungsprozess beteiligten Mitarbeiter

Neben den Mitarbeitern der Agentur kann auch der Kunde in den Ideenfindungsprozess einbezogen werden. Aus Abbildung 14 ist ersichtlich, dass dies selten oder nie getan wird. Damit entgeht dem Team unter Umständen dessen Fachwissen über das Produkt oder Unternehmen. Gemeinsam erarbeitete Ideen werden stärker von allen Teilnehmern vertreten und verstanden¹⁵⁹. Den Kunden von Anfang an einzubeziehen, könnte ein späteres mühseliges „Verkaufen“ und Abändern der von der Agentur erdachten Idee ersparen.

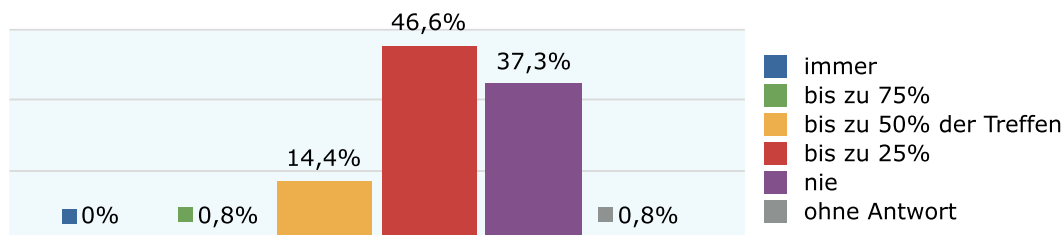


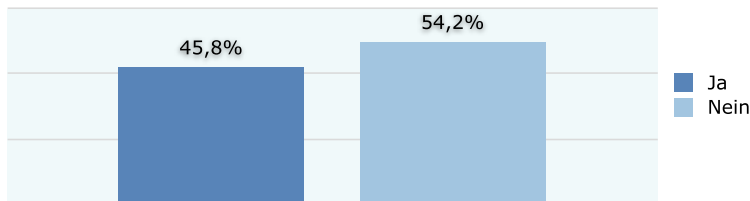
Abbildung 14: Kundenbeteiligung bei Kreativsitzungen

Abbildung 15 lässt Schlüsse auf die Konstanz der Teamzusammenstellung zu. Während 45,8% der Befragten eine Aufgabe immer mit den gleichen Kollegen bearbeiten, müssen sich 54,2% bei jedem Projekt auf ein anderes Team einstellen.

In einem konstanten Team kann sich über mehrere Projekte die Zusammenarbeit aufeinander einstellen, Probleme können erkannt und beseitigt und dann in der nächsten Aufgabe besser gelöst werden. Dieses Problembewusstsein und der Wille zur Verbesserung muss allerdings aus dem Team heraus kommen. Diese „zweite Chance“ besteht nicht, wenn Teams nur für eine Aufgabe zusammengestellt werden. Ständig mit anderen Menschen auf hohem Niveau zu arbeiten erfordert von den einzelnen Mitgliedern ein hohes Maß an Teamorientierung, Selbstvertrauen und Flexibilität.

¹⁵⁹ vgl. 2.2. der vorliegenden Arbeit

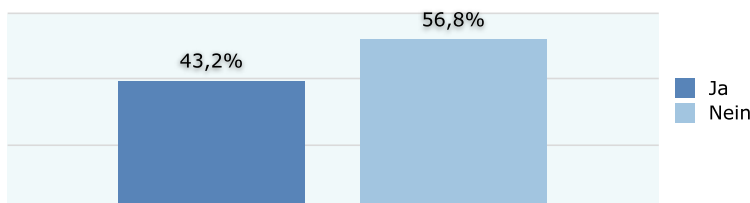
Dies kann für introvertierte Mitarbeiter zum Problem, aber durch gute Anleitung auch zu einer Chance werden.¹⁶⁰ Es lässt sich keine Arbeitsweise der anderen vorziehen. Die Vor- und Nachteile sollten jedoch bedacht werden. Für die Softwareskizze lässt sich daraus ableiten, dass es für den Organisator einer Sitzung die Möglichkeit geben sollte dies bei der Teamzusammensetzung berücksichtigen zu können.



Sind immer die gleichen Personen am Ideenfindungsprozess beteiligt?

Abbildung 15: Fluktuation der Teammitglieder

Der Moderator hat eine wichtige Funktion im Kreativteam der Theorie.¹⁶¹ Doch im realen Team ist diese Position in über der Hälfte der Fälle nicht besetzt. Wie ein unmoderiertes Team arbeitet, müsste für genauere Aussagen separat untersucht werden. Ob sich die Methoden auch ohne die wichtige Funktion des „Unparteiischen“ effektiv anwenden lassen, kann an dieser Stelle nicht geklärt werden.



Werden die Treffen moderiert?

Abbildung 16: Verteilung der Moderation

Von den über 40% der Teilnehmer, die angaben, die Ideenfindung zu moderieren, sagten rund 80%, dass dies nicht immer von der gleichen Person getan wird. Dies lässt darauf schließen, dass sich in diesen Teams mehrere Personen mit der Moderation von Treffen beschäftigen und Erfahrungen auf diesem Gebiet haben.

Für die Softwareskizze kann dies bedeuten, dass der potentielle Nutzer mit diesem Erfahrungshintergrund einer Software zur Optimierung der Vor- und Nachbereitung, sowie Durchführung von Kreativtreffen aufgeschlossen gegenüber steht.

¹⁶⁰ vgl. 2.6. der vorliegenden Arbeit

¹⁶¹ vgl. 2.4. der vorliegenden Arbeit

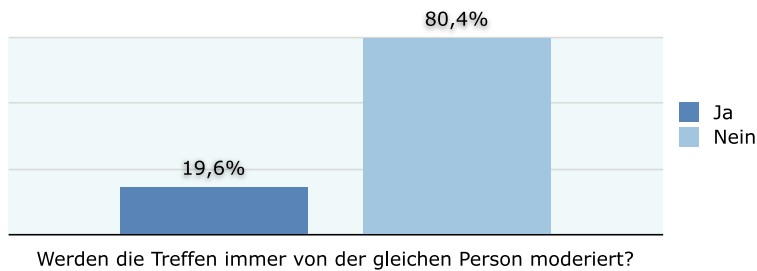


Abbildung 17: Fluktuation des Moderators

Der Moderator stammt bei den befragten Agenturen vor allem aus Führungspositionen, wie der Geschäfts- oder Grafikleitung. Das kann zur in Abschnitt 2.4. beschriebenen hemmend wirkenden Doppelautorität führen.

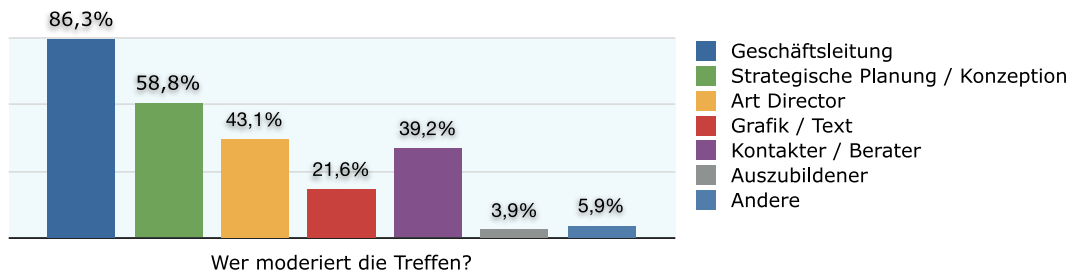


Abbildung 18: Positionen der Moderatoren innerhalb des Unternehmens

Die Chef-Angestellten-Situation rangiert jedoch, wie in Abbildung 19 erkennbar, erst auf Platz zwei der hemmenden Faktoren bei der Ideenfindung. An erster Stelle stehen hierarchieunabhängige persönliche Differenzen.

Problem mit anderen Teammitgliedern spiegeln sich auch in den Antworten wider, die unter „Andere“ gegeben worden sind. Dort wurden Ideenbewertung in der Entwicklungsphase (Killerphrasen), Querulanten, unterschiedliche fachliche Ansichten, Eitelkeiten, Introvertiertheit, Dummheit, fehlende Offenheit und fehlendes Wissen genannt. Ebenfalls wurden äußere Umstände, Störungen wie beispielsweise Anrufe oder Abschweifungen, Budgetvorgaben, persönliches Unwohlsein, ungemütliche Atmosphäre, Terminstress und ein hoher Geräuschpegel als hemmend empfunden.

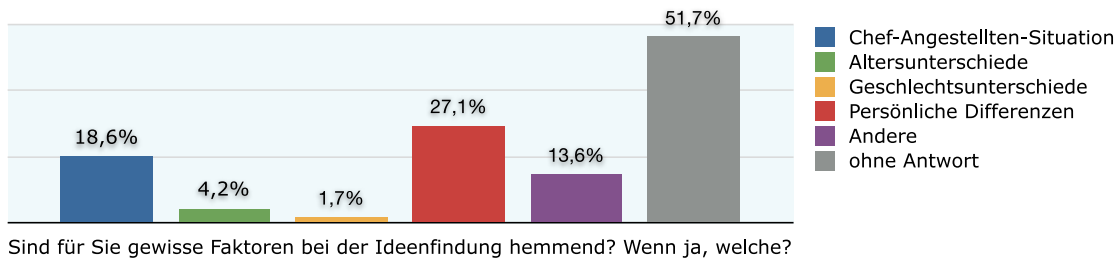


Abbildung 19: Hemmfaktoren bei der Ideenfindung

3.6.2. Auswertung II: Nutzung und Bekanntheitsgrad von Ideenfindungsmethoden

Ideenfindungsmethoden werden nur von rund der Hälfte der Befragten bei Kreativtreffen eingesetzt (Abb. 20). Die anderen Agenturen arbeiten nicht methodisch oder bezeichnen ihre Arbeit nicht als methodisch. Wie in 2.1.1. beschrieben, werden sich die Denkprozesse bei der schöpferischen Arbeit nicht von denen der Methodennutzer unterscheiden, sie sind nur intuitiv, un gelenkt und willkürlich.

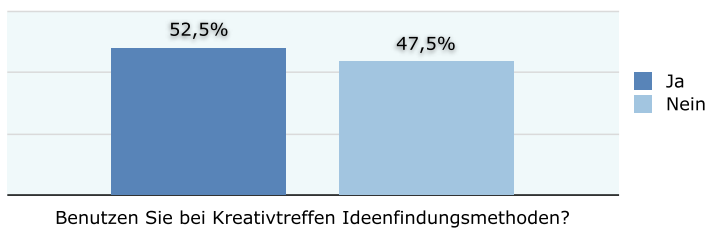


Abbildung 20: Einsatz von Ideenfindungsmethoden

Die Teilnehmer, die angaben, mit Ideenfindungsmethoden zu arbeiten, wurden gebeten bis zu fünf der von ihnen am häufigsten verwendeten Methoden zu nennen. Aus den 139 Nennungen ergaben sich die Werte in Abbildung 21. Zu den beliebtesten intuitiv-kreativen Methoden zählen Mind Mapping sowie Brainstorming. Ebenfalls gehören Recherche und Analyse (Internet, (Fach-)Literatur, andere Kampagnen etc.) für viele zur Aufgabenbearbeitung dazu. Weniger beliebt sind dagegen analytisch-systematischen Methoden wie die Osborn-Checkliste oder die Morphologie. Kein Teilnehmer gab mehr als drei Methoden an.

Die Aussagekraft der Antworten muss jedoch relativiert werden. Da es sich um eine anonyme Internetumfrage handelte, konnte nicht genauer bestimmt werden, ob unter den Bezeichnungen auch wirklich die Methoden im Sinne dieser Arbeit verstanden wurden. Dies gilt auch für die Antworten in Abbildung 22. In dieser Arbeit wird davon ausgegangen, dass die Mehrheit der Befragten zumindest grob weiß, wofür die Begriffe stehen, da sie alle in einer Branche arbeiten, die einen starken Bezug zur Kreativitätsforschung und Ideenfindung hat.

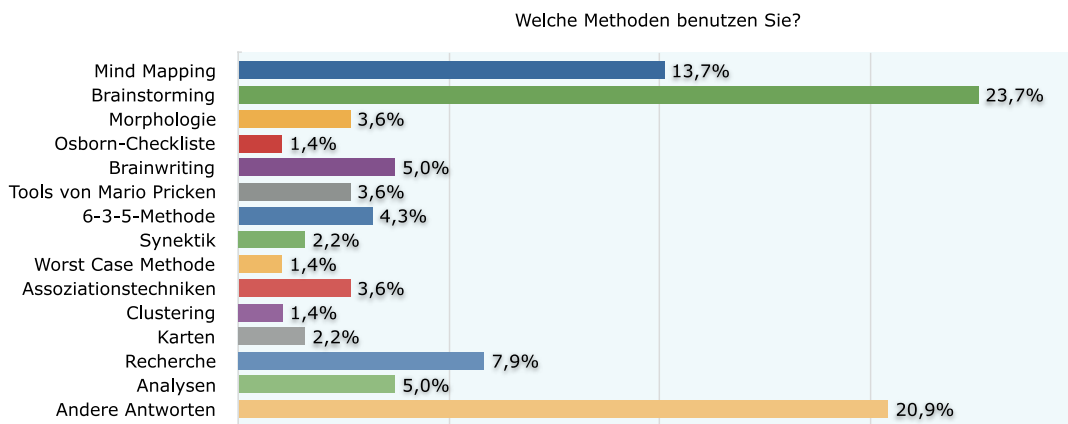


Abbildung 21: Verwendete Ideenfindungsmethoden

Ausgehend von dieser Annahme können im Folgenden aus Abbildung 22 Schlüsse darüber gezogen werden, ob die geringe Anzahl der genannten Methoden mit der Unkenntnis von Alternativen zusammenhängt.

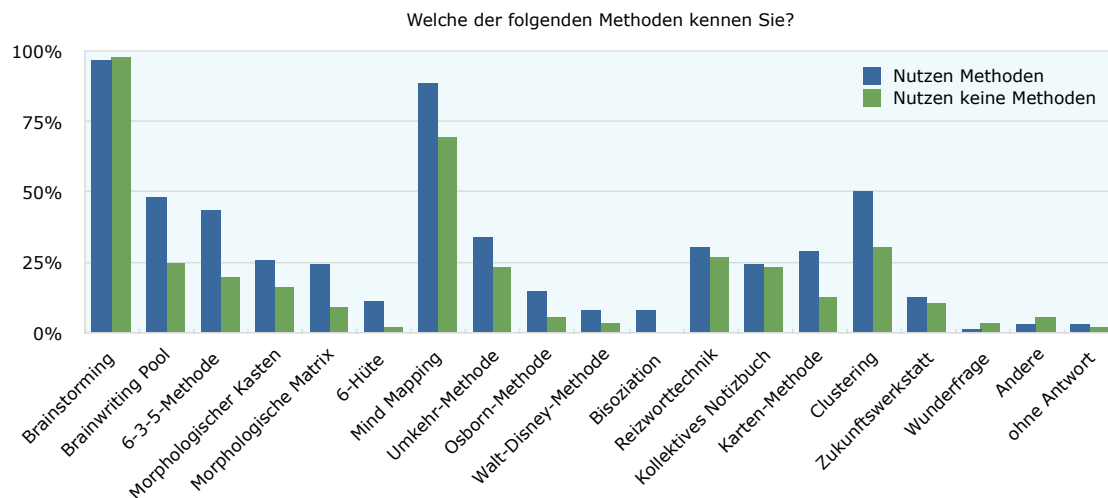


Abbildung 22: Bekanntheitsgrad ausgewählter Methoden bei Methodennutzern und Nicht-Methodennutzern

Über ein Drittel der Befragten kennen mit fünf oder mehr Methoden durchaus eine Alternative. Im direkten Vergleich lässt sich feststellen, dass der Bekanntheitsgrad der Methoden bei den Teilnehmern, die nicht mit Methoden arbeiten nur etwas geringer ist. Brainstorming, Mind Mapping und Clustering haben demzufolge auch unter „Methoden-Nichtnutzern“ einen hohen Bekanntheitsgrad. Daraus kann geschlossen werden, dass die Methoden geläufig sind, aber kaum Anwendung finden.

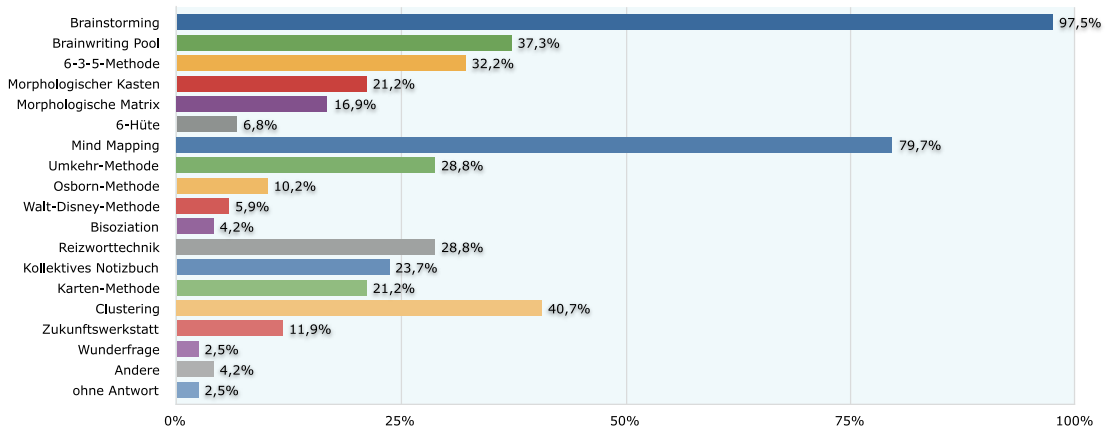


Abbildung 23: Bekanntheitsgrad ausgewählter Methoden - gesamt

Für die Software-Studie lässt sich daraus ableiten, dass nicht nur bekannte Methoden praktikabel umgesetzt werden müssen, sondern weniger bekannte Methoden einem Kreativteam erklärt werden müssen.

3.6.3. Auswertung III: Nutzung und Bekanntheitsgrad von Ideenfindungssoftware

Nicht nur die bisherige Verwendung von Software, sondern auch der Einsatz anderer Hilfsmittel bei der Ideenfindung ist wichtig für die Softwareskizze. So könnte neben der virtuellen Simulation der Methoden auch die der Hilfsmittel in spätere Überlegungen einbezogen werden. In der Umfrage wurde der Computer ohne spezielle Software als häufigstes Hilfsmittel genannt.

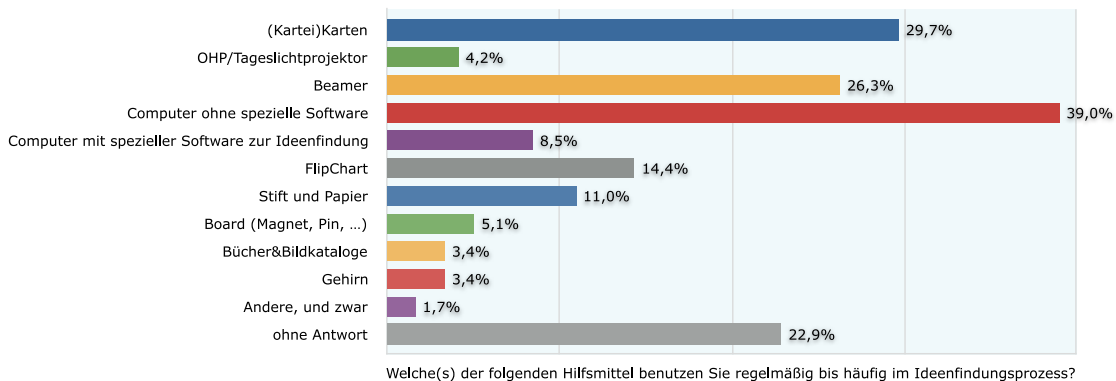


Abbildung 24: Verwendete Hilfsmittel im Ideenfindungsprozess

An zweiter Stelle steht der Beamer, welcher nur in Verbindung mit einem Computer verwendet werden kann. Dies lässt den Schluss zu, dass der Computer für viele Befragte das wichtigste Arbeitsmittel bei der Kreativarbeit ist.

Außerdem gehören Karten, FlipCharts, Stifte und Papier zum kreativen Prozess. Skizzen und Notizen werden demzufolge oft auf analoge Weise erstellt.

Zehn Teilnehmer gaben bei der Frage aus Abbildung 24 an, einen „Rechner mit spezieller Software“ zu benutzen. Daraufhin wurde nur ihnen folgende Frage gestellt:

*Welche Software benutzen Sie im Ideenfindungsprozess?
(Bitte geben Sie bis zu drei der meistgenutzten Programme an)*

Zwei Personen gaben darauf keine Antwort, zwei nannten den Browser¹⁶², vier nannten Adobe Produkte und jeweils einer nannte Cinema 4D, Microsoft Office, „Maindmaping“ und „Ideenfindung beim Arbeiten“. Die letzten beiden Antworten konnten jedoch keiner Software zugeordnet werden. Zweimal wurde ein Programm genannt, das speziell für die Ideenentwicklung konzipiert wurde: Mindjet Mindmanager.

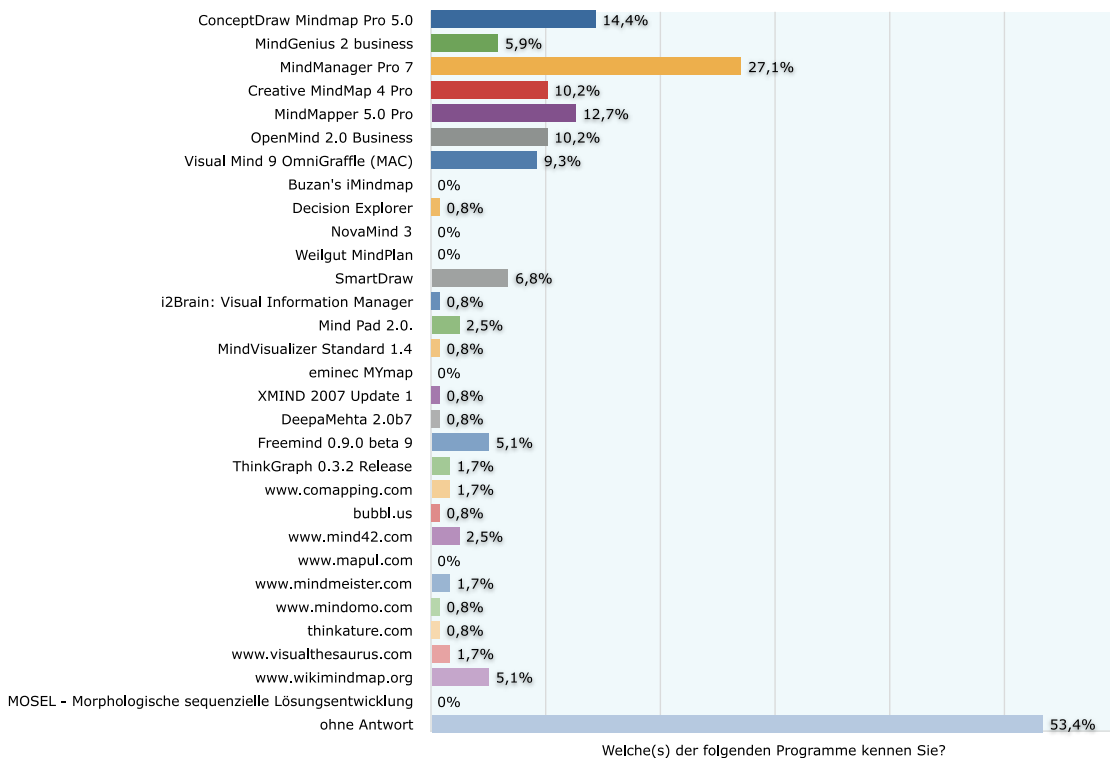
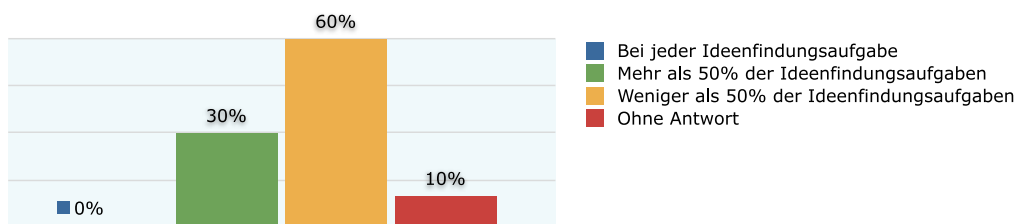


Abbildung 25: Bekanntheit ausgewählter Software¹⁶³

¹⁶² „Es handelt sich um ein Navigationsprogramm, das im Internet HTML-Dokumente interpretiert und darstellt. Mit einem solchen Web-Browser können im WWW Dateien aufgerufen und dargestellt werden. Dazu startet der Browser eine HTTP-Anfrage an den Webserver, der ihm als HTTP-Antwort die HTML-Dokumente überträgt.“ (IT Wissen, Zugriff am 03.08.2008)

¹⁶³ Bei der Fragebogenprogrammierung wurden fälschlicherweise Visual Mind 9 und OmniGraffle (Mac) in einem Punkt aufgeführt. Dadurch ist nicht mehr nachvollziehbar, auf welches der Programme sich die Antworten beziehen. (Anm. d. A.)

Mindjet Mindmanager ist unter allen Befragten auch das bekannteste Programm (vgl. Abb. 25). Neben diesem sind vier weitere Anwendungen mehr als zehn Prozent der Befragten bekannt. Insgesamt fällt bei dieser Frage trotzdem auf, dass über die Hälfte der Teilnehmer keines der aufgeführten Programme kennt oder sich nicht mehr an dessen Namen erinnert. Dass sich selbst spezielle Software nicht richtig durchsetzt ist Abbildung 26 zu entnehmen. Bei den wenigen Nutzern kommt die Software nur selten zum Einsatz, obwohl in dieser Auszählung auch diejenigen berücksichtigt wurden, die beispielsweise auch Adobe-Produkte nannten. Es lässt darauf schließen, dass diese Programme bei einem Kreativtreffen nur als bedingt nützlich empfunden werden.

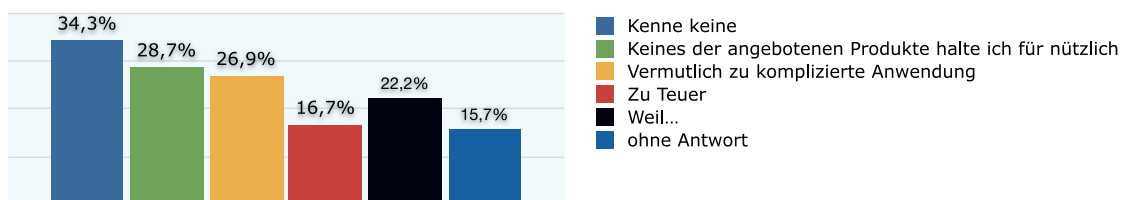


Wie oft benutzen Sie die Software bei Ideenfindungsaufgaben?

Abbildung 26: Häufigkeit der Softwarebenutzung

In einer separaten Betrachtung der „MindManager-Nutzer“, geben beide an, die Software bei mehr als 50% der Ideenfindungsaufgaben zu nutzen. Sie hatten keine Verbesserungswünsche und keine Probleme bei der Einführung des Programms in die Teamarbeit. Laut ihren Angaben kam das Team nach anfänglichen Schwierigkeiten gut mit der Software zurecht. Der Funktionsumfang von Mindjet Mindmanager könnte somit Anhaltspunkte für die Gestaltung einer Ideenfindungssoftware geben.

Teilnehmer, die angaben, ohne spezielle Software zu arbeiten, wurden nach den Gründen befragt. Über ein Drittel gab an, keine zu kennen. Dies stützt die Ergebnisse aus Abbildung 25. Zudem halten viele Befragte die angebotenen Produkte nicht für nützlich oder finden sie zu kompliziert in der Anwendung.

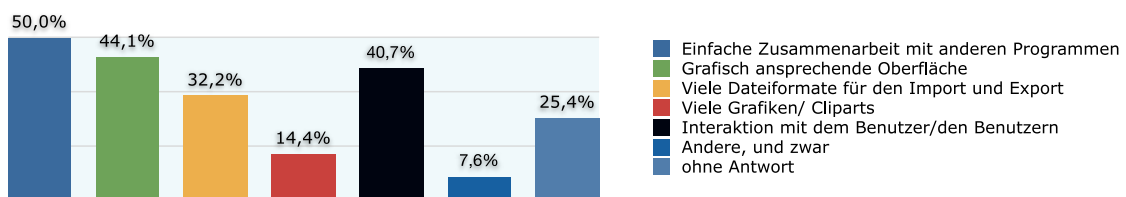


Sie benutzen keine spezielle Software: Warum nicht?

Abbildung 27: Gründe für die Nichtbenutzung von spezieller Software

Unter dem Punkt „Weil ...“ wurden Antworten gegeben, dessen Spektrum von „nicht nötig“ über „zu unfreies Denken vor dem Rechner“ bis zu „keine Programme für den Mac vorhanden“ reicht. Bisher konnte offensichtlich keine Software diese Befragten begeistern oder von ihrem Nutzen überzeugen. Dies erreicht eine Software hauptsächlich über ihre Funktionen.

Welche Funktionen den Befragten wichtig sind, zeigt Abbildung 28. Die Software muss vor allem einfach mit anderen Programmen zusammenarbeiten, eine grafisch ansprechende Oberfläche haben und intuitiv zu bedienen sein. Auf diese Kriterien sollte bei der Softwareskizze ein besonderes Augenmerk gelegt werden.



Welche Funktionen einer Ideenfindungssoftware sind/ wären besonders wichtig für Sie?

Abbildung 28: Wichtige Funktionen für eine Ideenfindungssoftware

3.7. Fazit Kreativteams in der Realität

Zusammenfassend lässt sich über die Teams der Realität sagen, dass sie grundsätzlich sehr gute Voraussetzungen für eine produktive Zusammenarbeit besitzen. Gruppengröße und personelle Zusammensetzung entsprechen weitgehend den Empfehlungen der Fachliteratur. Weniger als die Hälfte der Teams bestehen immer aus den gleichen Personen, so dass von einem hohen Grad der Heterogenität ausgegangen werden kann. Dies kann aber auch bei den festen Teams nicht ausgeschlossen werden.

Bezüglich der Moderation und der Verwendung von Ideenfindungsmethoden gibt es jedoch geteilte Meinungen zu geben: Etwas mehr als die Hälfte der befragten Agenturen verzichten auf die strukturierende Funktion eines Moderators und knapp die Hälfte benutzen keine Ideenfindungsmethoden oder tun dies nicht bewusst. Wie die Studie zeigt, liegt dies aber nicht an der Unkenntnis von Methoden. Dies könnte auf eine grundsätzliche Ablehnung methodischen Vorgehens in der Kreativarbeit schließen lassen. Möglicherweise liegt darin auch der Grund, warum der Kunde nie oder nur selten in den Ideenfindungsprozess einbezogen wird. In einen intuitiven und willkürlichen Ablauf lässt sich nur schwierig eine agenturfremde Person einbinden.

Der Computer und auch der Beamer sind die beliebtesten technischen Hilfsmittel bei der Ideenfindung. Allerdings benutzen nur wenige Ideenfindungssoftware oder kennen überhaupt welche. Diese Ergebnisse lassen darauf schließen, dass der Computer somit eher zur Protokollierung als zur Ideenfindung und -strukturierung genutzt.

Die Entwicklung der Softwareskizze kann auf gute personelle Strukturen der Teams und eine gewisse technische Ausstattung aufbauen. Inhaltlich muss sie für „methodenerfahrene“ Teams bei ihrer Arbeit ein hilfreiches Werkzeug sein und Teams, die Methoden eher ablehnend gegenüber stehen von den Vorteilen strukturierter Kreativarbeit überzeugen.

Bevor die Erkenntnisse über die anvisierten Benutzer der Softwareskizze in die Entwicklung einfließen, werden im folgenden Kapitel bereits auf dem Markt verfügbare Programme analysiert und auf ihre Verwendbarkeit untersucht. Diese Analyse soll Aufschluss darüber geben, ob es aktuell überhaupt möglich ist, ein Kreativtreffen mit einer Software sinnvoll zu begleiten. Zudem soll überprüft werden, ob die Skepsis der Umfrageteilnehmer gegenüber Kreativsoftware mangels adäquaten Angebots berechtigt ist.

Durch dieses Vorgehen soll eine Softwareskizze unter Berücksichtigung der zukünftigen Anwender und der Stärken und Schwächen von aktuell verfügbaren Programmen entstehen.

4. Vorhandene Softwarekonzepte im Überblick

Das folgende Kapitel betrachtet Software, die bereits auf dem Markt angeboten wird. Dabei werden Programme betrachtet und bewertet, die für Ideenfindungsteams angeboten oder für eine Kreativsitzung verwendet werden könnten. Ziel der Betrachtung soll das Erkennen von Stärken und Schwächen vorhandener Programme und das Gewinnen von Ideen für die Softwareskizze sein.

Aus den vorangegangenen Kapiteln „Theorie der Kreativarbeit“ und „Die Teams in der Realität – die Umfrage“ lassen sich folgende Ziele und Aufgaben für Software im Ideenfindungsprozess ableiten:

Das Hauptziel ist das Festhalten von Ideen und Lösungen zu einer formulierten Problemstellung bzw. Aufgabe. Dabei soll das Programm die Anforderungen, die bei einer Kreativsitzung an die verwendeten Hilfsmittel gestellt werden, ohne großen Aufwand unterstützen. Neben dem Hauptziel sollte das Programm auch die Phasen der Vor- und Nachbereitung unterstützen, sowie die Dokumentation und die Archivierung unterstützen und somit den ganzen Ablauf einer Kreativphase begleiten. Da im Anschluss der Ideenfindung die Projektumsetzung und damit auch das weitere Projektmanagement folgt, muss ein nahtloser Übergang durch das Programm gewährleistet sein.

4.1. Kriterien der Betrachtung

Die vorliegende Arbeit orientiert sich an dem Bewertungssystem aus der Diplomarbeit „*Marktüberblick und Bewertung von Software für das Projektcontrolling*“ von *Andrea Maria Bartsch*, da sich die Einsatzumgebungen von Projektmanagementsoftware und Ideenfindungssoftware durchaus ähneln¹⁶⁴.

Die Kriterien werden in den folgenden Abschnitten exemplarisch dargestellt und abschließend in den, für diese Arbeit geltenden, Betrachtungsbogen eingearbeitet.

4.1.1. Systemanforderungen Hardware

Da sich die Systemumgebung in den Agenturen nicht bestimmen lässt, wird sie an dieser Stelle nur kurz beschrieben. Sollten bei der späteren Softwarebetrachtung diesbezüglich Auffälligkeiten auftreten, wird an gegebener Stelle darauf eingegangen.

Nach *Bartsch* sind die gängigen Mindestanforderungen an einen Computer ein Pentium-Prozessor und 16 MB Arbeitsspeicher. Für größere und aufwendigere Programme ist ein leistungsfähigeres Gerät notwendig. Ebenfalls ist ein Drucker oder Plotter ein wichtiges Hilfsmittel bei der Arbeit mit verschiedenen Programmen.¹⁶⁵ Die vorliegende Arbeit geht ebenfalls von diesen Mindestanforderungen aus. Es kann vermutet werden, dass die gängige Hardware in den Agenturen mittlerweile auf einem höheren Niveau ist, diese Annahme kann aber hier nicht wissenschaftlich belegt werden.

¹⁶⁴ vgl. Softguide, Zugriff m 17.04.2008, dort findet sich eine Auflistung aktueller Agentursoftware, die teilweise Controlling und Projektmanagement beherrschen

¹⁶⁵ vgl. Bartsch 2002, 37f.

4.1.2. Allgemeine Software-Kriterien

Allgemeine Kriterien, die bei einer Software betrachtet werden müssen sind:

- Betriebssystem
- Lizenz
- Preis¹⁶⁶

4.1.3. Benutzerführung

Bei der Programmbedienung wird vor allem auf Benutzerfreundlichkeit Wert gelegt. Ist eine Software zu umständlich besteht die Gefahr, dass das Programm nicht genutzt wird und auf ein anderes ausgewichen wird.

- benutzerdefinierte Werkzeugleiste
- Dialoggestaltung (Maus, Tastatur)¹⁶⁷
- kontextabhängige Menüs¹⁶⁸
- benutzerdefinierte Ansichten (Zoom, Birdview, Baumansicht)¹⁶⁹
- Suchen und Verwalten¹⁷⁰
- grafischer Eindruck der Benutzeroberfläche

4.1.4. Schnittstellen und Datentransfer

Schnittstellen und Datentransferfunktionen sind ein wichtiger Punkt für Unternehmen, da die Software mit den vorhandenen Systemen kompatibel sein muss, um Kosten und Zeitverluste zu vermeiden. Der problemlose Datenaustausch umfasst das nahtlose Ein- und Ausgeben.

- Schnittstellen zu Daten (z.B. OLE¹⁷¹)
- Schnittstellen zu anderen Programmen (Import und Export von Daten)
- Schnittstellen zur Hardware
- Transfer ins Intranet

¹⁶⁶ vgl. Bartsch 2002, 43f.

¹⁶⁷ Bei der Dialoggestaltung wird betrachtet, ob der Benutzer über verschiedene Eingabegeräte mit der Software arbeiten kann. (Anm. d. A.)

¹⁶⁸ Ein kontextabhängiges Menü bedeutet, dass sich die angebotenen Funktionen beim Klicken der rechten Maustaste je nach angeklicktem Element oder Bereich der Programmoberfläche ändern. (Anm. d. A.)

¹⁶⁹ Besonders bei großflächigen Dokumenten ist die komfortable Einstellung der Ansicht am Bildschirm wichtig. Das wird durch einfache Handhabung eines Zoom-Werkzeuges erreicht. Zusätzlich kann durch eine so genannt Birdview der Überblick über das gesamte Dokument behalten werden. Eine Baumansicht kann Inhalte und Bilder als reinen Text strukturieren. (Anm. d. A.)

¹⁷⁰ vgl. Bartsch 2002, 44f., Dieser Punkt beinhaltet z.B. eine Funktion, die es ermöglicht innerhalb eines Dokuments oder in mehreren Dokumenten gleichzeitig nach Elementen zu suchen bzw. diese übersichtlich zu verwalten. (Anm. d. A.)

¹⁷¹ OLE steht für Object Linking and Embedding und bedeutet Objekte verknüpfen und einbetten. Es ermöglicht verschiedene Elemente und Programme in einem einzelnen Dokument zu verbinden. Die Elemente können u.a. Texte, Bilder, Tabellen und Sounds sein. Die Verknüpfung von OLE-fähigen Dateien erfolgt als Verweis auf die entsprechende Datei. Die Ursprungsdatei bleibt erhalten. Bei der Einbindung, dem Embedding, wird eine Kopie der Datei in das Dokument eingebunden. (vgl. INI-GraphicsNet, Zugriff am 18.04.2008, IT Wissen, Zugriff am 18.04.2008)

- Transfer ins Internet¹⁷²
- Pack & Go-Funktion¹⁷³
- Chatfunktion
- VOIP¹⁷⁴-Unterstützung

4.1.5. Softwarekomponenten

Eine Software für Kreativteams sollte neben der Unterstützung von Ideenfindungsmethoden auch Funktionen zur Organisation, Gestaltung bzw. Protokollierung und Präsentation bieten¹⁷⁵.

Folgende Funktionen muss eine Software demnach für Kreativteams mindestens beinhalten:

- Einsetzbarkeit bei verschiedenen Ideenfindungsmethoden
- Gestaltungsfunktionen (z.B. Textauszeichnungen, Grafiken)
- Zeichenwerkzeuge
- Vernetzung von Dokumenten und Dateien
- Notiz-Funktion
- To-Do-Listen
- Kalender
- Präsentationsfunktion¹⁷⁶
- Druckfunktionen¹⁷⁷
- Vorlagen¹⁷⁸
- Rechtschreibprüfung

¹⁷² vgl. Bartsch 2002, 46

¹⁷³ Diese Funktion ermöglicht es Dateien oder Präsentationen auch auf einem Computer zu betrachten, auf dem die Erstellungssoftware nicht installiert ist. Dies ist möglich, wenn beim Abspeichern ein Dateibetrachter direkt in die Datei gepackt wird oder auf dem Zielrechner ein entsprechender Dateibetrachter, so genannte Viewer, installiert wird.

¹⁷⁴ Voice over IP - Das IP-Protokoll ist nicht nur für den Datentransfer geeignet, sondern auch für Sprach-, Daten- und Video-Übertragungen. Daher bildet das Internet eine kostengünstige Alternative für die Sprachübertragung über Fest- und Mobilfunknetze. (vgl. IT Wissen, Zugriff am 18.04.2008)

¹⁷⁵ Diese Funktionen leiten sich aus dem Ablauf einer Kreativsitzung und den Aufgaben der Teilnehmer ab. (vgl. 2.3., 2.4., 2.5., 2.6. der vorliegenden Arbeit)

¹⁷⁶ Diese Funktion könnte ähnlich den Programmen MS Powerpoint oder Keynote funktionieren, die das Gestalten von Seiten ermöglichen, welche im Vollbildmodus als Präsentation nacheinander gezeigt werden können. (Anm. d. A.)

¹⁷⁷ Dazu zählt beispielsweise das Definieren eines Druckbereiches durch den Benutzer oder der sog. Mosaikdruck, bei dem beispielsweise eine Grafik oder Mind Map über mehrere Blätter verteilt werden kann. (Anm. d. A.)

¹⁷⁸ Vorlagen können der optischen Gestaltung oder der inhaltlichen Strukturierung bei wiederkehrenden Aufgaben dienen. (Anm. d. A.)

4.2. Die Betrachtung

Aus den vorangegangenen Absätzen wurde folgender Betrachtungsbogen abgeleitet:

Allgemeine Kriterien	Programmname, Webseite, Preis, Plattform, Besondere Voraussetzungen
Importformate	HTML ¹⁷⁹ , XML ¹⁸⁰ , RTF ¹⁸¹ , TXT, JPEG, PNG, GIF, BMP, TIFF ¹⁸² , PDF ¹⁸³ , SVG ¹⁸⁴ , EPS ¹⁸⁵ , Weitere Formate
Exportformate	HTML, XML, RTF, TXT, JPEG, PNG, GIF, BMP, TIFF, PDF, SVG, EPS, Weitere Formate
Features	Rechtschreibprüfung, Freies Anordnen von Inhalten, Integration von externen Inhalten, To-Do-Listen, Deadlines setzbar (Kalender), Notizen, Präsentationsmodus, Verbinden von Themen, Beschriftete Verbindungen, Pack & Go, Weitere Features
Grafiken	Integrierte Bilder, Integrierte Icons, Integrierte Formen, Integrierte Illustrationen, Zeichenwerkzeuge
Textmodifikation	Schriftgröße, Schriftart, Schriftfarbe, Textauszeichnung, Schrift hintergrundfarbe
Vorlagen	Vorlagen, Standardvorlagen, Eigene Vorlagen

(Fortsetzung der Tabelle auf der folgenden Seite)

¹⁷⁹ „Hypertext Markup Language (HTML) ist die Beschreibungssprache für Dokumente im World Wide Web.“ (IT Wissen, Zugriff am 03.08.2008)

¹⁸⁰ „Extended Markup Language (XML) ist die Standardsprache zur Definition von individuellen Auszeichnungssprachen mit denen strukturierte Informationen ausgezeichnet werden.[...] Der Inhalt einer XML-Seite besteht aus normalem Text mit dem auch der Betrachter etwas anfangen kann. Mit der textbasierten XML können Informationen beschrieben werden, aber ebenso Grafiken oder Audio-Aufzeichnungen.[...] Die Sprache erleichtert den Austausch von Daten zwischen verschiedenen Unternehmen bei E-Commerce, B2B- und B2C-Anwendungen.“ (IT Wissen, Zugriff am 30.03.2009)

¹⁸¹ „Dieses von Microsoft entwickelte Dateiformat eignet sich für den Austausch von Texten zwischen Textverarbeitungsprogrammen unter Beibehaltung von Formatierungszeichen.“ (IT Wissen, Zugriff am 30.03.2009)

¹⁸² JPEG, PNG, GIF, BMP, TIFF sind Pixelgrafikformate. (vgl. IT Wissen, Zugriff am 30.03.2009)

¹⁸³ „Das Portable Document Format (PDF) ist ein universelles Dateiformat zum Dokumentenaustausch. [...] Neben Text und Grafiken können auch Audio, Animationen und Video in PDF-Dokumente eingebunden werden. [...] Die PDF-Dateien können mit einem Acrobat-Reader betrachtet werden. [...] Es eignet sich ideal für elektronische Publikationen, ebenso wie für die Erstellung von Druckerzeugnissen, die Verteilung über das Internet und die Langzeitarchivierung. [...] PDF-Dateien enthalten Metadaten, die die Eigenschaften des Dokumentes beschreiben, die allerdings auch andere Informationen umfassen können. Die Datei-Extension ist *.pdf.“ (IT Wissen, Zugriff am 03.08.2008)

¹⁸⁴ „Scalable Vector Graphics (SVG) ist ein vom World Wide Web Consortium (W3C) behandeltes Dateiformat für skalierbare Vektorgrafiken. SVG ist ein XML-basiertes, Web-gerechtes Dateiformat für 2D-Vektorgrafiken und dynamischen Animationen, das die Einbindung von SVG-Dateien in HTML-Dokumente unterstützt. Neben den reinen vektorbasierten Grafiken berücksichtigt SVG auch Objekte mit Pixelgrafiken und Text.“ (IT Wissen, Zugriff am 03.08.2008)

¹⁸⁵ „Bei dem EPS-Dateiformat (Encapsulated Postscript File) handelt es sich um ein eingekapseltes Format, was bedeutet, dass dem Postscript-Code einige Kommentarzeilen hinzugefügt werden. Diese Kommentare gewährleisten, dass das in diese Kommentarzeilen eingeschlossene Postscriptprogramm hardwareunabhängig zwischen verschiedenen Grafikprogrammen ausgetauscht werden kann.“ (IT Wissen, Zugriff am 03.08.2008)

Mehrplatzfähigkeit	Daten sichtbar für Andere, Daten bearbeitbar für Andere, Daten über Mailverteiler versendbar, Tasks per Mail versendbar, Chat mit anderen Teilnehmern, VOIP-Unterstützung, Veröffentlichen
Externe Technologien	
Druckmöglichkeiten	Ganzer Arbeitsbereich, Benutzerdefinierter Bereich, Mosaikdruck, Kopf- und Fußzeile
Suchfunktionen	Innerhalb des Dokuments, Innerhalb mehrerer Dokumente, Integrierte Websuche, Integrierte Online-Bildersuche
Vernetzung	Links zu anderen Mindmaps, Links ins Internet, Links mit Mailadressen, Links zu lokalen Dateien, Textlinks
Navigation/Ansicht	Zoom, Navigator (Birdview), Focussierung, Collapse/Expand ¹⁸⁶ , Fullscreen, Outline (Baumansicht), Bedienung über Tastatur
Benutzeroberfläche	Verständliches Menü, Angenehme Farben, Allgemeiner Eindruck
Unterstützte Ideenfindungsmethoden	Mind Mapping, Brainstorming, Brainwriting, Methode 6-3-5, Clustering, Reizworttechnik, Bisoziation, Osborn-Methode, Walt-Disney-Methode, Morphologie, Umkehr-Methode

Tabelle 7: Bestandteile des Betrachtungsbogens für die Softwareanalyse

Für die Betrachtung werden die Programme folgendermaßen unterteilt:

- (4.2.1.) Kaufsoftware,
- (4.2.2.) Kostenlose Software
- (4.2.3.) Webanwendungen

In den folgenden Abschnitten werden die Ergebnisse aus der Einzelbetrachtung der Kaufsoftware, kostenloser Software und den Webanwendungen nach den Oberpunkten aus dem Betrachtungsbogen zusammengefasst. Die detaillierten Einzelbetrachtungen mit der Aufschlüsselung der einzelnen Kriterien befindet sich im Anhang dieser Arbeit¹⁸⁷.

¹⁸⁶ Durch diese Funktion werden die Unterzweige einer Mind Map auf Knopfdruck ein- und ausgeblendet. (Anm. d. A.)

¹⁸⁷ vgl. Anhang C ff. der vorliegenden Arbeit.

Die Software und Anwendungen wurden unter dem Betriebssystem Microsoft Windows XP (SP 2¹⁸⁸) und den Browsern Mozilla Firefox 2.0.0.14 und Microsoft Internet Explorer 7 getestet. Die Lauffähigkeit wurde unter anderen Betriebssystemen wie z.B. Microsoft Windows NT oder Unix-Betriebssystemen wie Mac OS/X oder Linux nicht überprüft.

4.2.1. Kaufsoftware

Nach den unter Abschnitt 4.2. erstellten Punkten werden 20 Programme untersucht, die hauptsächlich zur Erstellung von Mind Maps verwendet werden sollen.

Auf die mit (*) gekennzeichneten Anwendungen wird im späteren Verlauf der Arbeit in Sonderbetrachtungen eingegangen, da sie besondere Funktionen beinhalten, welche anhand des formalen Bewertungsbogens schwer erkennbar sind.

Kaufsoftware, nach deren Bekanntheit in der Umfrage gefragt wurde:

1. ConceptDraw Mindmap Pro 5.0
2. MindGenius 2 business¹⁸⁹
3. MindManager Pro 7
4. Creative MindMap 4 Pro
5. MindMapper 5.0 Pro
6. OpenMind 2.0 Business
7. Visual Mind 9
8. OmniGraffle (MAC)¹⁹⁰
9. Buzan's iMindmap
10. Decision Explorer
11. NovaMind 3¹⁹¹
12. Weilgut MindPlan¹⁹²
13. SmartDraw
14. i2Brain: Visual Information Manager
15. Mind Pad 2.0.
16. MindVisualizer Standard 1.4
17. eminec MYmap
18. XMIND 2007 Update 1
19. MOSEL*

¹⁸⁸ Service Pack 2 - damit fügte Microsoft in einem Service Pack Windows XP Verbesserungen hinzu. Diese betrafen vor allem die Verbindung mit dem Internet. (vgl. Microsoft, Zugriff am 10.02.2009)

¹⁸⁹ Dieses Programm wurde nicht betrachtet, da keine Reaktion auf Registrierung erfolgte und somit der Download nicht möglich war.

¹⁹⁰ Dieses Programm wurde nicht betrachtet, da nur unter Windows getestet wurde.

¹⁹¹ Es wurde NovaMind 4 Platinum betrachtet.

¹⁹² Es wurde nicht betrachtet, da keine lauffähige Installation des Programms und dem benötigten Lotus Notes möglich war.

Kaufsoftware, die zusätzlich betrachtet wurde:

20. PinKing 5.0*
21. PersonalBrain 4*
22. Visualthesaurus*
23. Digital Moderator*¹⁹³

Allgemeine Kriterien

Nur sieben Programme unterstützen nach Hersteller- oder Vertriebsangaben neben Windows auch andere Betriebssysteme. Zudem verlangen fünf Programme die zusätzliche Installation einer Laufzeitumgebung wie Java oder Microsoft .NET, was Ressourcen und Zeit beansprucht. Bei allen anderen verlief die Installation auf dem Testsystem problemlos.

Import- und Exportformate

Viele der getesteten Programme importieren häufig vorkommende Bildformate wie JPEG, BMP und GIF, sowie Dateien aus den Microsoft Office-Programmen Word, PowerPoint, Outlook und Project. Fünf Anwendungen können das Arbeitsdateiformat von Mindjet's MindManager¹⁹⁴ verarbeiten. Dieses Programm ist auch in der Befragung das bekannteste¹⁹⁵ und dies legt die Vermutung nah, dass es auf dem Markt ebenfalls zu den bekanntesten zählt. Solch eine Importfunktion erhöht die Kompatibilität zwischen zwei Mind Mapping-Programmen und kann die Konkurrenzfähigkeit gegenüber dem MindManager erhöhen.

Neben Bild- und Officeformaten bieten einige Programme auch den Export als HTML und PDF-Datei an. Diese Formate kann aber keines der getesteten Programme importieren.

Insgesamt decken die Import- und Exportformate der getesteten Software nur einen kleinen Teil der Dateitypen ab, die im Arbeitsumfeld einer Agentur vorkommen. Dies gilt besonders hinsichtlich der Grafikformate. Unter Umständen kann dies zur Unterbrechung der Ideenfindung führen, um eine Dateikonvertierung in einem anderen Programm vorzunehmen oder es muss ganz auf Grafiken oder Dateien verzichtet werden.

¹⁹³ Durch kontinuierliche Recherche auch nach Abschluss der Befragung stieß die Autorin auf weitere Software, welche die Ideenfindung unterstützen könnten. Ihr Bekanntheitsgrad und die Nutzung unter den befragten Agenturen wurden nicht erhoben. Dennoch wurden sie in die Betrachtung aufgenommen, da sich ihr Funktionsumfang teilweise sehr von den Programmen im Befragungsbogen unterschied und somit weitere Impulse für die Softwareskizze geben könnten. (Anm. d. A.)

¹⁹⁴ Das Arbeitsdateiformat von Mindjet's MindManager ist *.mmap.

¹⁹⁵ vgl. Abbildung 25 der vorliegenden Arbeit

Features

Der Funktionsumfang, der im Bewertungsbogen erfassten Software, variiert stark. Während es bei den meisten Programmen möglich ist Inhalte und Themen frei anzuordnen und zum Teil auch beliebig miteinander zu verbinden, ist das Beschriften dieser Verbindungen nur bei sechs der betrachteten Anwendungen möglich.

Ähnlich verhält es sich bei Funktionen, die auch aus anderer Bürosoftware, wie zum Beispiel Microsoft Word oder Outlook bekannt sind. So bieten über die Hälfte der Programme eine Rechtschreibprüfung sowie Kalender- und Notizfunktionen, aber nur drei ermöglichen zusätzlich To-Do-Listen, sechs haben einen Präsentationsmodus und fünf eine so genannte Pack & Go-Funktion. Eine Integration von externen Inhalten, wie zum Beispiel Exceltabellen in Notizen einfügen, bietet nur eine Software. Einzelne Programme zeichnen sich jedoch durch Funktionen, wie beispielsweise eine Stoppuhr für Brainstormings, Synonymwörterbücher, RSS-Feeds¹⁹⁶ oder Audiokommentare aus.

Grafiken, Textformatierung und Vorlagen

Um die Gedankennetze auch optisch ansprechend zu gestalten, gibt es bei der getesteten Software nur eingeschränkte Möglichkeiten. Wenige bieten integrierte Icons oder Formen an und noch weniger stellen Grafiken, Illustrationen oder Bilder zur Verfügung. Zeichenwerkzeuge zur Erstellung eigener Grafiken gibt es nur bei zwei Programmen. Die Textgestaltung wird zudem durch begrenzte Schriftarten, -farben und Auszeichnungsmöglichkeiten¹⁹⁷ eingeschränkt.

14 Programme bieten teilweise umfangreiche Vorlagensammlungen und bei elf ist es zusätzlich möglich eigene Vorlagen zu erstellen.

Mehrplatzfähigkeit und externe Technologien

Der Großteil der getesteten Software ist für die Verwendung durch einen einzelnen Benutzer ausgelegt. Dies zeigt sich in den wenigen Möglichkeiten mit anderen Mitarbeitern zu kommunizieren und gemeinsam eine Mind Map zu erarbeiten. Auch das Publizieren der Ergebnisse ist keine Standardfunktion, denn nur acht Programme unterstützen den E-Mailversand direkt aus dem Programm und fünf den Export der Mind Map als HTML-Datei direkt auf einen Server oder die lokale Festplatte.

Druckmöglichkeiten

Das Drucken des gesamten Arbeitsbereichs unterstützen alle getesteten Programme. Hingegen bieten nur acht das Verteilen der Mind Map auf mehrere Blätter (Mosaikdruck) und das Hinzufügen einer Kopf- oder Fußzeile an. Lediglich ein Programm kann einen durch den Benutzer definierten Bereich drucken.

¹⁹⁶ RSS-Feeds sind textbasierte Dateien, die vor allem von Online-Redaktionen benutzt um ihre Artikel und News zusammenzufassen, sie ins Web zu stellen, zu verteilen oder mit anderen Webseiten auszutauschen. (vgl. IT Wissen, Zugriff am 19.02.2009)

¹⁹⁷ Zu den Auszeichnungsmöglichkeiten zählen beispielsweise das Unterstreichen oder das Kursivstellen von Schrift.

Suchfunktionen

Um in einem geöffneten Dokument Gedanken oder Notizen wieder zu finden, bieten 14 Programme eine Suchfunktion an, aber nur vier ermöglichen diese Suche gleichzeitig in mehreren Dokumenten. Eine in das Programm integrierte Suchfunktion, die auch das Internet, zum Beispiel Suchmaschinen oder Bilddatenbanken, mit einbezieht, bietet keine der getesteten Software. Nur ein Programm ermöglicht es, weitere Bilder vom Herstellerserver herunter zu laden.

Vernetzung

Der Großteil der Programme bietet Vernetzungsfunktionen zu anderen Mind Maps, zu Internet- und E-Mail-Adressen sowie zu lokal auf dem Rechner gespeicherten Dokumenten und Dateien. Auf die Darstellung dieser Vernetzungen hat der Benutzer meist keinen Einfluss. Sie werden oft durch ein Icon an der Gedankenblase symbolisiert.

Navigation und Ansichten

Die Programme verfügen über verschiedene Möglichkeiten, um sich im Dokument zu bewegen. Die Zoomfunktion ist zwar meist vorhanden, aber ihre Anwendung teilweise nur durch zwei Buttons¹⁹⁸ ungenau steuerbar. Elf Programme ermöglichen es mit einer Fokussierungsfunktion visuell zum Ursprung der Mind Map zurückzukehren und zehn sich im Vollbildmodus einen Überblick zu verschaffen. Nur vier Programme bieten zusätzlich einen Navigator, ein kleines Extrafenster, das den aktuellen Bildausschnitt in Relation zum gesamten Dokument setzt und somit schnelles Orientieren und Bewegen ermöglicht.

Das Ein- und Ausblenden der Unterzweige auf Knopfdruck¹⁹⁹ wird ebenfalls nur von wenigen Anwendungen unterstützt. Bei elf Programmen ist es möglich, die große grafische Mind Map als reine Textvariante²⁰⁰ darzustellen.

Das Navigieren über Maus und Tastatur funktioniert bei zwölf Programmen.

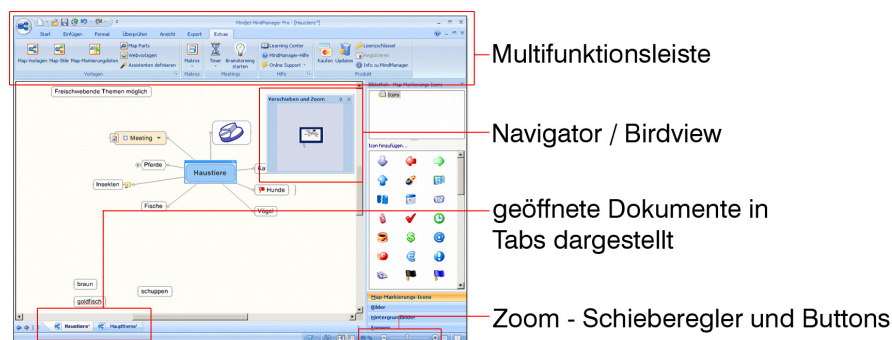


Abbildung 29: Ausgewählte Elemente einer Benutzeroberfläche am Beispiel von Mindjet's MindManager

¹⁹⁸ Vergrößern und Verkleinern in festgelegten Stufen (Anm. d. A.)

¹⁹⁹ sog. Expand/Collaps-Funktion (Anm. d. A.)

²⁰⁰ sog. Baumansicht (Anm. d. A.)

Benutzeroberfläche

Die optische Gestaltung der Software reicht von sehr einfach bis hin zur Anlehnung an das neue optische Navigationskonzept von Office 2008²⁰¹. Allerdings sind intuitive Benutzerführung und moderne Oberflächengestaltung bei den untersuchten Programmen die Ausnahme.

Unterstützte Ideenfindungsmethoden

Trotz der zum Teil umständlichen Bedienung und der altmodischen optischen Aufmachung sind die meisten Programme zur Erstellung von Mind Maps nutzbar. Durch zusätzliche Funktionen sind einige auch für Clustern und Brainstorming nützlich. Mehr als diese drei Methoden werden jedoch von keiner Software unterstützt.

4.2.1.1. Sonderbetrachtungen

Die folgenden Kaufprogramme bilden in der Betrachtungstabelle Ausnahmen, da ihr Funktionsumfang und ihr Aufbau sehr von den bisher zusammengefassten Programmen, die hauptsächlich auf das Erstellen von Mind Maps ausgelegt sind, abweichen. Da aus dem formalen Bewertungsbogen diese Unterschiede nur schwer erkennbar sind, geben die folgenden Abschnitte kurze inhaltliche Zusammenfassungen dieser Programme.

PinKing 5.0

PinKing 5.0 orientiert sich optisch und funktional sehr stark an einer echten Pinnwand und dem Inhalt sowie den Einsatzmöglichkeiten eines Moderatorenkoffers²⁰². Aus diesem Grund sind beispielsweise Mind Maps und Brainstormings nur in diesem engen Rahmen realisierbar²⁰³.

PersonalBrain 4

PersonalBrain 4 dient eher zum Erstellen von semantischen Netzen²⁰⁴, als zur Erstellung und Visualisierung von Mind Maps. Zwar kann unter einer Mind Map auch ein semantisches Netz verstanden werden, aber im Vergleich zu den anderen Programmen ist

²⁰¹ „In der Office Fluent-Benutzeroberfläche wurden die traditionellen Menüs und Symbolleisten durch die Multifunktionsleiste ersetzt – ein Element, mit dem Befehle jeweils in einem Satz von Registerkarten angeordnet sind. Die Registerkarten auf der Multifunktionsleiste zeigen jeweils die Befehle an, die für die verschiedenen Aufgabenbereiche in den Anwendungen am relevantesten sind.“ (Microsoft, Zugriff am 25.04.2008)

²⁰² Beispielfüllung eines Moderatorenkoffers: „Stabiler Kunststoffkoffer mit vielfältigem Moderationszubehör für eine komplette Tagesveranstaltung. Ausgestattet mit einem Einsatz für je 120 Karten mit einem Durchmesser von 95 und 135 mm, sowie für 120 Karten im Format 205 x 95 mm. Des Weiteren mit 1 Schachtel Pinn-Nadeln (200 Stück, farblich sortiert), 1 Zeigestab, 10 FlipChart-Marker XL (4 x schwarz, je 2 x rot, blau, grün), 480 Klebepunkte (farblich sortiert) und einem Leerfach für eine Schere und ein Klebefilm.“ (Amazon, Zugriff am 25.04.2008)

²⁰³ Mit „engem Rahmen“ sind die wenigen Import- und Exportoptionen, sowie u.a. fehlende Möglichkeiten der Dokumentenverlinkung gemeint. (Anm. d. A.)

²⁰⁴ Mit semantischen Netzen oder Wissensstrukturen sind alle Organisationsformen für Wissen und Informationen gemeint, die mit Bedeutungskonzepten statt mit Bezeichnungen arbeiten. (vgl. Dirsch-Weigand/Schmidt 2006, 297) Das Bedeutungskonzept sieht vor, dass zum Beispiel der Begriff „grün“ nicht nur alphabetisch zwischen zwei Begriffen geordnet werden, sondern aufgrund seiner inhaltlichen Bedeutung (Semantik) auch zu Begriffen wie Wiese oder Frosch gehören kann. (Anm. d. A.)

PersonalBrain auf den Aufbau einer persönlichen Datenbank ausgelegt, welche die Daten nach dem individuellen Denkmuster des Anwenders miteinander verknüpft.

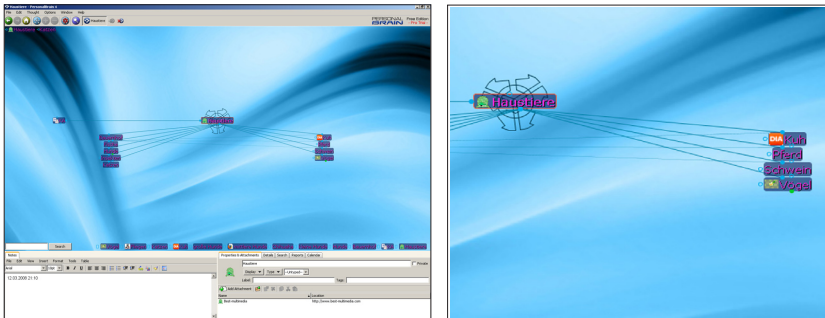


Abbildung 30: PersonalBrain4 Screenshot

Zu einem Objekt, beispielsweise einem Begriff oder einer Datei, werden Daten, Dokumente, Webseiten und persönliche Gedanken assoziativ zugeordnet, also gesammelt und strukturiert. Dieses Vorgehen soll den Abläufen im menschlichen Gehirn wesentlich ähnlicher sein, als streng hierarchische Organisationskonzepte.²⁰⁵

Visual Thesaurus

Visual Thesaurus ist ein interaktives Wörterbuch, das zu einem Suchbegriff ein Wortnetz aus inhaltlich oder sprachlich ähnlichen Begriffen bildet. Ähnlich wie bei PersonalBrain wird ein semantisches Netz gebildet, das aber auf eine vorhandene Datenbank zurückgreift. Das die zu einem Suchwort angezeigten Begriffe nicht nur Synonyme, sondern auch Verwandtschaften und Bedeutungen zu ähnlichen Begriffen darstellen, soll dem Benutzer ein präziseres Verständnis für die Sprache vermitteln.²⁰⁶

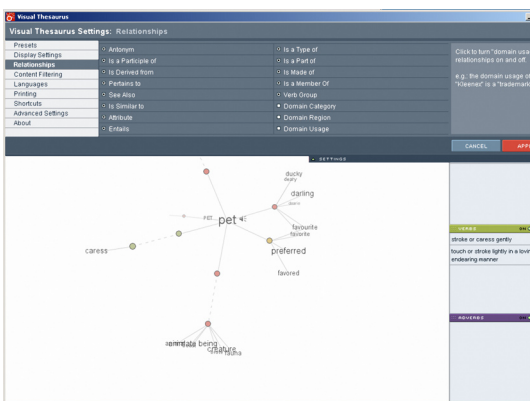


Abbildung 31: Visual Thesaurus

²⁰⁵ „Semantische Netze wurden ursprünglich als psychologische Modelle für kognitive Strukturen wie z.B. Assoziationen im Gedächtnis [...] entwickelt.“ (Wagner 2008, 2)

²⁰⁶ vgl. Visual Thesaurus, Zugriff am 04.06.2008

MOSEL

MOSEL ist eine Software zur Erstellung morphologischer Matrizen und Kästen. Sie wurde 1996 von der Geschka & Partner Unternehmensberatung entwickelt. Entsprechend der Methodenbeschreibung in dieser Arbeit²⁰⁷ unterstützt sie den Anwender in der Formulierung der Parameter und deren Ausprägungen zu einer bestimmten Problemstellung und führt ihn Schritt für Schritt durch die Lösungsentwicklung.

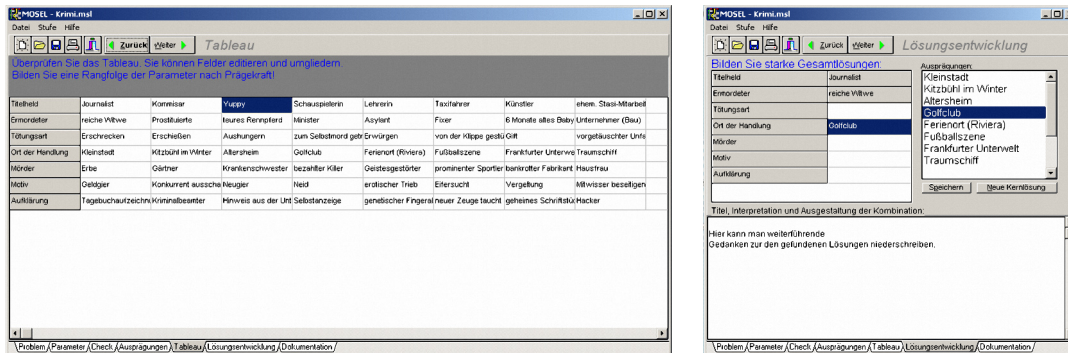


Abbildung 32: Tableau und Lösungsfindung zu den Parametern einer Kriminalgeschichte

Nach Angaben der Herstellerfirma wurde MOSEL entwickelt, um komplexe technische Problemlösungen zu finden²⁰⁸. Für diesen Anspruch ist die nüchterne Gestaltung der Oberfläche ausreichend. Allerdings ist der Export der gefundenen Lösungen nur durch Kopieren und Einfügen in ein Textverarbeitungsprogramm möglich.

Digital Moderation

Digital Moderation wurde zur elektronischen Unterstützung moderierter Workshops vom Fraunhofer-Institut für Graphische Datenverarbeitung (IGD) entwickelt.²⁰⁹ Die Grundidee für die Entwicklung dieses Programms²¹⁰ war, effiziente Großveranstaltungen²¹¹ zu ermöglichen. Bei einer Veranstaltung mit dieser Software gruppieren sich drei bis fünf Teilnehmer an einem Tisch um ein gemeinsames Eingabegerät beispielsweise ein Notebook. Die Präsentation der Ergebnisse erfolgt auf einer zentralen Leinwand. Für die Vorbereitung benutzt der Moderator den so genannten Editor. Mit seiner Hilfe legt er den Ablauf fest, ordnet die Themen, die behandelt werden sollen und entscheidet, nach welcher Methode die Teilnehmer diese Themen bearbeiten werden.²¹²

²⁰⁷ vgl. 2.7.12. der vorliegenden Arbeit

²⁰⁸ vgl. Geschka & Partner, Zugriff am 29.05.2008

²⁰⁹ vgl. Digital Moderation Handbuch.pdf, 4

²¹⁰ vgl. Tandler, Email vom 11.03.2008

²¹¹ >100 Teilnehmer (Anm. d. A.)

²¹² vgl. Digital Moderation Handbuch.pdf, 7

„Neben dem Editor, [...] besteht Digital Moderation aus zwei weiteren Programmteilen: Dem Server, der für den Austausch von Informationen zuständig ist und das „Netzwerk“ von Digital Moderation steuert, sowie den einzelnen Clients, die für die Darstellungen auf der Bühne und bei den Teilnehmern bzw. Steuerung der jeweiligen Funktionen zuständig sind.“²¹³

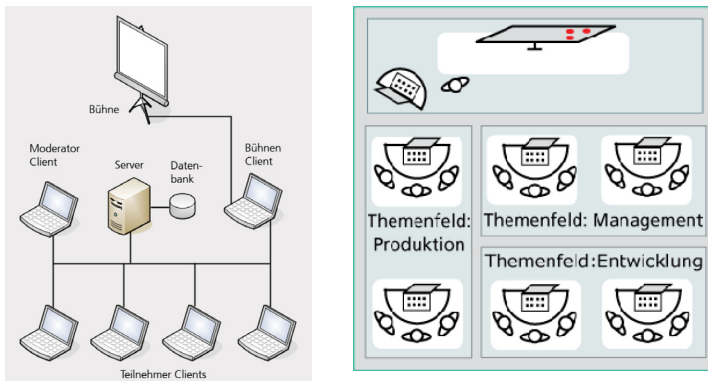


Abbildung 33: Beispielgruppen und Netzwerkaufbau von Digital Moderation²¹⁴

Dem Moderator stehen zur Vorbereitung folgende inhaltlichen Werkzeuge zur Verfügung:

Skalen und numerische Bewertungen	
Mitteilung	Z.B. Begrüßung, Unterbrechung, Ankündigungen, Verabschiedung.
Skala	Bewerten einer Themenstellung anhand einer diskreten Skala.
Profil	Mehrere Skala-Fragestellungen in einer Aktion.
Koordinatenfeld	Bewerten einer Themenstellung anhand von zwei Kriterien.
Portfolio	Vorschläge, Produkte, etc. werden anhand von zwei oder drei Merkmalen numerisch bewertet und graphisch dargestellt.
Brainstorming, Gewichtung, Strukturierung	
Stoffsammlung	Sammlung von Ideen zu Themen / Fragen
Gewichtung	Gewichtung der gesammelten Beiträge einer Stoffsammlung oder Vertiefung nach einem oder zwei Kriterien.
Clustern für Großgruppen	Paralleles Clustern für Großgruppen.

²¹³ Digital Moderation Handbuch.pdf, 5

²¹⁴ Digital Moderation Handbuch.pdf, 4 ff.

Clustern für Kleingruppen	Beiträge werden gemeinsam auf der Bühne strukturiert und in graphisch dargestellt. Auch geeignet zum „Versäubern“ und um Duplikate zu gruppieren.
Weiterverarbeitung	
Vertiefung	Die Teilnehmer sollen explizit Ergebnisse, Aktionen oder offene Fragen zu vorangegangenen Ideen etc. aus einer gewichteten Stoffsammlung erarbeiten.
Themenspeicher	Weiterführende Fragen können zu den Ergebnissen von vorher in der Veranstaltung durchgeführten Clustern für Kleingruppen, Stoffsammlungen, Gewichtungen oder Themenspeichern gesammelt werden.
Maßnahmenplan	Erstellung einer Aufgabenliste auf der Bühne, z.B. eine Liste von Aufgaben unter anderem mit Namen oder Deadlines

Tabelle 8: Liste der Werkzeuge bei Digital Moderation²¹⁵

Mit diesen Werkzeugen bestimmt der Moderator, was die Teilnehmer später auf ihren Rechnern sehen werden und welche Aktionen sie ausführen können.

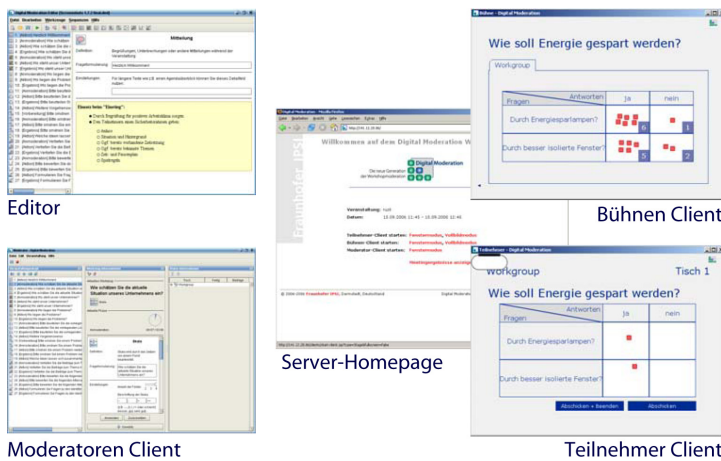


Abbildung 34: Bestandteile von Digital Moderation auf einen Blick²¹⁶

Für die Nachbereitung einer Veranstaltung wird alles digital protokolliert und kann beispielsweise als HTML-Datei an die Teilnehmer per Email versendet werden.

²¹⁵ vgl. Digital Moderation Handbuch.pdf, 17

²¹⁶ Digital Moderation Handbuch.pdf, 15

4.2.2. Kostenlose Software

Entsprechend der vorangegangenen Gliederung der Software in

- (4.2.1.) Kaufsoftware,
- (4.2.2.) Kostenlose Software und
- (4.2.3.) Webanwendungen

wird in diesem Abschnitt kostenlose Software untersucht.
Folgende Programme wurden im Fragebogen abgefragt:

1. DeepaMehta 2.0b7²¹⁷
2. Freemind 0.9.0 beta 9
3. ThinkGraph 0.3.2 Release

Zusätzlich wurde

4. WhiteBoard²¹⁸ betrachtet.

Während Freemind und ThinkGraph der Erstellung von Mind Maps dienen, ist WhiteBoard die Computersimulation einer beschreibbaren Tafel²¹⁹. Optisch ist diese Simulation geglückt. Jedoch schöpft die digitale Version nicht alle möglichen Vorteile gegenüber dem analogen Whiteboard aus. Zum Beispiel ist das Importieren von Grafiken und Bildern ebenso wenig möglich, wie das Ändern der Schriftart.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die kostenlosen Mind Mapping-Programme noch weniger Funktionen bieten, als die meisten der getesteten Kaufprogramme. Hinzu kommt, dass jedes Programm seine eigene Laufzeitumgebung benötigt und dennoch eines auf dem Testsystem instabil lief. ThinkGraph ist das einzige zu installierende Programm, das einen eigenen integrierten Browser besitzt und somit der Zugang zum Internet ohne Programmwechsel möglich ist.

4.2.3. Webanwendungen

Neben Software, die auf dem Rechner installiert werden muss, gibt es eine Anzahl an Internetanwendungen, die den kreativen Prozess unterstützen sollen. Alle getesteten Anwendungen sind vorwiegend auf die Erstellung von Mind Maps ausgerichtet.

²¹⁷ Dieses Programm wird nicht im Bewertungsbogen aufgeführt, da es sich beim Testen als zu komplex und umständlich für ein Ideenfindungstreffen erwiesen hat und ursprünglich nicht dafür programmiert wurde. (Anm. d. A.)

²¹⁸ Durch kontinuierliche Recherche auch nach Abschluss der Befragung stieß die Autorin auf weitere Programme, welche die Ideenfindung unterstützen können. Ihr Bekanntheitsgrad und die Nutzung unter den befragten Agenturen wurden nicht erhoben. Dennoch wurden sie in die Betrachtung aufgenommen, da sich ihr Funktionsumfang teilweise sehr von den Programmen im Befragungsbogen unterschied und somit weitere Impulse für die Softwareskizze geben können. (Anm. d. A.)

²¹⁹ auch Whiteboard genannt (vgl. 2.8.3. der vorliegenden Arbeit)

Im Fragebogen wurde nach der Bekanntheit von folgenden Anwendungen gefragt:

1. <http://www.comapping.com>
2. <http://bubbl.us>
3. <http://www.mind42.com>
4. <http://www.mapul.com>
5. <http://www.mindmeister.com>
6. <http://www.mindomo.com>
7. <http://thinkature.com>
8. <http://www.wikimindmap.org>*

Zusätzlich wurde noch:

9. <http://www.gliffy.com>²²⁰ getestet.

Der Testbogen glich dem für die Installationssoftware. Zusätzlich wurde untersucht, ob die Anwendungen auch ohne Anbindung zum Internet²²¹ verwendbar sind.

Eine Ausnahme in dieser Bewertung bildete wikimindmap.org. Deshalb wird am Ende der allgemeinen Betrachtung gesondert darauf eingegangen.

Allgemeine Kriterien

Zwei der insgesamt neun getesteten Anwendungen benötigen zusätzlich zum Internetbrowser ein Plug-in²²². Die Installation verlief problemlos und schnell.

Import- und Exportformate

Die Anzahl der Importformate ist mit maximal vier Formaten insgesamt sehr gering. Doch auch bei den Online-Anwendungen ist auffallend, dass jeweils drei den Import der Arbeitsdateien von Mindjet's MindManager und Freemind zulassen. Dies stützt die Vermutung, dass diese beiden Programme zu den bekanntesten und am häufigsten verwendeten Mind Mapping-Programmen zu gehören. Somit wird ein Anreiz geschaffen, zusätzlich zur installierten Software mit kompatiblen Online-Anwendungen zu arbeiten. Die Vier Anwendungen exportieren die erstellten Dateien auch wieder in das Format dieser beiden Programme, allerdings ist der Umfang der möglichen Exportformate insgesamt gering.

²²⁰ Durch kontinuierliche Recherche auch nach Abschluss der Befragung stieß die Autorin auf weitere Software, welche die Ideenfindung unterstützen können. Ihr Bekanntheitsgrad und die Nutzung unter den befragten Agenturen wurden nicht erhoben. Dennoch wurden sie in die Betrachtung aufgenommen, da sich ihr Funktionsumfang teilweise sehr von den Programmen im Befragungsbogen unterschied und somit weitere Impulse für die anschließend folgende Softwareskizze geben könnten. (Anm. d. A.)

²²¹ sog. Offline-Modus (Anm. d. A.)

²²² Plug-ins sind Softwaremodule, welche die Funktionalität der vorhandenen Software um zusätzliche Funktionen erweitert. Mit Plug-ins können bestimmte Dateiformate angezeigt und verarbeitet werden. Ein Browser-Plug-in kann die Darstellungsmöglichkeiten der Browser-Software hinsichtlich multimedialer Inhalte, wie Animationen, Videos und Musik, erweitern. (vgl. IT Wissen, Zugriff am 10.02.2009)

Features

Der Funktionsumfang der getesteten Anwendungen ist sehr unterschiedlich. Während es bei allen möglich ist, Themen miteinander zu verbinden, können nur bei vier von ihnen diese Themen und Elemente frei angeordnet und bei zwei Programmen die Verbindungen auch beschriftet werden. Bei drei Anwendungen können neben Bild- und Textdateien weitere multimediale externe Inhalte integriert, To-Do-Listen verfasst und in einem Kalender Termine gesetzt werden. Ist die Notizfunktion bei fünf von neun getesteten Anwendungen vorhanden, so sind Rechtschreibprüfung und Präsentationsmodus keine Standardfunktionen, denn darüber verfügt jeweils nur ein Programm.

Ein Offline-Modus erlaubt es an einer Map weiter zu arbeiten, obwohl die Verbindung zum Internet unterbrochen ist. Diesen Modus bieten nur zwei Anwendungen.

Grafiken, Textformatierung und Vorlagen

Ähnlich wie bei der Kaufsoftware gibt es kaum Möglichkeiten die Mind Maps zu gestalten. Bilder stehen in keiner Anwendung, Formen und Illustrationen bei jeweils zwei und Icons bei vier Programmen zur Verfügung. Zeichenwerkzeuge gibt es in zwei Programmen. Auch die Gestaltungsmöglichkeiten der Schrift sind begrenzt. So können kaum Schriftarten und -größen verwendet und auch Auszeichnungen und Farben können nicht in jeder Anwendung verändert werden, auch Vorlagen sind nur in einer Software vorhanden.

Mehrplatzfähigkeit und externe Technologien

Im Gegensatz zu den Installationsprogrammen sind die getesteten Online-Anwendungen sehr auf die Arbeit im Team ausgelegt. Fast alle ermöglichen es eine Mind Map zusammen mit anderen Teilnehmern zu erstellen oder sie ihnen zugänglich zu machen. Dies ist zum Großteil nur innerhalb der Anwendung möglich, denn der Datenversand per Email funktioniert nur bei einem Programm. Auch Chatfunktion und VOIP werden selten geboten.

Druckmöglichkeiten

Über die Browserfunktion „Drucken“ kann bei allen Anwendungen der gesamte Arbeitsbereich ausgedruckt werden. Einen benutzerdefinierten Druckbereich gibt es bei vier und den Mosaikdruck bei zwei Programmen. Kopf- und Fußzeile lassen sich in einem Programm anfügen.

Suchfunktionen

Obwohl es sich um Internetanwendungen handelt, sind die Suchfunktionen eingeschränkt. Drei Programme halten eine Online-Bildersuche bereit und zwei eine Websuche, beispielsweise über eine Suchmaschine. Die Funktion innerhalb eines Dokuments nach Inhalten zu suchen, gibt es bei zwei Anwendungen.

Vernetzung

Bei fünf getesteten Programmen können Links zu anderen Internetseiten, in jeweils drei Links zu anderen Mindmaps oder Email-Adressen integriert werden. Zwei Programme ermöglichen Textlinks²²³.

Navigation und Ansichten

Die Navigation in den Programmen ist der der Installationssoftware ähnlich. Zum Vergrößern und Verkleinern der Ansicht lassen sich Buttons, Schieberegler und seltener eine Zahleneingabe nutzen. Die Fokussierung des Hauptthemas ist in fünf und die Orientierung mittels Birdview in zwei Programmen möglich. Fullscreen und das Ein- und Ausblenden von Unterpunkten ist in jeweils drei und das Bedienen per Tastatur in vier Anwendungen möglich.

Benutzeroberfläche

Zusammenfassend betrachtet haben alle Anwendungen eine verständliche Oberfläche. Einige Online-Anwendungen lehnen sich an das neue Microsoft-Navigationskonzept an, was einen schnellen Einstieg ermöglicht, wenn man mit dieser Oberfläche schon durch andere Programme vertraut ist.

Unterstützte Ideenfindungsmethoden

In der Anzahl der unterstützten Ideenfindungsmethoden unterscheiden sich die Webanwendungen kaum von den Installationsprogrammen. Zum Erstellen von Mind Maps eignen sich fast alle, durch die teilweise starre Anordnung der Elemente nur drei auch zum Clustern. Andere Methoden können nur bedingt oder gar nicht durchgeführt werden.

4.2.3.1. Sonderbetrachtung Wikimindmap

Wikimindmap findet an dieser Stelle eine gesonderte Nennung, da es sich nicht um ein Mind Mapping-Programm im Sinne anderer getesteter Anwendungen handelt und auch nicht deren Funktionen aufweist.

Es geht nicht um das Erstellen von Mind Maps, sondern um die grafische Darstellung von Verlinkungen, die zu einem Begriff in Wikipedia-Artikeln vorhanden sind. Aus einer solchen Map können neue Impulse für die Ideenfindung rund um einen Begriff entstehen.

²²³ Ein Textlink ist in der vorliegenden Arbeit eine Verknüpfung zu einem anderen Dokument, die sich unter einem oder mehreren Wörtern befindet. Die Linkadresse und der verlinkte Text müssen dabei nicht gleich sein. (Anm. d. A.)

4.2.4. Zusammenfassung Softwarebetrachtung

Zusammenfassend bietet die getestete Software hinsichtlich der unterstützten Ideenfindungsmethoden ein großes Entwicklungspotential. Keine Software unterstützt mehr als drei Methoden. Einige Programme wirken starr und veraltet, andere wiederum sehr modern, sind aber zu sehr auf das Projektmanagement ausgerichtet. Auch die zum Teil enorm eingeschränkten Funktionen und Gestaltungsmöglichkeiten des Dokuments an sich, müssen noch besser an den Ideenfindungsprozess angepasst werden. Besonders die Integration von multimedialen Inhalten und die Einbeziehung des Internets als Informations- und Kommunikationsnetzwerk werden sehr vernachlässigt. Alle getesteten Programme richten sich nicht explizit an Kommunikationsagenturen, so dass individuelle Bedürfnisse nicht berücksichtigt werden.

Werden diese Erkenntnisse auf die Umfrageergebnisse angewendet, so könnten die festgestellten Mängel der Grund dafür sein, warum erhältliche Software kaum bekannt ist oder kaum verwendet wird²²⁴. Eine Software für kleine und mittlere Kommunikationsagenturen muss also mehr bieten, um für die befragte Zielgruppe in Betracht zu kommen.

Ein kleiner Teil der Befragten verwendete in der vorliegenden Arbeit getestete Programme²²⁵, das bedeutet, dass sich aus dieser Testreihe auch bewährte Funktionen, zum Beispiel hinsichtlich der Mind Map-Gestaltung oder Projektplanung, in den nun anschließenden Konzeptionsprozess der optimalen Software übertragen lassen.

²²⁴ vgl. Abbildung 27 der vorliegenden Arbeit

²²⁵ vgl. 3.6.3. der vorliegenden Arbeit

5. Die optimale Software – eine Produktskizze

Im Folgenden werden die Erkenntnisse aus den vorangegangenen drei Kapiteln genutzt, um grundsätzliche Funktionen und Arbeitsweisen für eine optimale Software zu erarbeiten. Dazu fließen jeweils ein:

Aus Kapitel 2

- der Ablauf von Teamarbeit
- der Ablauf der Methoden und die zugehörigen Hilfsmittel

Aus Kapitel 3

- die Erfahrungen der anvisierten Benutzer
- die Arbeitsweise der anvisierten Benutzer
- die Ansprüche der anvisierten Benutzer

Aus Kapitel 4

- nützliche Funktionen aus bereits verfügbarer Software
- Verbesserungen von Funktionen
- Ergänzung fehlender Funktionen

Der Software-Entwicklungsprozess wird bei *Carsten Lang*²²⁶ in Teilprozesse zerlegt. Die folgenden Abschnitte der vorliegenden Arbeit sind nach dieser Prozesseinteilung dem primären Teilprozess der Konzeption zuzuordnen.

Teilprozesse	Teilprozessergebnisse
<i>Primäre Teilprozesse</i>	
<i>Konzeption</i> <i>(„Requirements Analysis and Definition“)</i>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Lastenheft („User Requirements Definition“)</i> - <i>Durchführbarkeitsstudie</i>
<i>Analyse</i> <i>(„Requirements Specification“)</i>	<i>Produktdefinition</i> <i>(„System Requirements Specification“)</i> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Pflichtenheft</i> - <i>Produktmodell</i> - <i>Prototyp der Benutzeroberfläche</i>
<i>Grobentwurf („High-Level Design“)</i>	<i>Softwarearchitektur</i>
<i>Feinentwurf („Detailed Design“)</i>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Spezifikation der Datenstrukturen</i> - <i>Spezifikation der Algorithmen</i>
<i>Implementierung</i>	<i>Integriertes Softwaresystem</i>

²²⁶ Dr. Carsten Lang war wissenschaftlicher Mitarbeiter am Seminar für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und betriebliche Organisation der Universität zu Köln.

<i>Abnahme und Einführung</i>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Abnahmeprotokoll</i> - <i>Einführungsprotokoll</i> - <i>Gegebenenfalls implementiertes Softwareprodukt</i>
<i>Unterstützende Teilprozesse</i>	
<i>Qualitätssicherung</i>	<i>Unter anderem</i> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Test- und Reviewpläne</i> - <i>Testfälle</i> - <i>Fehlerprotokolle</i>
<i>Konfigurationsmanagement</i>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Konfigurationsmanagementplan</i> - <i>Bearbeitete Change Requests</i>
<i>Dokumentation</i>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Benutzerhandbücher und Hilfesystem</i> - <i>Entwicklerhandbücher</i> - <i>Schulungsunterlagen</i>
<i>Projektmanagement</i>	<i>Unter anderem</i> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Projektpläne</i> - <i>Kostenschätzungen</i> - <i>Meilenstein-Berichte</i>

Tabelle 9: Teilprozesse des Software-Entwicklungsprozesses²²⁷

Dieser Teilprozess beinhaltet die funktionalen und nicht-funktionalen Anforderungen²²⁸ an die zu entwickelnde Software. In der Konzeption sind diese aufgelistet, grob beschrieben und im Lastenheft zu einer Produkt- bzw. Problemdefinition zusammen gefasst.²²⁹ Es beinhaltet die Problem- und Zielbeschreibung und ist die Grundlage für das Pflichtenheft, welches die Beschreibung der Problemlösung und des Zielerreichens ist²³⁰.

Die in den folgenden Abschnitten erarbeitete Softwareskizze ist demnach als Bestandteil eines Lastenheftes anzusehen.

²²⁷ Lang 2004, 34

²²⁸ Funktionale Anforderungen beinhalten Funktionen, die eine Software haben soll und was der Benutzer mit der Software machen kann. Nicht-funktionale Anforderungen beinhalten die Eigenschaften einer Software. Dazu zählen beispielsweise die Gestaltung der Oberfläche oder die Benutzerführung. (Anm. d. A.)

²²⁹ vgl. Lang 2004, 39

²³⁰ vgl. Aumayr 2006, 26 f.

In der Literatur finden sich diverse Empfehlungen zum inhaltlichen Aufbau eines Lastenheftes²³¹. Eine für die vorliegende Arbeit praktikable Mustergliederung bietet *Schienmann*²³².

Da das Ziel dieser Arbeit eine Produktskizze und somit ein sehr frühes Stadium in der Softwareentwicklung ist, werden nicht alle Teile eines Lastenheftes erarbeitet und die Reihenfolge der empfohlenen Punkte der vorliegenden Arbeit angepasst.

<p>1 Einleitung</p> <p>1.1. Produktüberblick 1.2. Problembeschreibung 1.3. Produktziele 1.4. Referenzdokumente</p> <p>2 Anwendungsbereich</p> <p>2.1. Geschäftsprozesse und -vorfälle 2.2. Geschäftsobjekte 2.3. Weitere fachliche Rahmenbedingungen</p> <p>3 Technisches Umfeld</p> <p>3.1. Hardware- und Software-Konfiguration 3.2. Schnittstellen zu anderen Systemen 3.3. Weitere technische Rahmenbedingungen</p> <p>4 Entwicklungs- und Produktionsrahmenbedingungen</p> <p>4.1. Entwicklungsschritte 4.2. Entwicklungsergebnisse 4.3. Werkzeuge</p> <p>5 Produktanforderungen</p> <p>5.1. Gruppe von Produktanforderungen 5.2. Einzelne Produktanforderung 5.3. Anwendungsfallmodell (Grobmodell)</p> <p>6 Zeit- und Kostenrahmen</p> <p>7 Verzeichnisse</p>	<p>1 (5.1.) Problembeschreibung und Produktziele</p> <p>2 (5.2.) Anwendungsbereich</p> <p>3 (5.3.) Technisches Umfeld</p> <p>4 (5.4.) Produktanforderungen Phase II: Problemanalyse, Aufgabendefinition Phase III: Ideenfindung Phase IV: Ideen-Strukturierung, Bewertung, Auswahl</p> <p>5 (5.5.) Weitere Produktanforderungen</p> <p>6 (5.6.) Kostenrahmen</p>
---	--

Tabelle 10: Gliederung eines Lastenheftes nach Schienmann²³³ und davon abgeleitete Gliederung für die Softwareskizze in dieser Arbeit²³⁴

5.1. Problembeschreibung und Produktziele

Die der vorliegenden Arbeit zugrunde liegende Problemstellung lautet: Es gibt bisher keine Softwarelösung, die den gesamten kreativen Prozess in einer kleinen bis mittleren Kommunikationsagentur vollständig begleitet, unterstützt und organisiert.

Ziel ist es daher ein System zu entwickeln, welches benutzerorientiert die Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung von Kreativtreffen mittels Tools für die Ideenfindung, -archivierung und Protokollierung unterstützt. Dabei soll es so kompatibel wie möglich mit der Arbeitsumgebung sein und einen Medienbruch weitgehend vermeiden.

²³¹ vgl. Pepels 2006, 40, Feyhl 2004, 34

²³² Dr. Bruno Schienmann ist Produktmanager für Anforderungsmanagement am Informatikzentrum der Sparkassenorganisation (SIZ GmbH) und hält Vorlesungen zum Thema an der Universität Konstanz. (Schienmann 2001, Umschlagtext)

²³³ Schienmann 2001, 142

²³⁴ Die Nummerierung in den Klammern entspricht den Absätzen in der vorliegenden Arbeit. (Anm. d.A.)

5.2. Anwendungsbereich

Der Anwendungsbereich leitet sich vom Ablauf einer Kreativsitzung²³⁵ ebenso wie von den Anforderungen der Ideenfindungsmethoden²³⁶ ab und umfasst:

- Erfassung, Aufbereitung und Archivierung des Briefings
- Erfassung, Aufbereitung und Archivierung von Recherchedaten
- Leitfäden und Tools für Befragungen, Beobachtungen und Literaturanalysen
- Organisation von Teilnehmern und Räumen
- Erfassung, Weiterverarbeitung und Archivierung der Eingaben während des Kreativtreffens
- Leitfäden und Tools für die Bewertung der Eingaben
- Aufbereitung von Ergebnisprotokollen
- Terminierung und Organisation von Maßnahmenplänen und Mitarbeitern

5.3. Technisches Umfeld

Das technische Umfeld der im Folgenden beschriebenen Softwareskizze benötigt mindestens einen Computer²³⁷. Der Moderator oder besser ein Protokollant übernimmt die Eingaben in das System für alle Teilnehmer. Um die Software von verschiedenen Rechnern aus zu nutzen, bedarf es einer Server- oder Webserverlösung und um sie bei Ideenfindungstreffen komfortabler einzusetzen, empfiehlt sich zusätzlich die Benutzung eines Beamer²³⁸. Das beschriebene technische Umfeld könnte durch zusätzliche Technologien wie beispielsweise Multitouch-Geräte²³⁹ oder mehrere vernetzte PC-Arbeitsplätze²⁴⁰ erweitert werden. Dies würde die Funktionen der Softwareskizze für die Ideenfindung und -bewertung erweitern. Bei Ideenfindungssessions wie der „Methode 6-3-6“ oder der „Methode 6 Hüte“ würden die Teilnehmer gleichzeitig an ihren Ideen arbeiten können. Die Methode Brainwriting²⁴¹ wäre durch ein System mit mehreren gleichzeitigen Eingabegeräten ebenfalls als Sessionart umsetzbar. Zudem könnte zur Ideenbewertung ein anonymes Punktevergabeverfahren²⁴² realisiert werden.

Durch über das Internet vernetzte Arbeitsplätze könnten auch nicht räumlich anwesende Teilnehmer aktiv auf die Ideenfindung Einfluss nehmen.

²³⁵ vgl. 2.3. der vorliegenden Arbeit

²³⁶ vgl. 2.7. der vorliegenden Arbeit

²³⁷ Um alle Funktionen der Module nutzen zu können, sollte der PC auch über einen Internetanschluss verfügen.

²³⁸ Die Softwareskizze ist damit an das technische Umfeld in kleinen und mittleren Agenturen angepasst. In der Befragung gaben 39,0% an regelmäßig bis häufig mit einem Rechner bei der Ideenfindung zu arbeiten. 26,3% benutzen einen Beamer. (vgl. Abbildung 24: verwendete Hilfsmittel im Ideenfindungsprozess der vorliegenden Arbeit)

²³⁹ „Multi-Touch-Systeme sind Interaktionssysteme, die es erlauben, dass ein oder mehrere Benutzer auf einer berührungsempfindlichen Oberfläche mehrere Druckpunkte gleichzeitig aktivieren können. Einige Technologien ermöglichen es sogar die jeweiligen Benutzer zu unterscheiden und können so weiteren Komfort bei der Bedienung bieten.“ (Trümper 2007, 1)

²⁴⁰ Wie die Vernetzung mehrerer Arbeitsplätze aussehen könnte, zeigt das Beispiel „Digital Moderation“ des Fraunhofer-Instituts für Graphische Datenverarbeitung (IGD). (vgl. 4.2.1.1. der vorliegenden Arbeit, Anm. d. A.)

²⁴¹ vgl. 2.7.3. der vorliegenden Arbeit

²⁴² vgl. 2.7.14. der vorliegenden Arbeit

5.4. Produkthanforderungen

Zu den Produkthanforderungen gehört nach *Schienmann* auch ein grobes Anwendungsfallmodell²⁴³. Die folgenden Abschnitte beschreiben die Bestandteile und die Funktionen der Softwareskizze aus der Benutzerperspektive.

Hierfür wird angenommen, dass der Benutzer sich nach dem Phasen-Modell des Ideenmanagements nach *Blumenschein/Ehlers* in Phase I: der kreativen Unzufriedenheit befindet. Die Anwendungsmöglichkeiten der Softwareskizze umspannen die Phasen zwei bis vier.

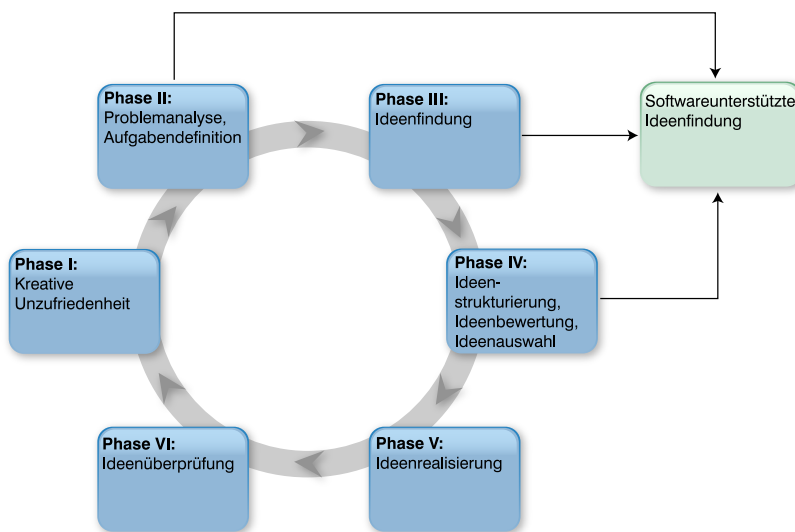


Abbildung 35: Einordnung der Softwarestudie in das Phasen-Modell des Ideenmanagements nach Blumenschein/Ehlers²⁴⁴

Demzufolge werden die Produkthanforderungen und Funktionen der Software im Folgenden diesen Phasen

- Phase II: Problemanalyse, Aufgabendefinition
- Phase III: Ideenfindung
- Phase IV: Ideenstrukturierung, -bewertung, -auswahl

zugeordnet, gegliedert und erläutert.

Für jede dieser Phasen wurden spezielle Module entwickelt, die inhaltlich auf den wissenschaftlichen Grundlagen aus Kapitel 2 basieren. Für die funktionale Gestaltung fließen die Erkenntnisse aus der Befragung und der Programm-Testreihe ein.

²⁴³ vgl. Tabelle 10 der vorliegenden Arbeit

²⁴⁴ vgl. Blumenschein/Ehlers zusammengefasst in business bestseller Nr. 169/2002, 2

5.4.1. Der Start – Kunden, Projekte und Ideen

Bevor der Benutzer in eine der Phasen geht, muss er das Programm starten. Auf dem Startbildschirm findet er grundlegende Einstellungs- und Verwaltungsmöglichkeiten, die nachfolgend erläutert werden.

Die Software ordnet einem Kunden Projekte zu, diese wiederum bestehen aus Ideenfindungstreffen²⁴⁵.

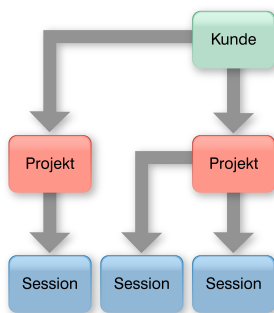


Abbildung 36: grobe Datenstruktur

Abbildung 37: Startseite der Software mit den Suchoptionen

Der Benutzer kann nach Programmstart den Kunden gezielt über die Kundennummer oder den Namen suchen und aufrufen. Zugleich hat er die Möglichkeit einen neuen Kunden anzulegen.

Welche Daten über einen Kunden dabei in das System eingegeben werden ist Sache des Anwenders (Abb. 38). Zusätzliche Informationen, wie beispielsweise Mitarbeiterzahlen, Absatzmärkte und Konkurrenten können bei späteren Ideenfindungstreffen hilfreich sein und bei diesen auch jederzeit angezeigt werden. In diesem Modus kann eine standardisierte Abfrage angelegt werden, die bei allen Neukunden bestimmte Punkte abfragt, oder es werden individuelle Angaben nur zu diesem Kunden hinzugefügt. Ebenso ist der Datenimport aus Agentursoftware und anderen Kundenmanagementsystemen möglich.

²⁴⁵ Im Folgenden werden Ideenfindungstreffen und Sessions synonym verwendet. (Anm. d. A.)

Neben der *Kundensuche* beinhaltet die Startseite eine Suchfunktion für Projekte und Ideen. Mit der *Projektsuche* lassen sich nicht nur konkrete Projekte finden, sondern es wird zusätzlich nach ähnlichen und verwandten Inhalten gesucht. So können praktikable Herangehensweisen aus früheren Projekten in neue Projekte einfließen.²⁴⁶

Die *Ideensuche* benutzt alle in der Software generierten Begriffe. Sucht man beispielsweise nach „Auto“, so werden Briefings, Recherchen oder andere Sessions sowie im System abgelegte multimediale Daten angezeigt, die den Suchbegriff beinhalten²⁴⁷. In einer „erweiterten Suche“ ist das Filtern, beispielsweise „ohne Briefings“ oder „nur Videos“, möglich. Auf diese Weise kann der eigene Ideenpool als Impulsgeber für aktuelle Aufgaben dienen.

Zusätzlich können dem Ideenpool unabhängig von Kunden, Projekten oder Sessions Daten, die dem Benutzer als inspirierend oder bemerkenswert erscheinen²⁴⁸, hinzugefügt werden. Dazu öffnet der Benutzer das Programm, wählt unter „Einstellungen“ die Option „Ideenpool erweitern“ und archiviert dort das gewünschte Material.²⁴⁹

The image shows a web form for creating a new customer. The form is titled 'Suche' and 'Neukunde' in the top left, and 'Einstellungen' in the top right. The form is organized into several sections, each with a label and a corresponding input field:

- Name des Unternehmens:** A single-line text input field.
- Adresse:** Three input fields for 'Straße', 'PLZ', and 'Ort'.
- Ansprechpartner:** Three input fields for 'Name', 'Telefon', and 'E-Mail'.
- Mitarbeiterzahl:** A single-line text input field.
- Jahresumsatz:** A single-line text input field.
- Lehrstellen:** A single-line text input field.
- Absatzmarkt:** A single-line text input field.
- Zielgruppe:** A large text area for input, with a legend box to its right.

The legend box, titled 'Legende', contains four items:

- + neues Merkmal hinzufügen** (green icon)
- ++ neues Merkmal der Vorlage hinzufügen** (green icon)
- + neues Eingabefeld zu diesem Merkmal** (blue icon)
- ++ neues Eingabefeld zu diesem Merkmal in der Vorlage hinzufügen** (blue icon)

A 'Speichern' button is located at the bottom left of the form.

Abbildung 38: Maske zum Anlegen eines neuen Kunden

²⁴⁶ Auf die Kunden- und Projektsuche wird im Abschnitt 5.5. der vorliegenden Arbeit unter dem Punkt Suchfunktionen näher eingegangen. Die Ideensuche wird an dieser Stelle erklärt, da in den folgenden Abschnitten mehrfach auf sie Bezug genommen wird. (Anm. d. A.)

²⁴⁷ Die Ideensuche funktioniert ähnlich wie PersonalBrain 4 und Visual Thesaurus (vgl. 4.2.1.1. der vorliegenden Arbeit) und bildet aus allen Eingaben in das Programm ein semantisches Netz zu dem gesuchten Begriff. (Anm. d. A.)

²⁴⁸ Dazu zählen beispielsweise Comics, Animationen, Zitate, Bilder, besonders gelungene Webseiten oder virale Videos. (Anm. d. A.)

²⁴⁹ Der Ideenpool funktioniert ähnlich einer Recherche-Session nur ohne einen festen Projektbezug. Auf deren Aufbau und Funktion wird aus chronologischen Gründen an späterer Stelle eingegangen. (Anm. d. A.)

Datum	Projektname	Deadline	Sessions	Protokoll
03.08.08	virale Kampagne_Hamburg	03.10.08	2	
08.08.08	virale Kampagne_Berlin	09.10.08	0	
03.09.08	Kommunikationskonzept Print	15.01.09	0	

Legende

- Projekt hinzufügen
- Projekt-Protokoll anzeigen

Abbildung 39: Übersicht über die Projekte eines Kunden

5.4.2. Problemanalyse, Aufgabendefinition²⁵⁰ und Teambzusammenstellung

Nachdem der Kunde ausgewählt wurde, kann zu diesem ein bereits vorhandenes Projekt gestartet oder ein neues angelegt werden (Abb. 39, Abb. 40). Zu jeder Projektdatei gehört ein Briefing, welches in einen Editor eingegeben oder aus einer externen Datei, wie beispielsweise Textdatei oder PDF-Datei, importiert wird. Zu einem Projekt können zusätzlich so genannte Deadlines definiert werden.

Aus diesem Briefing lassen sich Aufgaben oder Kernfragen ableiten, die in späteren Sessions bearbeitet werden. Aufgabenstellungen oder Kernfragen, die in einer Session verwendet wurden, können nicht mehr gelöscht werden. Werden sie nicht verwendet, ist das Hinzufügen, Umformulieren oder Löschen von Aufgabenstellungen/Kernfragen jederzeit möglich.

Die Software erlaubt es, zu einem Projekt mehrere Sessions anzulegen. Auf diese Weise kann eine Aufgabenstellung mit mehreren Ideenfindungsmethoden bearbeitet werden. Auf Wunsch können die Ergebnisse anderer Sitzungen einbezogen werden.

Ebenso können somit mehrere aus dem Briefing abgeleitete Aufgabenstellungen oder Kernfragen bearbeitet werden.

²⁵⁰ Phase II im Phasen-Modell des Ideenmanagements nach Blumenschein/Ehlers (vgl. Blumenschein/Ehlers zusammengefasst in business bestseller Nr. 169/2002, 2)

The screenshot shows a web form for creating a new project. At the top, there is a search bar and the company name 'OO1 Musterkunde GmbH'. Below this, the page title is 'Neues Projekt anlegen'. The form includes a 'Name' input field, a 'Deadline' input field, and a 'Briefing' section with an 'Importieren' button. A 'Speichern' button is located at the bottom left. A legend box on the right explains the 'Importieren' button as 'Briefing importieren' and a plus sign as 'Aufgabenstellungen hinzufügen'.

Abbildung 40: Anlegen eines neuen Projektes

Das Anlegen einer Session²⁵¹ gliedert sich in drei Schritte (Abb. 41). Im ersten Schritt legt der Initiator fest, welche Ideenfindungsmethode benutzt wird. Diese Einstellung wirkt sich auf die Gestaltung der Benutzeroberfläche beim Starten der Sitzung aus.

Der zweite Schritt ist die Bestimmung der Teilnehmer (Abb. 42). Wird der Team-Button geklickt erscheint eine Liste mit allen bisher eingeplanten Mitgliedern. Neben dem Namen und der Position im Unternehmen ist dort ersichtlich, bei wie vielen aktuellen Sessions das jeweilige Mitglied bereits eingeplant ist und ob es bereits eine Einladung zur aktuellen Session erhalten und diese auch bestätigt hat. Ist dies noch nicht geschehen, kann der Initiator per Klick eine E-Mail-Einladung versenden, die alle relevanten Projektdaten, wie Briefing, Session, Thema, Termine oder Ort, enthält.

Der eingeladenen Teilnehmer kann ebenfalls per E-Mail zu- oder absagen oder mit einem Ausweichtermin antworten. Bei Zusage oder Terminvorschlag wird der Mitarbeiter ab diesem Zeitpunkt über alle Änderungen in diesem Projekt automatisch benachrichtigt. Eine automatische Synchronisation mit elektronischen Terminkalendern wie beispielsweise MS Outlook, MS Entourage oder Apple iCal kann die Kompatibilität der Softwareskizze mit der Arbeitsumgebung in den Agenturen erhöhen.

²⁵¹ Das Anlegen einer Session ist exemplarisch anhand dem Anlegen einer Recherche-Session bebildert. Vgl. dazu Abbildung 41, Abbildung 42 der vorliegenden Arbeit. (Anm. d. A.)

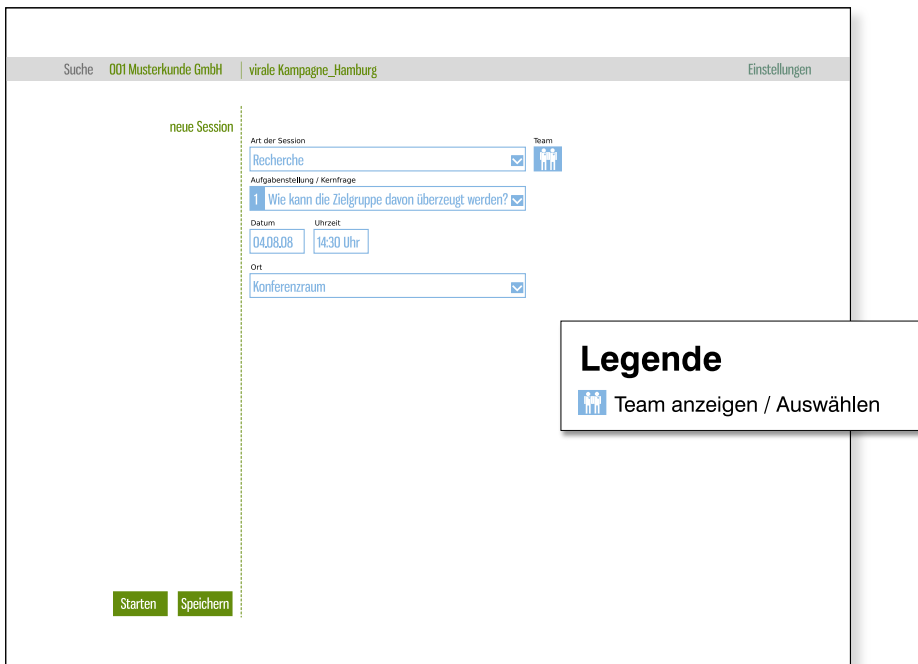


Abbildung 41: Anlegen einer neuen Recherche-Session

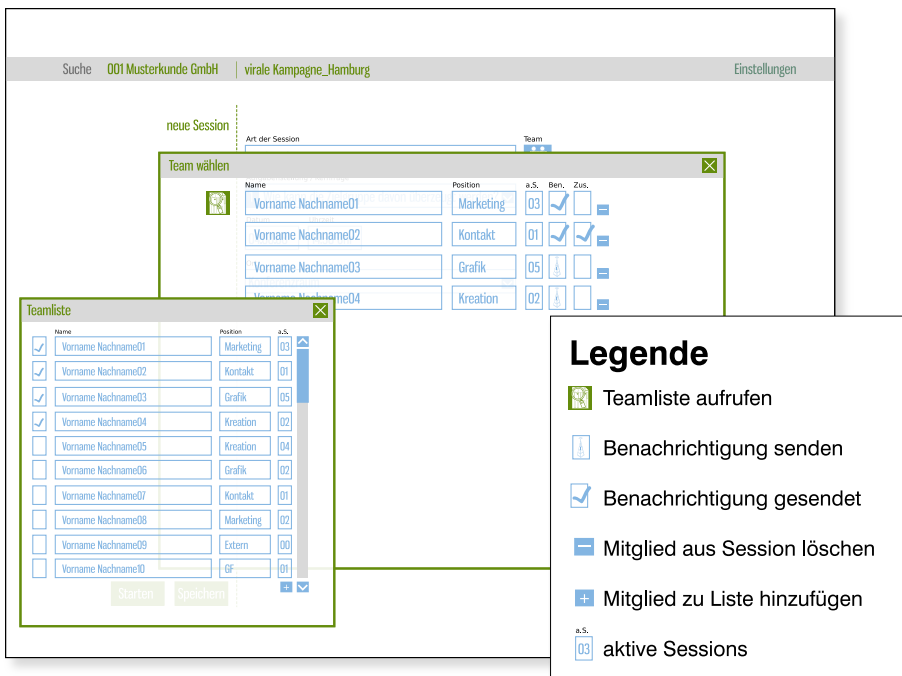


Abbildung 42: Zuweisen von Teammitgliedern zu einer Session

Diese Art der Teamorganisation hat für den Initiator folgende Vorteile:

- Er hat einen Überblick über die Aus- bzw. Belastung der Mitarbeiter.
- Er kann das Team unter Berücksichtigung von Hierarchien zusammenstellen und einfacher auf eine Ausgewogenheit der Kompetenzen achten²⁵².
- Er hat einen Überblick über Zu- und Absagen.
- Er kann von Anfang an „Ersatzmitglieder“ einplanen, ohne diese sofort einzuladen.
- Alle Teammitglieder sind auf dem gleichen Informationsstand.

Die Auswahl erfolgt aus einer „Teamliste“. Um den Zeitaufwand gering zu halten, kann dieser Liste bei Bedarf schnell ein neues Mitglied mit Name, Position und E-Mail-Adresse hinzugefügt werden. Ausführliches Bearbeiten oder Löschen von Mitgliedern ist im Hauptmenü „Einstellungen“ möglich. Namen und Kontaktdaten können dort aus gängigen digitalen Adressbüchern, zum Beispiel aus Microsoft Outlook oder Entourage, importiert und editiert werden. Neben E-Mail-Adressen sollen auch Daten wie beispielsweise ICQ²⁵³- oder Skype²⁵⁴-Nummern erfasst werden können.

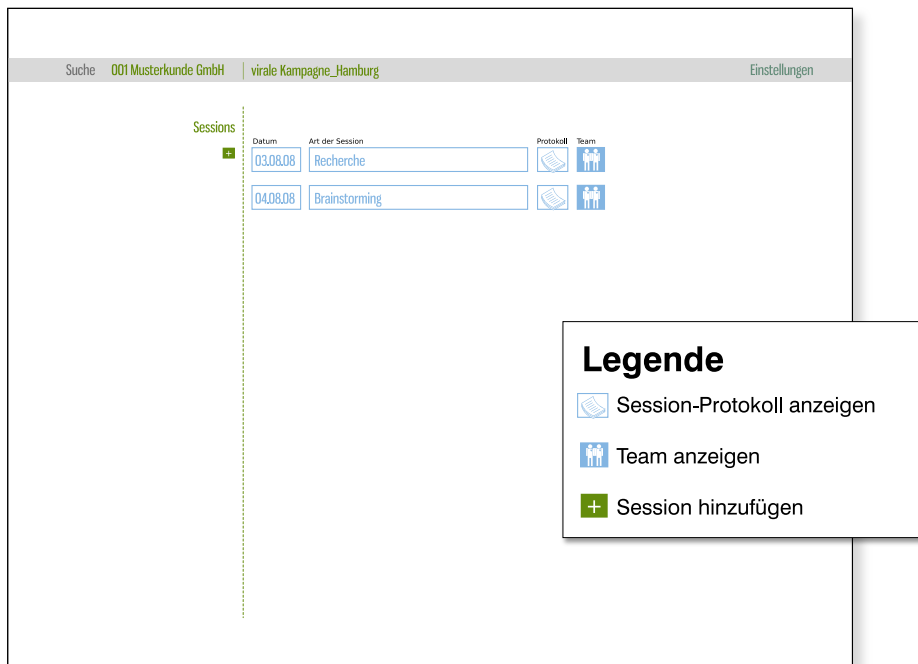


Abbildung 43: Übersicht der Sessions zu einem Projekt

²⁵² vgl. dazu 2.6. der vorliegenden Arbeit

²⁵³ | Seek You (ICQ) ist ein Kommunikationsprogramm für das Chatten, für E-Mails und für die Nachrichtenübermittlung mittels Filetransfer. (IT Wissen, Zugriff am 10.02.2009)

²⁵⁴ Skype ist ein kostenlos erhältliches Programm für die VoIP-Telefonie, Datenübertragung, Videotelefonie. Zudem enthält es eine Chatfunktion. (IT Wissen, Zugriff am 10.02.2009)

5.4.3. Recherche

Das Recherche-Modul soll dem Benutzer eine Stoffsammlung zu einer oder mehreren Kernfragen eines Projektes ermöglichen (Abb. 44). Auf diese Informationen kann dann in späteren Sessions zugegriffen werden. Ebenso ist es möglich die Recherche während einer laufenden Session kontinuierlich zu erweitern. Das Recherche-Modul beziehungsweise dessen Funktionen sind somit ein zentraler Bestandteil der Software, auf die alle Sessionarten und der Ideenpool zugreifen. Ein Modul, welches viele verschiedene Datenformate sammelt, kategorisiert sowie bearbeitet und dem gesamten System zur Verfügung stellt, ist ausgehend von der vorangegangenen Softwareanalyse eine wichtige Neuerung. Keines der getesteten Programme ermöglichte es der Agentur Daten für die Ideenfindung zentral zu sammeln und dem Kreativteam schnell und ohne Programmwechsel zur Verfügung zu stellen.

Die grundsätzlichen Funktionen des Recherche-Moduls werden im Folgenden erläutert.

PDF-Dateien

Diese Dateien können ähnlich wie im Adobe Reader²⁵⁵ im Programm betrachtet werden. Außerdem steht eine Kommentar- und Textmarkierungsfunktion zur Verfügung. Bei Dokumenten, die aus mehreren Seiten bestehen ist es möglich die Reihenfolge der Seiten zu verändern oder Seiten zu löschen.

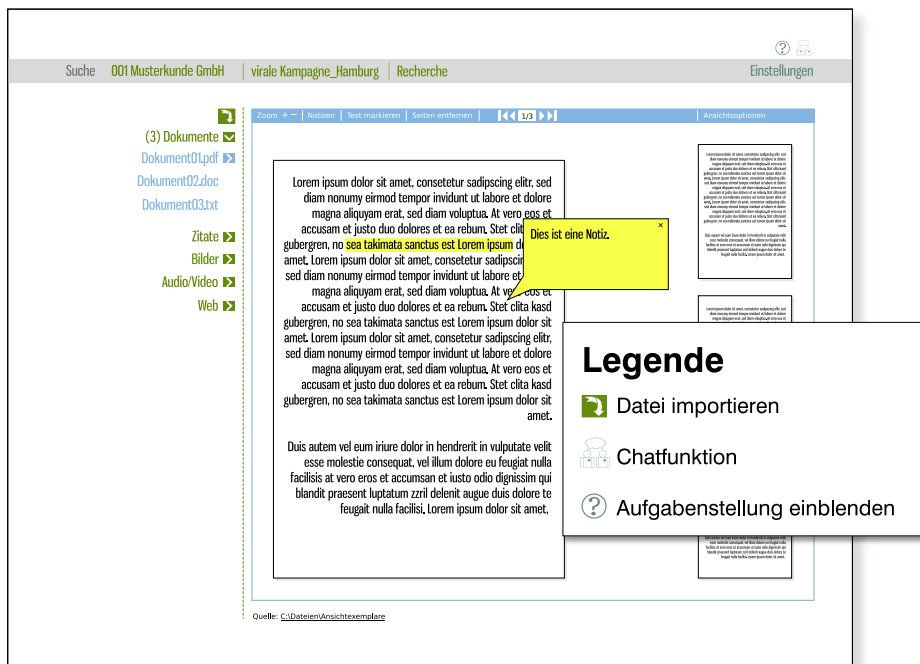


Abbildung 44: Dokumente einer Recherche-Session

²⁵⁵ Der Adobe Reader ist ein Standard für den Austausch elektronischer Dokumente und eine Viewer-Software, mit der sämtliche Adobe PDF-Dokumente geöffnet und genutzt werden können. (vgl. Adobe, Zugriff am 10.02.2009)

Texte und Tabellen

Alle gängigen Textformate²⁵⁶, E-Mails und auch Dateien aus Tabellenkalkulationsprogrammen²⁵⁷ können in das Programm importiert und ähnlich wie PDF-Dateien bearbeitet werden. Für jeden Text wird in einer Informationsdatei dessen Quelle hinterlegt. Neben dem Import einer ganzen Datei ist es möglich aus dieser nur einzelne Textstellen zu importieren. Dazu wird die Textstelle, beispielsweise in einem Word-Dokument, markiert und über das Kontextmenü der rechten Maustaste als Zitatdatei mit automatisch generierter Quelle in die Session eingefügt (Abb. 45, Abb. 46). Das Ursprungsdokument wird dabei zwar in der Session geöffnet, aber nicht abgespeichert. Diese Funktion ist auch für Texte auf Webseiten anwendbar.

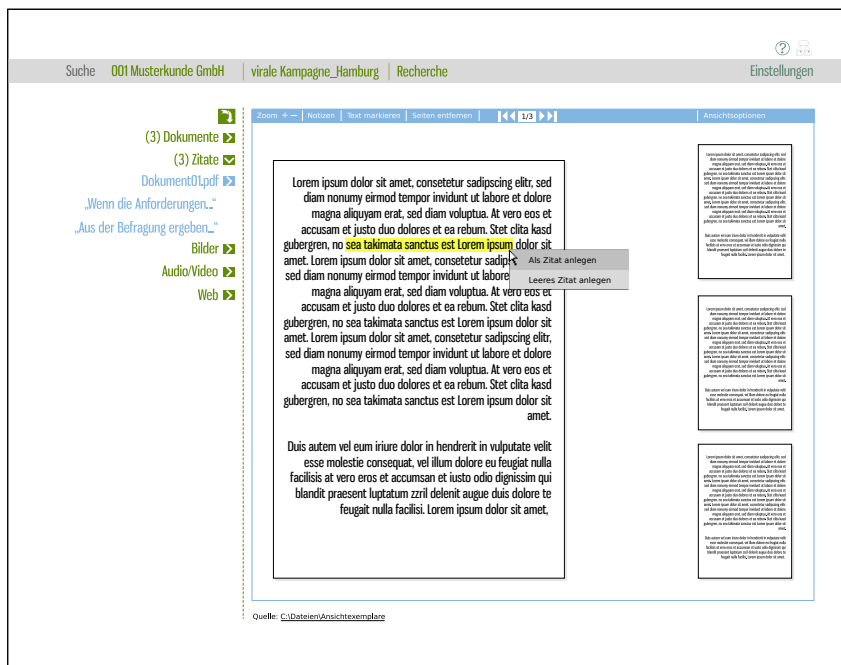


Abbildung 45: Anlegen eines Zitates in einer Recherche-Session

²⁵⁶ Zu den gängigen Textformaten zählen beispielsweise TXT, DOC oder RTF. (Anm. d. A.)

²⁵⁷ Verbreitete Tabellenkalkulationsprogramme sind beispielsweise Microsoft Excel oder OpenOfficeCalc. (Anm. d. A.)

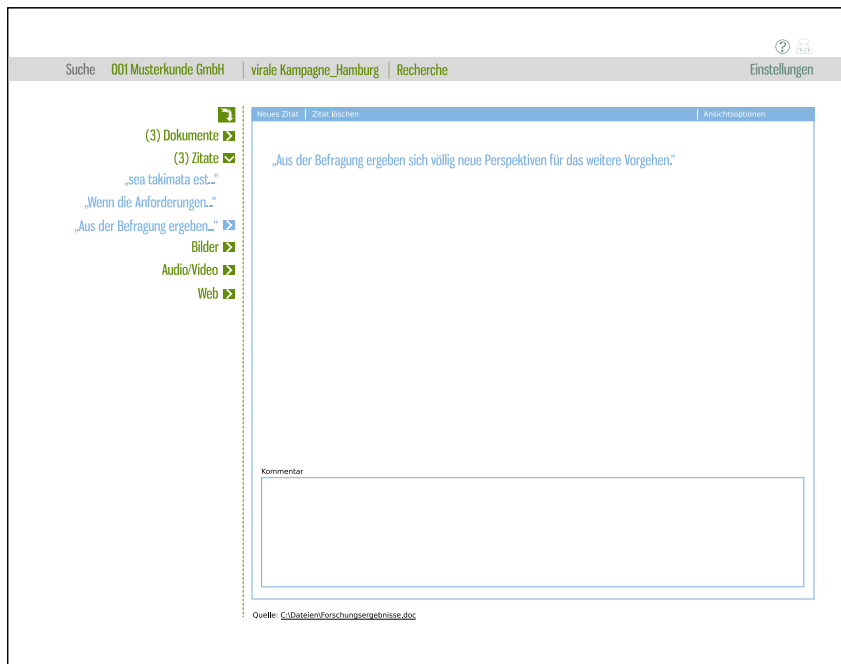


Abbildung 46: Kommentieren eines Zitates in einer Recherche-Session

Bilder und Grafiken

In das Programm lassen sich alle gängigen Grafikformate²⁵⁸ importieren, genau wie besondere Formate²⁵⁹, die in einer Werbeagentur mit Grafikabteilung vorkommen. Sie können mit einfachen Werkzeugen bearbeitet²⁶⁰, zugeschnitten und kommentiert werden. Bilder aus dem Internet können per Drag & Drop²⁶¹ oder über das Kontextmenü der rechten Maustaste direkt in die Bildersammlung einer Session gespeichert werden (Abb. 47). Die Quelle wird dabei in den Bildinformationen hinterlegt. Dort kann das Bild zusätzlich mit Schlagworten versehen werden, die dann bei der Ideensuche²⁶² verwendet werden. Um keine Urheberrechte zu verletzen, ist ein aus dem Internet importiertes Bild nur solange verfügbar, wie es auch unter der gespeicherten Quellenangabe erreichbar ist. Um in diesem Falle fehlende Bilder beispielsweise in Brainstormings oder Mind Maps zu vermeiden, wird dort zwar eine Kopie der Datei angezeigt, diese trägt aber einen Vermerk, dass die Quelle gelöscht wurde. Bilder und andere aus dem Internet gespeicherten Daten werden bei Löschung der Quelle nicht mehr in die internen Suchvorgänge, zum Beispiel bei der Ideensuche, einbezogen.

²⁵⁸ dazu zählen z.B.: JPEG, PNG, GIF, BMP, TIFF (Anm. d.A.)

²⁵⁹ dazu zählen z.B.: SVG, EPS, PSD, AI, CDR (Anm. d. A.)

²⁶⁰ z.B. das Verändern von Helligkeit/Kontrast oder Zeichenwerkzeuge zum Hinzufügen von Markierungen auf einer Grafik

²⁶¹ „Drag & Drop, „Ziehen und Fallenlassen“, ist eine grafische Bedienungsfunktion, bei der Objekte, Dateien, Ordner, Piktogramme usw. durch einen Mausklick markiert und bei gedrückter Maustaste innerhalb der grafischen Benutzeroberfläche verschoben (Drag) werden können.“ (IT Wissen, Zugriff am 28.01.2009)

²⁶² vgl. 5.4.1. der vorliegenden Arbeit

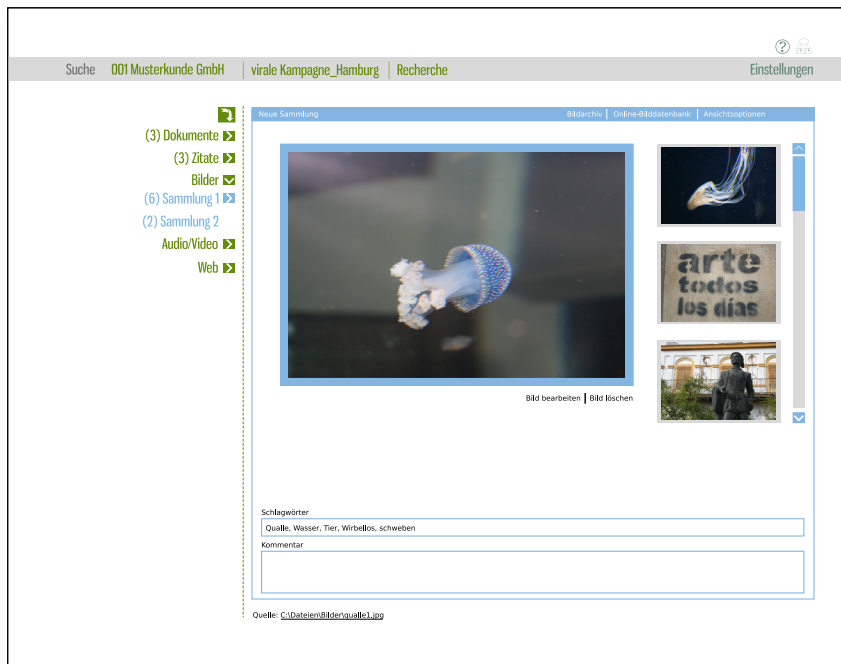


Abbildung 47: Bildersammlung einer Recherche-Session

Interne Bilderdatenbank

Die Softwareskizze soll von Beginn an über ein umfangreiches Bild- und Grafikarchiv verfügen, auf das in jeder Sessionart zugegriffen werden kann. Dieser Grundstock wächst durch alle ins System geladenen Bilder und Grafiken kontinuierlich.

Externe Bilderdatenbank

Auch das Internet kann für die Bildersuche durch einen integrierten Browser genutzt werden und ein freies Bildarchiv wäre so auch Online erreichbar.

Zusätzlich könnte es eine direkte Anbindung an eine oder mehrere Bildagenturen geben. Bilder aus dem Online-Katalog könnten analog zu anderen Bilddateien zu einer Sammlung hinzugefügt werden und bei Bedarf direkt über die Software bestellt werden.²⁶³

²⁶³ An dieser Stelle zeichnen sich Möglichkeiten für Kooperationen und entgeltliche Dienstleistungen ab, auf die an späterer Stelle näher eingegangen wird. (Anm. d. A.)

Webseiten

Webseiten werden über den integrierten Browser aufgerufen und können durch drei unterschiedliche Arten in der Recherche gespeichert werden (Abb. 49).

Die erste Möglichkeit ist, einen einfachen Textlink anzulegen, zu dem das Programm automatisch eine Miniaturvorschau der Startseite erstellt. Wird dieser Link angeklickt gelangt der Benutzer über den Browser direkt zu der Seite im Internet.

Die nächste Art der Speicherung ermöglicht es, Webseiten und alle gewünschten Unterseiten vollständig zu speichern. So sind diese auch verwendbar, wenn keine Verbindung zum Internet besteht.

Bei der dritten Option wird ein Bildschirmfoto der gewählten Seite erstellt und kann danach wie ein Bild weiterverarbeitet werden.

Bei allen drei Speicherungsarten werden automatisch aus den Webseiteninformationen Schlagwortlisten erstellt.



Abbildung 48: Integrierter Webbrowser

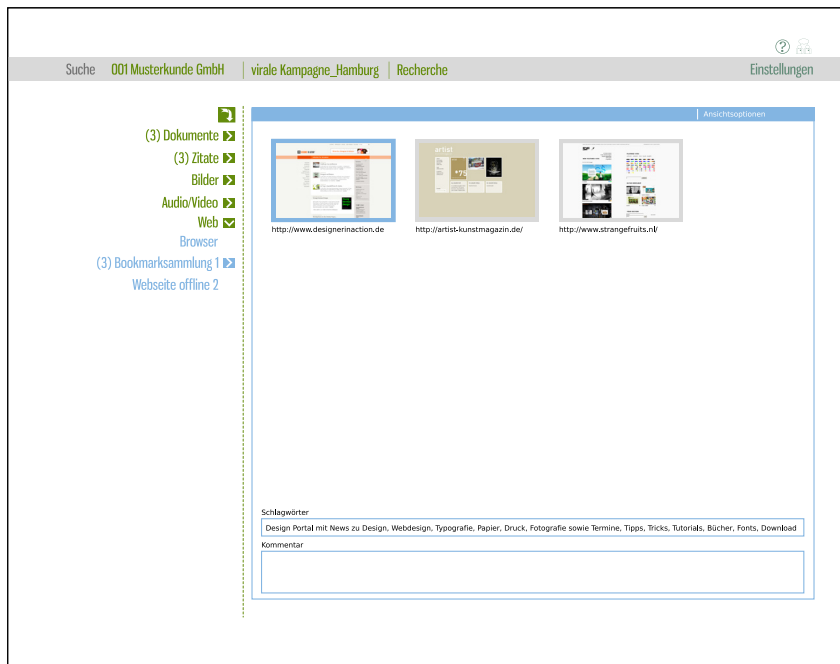


Abbildung 49: Vorschau der gespeicherten Bookmarks

Audio- und Videodateien

Der Import verschiedener Audio- und Videoformate ist ebenfalls möglich. Auch hier werden in einer Informationsdatei Quelle und Schlagworte gespeichert (Abb. 50). Für den Fall, dass nicht die gesamte Datei benötigt wird oder um während einer Session schneller die gewünschten Stellen zu finden, ist es möglich Start- und Endpunkte auf der Zeitleiste des Films oder Tons zu markieren und zu benennen. Nach dem Anklicken dieser Markierungen wird nur die definierte Zeit abgespielt.

Audio- und Videodateien können von der Festplatte des Benutzerrechners und aus dem Internet zur Bibliothek hinzugefügt werden. Dazu wird über den integrierten Browser die Webseite, auf der sich die gewünschte Datei befindet aufgerufen. Über das Kontextmenü der rechten Maustaste kann die Datei angewählt und in gewünschter Qualität heruntergeladen werden. Dieses Vorgehen funktioniert ebenfalls für so genannte Streaming-Media²⁶⁴, wie beispielsweise Podcasts oder Videos auf Plattformen wie MyVideo²⁶⁵ und YouTube²⁶⁶.

²⁶⁴ „Unter Streaming-Media versteht man die Quasi-Echtzeitübertragung komprimierter Video- und Audiodateien über das Internet. Beim Streaming werden die Daten nicht auf einmal heruntergeladen, sondern schubweise im Store-and-Forward-Verfahren. Sie kommen beim Anwender also nicht als fortlaufende Datei an, sondern werden in Puffern kurz zwischengespeichert, was zu Beginn der Übertragung einige Zeitverzögerungen verursacht.“ (IT Wissen, Zugriff am 28.01.2009)

²⁶⁵ vgl. <http://www.myvideo.de>

²⁶⁶ vgl. <http://www.youtube.com>

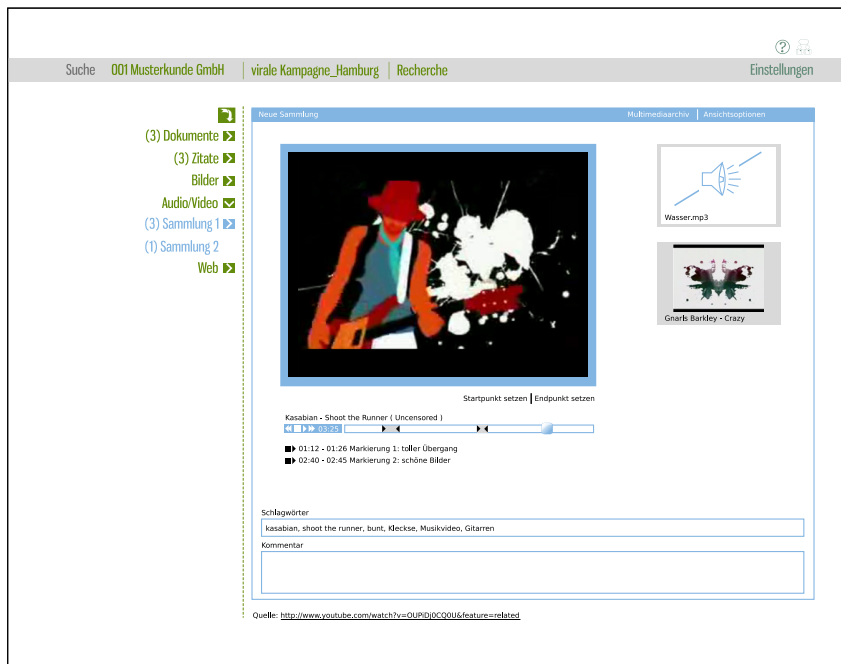


Abbildung 50: Audio- und Videosammlung einer Recherche-Session

5.4.4. Ideenfindung²⁶⁷

Nach Abschluss der Recherche beginnt die eigentliche Ideenfindung. Die Software stellt dem Anwender dafür folgende Sessionarten für Kreativtreffen zur Verfügung:

- Brainstorming
- Mind Mapping und Clustering
- Methode 6-3-5
- Bisoziation und Reizworttechnik
- Umkehr-Methode
- 6-Hüte
- Osborn-Methode
- Walt-Disney-Methode
- Morphologie

In den nachfolgenden Abschnitten werden diese Sessionarten mit ihren Funktionen und Anwendungsmöglichkeiten betrachtet.

²⁶⁷ Phase III im Phasen-Modell des Ideenmanagements nach Blumenschein/Ehlers (vgl. Blumenschein/Ehlers zusammengefasst in business bestseller Nr. 169/2002, 2)

5.4.4.1. Session Brainstorming

In einer Brainstorming-Session sollen die Teilnehmer in einer bestimmten Zeit zu einer Aufgabenstellung oder Kernfrage so viele Ideen wie möglich generieren. Entsprechend der Beschreibung der Methode aus Abschnitt 2.7.2. ist die Arbeitsoberfläche in diesem Modul sehr übersichtlich gehalten und die Aufgabenstellung immer präsent.

Das schnelle Aufnehmen der Teilnehmerbeiträge soll im Vordergrund stehen. Als Hilfsmittel steht ein programmierbarer Timer²⁶⁸ zur Verfügung, der auf Wunsch nach Ablauf der Zeit durch ein Signal das Ende der Sammelphase signalisiert. Neben der Zeitkontrolle kann der Moderator durch einen Klick jederzeit die Regeln des Brainstorming einblenden, um erfahrenen wie neuen Mitgliedern zu verdeutlichen, was in diesem Treffen erwünscht ist und was nicht.

Der Moderator oder ein Protokollant gibt die Ideen an einem Rechner in das dafür vorgesehene Feld ein. Durch Betätigen der Enter-Taste oder einen Klick auf das Plus-Symbol wird der Text zur Ideenliste hinzugefügt. In dieser Liste ist der Text jederzeit editierbar. Zudem können Eingaben in dieser Liste durch Ziehen und Fallenlassen²⁶⁹ mit der Maus zu einem Themenkomplex zusammengefügt werden. Diese Funktion ist vor allem für das Sichten und Strukturieren nach dem Brainstorming nützlich.

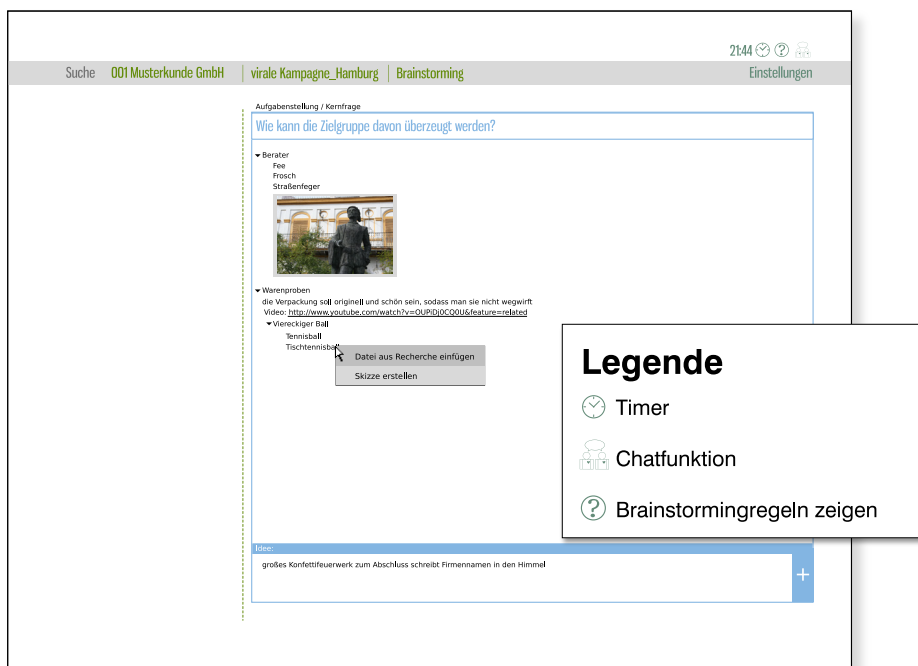


Abbildung 51: Laufende Brainstorming-Session

²⁶⁸ Eine Uhr, die eine voreingestellte Zeit rückwärts ablaufen lässt. (Anm. d. A.)

²⁶⁹ sog. Drag & Drop (Anm. d. A.)

Über das Kontextmenü der rechten Maustaste ist der Zugriff auf das zu diesem Projekt gesammelte Recherchematerial jederzeit möglich (Abb. 52). So lassen sich unter anderem Bilder, Internetadressen oder Texte entweder direkt oder als Datei-Verknüpfung in die Ideenliste einbinden.

Das ist auch möglich, wenn im Vorfeld keine Recherche stattgefunden hat. Werden externe Daten, beispielsweise Bilder, aus dem Internet während der laufenden Session in die Ideenliste eingefügt, wird automatisch eine Recherche-Session angelegt und dieses Material, versehen mit Quelle und Schlagwörtern, dort abgelegt.

Auf diese Weise ist immer nachvollziehbar, woher verwendetes Material stammt und es erweitert sukzessiv den Ideenpool der Agentur, denn auch diese Dateien werden bei allen Suchvorgängen in der Software einbezogen.²⁷⁰

Ebenfalls lässt sich über das Kontextmenü das Skizzentool aufrufen, mit dem sich einfache Zeichnungen per Maus oder Grafiktablett anfertigen und in die Ideenliste einfügen lassen (Abb. 53).

Am Ende der Sitzung kann das gesammelte Material als Protokoll²⁷¹ ausgegeben und aus dem Programm heraus als PDF-Datei an die Teilnehmer oder weitere Personen per E-Mail versendet werden.

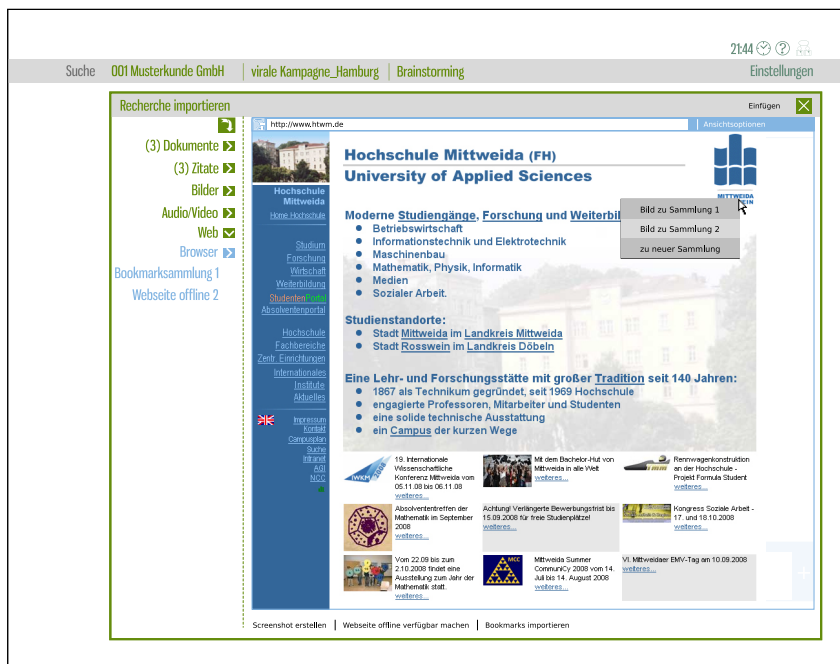


Abbildung 52: Geöffnetes Recherche-Tool in einer Brainstorming-Session

²⁷⁰ zu „Suchvorgänge in der Software“ vgl. 5.4.1., 5.4.3. der vorliegenden Arbeit (Anm. d. A.)

²⁷¹ Bericht und Protokoll werden in dieser Softwareskizze synonym verwendet. Die Gestaltungsmöglichkeiten eines Protokolls durch den Benutzer haben keinen Einfluss auf den Inhalt der Module, darum findet sich eine genauere Beschreibung an späterer Stelle der vorliegenden Arbeit unter dem Punkt *Features*. (Anm. d.A.)

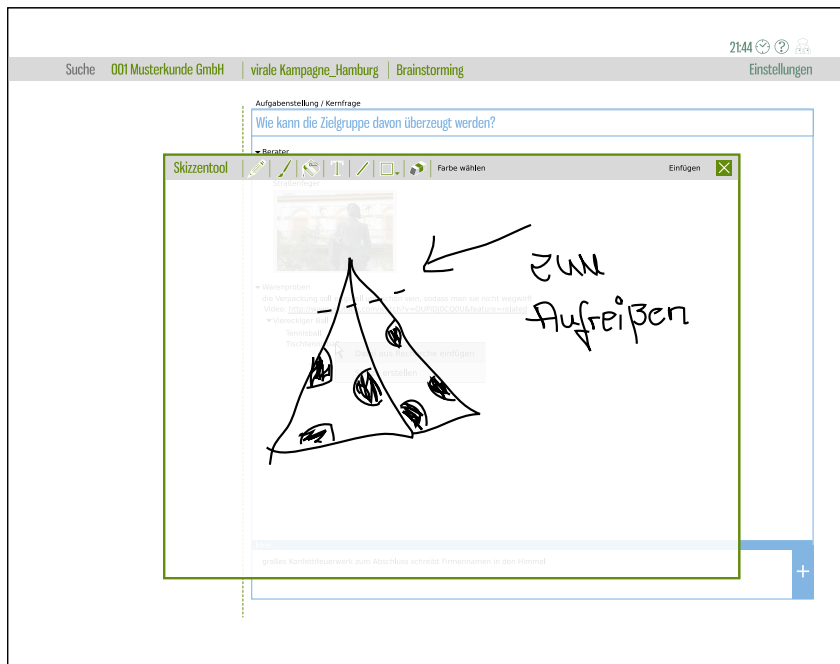


Abbildung 53: Skizzentool in einer Brainstorming-Session geöffnet

5.4.4.2. Session Mind Mapping und Clustering

Die Session Mind Mapping und Clustering orientiert sich stark an der in Abschnitt 4.2.1. betrachteten Kaufsoftware. Es soll dazu dienen geistige Landkarten aus Begriffen, Bildern oder Daten zu erstellen und zu ordnen. Entsprechend der Methodenbeschreibung aus Abschnitt 2.7.5. ist auch hier die Aufgabenstellung immer präsent.

Es ist möglich aus vorangegangenen Sessions, zum Beispiel Brainstorming, Methode 6-3-5 oder Bisoziation und Reizwort, automatisch eine Map erstellen zu lassen oder auf einer leeren Arbeitsfläche zu beginnen.

Dem Team stehen zahlreiche Funktionen zur Gestaltung der Mind Map zur Verfügung. Analog zu Abschnitt 5.4.4.1. ist über das Recherchetooll jederzeit der Zugriff auf Dateien auf dem Rechner, dem Server oder aus dem Internet möglich. Webseiten und Dokumente aller Art können als Link, mit Seitenvorschau oder als Textlink eingebunden und Audio- oder Videodateien können direkt in der Map abgespielt werden. Für eigene Skizzen kann auch in diesem Modul das Skizzentool genutzt werden.

Zusätzlich steht eine große Auswahl an Formen und Vorlagen zur Verfügung, denen eigene hinzugefügt werden können. Zur Textgestaltung sind alle installierten Auszeichnungsmöglichkeiten, Schriftarten und Farben nutzbar. Die Elemente der Mind Map können frei auf der Arbeitsfläche angeordnet, verbunden, beschriftet oder mit einer Notiz versehen werden. Somit ist auch das Clustern problemlos möglich.

Das Modul „Mind Mapping und Clustering“ bietet ebenfalls die Möglichkeit, entweder allgemein oder direkt zu einzelnen Gedankenblasen, Termine und Aufgaben an Mitglieder zu vergeben. Am Ende der Session können diese direkt per E-Mail mit oder ohne entstandene Mind Map gesendet werden.

Um sich auf der Arbeitsfläche zu bewegen stehen Navigator, Zoom-Schieberegler, Lupenwerkzeug, Fokussierung und der Fullscreenmodus zur Verfügung. Neben der normalen Ansicht kann sich mit der Baumansicht und der Expand/Collapse-Funktion²⁷² inhaltlicher Überblick verschafft werden.

Der Benutzer kann eine Gedankenblase als Zentrum einer neuen Map bestimmen, um zu große und unübersichtliche Mind Maps zu vermeiden. Auf Wunsch wird sofort eine Verknüpfung dieser beiden Dokumente angelegt und alle geöffneten Mind Maps in Tabs unter der Arbeitsfläche dargestellt, was einen schnellen Wechsel zwischen den Dokumenten ermöglicht.

Zum Abschluss einer Session kann neben dem Bericht eine animierte Web-Version der Mind Map ausgegeben und auf einen Internet-Server geladen werden. Über einen Browser kann diese dann von Personen angesehen werden, denen per Mail über das System der Link gesendet wurde. Der Vorteil dieser Variante gegenüber der Berichts-PDF ist, dass auch multimediale Inhalte und verlinkte Webseiten funktionieren. Zur Gestaltung der Online-Variante bietet die Software ebenfalls Vorlagen. Zudem können eigene Vorlagen, zum Beispiel im Corporate Design der Agentur, erstellt werden.

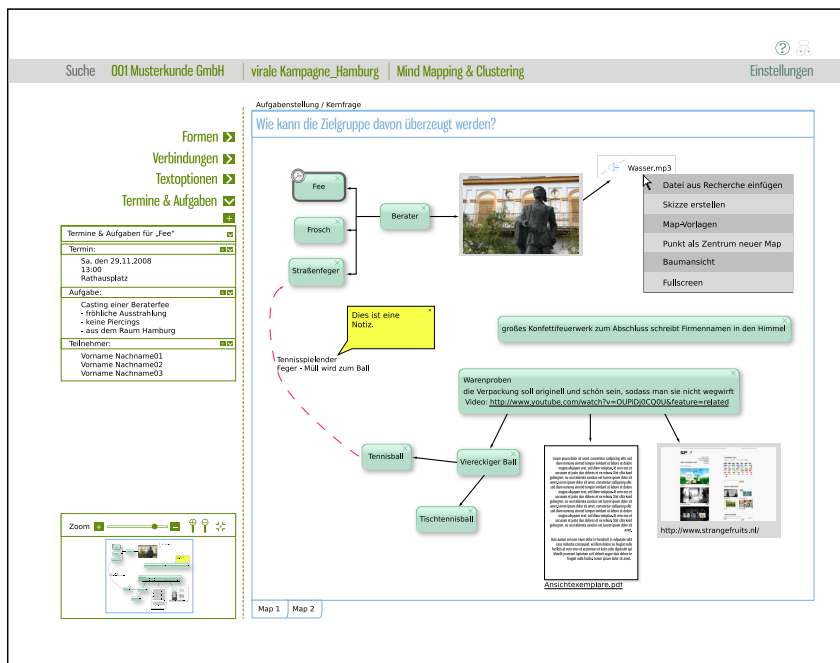


Abbildung 54: Session Mind Mapping und Clustering

²⁷² Durch diese Funktion werden die Unterzweige auf Knopfdruck ein- und ausgeblendet. (Anm. d. A.)

5.4.4.3. Session Methode 6-3-5

Da in dieser Skizze von einem System mit einem Eingabegerät²⁷³ ausgegangen wird, ist das Vorgehen für die Methode 6-3-5²⁷⁴ an diese Anforderung angepasst.

Zu Beginn werden die Teilnehmer der Reihe nach aufgefordert einen Lösungsvorschlag zur gestellten Aufgabe abzugeben (Abb. 55).

Danach wird dem ersten Teilnehmer das Lösungsblatt des letzten Teilnehmers angezeigt, um es mit mindestens einer weiterführenden Idee zu ergänzen. Nach Ablauf der, vor Sessionstart durch den Moderator festgelegten Zeit, ist der zweite Teilnehmer an der Reihe eine Idee zur Lösung des ersten Teilnehmers hinzuzufügen.

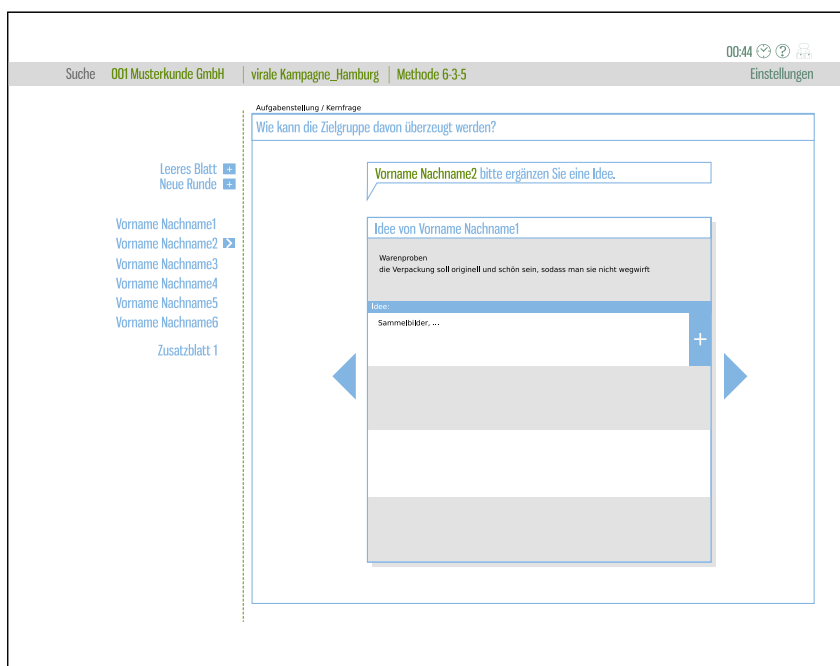


Abbildung 55: Session Methode 6-3-5

²⁷³ vgl. 5.3. der vorliegenden Arbeit

²⁷⁴ vgl. 2.7.4. der vorliegenden Arbeit

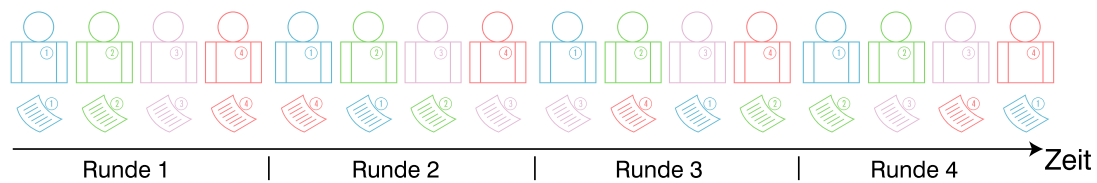


Abbildung 56: Rotationsprinzip der Lösungsblätter am Beispiel von vier Teilnehmern

Diese Rotation wird solange fortgeführt, bis jedes Teammitglied eine Idee zu allen Lösungsblättern hinzugefügt hat. Während einer Runde ist es möglich zusätzliche Ideen auf einem so genannten Zusatzblatt, das keinem speziellen Teilnehmer zugeordnet ist, festzuhalten. In beliebig vielen Runden können so noch mehr Ideen vom gesamten Team bearbeitet werden.

Die gesammelten Ideen können am Ende der Session als Bericht ausgegeben und aus dem Programm heraus als PDF-Datei an die Teilnehmer und weitere Personen per E-Mail versendet werden. Zudem können sie mit anderen Sessionarten, beispielsweise Brainstorming oder Mind Mapping und Clustering, weiterentwickelt werden.

5.4.4.4. Session Bisoziation und Reizworttechnik

Zu Beginn der Session erscheinen vier Buttons, über die der Moderator das Ausgangsmaterial für diese Technik wählt (Abb. 57).

Das „Zufallswort“ greift auf Daten aus einem integrierten Wörterbuch, welches durch die laufende Verschlagwortung durch die Benutzer um umgangssprachliche Wörter ergänzt wird, zu. So fließt bei dieser Methode der eigene Charakter der Agentur und ihrer Mitarbeiter in die Arbeit ein und entwickelt sich mit ihr weiter.

Der Button „Zufallsbild“ greift auf eine integrierte Datenbank mit Fotos und Grafiken zu, die durch alle im Recherchetool verschlagworteten Grafiken und Bilder ergänzt wird. Analog zur Wortdatenbank wächst das Archiv an Bildern ebenso mit jeder neuen Session.

Der „Zufallsmaterial“-Button greift auf beide Datenpools zu und schlägt entweder ein Wort oder ein Bild beziehungsweise Grafik vor.

Über „Datei öffnen“ ist es zudem möglich eine bestimmte Datei als Startpunkt für diese Technik festzulegen.

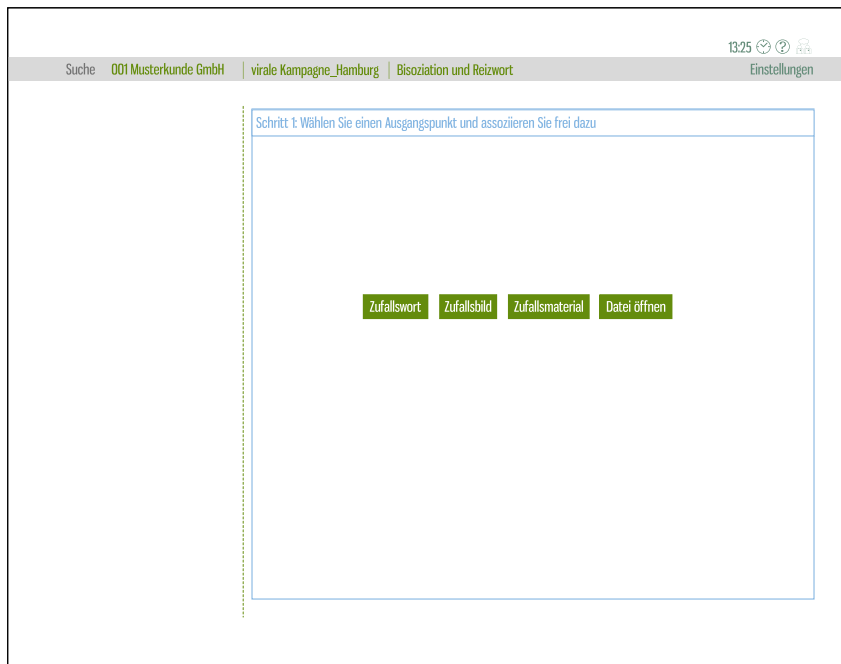


Abbildung 57: Startbildschirm der Session Bisoziation und Reizwort

Nachdem das Ausgangsmaterial bestimmt wurde, können alle Teilnehmer frei dazu assoziieren (Abb. 58). Die Gestaltung der Oberfläche, die Funktionen und der Materialimport funktionieren analog zu einer Session „Mind Mapping und Clustering“²⁷⁵, mit dem Unterschied, dass in dieser Phase der Session das Vergeben von Aufgaben und Terminen nicht möglich ist.

Nach Abschluss der Sammelphase wird durch einen Klick der zweite Teil der Session eingeleitet (Abb. 59). Alle Assoziationen werden aufgelistet und die Teilnehmer dazu aufgefordert, Verbindungen zur eigentlichen Aufgabe herzustellen. Dieser Teil bietet die gleichen Funktionen wie eine Session Brainstorming²⁷⁶, nur dass hier zu mehreren Ansätzen überlegt und aufgeschrieben wird. Der zeitliche Rahmen beider Phasen kann mittels Timer vom Moderator festgelegt werden

Die Ergebnisse dieser Sitzung können in Berichtsform als PDF-Datei ausgegeben werden und an beliebige Adressaten per Mail versendet werden. Zudem ist es unproblematisch einzelne Ergebnisse in weiteren Sitzungen mit anderen Methoden zu vertiefen.

²⁷⁵ vgl. 5.4.4.2. der vorliegenden Arbeit

²⁷⁶ vgl. 5.4.4.1. der vorliegenden Arbeit

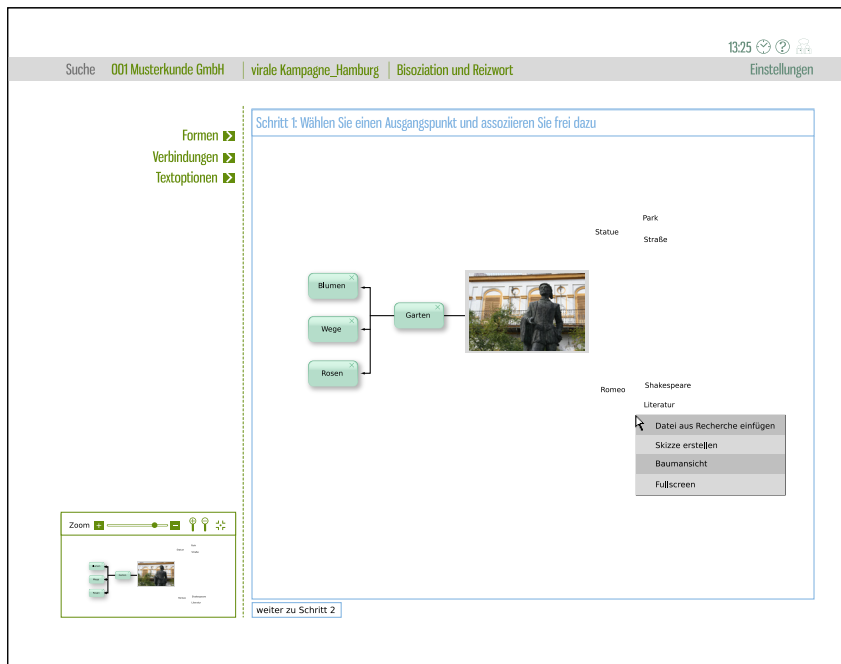


Abbildung 58: Sammelphase der Session Bisoziation und Reizwort

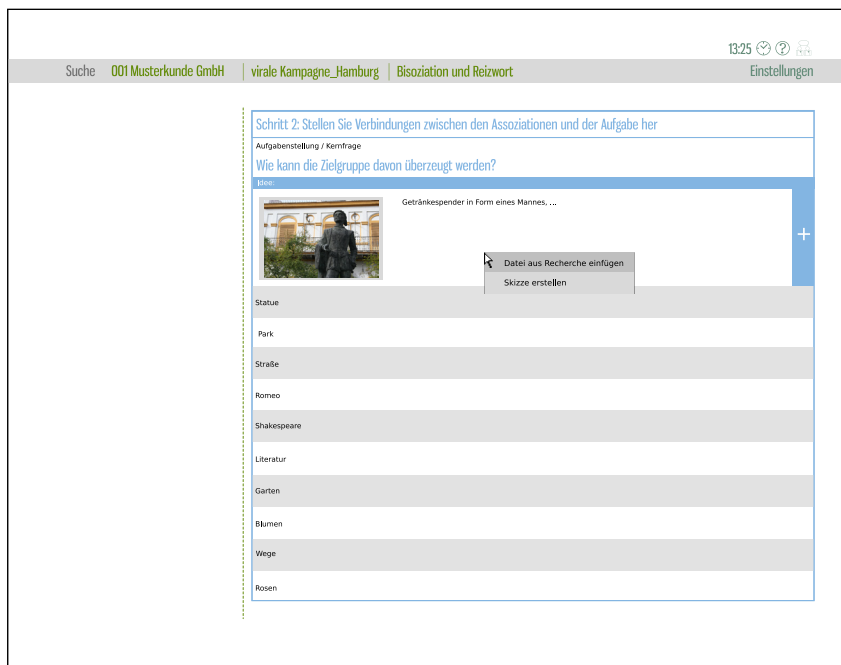


Abbildung 59: Bearbeitungsphase der Session Bisoziation und Reizwort

5.4.4.5. Session Umkehr-Methode

Am Anfang der Session werden die Benutzer aufgefordert, die ausgewählte Aufgabenstellung inhaltlich umzukehren. Danach werden, der Methodenbeschreibung in dieser Arbeit folgend²⁷⁷, alle in der Software umgesetzten assoziativen Methoden, wie Brainstorming, Mind Mapping und Clustering, Methode 6-3-5 und Bisoziation und Reizworttechnik, zur weiteren Bearbeitung angeboten (Abb. 60).

Nach der Bearbeitung und zum Abschluss der Session werden alle Ergebnisse aufgelistet und die Teilnehmer gebeten, diese entsprechend der tatsächlichen Aufgabenstellung wieder umzukehren (Abb. 61). Diese Liste bietet den gleichen Funktionsumfang wie eine Session „Brainstorming“. So können zu jedem Ergebnis zusätzlich Skizzen und Daten aus dem Recherchetool eingefügt werden.

Anschließend kann auch in diesem Modul ein Bericht erstellt werden und als PDF-Datei per Mail versendet werden und die Ergebnisse mit anderen Sessions weiter bearbeitet werden.

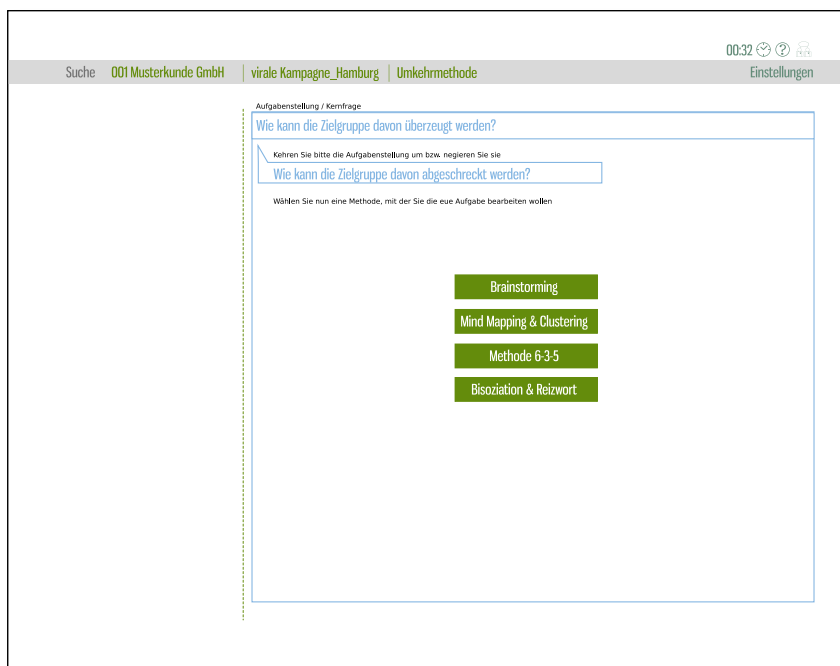


Abbildung 60: Schritt Eins der Session Umkehrmethode: Fragestellung umkehren und Sessionart für die Bearbeitung auswählen

²⁷⁷ vgl. 2.7.6. der vorliegenden Arbeit

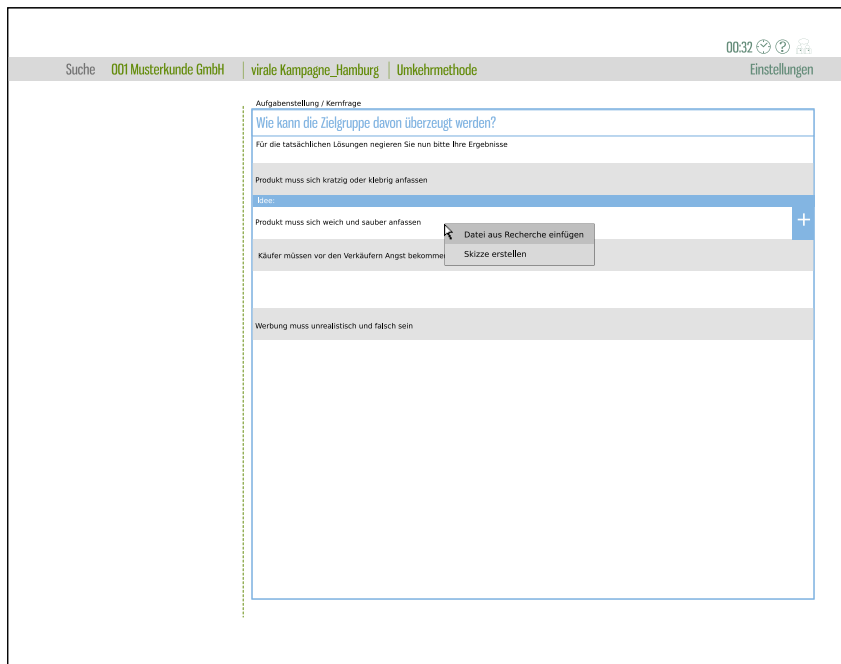


Abbildung 61: Schritt Drei der Session Umkehrmethode: Ergebnisse entsprechend der eigentlichen Aufgabenstellung umkehren

5.4.4.6. Session 6-Hüte

Ähnlich wie die Methode 6-3-5²⁷⁸ wird auch die Durchführung der 6-Hüte in dieser Beschreibung an ein technisches Umfeld mit einem Eingabegerät angepasst. Der Methodenbeschreibung in dieser Arbeit²⁷⁹ folgend, wird das Augenmerk darauf gelegt, dass alle Teilnehmer jeden Standpunkt durchlaufen und deren Gedanken dokumentiert werden.

Die Session beginnt mit einer leeren Liste. Jeder Zeile sind ein farbiger Hut und ein Teilnehmername zugeordnet. Bei mehr als sechs Teilnehmern können mehrere Namen einem Hut zugeordnet werden. Das System achtet automatisch darauf, dass jeder Teilnehmer mindestens einmal jeder Hutfarbe zugeteilt war.

Zur Erleichterung der Anwendung dieser Methode²⁸⁰, ist die Aufgabenstellung und eine kurze Erläuterung des Vorgehens immer sichtbar. Die Meinungshaltung der Hüte erscheint, wenn mit dem Mauszeiger über das Hutsymbol gefahren wird (Abb. 62).

²⁷⁸ vgl. 5.4.4.3. der vorliegenden Arbeit

²⁷⁹ vgl. 2.7.9. der vorliegenden Arbeit

²⁸⁰ In der Umfrage erzielte diese Methode einen sehr geringen Bekanntheitsgrad (vgl. 3.6.2.), daher sind zusätzliche Hinweise zur Durchführung der Methode benutzerfreundlicher. (Anm. d. A.)

Da diese Methode darauf abzielt eine Diskussion der verschiedenen Standpunkte anzuregen²⁸¹, ist die Oberfläche vorrangig auf die Eingabe von Text ausgelegt. Das Einfügen von Skizzen oder Recherchematerial ist wie in einer Session „Brainstorming“ möglich.

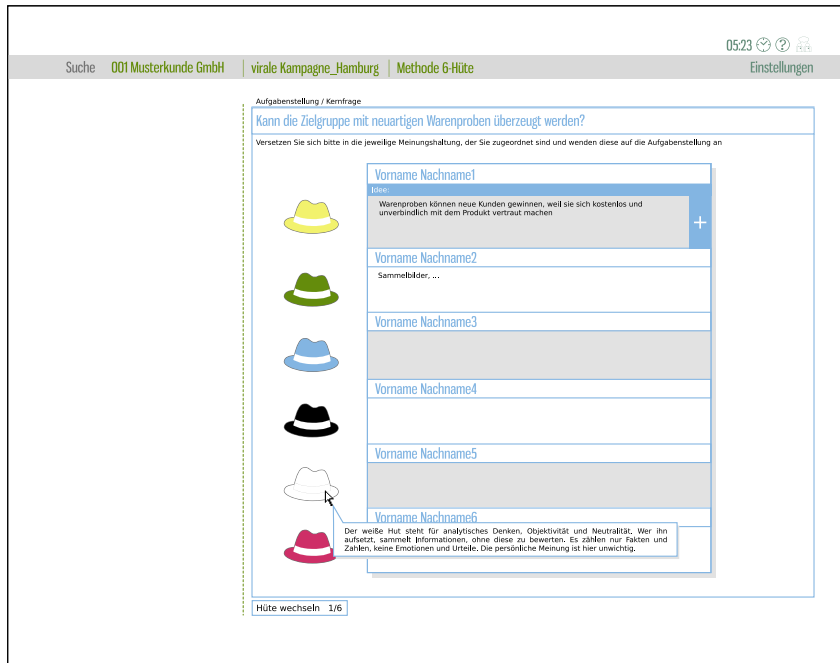


Abbildung 62: Session 6-Hüte

Um zu gewährleisten, dass alle Teilnehmer alle Standpunkte durchlaufen, kann der Moderator für jede Diskussionsrunde ein Zeitlimit einstellen. Nach Ablauf der Zeit kann er die Rollen durch einen Klick auf den Button „Hüte wechseln“ neu verteilen.

Die Software zeigt ihm an, wie oft noch gewechselt werden muss, damit jeder Teilnehmer jeder Farbe zugeordnet war.

Zum Abschluss einer Session werden alle gesammelten Gedanken aufgelistet, nach den Hutfarben geordnet und können als Protokoll ausgegeben und versendet, sowie mit anderen Sessionmodulen, wie beispielsweise Brainstorming oder Morphologie vertieft oder mit einer Lösungssession ausgewertet werden.

²⁸¹ vgl. 2.7.9. der vorliegenden Arbeit

5.4.4.7. Session Osborn-Methode

In diesem Sessionmodul werden den Teilnehmern nacheinander Fragen aus neun verschiedenen Komplexen²⁸² gestellt. Die Antworten können aus Text, Skizzen und Recherchematerial bestehen (Abb. 63).

Der Fragenkatalog kann beliebig verändert, erweitert sowie im Vorfeld einer Sitzung vom Moderator auf diese zugeschnitten werden. So wird es möglich, dass jede Agentur ihre eigene Art der Osborn-Methode entwickelt und so in ihrem eigenen Stil mit dieser Methode arbeitet.

Ein zeitlicher Rahmen kann auch hier über einen Timer bestimmt werden (Abb. 64). Nachdem die Zeit für einen Komplex abgelaufen ist, wird zum nächsten gewechselt. Die Fragen müssen nicht zwingend in der erscheinenden Reihenfolge beantwortet werden. Es ist jederzeit möglich, über Pfeilbuttons zu einem bestimmten Komplex zu wechseln und Antworten hinzuzufügen.

Das Protokoll mit allen Antworten kann direkt nach Ende der Session ausgegeben und versendet werden. Analog zu allen bereits beschriebenen Sessionarten sind auch die so gewonnen Ergebnisse in einer anderen Session verwendbar.

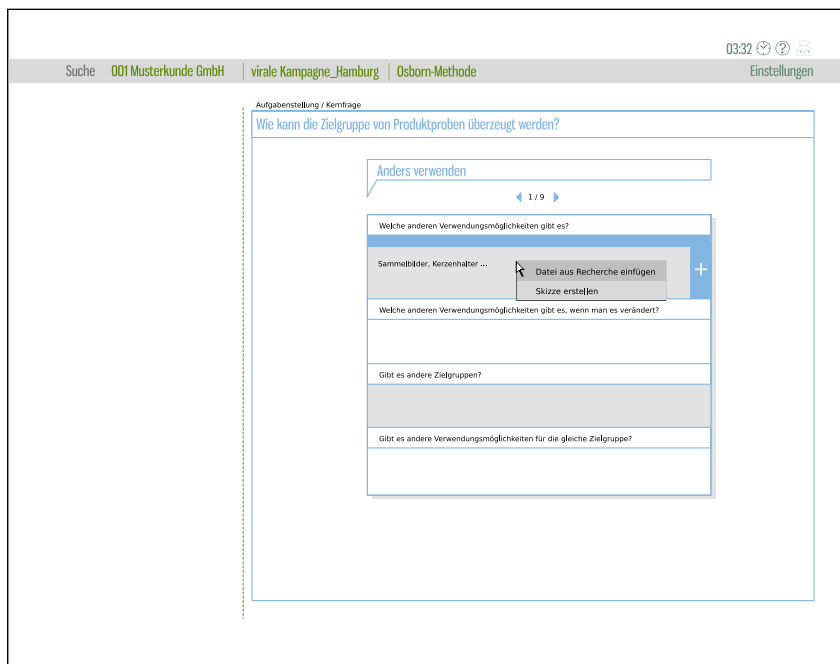


Abbildung 63: Session Osborn-Methode

²⁸² vgl. 2.7.10. der vorliegenden Arbeit

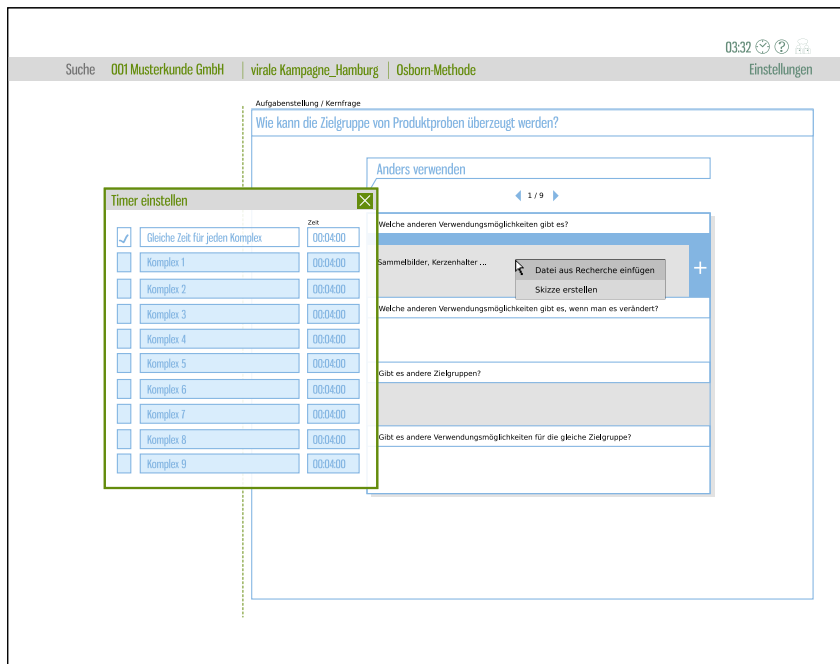


Abbildung 64: Session Osborn-Methode – Timereinstellungen

5.4.4.8. Session Walt-Disney-Methode

In einer Session nach der Walt-Disney-Methode²⁸³ werden die Teilnehmer ähnlich wie bei der Methode der 6-Hüte in verschiedene Denkkzustände versetzt.

Da auch diese Methode in der Umfrage einen sehr geringen Bekanntheitsgrad erzielte²⁸⁴, befinden sich auf der Programmoberfläche Hinweise zur Durchführung. Zudem erscheinen Hinweise, wenn mit dem Mauszeiger über die aktuelle Denkhaltung gefahren wird. Als zusätzliche Option ist eine an die Denkkzustände angepasste Design der grafischen Oberfläche vorstellbar.

Die gesamte Gruppe beginnt mit der Position des Träumers (Abb. 65). In dieser Phase überlegen alle Teilnehmer aus dessen Sicht, wie die Aufgabe gelöst werden könnte und halten die Gedanken ähnlich wie in einer Session Brainstorming fest. Als Hilfsmittel stehen das Skizzen- und das Recherchetool zur Verfügung.

Die Phase kann durch eine Timereinstellung zeitlich begrenzt werden. Sollte das Team vor Ablauf der Zeit fertig sein kann über den Button „Zum Realisten“ manuell in die zweite Phase gewechselt werden (Abb. 66).

²⁸³ vgl. 2.7.11. der vorliegenden Arbeit

²⁸⁴ vgl. 3.6.2. der vorliegenden Arbeit

In dieser soll das Team aus Sicht des Realisten die Vorschläge des Träumers bearbeiten. Dazu werden alle Eingaben aus der vorangegangenen Phase aufgelistet und unter jeden Vorschlag werden nun die Gedanken aus realistischer Sicht eingegeben. Auch diese Phase kann zeitlich begrenzt oder über den Button „Zum Kritiker“ manuell beendet werden.

Die sich nun anschließende Phase des Kritikers begutachtet und bewertet die Ausarbeitungen des Realisten.

Nachdem das Team als Kritiker alle Punkte niedergeschrieben hat, geht es in die zweite Runde. Diese beginnt wieder mit der Haltung des Träumers, die zu allen Kritikpunkten Lösungsmöglichkeiten finden soll.

Dieser Kreislauf sollte solange durchgeführt werden, bis in der kritischen Haltung keine Punkte mehr gefunden und die Sitzung beendet werden kann.

In den Optionen für die Ausgabe des Protokolls kann bestimmt werden, wie viele oder welche Runden in einer PDF-Datei festgehalten und auf Wunsch an beliebige E-Mail-Empfänger versendet werden.

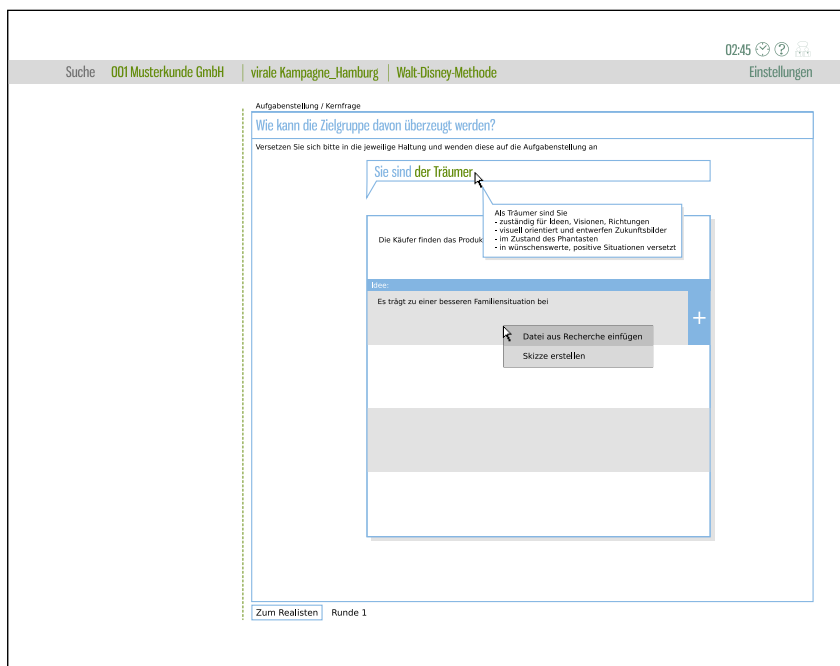


Abbildung 65: Session Walt-Disney-Methode – Phase 1: der ersten Runde

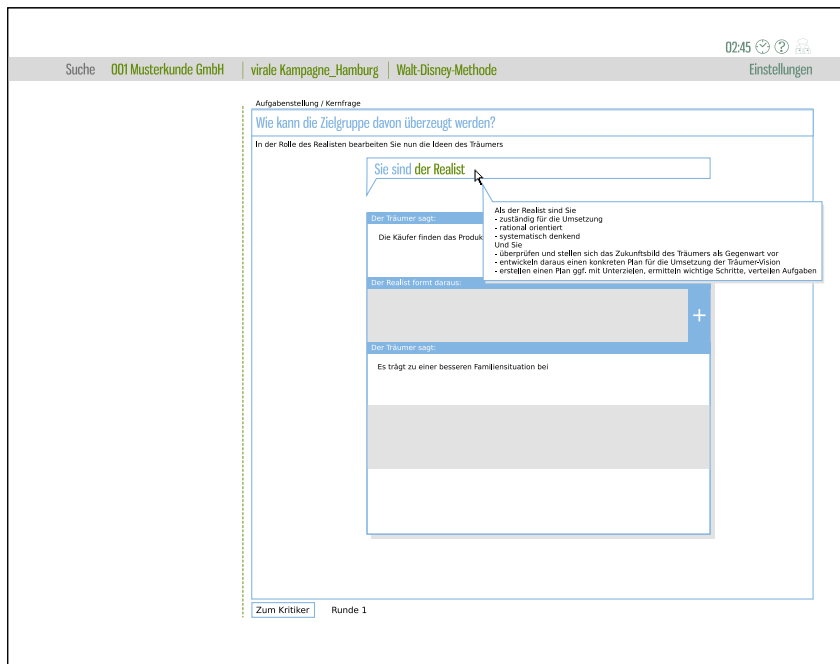


Abbildung 66: Session Walt-Disney-Methode – Phase 2: der ersten Runde

5.4.4.9. Session Morphologie

Die Session „Morphologie“ eignet sich besonders für das Finden von Lösungen bei sehr konkreten Aufgabenstellungen. Der erste Schritt beginnt damit, dass die Teilnehmer Merkmale und Ausprägungen aufstellen²⁸⁵. Ausprägungen können in so genannten Untermerkmalen noch weiter präzisiert werden²⁸⁶, dadurch kann in mehreren Dimensionen nach Lösungen gesucht werden (Abb. 67). Nach Abschluss dieser Aufstellung werden durch Mausklick auf den Button „Morphologie starten“ die Eingaben als Tabelle dargestellt. Durch Klicken auf Pfeile neben den Tabellenzeilen können die verschiedenen Merkmale miteinander in Verbindung gebracht werden, eine mögliche Lösung ergibt sich dabei in den Spalten (Abb. 68). Über das Kontextmenü der rechten Maustaste ist es möglich Kombinationen zu den Lösungen hinzuzufügen oder als Unmöglich zu markieren. Unmögliche Kombinationen werden danach nicht mehr angezeigt. Neben dieser spielerischen Art zu Ergebnissen zu gelangen, können auch alle möglichen Kombinationen in einer Liste angezeigt werden (Abb. 69). In dieser Auflistung können ebenfalls durch Setzen von Häkchen oder Minuszeichen Lösungen und unmögliche Kombinationen markiert werden. Nach diesem Schritt können zu den gefundenen Lösungen weitere Ideen, Skizzen und Recherchematerial hinzugefügt oder mit einer weiteren Methode vertieft werden (Abb. 70). Das Protokoll beinhaltet alle Merkmale mit deren Ausprägungen und alle als Lösung markierten Kombinationen.

²⁸⁵ vgl. 2.7.12. der vorliegenden Arbeit

²⁸⁶ z.B. Merkmal „Material“, Ausprägung „Glas“, Untermerkmal „Milchglas“, Braunglas“ und „Grünglas“. (Anm. d. A.)

Analog zu bereits beschriebenen Methoden kann es gespeichert oder per E-Mail versendet werden.

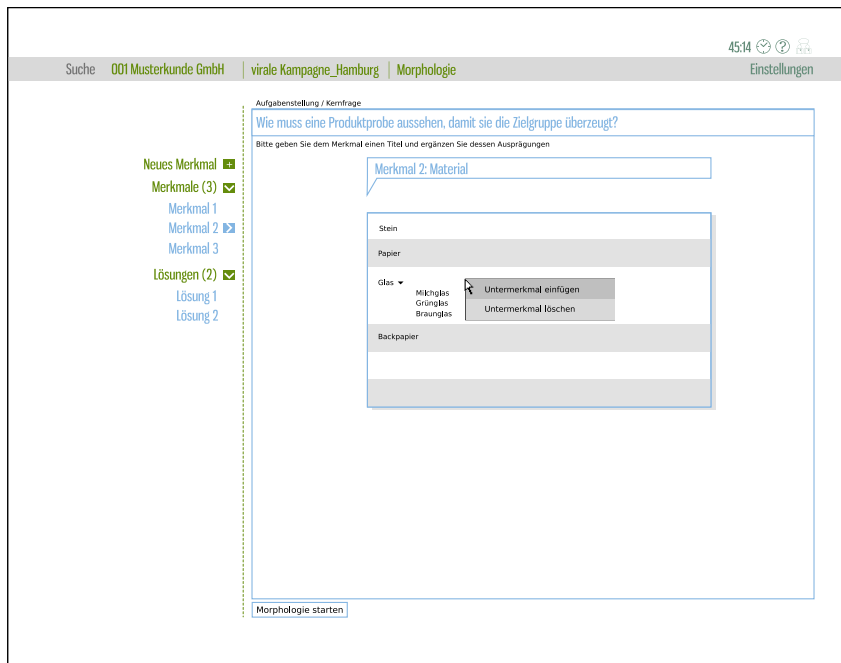


Abbildung 67: Session Morphologie – Schritt 1: Merkmale und Ausprägungen festlegen

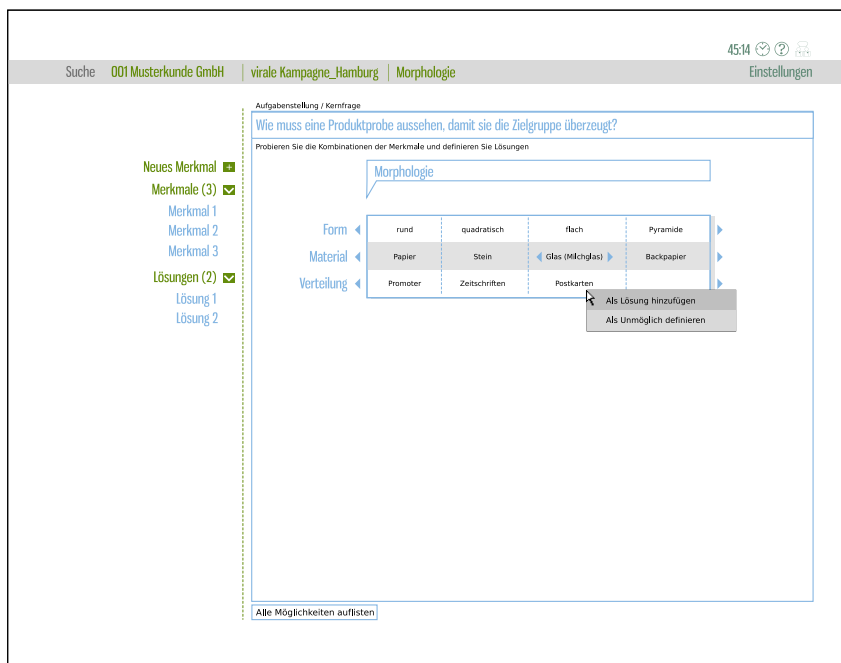


Abbildung 68: Session Morphologie – Schritt 2: Kombinationen bewerten – in der Tabellenform

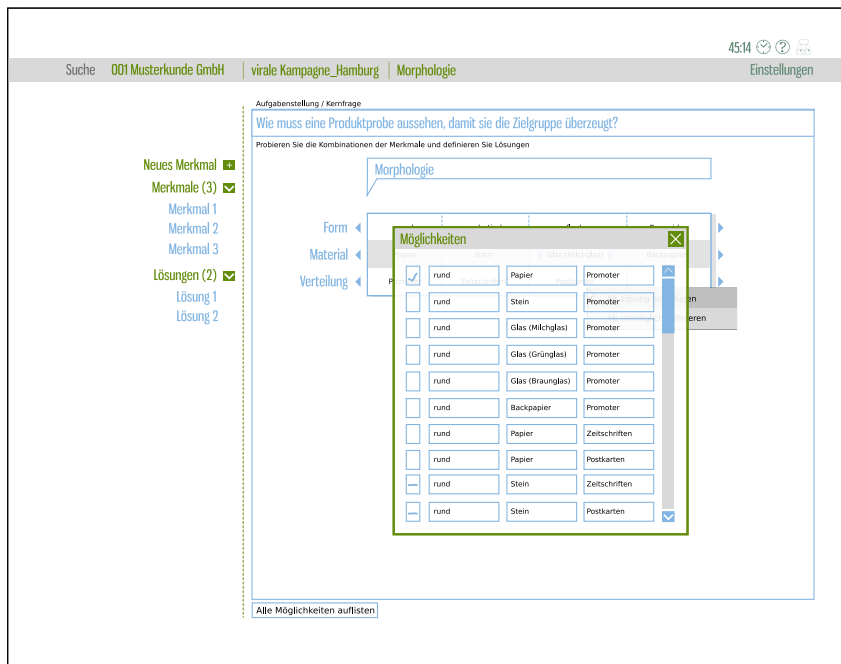


Abbildung 69: Session Morphologie – Schritt 2: Kombinationen bewerten – in der Auflistung aller Möglichkeiten

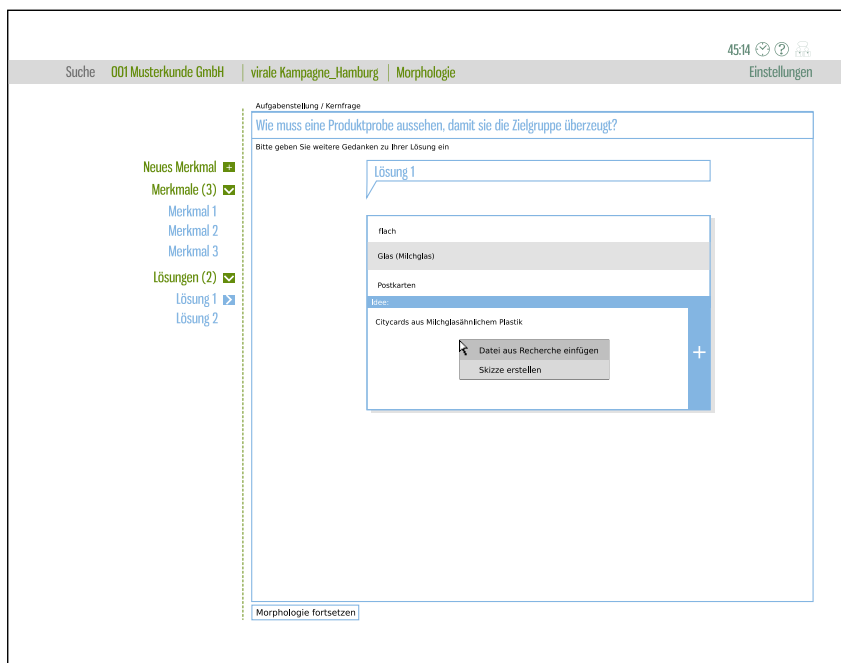


Abbildung 70: Session Morphologie – Schritt 3: Lösungen mit Kommentaren ergänzen

5.4.5. Ideenstrukturierung, -bewertung und -auswahl

Dem Phasen-Modell des Ideenmanagements nach *Blumenschein/Ehlers*²⁸⁷ folgend, schließt sich an die Ideen-Findung Phase IV, die Ideenstrukturierung, -bewertung und -auswahl an.

Nachdem die Aufgabenstellung in Ideenfindungssessions²⁸⁸ bearbeitet wurde, stehen dem Benutzer mehrere Möglichkeiten zur Verfügung eine oder mehrere Lösungen zu definieren. Diese so genannten Lösungssessions basieren auf den theoretischen Methoden aus Abschnitt 2.7.14.

5.4.5.1. Session Lösung

Wenn für das Festlegen einer Lösung kein weiteres Bewertungs- und Auswahlverfahren notwendig ist, wird eine Session „Lösung“ angelegt. In diesem Modul hat der Anwender Zugriff auf alle zu diesem Projekt gestarteten Ideenfindungs- und Lösungssessions (Abb. 71). Deren Ergebnisse werden in einem Fenster auf der Oberfläche angezeigt. Für weitere Details, wie beispielsweise Ort, Zeit oder Team, lässt sich über einen Button das Protokoll der jeweiligen Session anzeigen. Über das Kontextmenü der rechten Maustaste können alle Objekte, wie zum Beispiel Texte, Grafiken, Bilder oder Videos, angeklickt und als Lösung festgelegt werden. Dieses Modul erlaubt es mehr als eine Lösung zu definieren.

Nachdem die Ideen zu einer Lösung gesammelt wurden, können diese ausformuliert werden (Abb. 72). Zusätzlich können Skizzen erstellt und Recherchematerial eingefügt werden. Außerdem ist es möglich Termine zu setzen, Aufgaben zu verteilen und To-Do-Listen zu erstellen, um die Umsetzung der Idee zu planen²⁸⁹. Diese Daten können direkt an Projektmanagement- oder Agentursoftware übergeben werden und bilden die Schnittstelle zwischen Ideen- und Projektmanagement²⁹⁰.

²⁸⁷ vgl. Blumenschein/Ehlers zusammengefasst in business bestseller Nr. 169/2002, 2; 5.4. der vorliegenden Arbeit

²⁸⁸ Zu den Ideenfindungssessions zählen alle unter 5.4.4. aufgezählten Sessions. (Anm. d. A.)

²⁸⁹ Die Möglichkeit verschiedene Diagramme aus den eingegebenen Daten zu erstellen (z.B. Gantt-Diagramme), wäre eine Erweiterung der skizzierten Software, die im weiteren Entwicklungsverlauf in Betracht gezogen werden könnte. (Anm. d. A.)

²⁹⁰ Die Schnittstelle zwischen Ideen- und Projektmanagement ist für die Softwareskizze wichtig, da sich nach dem Phasen-Modell des Ideenmanagements von Blumenschein/Ehlers (vgl. Blumenschein/Ehlers zusammengefasst in business bestseller Nr. 169/2002, 2; 5.4. der vorliegenden Arbeit) die Ideenrealisierung an die Lösungsfindung anschließt, diese aber nicht mehr Bestandteil der Softwareskizze ist. So könnte die skizzierte Software über eine Arbeitszeiterfassung verfügen, die später der Zeit- und Kostenüberwachung durch eine Projektmanagementsoftware dient.

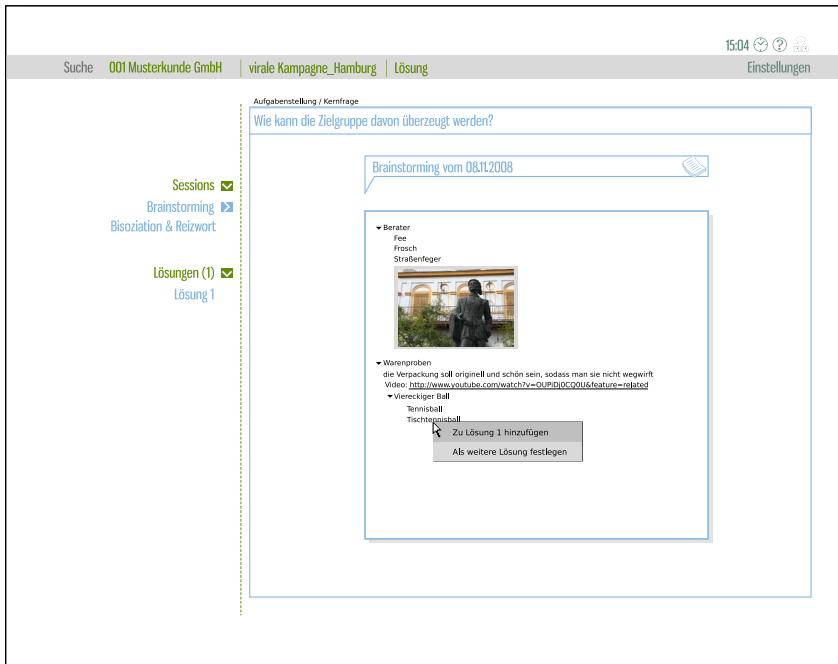


Abbildung 71: Session Lösung – Schritt 1: Ergebnisse aus Ideenfindungssessions als Lösung festlegen

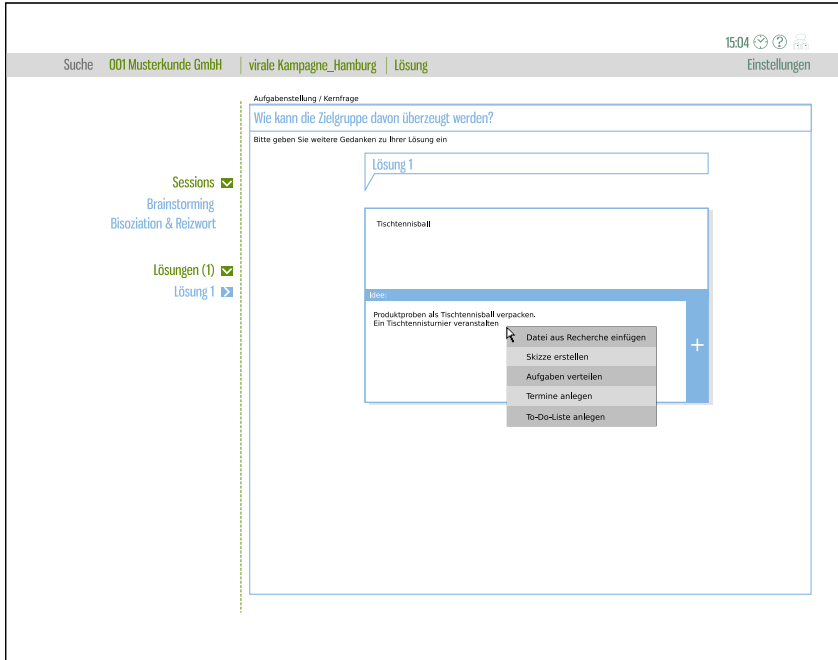


Abbildung 72: Session Lösung – Schritt 2: Lösungen formulieren, ergänzen und Planen der Umsetzung

5.4.5.2. Session Pro-Contra-Katalog

Die Session „Pro-Contra-Katalog“²⁹¹ beginnt analog zur Session „Lösung“²⁹² mit der Auswahl von potentiellen Lösungen aus vorangegangenen Ideenfindungssessions. Zu jeder möglichen Lösung kann die Gruppe diskutieren und eine Aufstellung mit Vor- und Nachteilen der jeweiligen Lösung erarbeiten.

Die diskutierten Lösungen können anschließend mit weiteren Lösungssessions bewertet werden. Sollten nach der Diskussion eine oder mehrere Lösungen feststehen, so können diese in eine Session „Lösung definieren“ importiert und dort vervollständigt und terminiert werden.

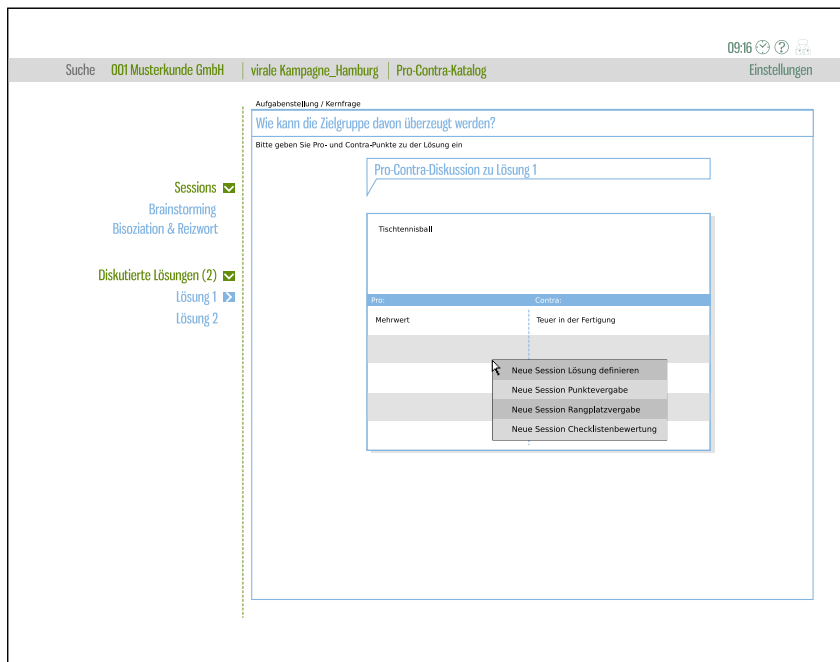


Abbildung 73: Session Pro-Contra-Katalog – Schritt 2: Lösungen diskutieren

²⁹¹ Diese Methode basiert auf der theoretischen Beschreibung in Abschnitt 2.7.14. der vorliegenden Arbeit. (Anm. d. A.)

²⁹² vgl. 5.4.5.1. der vorliegenden Arbeit

5.4.5.3. Session Punktvergabeverfahren

In diesem Modul werden Gedanken aus Ideenfindungssessions oder diskutierte Lösungen aus einer Pro-Contra-Katalog-Session durch die Vergabe von Punkten bewertet. Lösungsvorschläge aus Ideenfindungssessions können zusätzlich mit Kommentaren, Skizzen oder Recherchematerial erklärt werden.

Analog zur theoretischen Methodenbeschreibung²⁹³ begrenzt das System automatisch die Anzahl der zu vergebenden Punkte und gewährleistet so, dass jeder Teilnehmer weniger Punkte verteilen kann, als Lösungen zur Auswahl stehen. Der Moderator kann diese Zahl auf Wunsch noch weiter senken.

Nachdem jedes Teammitglied seine Punkte verteilt hat, wird eine Rangliste erstellt und die Lösung mit den meisten Punkten²⁹⁴ kann in einer Session „Lösung“ ausgearbeitet und für die Umsetzung vorbereitet werden.

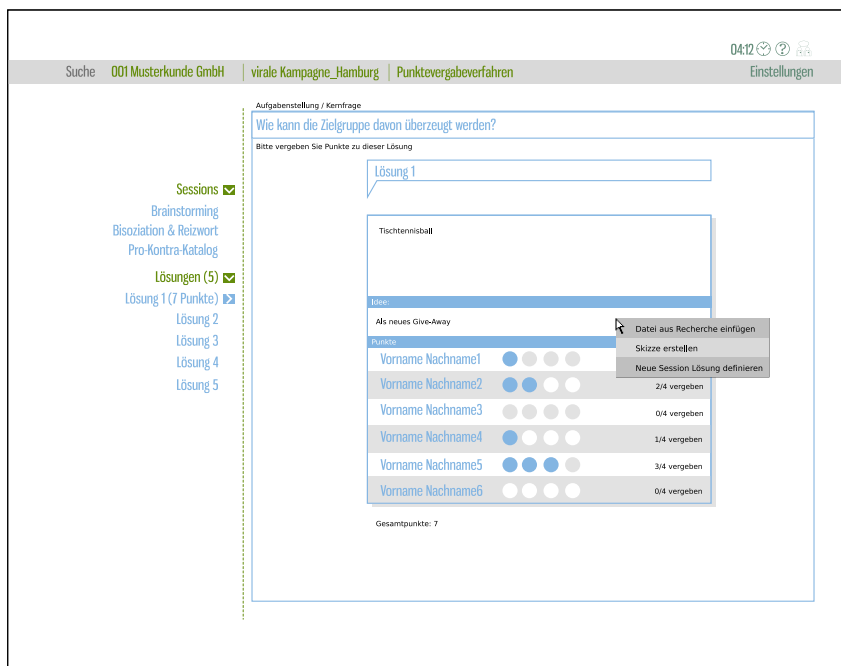


Abbildung 74: Session Punktvergabeverfahren – Schritt 2: Lösungen mit Punkten bewerten

²⁹³ vgl. 2.7.14. der vorliegenden Arbeit

²⁹⁴ Es muss nicht zwingend die Lösung mit den meisten Punkten in eine Session „Lösung definieren“ importiert werden. (Anm. d. A.)

5.4.5.4. Session Rangplatzvergabe

Die Funktionsweise der Session „Rangplatzvergabe“²⁹⁵ ist genauso aufgebaut wie eine Session „Punktevergabeverfahren“²⁹⁶. Anstelle von Punkten vergeben die Teilnehmer Ranglistenplätze an die jeweiligen Lösungen. Die Anzahl der Rangplätze ist in der Grundeinstellung gleich der Anzahl der möglichen Lösungen. Sie kann vom Moderator limitiert werden. Die Lösung mit dem besten Rangplatz²⁹⁷ sollte danach in der Session „Lösung“ ausführlicher bearbeitet werden.

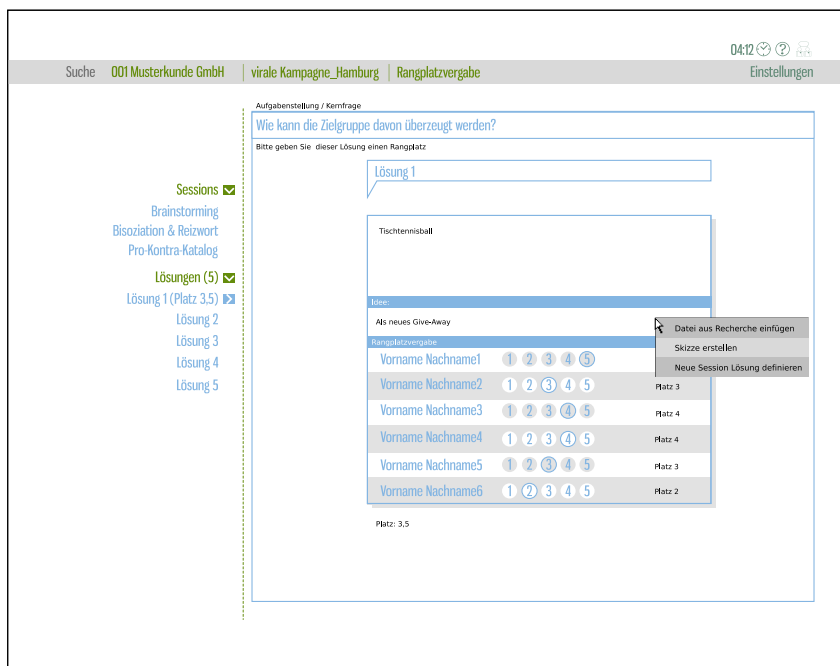


Abbildung 75: Session Rangplatzvergabe – Schritt 2: Lösungen mit Rangplätzen bewerten

²⁹⁵ Diese Session basiert auf den theoretischen Grundlagen aus 2.7.14. (Anm. d. A.)

²⁹⁶ vgl. 5.4.5.3. der vorliegenden Arbeit

²⁹⁷ Es muss nicht zwingend die Lösung mit dem besten Rangplatz in eine Session „Lösung“ importiert werden. (Anm. d. A.)

5.4.5.5. Session Checklistenbewertung

Die Session „Checklistenbewertung“ beginnt wie die Sessions „Punktevergabeverfahren“ und „Rangplatzvergabe“ mit der Auswahl von möglichen Lösungen aus vorherigen Ideenfindungssessions oder dem Import der Ergebnisse aus einer vorangegangenen Lösungssession. Über das Programmmenü kann der Moderator bereits angelegte Checklisten öffnen, diese editieren oder neu anlegen. Editierte oder neue Checklisten können gespeichert werden und stehen so auch bei anderen Checklistenbewertungen zur Verfügung.

Das Team bearbeitet alle Lösungen entsprechend der Liste. Lösungen, bei denen ein „Nein“ angeklickt wurde, erfüllen nach der theoretischen Methodenbeschreibung²⁹⁸ nicht die Mindestanforderungen und fallen somit weg. Die Software ermöglicht es jedoch, diese Lösungen in der aktuellen Session umzuformulieren oder sie in einer neuen Ideenfindungssession mit neuer Fragestellung, beispielsweise „Wie kann das Giveaway günstiger in der Herstellung werden?“, so zu bearbeiten, dass alle Mindestanforderungen erfüllt werden.

Die so entstandenen Ergebnisse können abschließend in der Session „Lösung definieren“ für das Projektmanagement aufbereitet werden.

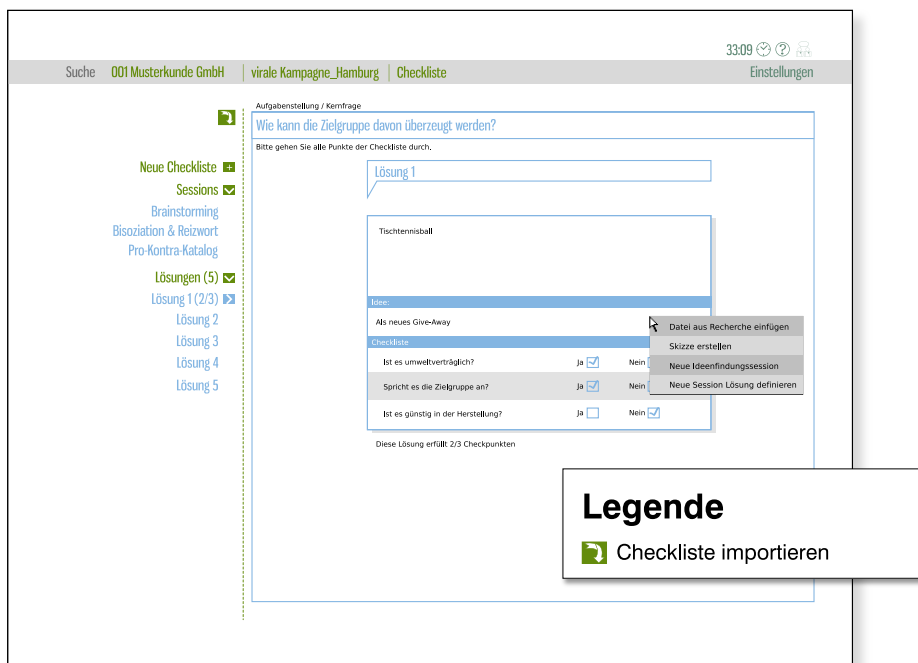


Abbildung 76: Session Checkliste – Schritt 2: Lösungen mit Checkliste bewerten

²⁹⁸ vgl. 2.7.14. der vorliegenden Arbeit

5.5. Weitere Produkthanforderungen

Im Folgenden werden weitere Funktionen der Softwareskizze beschrieben. Die Unterteilung in die einzelnen Punkte entspricht der Aufschlüsselung der Betrachtungskriterien²⁹⁹ für bereits vorhandene Softwarekonzepte³⁰⁰ aus Kapitel 4.

Allgemeine Kriterien

Die skizzierte Software soll möglichst mit allen Betriebssystemen kompatibel sein und keine eigene Laufzeitumgebung benötigen. Neben der Installation auf einem Rechner ist auch eine serverbasierte Lösung³⁰¹ notwendig, damit die im Arbeitsprozess wachsende Datenbank allen Benutzern zugänglich ist. Diese Datenbank wächst beständig, da alle importierten und benutzten Daten darin abgespeichert und archiviert werden.

Dennoch soll die Anwendung on- und offline nutzbar sein. Das bedeutet, projektbezogene Daten kann der Benutzer offline verfügbar machen und ebenso sollen offline entstandene Daten mit der Datenbank auf dem Server synchronisiert werden.

Import- und Exportformate

Die Anzahl der Importformate ist besonders für das Recherchetool wichtig und wurde im Abschnitt 5.4.3. behandelt. Neben den beschriebenen Dateiformaten soll es mindestens Importoptionen für die Daten der bekanntesten Programme aus der Umfrage³⁰² geben.

Die Exportformate sind wichtig um Schnittstellen zu anderen Systemen und Programmen zu schaffen. Dabei müssen zwei Bereiche abgedeckt sein: Kompatibilität mit einer großen Anzahl von Agentur- und Projektmanagementsoftware und systemunabhängige Präsentation von Zwischenständen und Ergebnissen.

Features

Ein Feature, welches den Benutzer stets begleitet ist die automatische Protokollierung. Dabei kann sich der Anwender neben Informationen zu Kunden und Projekten auch die Ergebnisse der Sessions als Bericht anzeigen lassen, auf dem Rechner abspeichern oder sie als PDF-Datei per E-Mail versenden. Neben der optischen Gestaltung werden auch die Inhalte durch den Benutzer festgelegt. Er bestimmt, welche Informationen in dem Protokoll, welches er speichern oder versenden möchte, enthalten sind. So kann er beispielsweise alles, was in einer Session notiert wurde sowie Informationen über Ort, Zeit und Teilnehmer ausblenden oder anzeigen lassen.

²⁹⁹ Durch diese Unterteilung werden inhaltliche und technische Neuerungen gegenüber bereits existierenden Softwarekonzepten herausgearbeitet. (Anm. d. A.)

³⁰⁰ vgl. 4.2. der vorliegenden Arbeit

³⁰¹ Auf einem Server sollen alle entstehenden Daten zentral gespeichert werden. Jeder Anwender hat Zugriff auf diese Datenbank. Dies ist besonders wichtig für die in 5.4.1. beschriebenen Suchfunktionen. Diese Lösung kann über den eigenen Server der Agentur laufen oder extern über einen Webserver. (Anm. d. A.)

³⁰² vgl. Abbildung 25: Bekanntheit ausgewählter Software der vorliegenden Arbeit

Entsprechend dem Phasen-Modell des Ideenmanagements nach *Blumenschein/Ehlers* schließt sich an die Phase der Ideen-Bewertung die Ideen-Realisierung³⁰³ an. Im Phasenverlauf eines Projektes nach *Huth/Pflaum* steht vor der Produktionsphase jedoch noch eine Präsentationsphase, die in diesem Modell zum Kundenauftrag führen soll³⁰⁴. Sechs der getesteten Kaufprogramme verfügen über einen Präsentationsmodus³⁰⁵. Die hier skizzierte Software soll ebenfalls über das Feature eines Präsentationsmoduls verfügen, welches nicht nur für Kunden- sondern auch für interne Präsentationen verwendet werden kann.

Der Benutzer kann alle Elemente in den zu einem Projekt angelegten Sessions in die Präsentation einfügen und animieren. Dieses Modul soll mindestens den gleichen Funktionsumfang wie die „marktbeherrschende Software Powerpoint“³⁰⁶ haben. Multimediale Inhalte, wie Videos oder Audiodateien, lassen sich einfach einfügen und auch große Mind Maps übersichtlich darstellen. Es stehen Vorlagen zur Verfügung, die an das Corporate Design der Agentur angepasst werden können. Die so entstehenden Präsentationen können in möglichst viele Dateiformate³⁰⁷ exportiert werden, dazu zählt unter anderem das HTML-Format. Das soll das Präsentieren der Ideen auch per Webbrowser über das Internet ermöglichen. Zusätzlich soll eine Pack & Go-Funktion³⁰⁸ die Präsentation plattformunabhängig machen. Die erstellte Datei kann an beliebige E-Mail-Empfänger versendet werden.

Für die Verwaltung von Adressen und Mitarbeitern beinhaltet die skizzierte Software einen Teameditor. Dort können alle Kontaktdaten mit Foto hinterlegt, bearbeitet oder gelöscht werden. Bei der Zusammenstellung eines Teams für ein Projekt oder eine Session greift das System auf diese Daten zu.

Durch diese Daten ist zudem das Controlling möglich, beispielsweise ließe sich eine Teamstatistik erstellen, die darstellt, wer an welchen und wie vielen Projekten beteiligt ist, welche Teamzusammenstellungen häufig sind und welche Methoden wie oft verwendet werden. Dieses Wissen kann ein Moderator in die Entscheidung über die Zusammenstellung eines Teams einfließen lassen³⁰⁹.

Ein weiteres Feature könnte ein kleines Zusatzprogramm³¹⁰ für den Browser sein. Elemente einer Webseite, wie Bilder, Texte und Videos, oder die ganze Seite an sich können über das Kontextmenü der rechten Maustaste direkt dem allgemeinen Ideenpool³¹¹ oder der Recherchesession eines bestimmten Projektes hinzugefügt und mit Schlagwörtern versehen werden.

³⁰³ vgl. 5.4. der vorliegenden Arbeit

³⁰⁴ vgl. 2.3. der vorliegenden Arbeit

³⁰⁵ vgl. 4.2.1. der vorliegenden Arbeit

³⁰⁶ Dinkler et al. 2007, 227

³⁰⁷ Dazu zählen Grafikformate wie JPG oder TIFF, diverse Videoformate wie Quicktime und AVI, PDF, sowie das Arbeitsdateiformat PPT von Powerpoint oder das Arbeitsdateiformat KEY von Apple Keynote. (Anm. d. A.)

³⁰⁸ vgl. 4.1.4. der vorliegenden Arbeit

³⁰⁹ vgl. 2.6. der vorliegenden Arbeit

³¹⁰ sog. Plug-in (Anm. d. A.)

³¹¹ vgl. 5.4.1. der vorliegenden Arbeit

Grafiken, Textformatierung und Vorlagen

In allen Modulen steht dem Benutzer ein großes Archiv an Grafiken und Bildern zur Gestaltung seiner Ideen zur Verfügung, welches durch eigene Dateien ergänzt werden kann. Ebenfalls können alle gängigen Schriftformatierungen sowie -farben angewendet werden und eine Rechtschreibprüfung wird bei allen Texteingaben durchgeführt. Diese Wörterbuchdatei kann durch die Benutzer erweitert werden. So individualisiert sich die Software durch den agentureigenen Sprachschatz und -stil.

Neben einer großen Auswahl an Vorlagen, kann der Benutzer in einem Vorlageneditor eigene, dem Corporate Design der Agentur entsprechende, Vorlagen für Protokolle erstellen. Hier kann der Anwender zudem die Abfragen, beispielsweise im Kundenbereich³¹², Brainstormingregeln³¹³, den Fragenkatalog der Osborn-Methode oder Erklärungen, zum Beispiel bei den Sessions „6-Hüte“ und „Walt-Disney-Methode“³¹⁴, an die Bedürfnisse der Agentur und seiner Mitarbeiter anpassen.

Mehrplatzfähigkeit und externe Technologien

Die skizzierte Software ist auf die Verwendung durch mindestens einen Benutzer ausgelegt, aber optimiert für das Arbeiten im Team.

Die Software soll auch die Zusammenarbeit virtueller Teams³¹⁵ unterstützen. Dies kann über ein Chatmodul gelöst werden, welches zudem die Übertragung von Video und Audio unterstützt.

Da bei der hier beschriebenen Softwareskizze nur der Moderator oder Protokollant Eingaben machen kann, könnten vernetzte Teilnehmer die Session und alle Aktionen auf der Arbeitsfläche zwar über das Internet verfolgen, aber nicht aktiv darauf einwirken. Sie würden ihre Ideen verbal oder schriftlich an den Moderator oder den Protokollanten weitergeben, der diese in die laufende Session einfügt.³¹⁶

Druckmöglichkeiten

Die Druckoptionen sollen neben dem Drucken des gesamten Arbeitsbereiches auch Mosaikdruck³¹⁷ und das Definieren eines Druckbereichs durch den Benutzer beinhalten.

³¹² vgl. 5.4.1. der vorliegenden Arbeit

³¹³ vgl. 5.4.4.1. der vorliegenden Arbeit

³¹⁴ Dies kann notwendig werden, wenn Erklärungen nicht eindeutig genug sind oder durch die Benutzer ergänzt werden möchten. (Anm. d. A.)

³¹⁵ vgl. 2.2. der vorliegenden Arbeit

³¹⁶ Textbeiträge könnten per Drag & Drop aus dem Chatfenster in das Dokument eingefügt werden. (Anm. d. A.)

³¹⁷ Mosaikdruck eignet sich besonders bei großen Mind Maps. Dadurch wird es möglich eine große Mind Map auf mehrere Blätter zu verteilen. (Anm. d. A.)

Suchfunktionen

Die Suchfunktion der Software erfüllt zwei Aufgaben. Sie soll helfen gezielt Kunden, Projekte, Sessions oder Dateien zu finden und als Impulsgeber funktionieren. Dafür werden klassische und semantische Suchvorgänge in der Softwareskizze vereint. Die *Kundensuche* orientiert sich klassisch an vergebenen Namen und Dateibezeichnungen. Die *Projektsuche* stellt eine Mischung aus beiden Suchvorgängen dar. Die Suche orientiert sich nicht nur an durch den Benutzer vergebenen Betitelungen der Projekte, sondern kann auch Beziehungen oder Ähnlichkeiten zwischen den Projektinhalten darstellen. Auf diese Weise können frühere Herangehensweisen oder nicht weiterentwickelte Ideen in ein neues Projekt einfließen.

Die *Ideensuche* basiert auf dem semantischen Prinzip, welches bereits im Abschnitt 5.4.1. beschrieben wurde.

Ein solcher Umfang an Suchfunktionen findet sich in keiner der getesteten Software und ist somit eine Neuerung, die diese Softwareskizze von bereits vorhandener Software abhebt.

Vernetzung

Die Vernetzung von Dokumenten erfolgt vor allem über das Recherchetool³¹⁸. Verlinkungen zu anderen Sessions, Projekten, Internet- und E-Mail-Adressen, lokalen Daten und Daten auf dem Server können in ein Dokument eingefügt werden. Zudem kann der Benutzer zwischen verschiedenen Darstellungsarten dieser Verknüpfung wählen. Bei der einfachen Verknüpfung wird der Datei-Name angezeigt. Eine Verknüpfung als Textlink liegt unter einem beschreibenden Text oder der Link wird mit einer kleinen Dateivorschau, beispielsweise der ersten Seite eines Dokumentes oder der Startseite einer Internetadresse dargestellt.

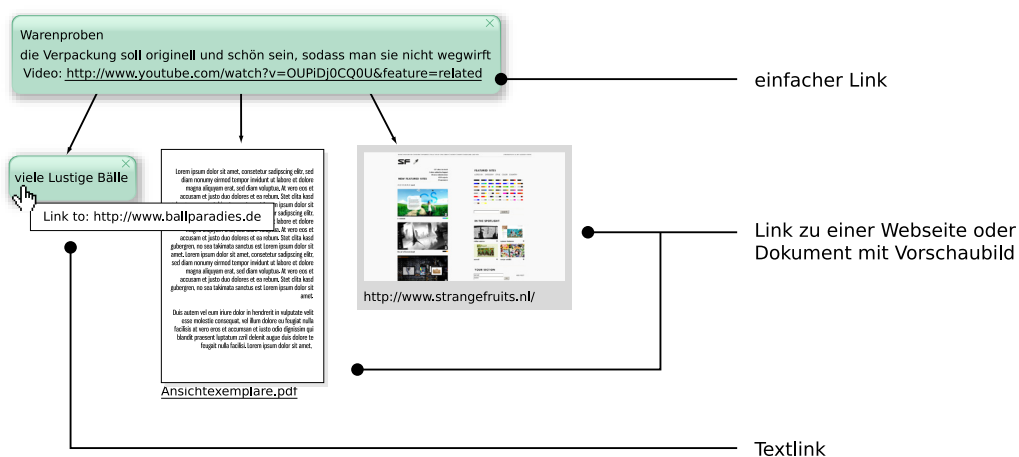


Abbildung 77: Darstellung von Verlinkungen

³¹⁸ vgl. 5.4.3. der vorliegenden Arbeit

Navigation und Ansichten

Die Optionen zur Navigation und Ansicht sind auf die Module abgestimmt. So bietet die Session „Mind Mapping und Clustering“ dem Benutzer viele Möglichkeiten sich auf der Arbeitsfläche zu orientieren während beispielsweise eine Session „Osborn-Methode“³¹⁹ schon durch ihren einfachen Aufbau übersichtlich ist.

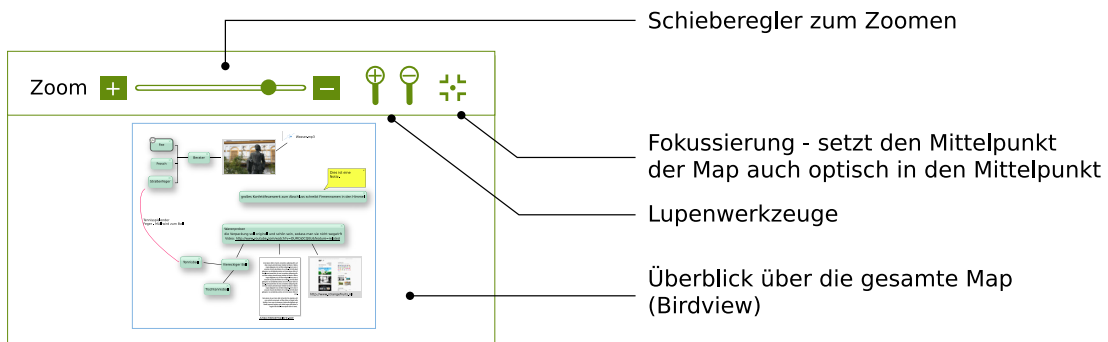


Abbildung 78: Zoomwerkzeuge und Birdview einer Session Mind Mapping und Clustering

Benutzeroberfläche

Neben der einfachen Zusammenarbeit mit anderen Programmen ist eine ansprechend gestaltete Benutzeroberfläche für die Umfrageteilnehmer³²⁰ ein wichtiger Bestandteil einer Software.

Die Zielgruppe der Software sind Mitarbeiter kleiner und mittlerer Werbe- und Kommunikationsagenturen.³²¹ Durch die tägliche Beschäftigung mit Form und Wirkung kann neben einem hohen Anspruch an die Funktionalität auch von einem hohen ästhetischen Anspruch ausgegangen werden. Die Benutzeroberfläche soll daher modern und aufgeräumt, aber nicht steril wirken. Zusätzlich soll der Benutzer aus verschiedenen Designs für die Benutzeroberfläche wählen können.

Insgesamt soll die Bedienung sehr intuitiv und selbst erklärend sein, denn die Umfrage zeigte auch, dass schwierig zu bedienende oder kompliziert erscheinende Software nicht benutzt wird.³²²

Unterstützte Ideenfindungsmethoden

Die beschriebene Softwareskizze deckt neben neun unterschiedlichen Ideenfindungsmethoden auch Methoden der Recherche und der Ideenbewertung ab.

³¹⁹ vgl. 5.4.4.2. und 5.4.4.7. der vorliegenden Arbeit

³²⁰ vgl. Abbildung 28: Wichtige Funktionen für eine Ideenfindungssoftware der vorliegenden Arbeit

³²¹ vgl. 3.3. der vorliegenden Arbeit

³²² vgl. Abbildung 27: Gründe für die Nichtbenutzung von spezieller Software der vorliegenden Arbeit

5.6. Kostenrahmen

Zu Beginn des fünften Kapitels wurde die vorliegende Arbeit im Prozessmodell der Softwareentwicklung nach *Lang* dem Teilprozess der Konzeption zugeordnet³²³.

Ziel dieser Arbeit war die Erstellung einer Softwareskizze. Dazu wurde mit der Erstellung eines Lastenheftes nach *Schienmann*³²⁴ begonnen. Die Entwicklungskosten lassen sich allerdings erst nach der Komplettierung des Lastenheftes aussagekräftig abschätzen. In die Entwicklungskosten fließen zudem Kosten für eine juristische Prüfung der Softwareskizze ein. Die Prüfung soll absichern, dass die konzipierten Funktionen keine Rechte Dritter verletzen. Dies ist besonders bei der Verwendung von Daten aus dem Internet wichtig.

Die Gesamtkosten setzen sich nach *Lang* vor allem aus den Entwicklungs- und Vertriebskosten zusammen³²⁵, die sich in der aktuellen Phase der Softwareentwicklung ebenso noch nicht abschätzen lassen.

Die folgenden Abschnitte sollen demnach nur als Impuls für eine mögliche Erstellung des Kostenrahmens zu einem späteren Zeitpunkt erachtet werden.

Die Umfrage zeigte, dass eine große Skepsis vor Softwareverwendung bei der Ideenfindung besteht. Viele Umfrageteilnehmer gaben an, dass sie die angebotenen Produkte nicht für nützlich halten oder als zu kompliziert in der Anwendung empfinden³²⁶. Aus diesem Grund kann alternativ zur Entwicklung einer Kaufsoftware über die Weiterentwicklung der vorliegenden Softwareskizze als freie oder als so genannte Open Source-Software³²⁷ nachgedacht werden.

*„Freie Software entsteht [...] nicht auf Anweisung eines Vorgesetzten oder Auftraggebers. Sie ist vielmehr eine eigenmotivierte Tätigkeit, angetrieben von dem Wunsch, ein auf der Hand liegendes Problem bei der Arbeit oder Forschung zu lösen.“*³²⁸

Dieser Gedanke liegt nah, wenn die Software ein Studienobjekt bleibt.

Unabhängig davon, ob die entstehende Software frei, Open Source- oder Kaufsoftware ist, könnten zusätzliche Dienstleistungen als Einnahmequellen in Betracht gezogen werden.

³²³ vgl. 5. der vorliegenden Arbeit

³²⁴ vgl. Tabelle 8: Gliederung eines Lastenheftes nach Schienmann und davon abgeleitete Gliederung für die vorliegende Arbeit der vorliegenden Arbeit

³²⁵ vgl. Lang 2004, 232

³²⁶ vgl. Abbildung 27: Gründe für die Nichtbenutzung von spezieller Software der vorliegenden Arbeit

³²⁷ „Free Software und das jüngere Konzept der Open Source-Software unterscheiden sich dadurch von den [vorher im Text (Anm. d. A.)] genannten drei Kategorien, dass sie das Copyright/Urheberrecht der Autoren in Anspruch nehmen und zugleich in ihren Lizenzen spezifische Nutzungsfreiheiten festschreiben. Die Details variieren, doch die drei zentralen Punkte, die von den verschiedenen Lizenzen geregelt werden, betreffen die Beifügung des Quellcodes zum Binärcode der Software, das Recht, Kopien anzufertigen und weiterzugeben sowie das Recht, die ursprüngliche Software zu modifizieren und die abgeleitete Software zu verbreiten.“ (Grassmuck 2004, 279)

³²⁸ Grassmuck 2004, 236

Eine solche Dienstleistung könnte beispielsweise die Vermietung von Servern sein³²⁹. Wenn eine Agentur nicht über das in Abschnitt 5.3. beschriebene technische Umfeld verfügt, würde ihr so der Einsatz der hier beschriebenen Software ermöglicht werden. Eine weitere Dienstleistung, beziehungsweise ein zusätzliches Modul, könnte die inhaltliche Umsetzung und Gestaltung der Brain-Tools von Mario Pricken³³⁰ sein. Gegen eine Gebühr könnte der Anwender dieses Modul zusätzlich in die Software integrieren. Dies würde der Zustimmung der Rechteinhaber und einem wirtschaftlichen Lizenzabkommen bedürfen.

Wie in Abschnitt 5.4.3. bereits angedeutet wurde, könnte das Recherchemodul durch die Anbindung an eine externe Bilddatenbank erweitert werden. Auch eine Anbindung an das Bestellsystem der Onlinebilddatenbank ist denkbar.

So wäre dieser Dienstleister sehr nah an seiner Zielgruppe. Eine solche Nähe könnte über Provisionen³³¹ oder Anbindungsgebühren³³² finanziell entlohnt werden. Auch für diese Dienstleistung müssten vorher Rechte, Lizenzen und Vergütungsmodelle ausgehandelt werden.

Neben kostenpflichtigen Bilderdatenbanken könnten Kooperationen mit Betreibern freier Bildarchive und Internet-Gemeinschaften³³³ den Medienpool der Software erweitern. Unter Umständen könnte eine solche Verbindung das freie Bildarchiv aufwerten. Neben der Steigerung des Bekanntheitsgrades bei den kleinen und mittleren Agenturen könnten diese Archive auch für die aktiven Nutzer interessanter werden, die auf eine kommerzielle Veröffentlichung ihrer Werke hoffen.

³²⁹ „Unter ASP [Application Service Provider = „Anwendungsdienstleister“ (Anm. d. A.)] versteht man, dass sich Software nicht mehr auf einem lokalen Rechner befindet, sondern dass diese über ein Netzwerk zur Verfügung gestellt wird. Dieses Netzwerk kann zum Beispiel ein firmeninternes Intranet oder auch das Internet sein. Daten werden nicht mehr lokal gespeichert, sondern zentral auf einem Server abgelegt. Neben der Bereitstellung der Applikationen, oder auch der Hardware, übernimmt der Dienstleister (Application Service Provider) die Pflege, Wartung und die Bereitstellung der Soft- und Hardware. Dieses System macht allerdings erst dann Sinn, wenn es kostengünstiger ist, die Anwendung von einem Dienstleister über das Internet oder eine Standleitung zu beziehen, als die Software [und Hardware (Anm. d. A.)] selbst zu erwerben und zu betreiben.“ (Goldbeck 2007, 8)

³³⁰ vgl. 2.7.13. der vorliegenden Arbeit

³³¹ Der Betreiber der Onlinebilddatenbank stellt für die Anwender der Software kostenlos seinen Bilderpool für die Ideenfindung zur Verfügung. Kauft ein Anwender ein Bild, das er auch schon bei der Ideenfindung benutzt hatte, so erhält der Vertreter der Software eine Provision. Für den Anwender entstehen keine Zusatzkosten.

³³² Für die Anbindung der Onlinebilddatenbank an die Software fällt eine Gebühr an. Dies könnte eine einmalige oder regelmäßige Gebühr sein.

³³³ In freien Bildarchiven stellen dort registrierte Personen eigene hochauflösende Bilder für andere registrierte Nutzer zum Herunterladen zur Verfügung. Welchen Nutzungsrechten diese Bilder unterliegen, bestimmt jedes Archiv für sich. Oft ist die kommerzielle Nutzung von Bildern aus diesen Quellen billiger als die professioneller Bilder von Bildagenturen.

6. Fazit

Das Ziel der vorliegenden Arbeit war das Erstellen einer Softwareskizze, die den Ansprüchen und den Bedürfnissen der Kreativteams von kleinen und mittleren Kommunikationsagenturen in Deutschland gerecht wird und dabei eine möglichst breite Palette an Ideenfindungsmethoden abdeckt. Ein zusätzlicher Aspekt sollte die Förderung von strukturierter Teamarbeit sein.

Dafür wurden wissenschaftliche Grundlagen zum theoretischen Ablauf von Teamarbeit, zur Durchführung verschiedener Methoden und zum Einsatz technischer Hilfsmittel erarbeitet. Diese Grundlagen waren zudem richtunggebend für die Befragung, deren Ziel es war, Erkenntnisse über die tatsächlichen Arbeitsabläufe von Kreativteams zu gewinnen und diese in die Erstellung der Softwareskizze einfließen zu lassen.

Die Auswertung der Befragung führte zu teils überraschenden Ergebnissen, wie beispielsweise der unerwartet kleinen Anzahl an Teams, die Treffen moderiert abhalten oder Methoden bei der Ideenfindung benutzen. Außerdem zeigte sich, dass der Computer zwar zu den beliebtesten technischen Hilfsmitteln bei der Kreativarbeit zählt, spezielle Software, welche die Ideenfindung unterstützen soll, hingegen nicht. Die Begründung dafür lässt sich zum einen aus den Ergebnissen der Umfrage ableiten: Programme dieser Art sind weitgehend unbekannt oder deren Nutzen wird angezweifelt. Zum anderen könnte darin auch eine gewisse Unprofessionalität beziehungsweise Faulheit in der Gestaltung der täglichen Arbeit oder sogar eine Aversion von Kreativen gegenüber strukturierter Arbeitsweisen gesehen werden. Dieser Aspekt sollte bei der weiteren Entwicklung und ebenfalls bei einer eventuellen Vermarktung berücksichtigt werden.

Trotz der weitgehenden Unbekanntheit von Programmen dieser Art, gaben die Befragten Auskunft darüber, was sie grundsätzlich von einer Ideenfindungssoftware erwarten.

Unter Berücksichtigung dieser Erwartungen, der theoretischen Grundlagen und allgemeiner technischer Anforderungen wurden anschließend Programme untersucht, die teilweise explizit für die kreative Arbeit konzipiert wurden. Dabei stellte sich heraus, dass diese nur unzureichend auf den Ideenfindungsprozess kleiner und mittlerer Kommunikationsagenturen abgestimmt und für wenige Methoden einsetzbar sind. Dieses Ergebnis resultiert hauptsächlich aus den beschränkten oder umständlichen Gestaltungsmöglichkeiten für die festgehaltenen Ideen, da durch komplizierte Handhabung der kreative Fluss behindert wird und strukturiertes Arbeiten so kaum möglich ist.

Die theoretischen Grundlagen, die Befragungsergebnisse sowie die Erfahrungen aus der Softwareuntersuchung bildeten zusammen die Grundlage für die inhaltliche Gestaltung der Softwareskizze.

Das Konzept unterscheidet sich nicht nur durch die Umsetzung zahlreicher Ideenfindungsmethoden deutlich von den getesteten Programmen. Es begleitet durch Planungs-, Recherche-, Ideenbewertungs-, Dokumentations- und Archivierungsfunktionen den gesamten Kreativprozess und ist als kreatives Wissensmanagementtool einzigartig. Dabei ist die Software kein starres Konstrukt, sondern wächst mit jedem neuen Projekt und wird durch den Arbeitsstil der Agentur geprägt. Der teilweise anleitende Charakter der Software unterstützt bei der Teamarbeit, die Entwicklung eines produktiven Arbeitsverhältnisses untereinander muss jedoch nach wie vor in der Realität stattfinden. Die eingangs beschriebene Zielstellung ist somit erreicht.

Die vorliegende Arbeit kann auf dem Weg zur Umsetzung einer solchen Software aber nur als erster Schritt von vielen betrachtet werden. In weiteren Untersuchungen muss nicht nur herausgefunden werden, wie die Software technisch und rechtlich umsetzbar ist, sondern ob sie auch den Ansprüchen der Agenturen an die funktionale und optische Gestaltung genügt. Erst nach diesen Schritten kann das Lastenheft vervollständigt und daraus das Pflichtenheft formuliert werden, welches wiederum das Formulieren von Vermarktungskonzepten ermöglicht.

Dieser Weg kann lohnend sein, denn durch den Umfang und die Alleinstellung einer solchen Software, ist davon auszugehen, dass ein Markterfolg möglich ist. Insbesondere wenn mit steigender Technisierung der Agenturen Softwarekonzepte gefragt sein werden, die über einen digitalen FlipChart hinaus gehen.

Quellen

Bücher

Scheitlin, Victor: Kreativität. Das Handbuch für die Praxis. Orell Füssli Verlag, Zürich 1993

Noack, Karsten: Kreativitätstechniken. Schöpferisches Potenzial entwickeln und nutzen. 1. Aufl., Cornelsen Verlag Scriptor GmbH & Co KG, Berlin 2005

Schlicksupp, Helmut: Kreativ-Workshop. Ideenkonferenzen planen und veranstalten. 1. Aufl., Vogel Verlag und Druck KG, Würzburg 1993

Pricken, Mario: Visuelle Kreativität. 1. Aufl., Verlag Hermann Schmidt, Mainz 2003

Pricken, Mario: Kribbeln im Kopf. Kreativitätstechniken und Brain-Tools für Werbung und Design. 1. Aufl., Verlag Hermann Schmidt, Mainz 2004

Bausch, Thomas: Stichprobenverfahren in der Marktforschung. Verlag Franz Vahlen, München 1990

Küchenhoff, Helmut/Knieper, Thomas/Eichhorn, Wolfgang/Mathes, Harald/Watzka, Kurt: Statistik für Kommunikationswissenschaftler. 2. überarb. Auflage, UVK Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz 2006

de Bono, Edward: Der kluge Kopf. Trainieren Sie Ihren Verstand und werden Sie ein faszinierender Gesprächspartner. mvgVerlag im verlag moderne industrie, Frankfurt am Main 2004

Walter, Simon: Die Rolle der Werbeagentur im Markenführungsprozess. Hrsg.: Günter Schweiger, DUV Deutscher Universitätsverlag, Gabler Edition Wissenschaft, Wiesbaden 2007

Huth, Rupert/Pflaum, Dieter: Einführung in die Werbelehre. Kohlhammer, Stuttgart 1980

Schierl, Thomas: Der Werbeprozess aus organisationsorientierter Perspektive. In Willems, Herbert (Hrsg.): Die Gesellschaft der Werbung. Kontexte und Texte. Produktionen und Rezeptionen. 1. Aufl., Westdeutscher Verlag GmbH, Wiesbaden 2002

Lang, Carsten: Organisation der Software-Entwicklung. Probleme, Konzepte, Lösungen. 1. Aufl., Dissertation Universität Köln 2003, DUV Deutscher Universitätsverlag, Gabler Edition Wissenschaft, Wiesbaden 2004

Schienmann, Bruno: Kontinuierliches Anforderungsmanagement. Prozesse - Techniken - Werkzeuge. 1. Aufl., Addison-Wesley, München 2001

Pepels, Werner: Produktmanagement. Produktinnovation, Markenpolitik, Programmplanung, Prozessorganisation. 5. überarb. Aufl., Oldenbourg Wissenschaftsverlag, München 2006

Pepels, Werner: Marketing: Lehr- und Handbuch. 4., völlig überarb. und erw. Aufl., Oldenbourg Wissenschaftsverlag, München 2004

Feyhl, Achim W.: Management und Controlling von Softwareprojekten. Software wirtschaftlich auswählen, entwickeln, einsetzen und nutzen. 2. überarb. u. erw. Aufl., Gabler, Wiesbaden 2004

Aumayr, Klaus J.: Erfolgreiches Produktmanagement. Tool-Box für das professionelle Produktmanagement und Produktmarketing. 1. Aufl., Gabler, Wiesbaden 2006

Hartleben, Ralph Erik: Werbekonzeption und Briefing. Ein Praktischer Leitfaden zum Erstellen zielgruppenspezifischer Werbe- und Kommunikationskonzepte. 2. Aufl., Publicis Corporate Publishing, Erlangen 2004

Dinkler, T., Thielsch, M. T., Förster, N. & Meuter, A.: Content-Management für Präsentationen. In T. Gross (Hrsg.). Mensch & Computer 2007. 7. Konferenz für interaktive und kooperative Medien. Interaktion im Plural. Oldenbourg, München 2007

Grassmuck, Volker: Freie Software. Zwischen Privat- und Gemeineigentum. 2., korrigierte Aufl., Bundeszentrale für politische Bildung (bpb), Bonn 2004

Goldbeck, Paul: Application Service Providing (ASP) als Alternative zu eigenen IT-Lösungen für KMU. Studienarbeit. Fachbereich Wirtschaft - Unternehmensführung, Management, Organisation, Hamburger Fern-Hochschule, Grin Verlag, München/Ravensburg 2007

Herrmann, Ned: The Whole Brain Business Book. Unlocking The Power Of Whole Brain Thinking In Organizations And Individuals. McGraw-Hill Professional, New York 1996

Gaiser, Brigitte/Linxweiler, Richard/Brucker Vincent (Hrsg.): Praxisorientierte Markenführung. Neue Strategien, innovative Instrumente und aktuelle Fallstudien. 1. Aufl., Gabler Verlag, Wiesbaden 2005

Litke, Hans-Dieter: Projektmanagement. Methoden, Techniken, Verhaltensweisen. Evolutionäres Projektmanagement. 5., erweiterte Aufl., Hanser, München 2007

Hochschulschriften

Bartsch, Andrea Maria: Marktüberblick und Bewertung von Software für das Projektcontrolling. SS 2002, Diplomarbeit an der Fachhochschule Würzburg - Schweinfurt
http://www.projektcontroller.de/material/material/Software_PC.pdf, 17.04.2008

Sonstige Schriften

Richtlinie für Online-Befragungen, herausgegeben vom ADM Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute e. V., ASI Arbeitsgemeinschaft Sozialwissenschaftlicher Institute e. V., BVM Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforscher e. V. und von der DGOF Deutsche Gesellschaft für Online-Forschung e. V., überarbeitet im August 2007
http://www.bvm.org/user/Richtlinien/2008_01_28_Online_Befragung.pdf, 30.01.2008

von der Heyde, Christian: Stichproben in der Markt- und Sozialforschung. Folienpräsentation, BVM Regionalgruppe Köln-Bonn 18.11.2004

http://www.bvm.org/user/redaktion/icons/181104_Praesentation.pdf?PHPSESSID=f739773895f9ee615395467905dc199c, 30.01.2008

von Brauchitsch, Beatrice: Das Ganzhirn-Konzept von Ned Herrmann - Neue Wege für interdisziplinäre Teams. Sektion Personalentwicklung und Führung, September 2006; Vortrag BuFaTa/TK 2006

http://www.technischesgesundheitswesen.de/uploads/media/LV_von_Brauchitsch_Internet.pdf, 11.02.2008

Lenk, Thomas/Zelewski, Stephan (Hrsg.): ECOVIN. Enhancing Competitiveness in Small and Medium Enterprises via Innovation. Handbuch zum Innovationsmanagement in kleinen und mittleren Unternehmen. Mai 2000

http://www.pim.uni-due.de/fileadmin/Publikationen/Handbuch_Innovationsmanagement.pdf, 02.04.2008

Friedrichsen, Mike/Konerding, Jens: Abschlussbericht zur Studie „Integrierte Kommunikation“.

http://www.gwa.de/fileadmin/download/Kommbranche/Studie_IK.pdf, 17.04.2008

Wagner, Karl Heinz: Darstellung von Wissen. Begleitmaterial zur Vorlesung „Computerlinguistik - Semantik und Wissensrepräsentation“, SS 2008, Sprach- und Literaturwissenschaften (FB 10), Universität Bremen

<http://www.fb10.uni-bremen.de/khwagner/wissen/pdf/wissen.pdf>, 25.04.2008

Zeitschriften

Blumenschein, Annette/Ehlers, Ingrid Ute: Ideen-Management. Wege zur strukturierten Kreativität. Gerling Akademie Verlag, München 2002 zusammengefasst in business bestseller Nr. 169, Hrsg.: Alexander Kronic. Mitherausgeber: F.A.Z.-Institut für Management-, Markt- und Medieninformationen GmbH, business bestseller VerlagsgmbH, Innsbruck 2002

Sichau, Ingeborg: Optimismus dominiert. Herrmann Consulting untersucht inhabergeführte Agenturen. Gute Umsatzentwicklung, geringe Zukunftsvorsorge. In: Horizont, 36/2007, Deutscher Fachverlag GmbH, Frankfurt a.M., 23

Dirsch-Weigand, Andrea/Schmidt, Ingrid: Editorial. Ontologien, Semantische Netze, Wissensnetze. In: Information Wissenschaft und Praxis. Themenheft „Semantische Wissensstrukturen – Praxis und Perspektiven. 57. Jahrgang, Nr. 6-7 – September/Oktober 2006, Hrsg.: Deutsche Gesellschaft für Informationswissenschaft und Informationspraxis e.V., 297

Kramer, André: Kreative Ordnung. Mind Mapping-Programme feuern den Geist an. In: c't. Magazin für Computertechnik. 17/2007, Hrsg.: Christian Heise, Ansgar Heise, Christian Persson, Heise Zeitschriften Verlag GmbH & Co.KG, Hannover, 124

Elektronische Quellen

Digital Moderation. Meetings aktiv erleben. Demo-CD. Version 1.11.1, ©2007 Fraunhofer IGD

Digital Moderation. Meetings aktiv erleben. Demo-CD. Digital Moderation Handbuch.pdf, Version 04-10-2007, Version 1.11.1, ©2007 Fraunhofer IGD

Vaske, Hermann: Die Invasion der Ideen. Auf einer anregenden Entdeckungsreise. Dokumentarfilm, Spielzeit 99 Min., Deutschland 2005, ARTE/ZDF, Erstausstrahlung: Freitag, 16. Juni 2006, 22.15 Uhr, ZDF Dokukanal

Internetquellen

Adobe - Adobe Reader

<http://www.adobe.com/de/products/reader/>, 10.02.2009

Alles Gelingt – Lernen - Universität - Weiterbildung - Karriere

<http://www.allesgelingt.de/kreativitaet/brainwriting/brainwriting.php>, 28.11.2007

Alles K – Kreativität und Kommunikation im Team

<http://www.alles-k.de/doc/Krea-59.htm>, 16.01.2008

Amazon – Moderatorenkoffer

http://www.amazon.de/k-A-Moderationskoffer-Mobile-Case/dp/B00111L1UU/ref=pd_sbs_?ie=UTF8&qid=1209136580&sr=8-1, 25.04.2008

Björn Klippstein

<http://bjoern.klippstein.com/wissen/kreativ/481.htm>, 13.12.2007

CRION

<http://www.crion.ethz.ch/>, 05.08.2008

Fachhochschule Vorarlberg

http://www.staff.fh-vorarlberg.ac.at/hs/Konstruktionsmethodik/Kap_04/Ideenfin.htm, 18.01.2008

FOCUS medialine – Lexikon Werbeplanung – Mediaplanung – Marktforschung – Kommunikationsforschung – Mediaforschung

Werbeagentur

[http://www.medialine.de/hps/client/medialn/tfext/call_mdln/WCKjs1He4RFKfWaafTF8r17K0b@R\\$Z46BKmGldua4B1BiK/medialn_article_wissen/wissen/medialexikon/HXCORE_NAV_5000039.hbs?snr=5962](http://www.medialine.de/hps/client/medialn/tfext/call_mdln/WCKjs1He4RFKfWaafTF8r17K0b@R$Z46BKmGldua4B1BiK/medialn_article_wissen/wissen/medialexikon/HXCORE_NAV_5000039.hbs?snr=5962), 09.04.2008

Kreativ-Abteilung (Creative-Service)

[http://www.medialine.de/hps/client/medialn/tfext/call_mdln/WCKjs1He4RFKfWaafTF8r17K0b@R\\$Z46BKmGldua4B1BiK/medialn_article_wissen/wissen/medialexikon/HXCORE_NAV_5000039.hbs?snr=3188](http://www.medialine.de/hps/client/medialn/tfext/call_mdln/WCKjs1He4RFKfWaafTF8r17K0b@R$Z46BKmGldua4B1BiK/medialn_article_wissen/wissen/medialexikon/HXCORE_NAV_5000039.hbs?snr=3188), 16.04.2008

Full-Service-Agentur (Full-Service-Werbeagentur)

[http://www.medialine.de/hps/client/medialn/tfext/call_mdln/WCKjs1He4RFKfWaafTF8r17K0b@R\\$Z46BKmGldua4B1BiK/medialn_article_wissen/wissen/medialexikon/HXCORE_NAV_5000039.hbs?snr=2050](http://www.medialine.de/hps/client/medialn/tfext/call_mdln/WCKjs1He4RFKfWaafTF8r17K0b@R$Z46BKmGldua4B1BiK/medialn_article_wissen/wissen/medialexikon/HXCORE_NAV_5000039.hbs?snr=2050), 16.04.2008

Geschka & Partner

http://www.geschka.de/fileadmin/download/Mosel_-_Informationen-HP.pdf, 29.05.2008

Graue Zelle – Anders Björk, Ideenjäger

http://www.grauezelle.de/gz_brain.html, 28.11.2007

gwa – Gesamtverband Kommunikationsagenturen

Briefing

<http://www.gwa.de/Briefing.1645.0.html>, 10.01.2008

Werbeagentur

<http://www.gwa.de/Werbeagentur.1737.0.html>, 30.01.2008

Hannes Treichl

http://www.hannestreichl.com/index.php/osborn_checkliste/2/, 13.12.2007

Halem Verlag

<http://halemverlag.lookingintomedia.com/info/autorenlisten/3931606678.php?XTCsid=3f45ce75dd3733f21375e96e332e11b9>, 12.02.2009

IMDb

<http://www.imdb.com/name/nm0000464/>, 19.12.2008

INI-GraphicsNet – Seminar: Programmieren unter MS Windows

<http://www.ini-sc.net/mswin/awfcsem/kap14.htm#OLE>, 18.04.2008

IT Wissen – Das große Online-Lexikon für Informationstechnologie

Beamer

<http://www.itwissen.info/definition/lexikon/Projektor-projector.html>, 10.02.2009

OLE

<http://www.itwissen.info/definition/lexikon/object-linking-and-embedding-OLE.html>, 18.04.2008

VOIP

<http://www.itwissen.info/definition/lexikon/voice-over-IP-VoIP.html>, 18.04.2008

PDF

<http://www.itwissen.info/definition/lexikon/portable-document-format-PDF-PDF-Dateiformat.html>, 03.08.2008

Plug-in

<http://www.itwissen.info/definition/lexikon/Plug-In-plug-in.html>, 10.02.2009

ICQ

<http://www.itwissen.info/definition/lexikon/i-see-you-ICQ.html>, 10.02.2009

Skype

<http://www.itwissen.info/definition/lexikon/Skype-skype.html>, 10.02.2009

HTML

<http://www.itwissen.info/definition/lexikon/hypertext-markup-language-HTML.html>, 03.08.2008

Browser

<http://www.itwissen.info/definition/lexikon/Browser-browser.html>, 03.08.2008

Drag & Drop

<http://www.itwissen.info/definition/lexikon/Drag-und-Drop-drag-and-drop.html>, 28.01.2009

Streaming-Media

<http://www.itwissen.info/definition/lexikon/Streaming-Media-streaming-media.html>, 28.01.2009

RSS

<http://www.itwissen.info/definition/lexikon/RSS-Feed-RSS-really-simple-syndication.html>, 19.02.2009

XML

<http://www.itwissen.info/definition/lexikon/extended-markup-language-XML.html>, 30.03.2009

RTF

<http://www.itwissen.info/definition/lexikon/rich-text-format-RTF-RTF-Dateiformat.html>, 30.03.2009

Pixelgrafikformate

<http://www.itwissen.info/definition/lexikon/Pixelgrafik-pixel-graphics.html>, 30.03.2009

EPS

<http://www.itwissen.info/definition/lexikon/encapsulated-postscript-file-EPS-EPS-Dateiformat.html>, 30.03.2009

Mario Pricken

<http://www.mariopricken.com/de/team/mario-pricken.cfm>, 18.01.2007

Microsoft

Office 2008

<http://office.microsoft.com/de-de/suites/HA101679411031.aspx>, 25.04.2008

Windows XP SP2

<http://www.microsoft.com/germany/athome/security/update/sp2.msp>, 10.02.2009

Mindmap – die Schweizer Mind Mapping Seite

<http://www.mindmap.ch/software.htm>, 20.10.2007

Rhetorik.ch – Knill & Knill Kommunikationsberatung

<http://www.rhetorik.ch/Killer/Killer.html>, 17.04.2008

Softguide – Agentursoftware

<http://www.softguide.de/software/werbeagenturen.htm>, 17.04.2008

Verlag Hermann Schmidt Mainz

http://www.typografie.de/Unsere-Buecher/Kreativitaet/Mario-Pricken_Christine-Klell/Kribbeln-im-Kopf:90.html, 19.12.2008

Visual Thesaurus

<http://www.visualthesaurus.com/howitworks/>, 04.06.2008

Werkzeugkasten Interaktiv – traintool consult GmbH

<http://www.werkzeugkasten-interaktiv.de/Team.doc>, 11.01.2008

Wikipedia

Brainwriting Pool

http://de.wikipedia.org/wiki/Brainwriting_Pool, 28.11.2007

Morphologische Analyse

http://de.wikipedia.org/wiki/Morphologische_Analyse_%28Kreativit%C3%A4tstechnik%29, 10.12.2007

Denkhüte von de Bono

http://de.wikipedia.org/wiki/Denk%C3%BCte_von_De_Bono, 12.12.2007

Osborn-Checkliste

<http://de.wikipedia.org/wiki/Osborn-Checkliste>, 13.12.2007

Arbeitsanalyse

<http://de.wikipedia.org/wiki/Arbeitsanalyse>, 16.01.2008

Arten von Werbeagenturen

http://de.wikipedia.org/wiki/Werbeagentur#Arten_von_Werbeagenturen, 09.04.2008

Xing

https://www.xing.com/profile/Simon_Walter5, 12.02.2009

Unveröffentlichte Quellen

Oderschmid, Hannes/Stugger, Andreas: Induscript Kreativitätstechniken. Auflage 2006, Technische Universität Graz, Institut für Industriebetriebslehre und Innovationsforschung o. Univ. Prof. Dipl.-Ing. Dr. techn. Josef W. Wohinz
<http://portal.tugraz.at/pls/portal/docs/page/Files/13710/files/Lehrveranstaltungen/Kreativitaetstechniken/Skriptum%20Kreativitaetstechniken%20IBL%20-%20TU%20Graz.pdf>, 09.01.2008

Keiser, Corinne: Ideenfindungs- und Kreativitätsmethoden im analogen und digitalen Umfeld. SS 2003, Semesterarbeit am Zentrum für Produkt-Entwicklung, Eidgenössische Technische Hochschule Zürich
http://www.crion.ethz.ch/crion_data/components/Kreativitaet%20methoden%20Bericht.pdf, 16.01.2008

Trümper, Jonas: Multi-Touch-Systeme und interaktive Oberflächen. Seminar "Human-Computer Interaction", SS 2007, TU Berlin
www.deutsche-telekom-laboratories.de/~usability/hci/presentations/070703-MultiTouch-Ausarbeitung.pdf, 25.11.2008

Schriftlicher Kontakt

Verfasser: Schwaller, Tassilo (Gesamtverband Kommunikationsagenturen GWA), tassilo.schwaller@gwa.de, WG: Werbeagenturen. Empfänger: Stolle, Martina (Studentin/Hochschule Mittweida), mstolle@htwm.de, 01.02.2008

Verfasser: Tandler, Peter (e-Learning & Knowledge Management, Senior Researcher/Fraunhofer IGD), peter.tandler@igd.fraunhofer.de, Re: AW: Informationen zur Digital Moderation. Empfänger: Stolle, Martina (Studentin/Hochschule Mittweida), mstolle@htwm.de, 11.03.2008

Anhang A: Das Anschreiben

Betreff: **Ein Blick in Ihre Karten...**

Sehr geehrte Damen und Herren,

es geht nicht um Poker oder MauMau, sondern um meine Diplomarbeit. Und damit es fair zugeht, lege ich zuerst einmal meine Karten offen:

- Wer bin ich?

Mein Name ist Martina Stolle.

- Was mache ich?

Ich studiere Medienmanagement an der FH Mittweida.

- Worum geht es?

Um meine Diplomarbeit. Titel: „Softwaregestützte Ideenfindung“ inkl. einer Umfrage unter 500 (meist) inhabergeführten Agenturen im gesamten Bundesgebiet.

- Woher habe ich Ihre Adresse?

Ihre Webseite ist in einer dieser Datenbanken gelistet: www.werbeagentur-suche.de, www.vdwa.de, www.dasauge.de.

Dies bedeutet, dass ich in über 500 Agenturwebseiten nach Mailadressen und möglichen Ansprechpartnern gesucht habe.

Bitte belohnen Sie diesen Aufwand, indem Sie sich ca. 5 Minuten diesem Onlinefragebogen widmen und einen kleinen Einblick in Ihre Karten zum Thema Teamarbeit und Ideenfindung geben!

Hier gelangen Sie zu der Umfrage: http://members.askallo.com/index.php?pn=Survey_Survey&strKey=imtxsxi

Antworten kann jeder Mitarbeiter Ihrer Agentur, der mit dem Projektablauf vertraut ist. Wenn Sie also gerade wenig Zeit haben, ist es kein Problem, wenn ein anderer(e) Mitarbeiter(in) die Beantwortung übernimmt.

Für Fragen und Anmerkungen stehe ich Ihnen natürlich zur gern Verfügung!

Ein großes Dankeschön im Voraus & beste Grüße!

Martina Stolle

Rochlitzer Str. 40
09648 Mittweida

fon 03727/99 93 60
mob 0175/65 25 57 2

Anhang B: Der Fragebogen



Seite 1/6 16%

1. Wie viele feste Mitarbeiter sind in Ihrem Unternehmen beschäftigt?

Mitarbeiter

2. In welchem Bereich arbeiten Sie bzw. welche Position haben Sie im Unternehmen inne?

- Geschäftsleitung
- Strategische Planung / Konzeption
- Art Director
- Grafik / Text
- Kontakter / Berater
- Auszubildener
- Andere:

3. Wieviele Mitarbeiter sind durchschnittlich am Kreativ/Ideenfindungsprozess beteiligt?

Mitarbeiter

4. Aus welchen Bereichen sind die Mitarbeiter, die am Kreativ/Ideenfindungsprozess beteiligt sind?

- Geschäftsleitung
- Strategische Planung / Konzeption
- Art Director / Grafik / Text
- Kontakt / Beratung
- Kreation
- Anderer Bereich

5. Ist der Kunde bei den Treffen zur Ideenfindung persönlich dabei und wie oft?

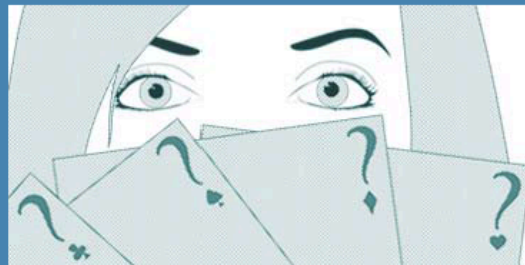
- immer bis zu 75% bis zu 50%
der Treffen bis zu 25% nie

6. Sind immer die gleichen Personen am Ideenfindungsprozess beteiligt?

- Ja
 Nein

7. Werden die Treffen moderiert?

- Ja
 Nein



Softwaregestützte Ideenfindung

Seite 2/6 33%

8. Werden die Treffen immer von der gleichen Person moderiert?

- Ja
- Nein

9. Wer moderiert die Treffen?

- Geschäftsleitung
- Strategische Planung / Konzeption
- Art Director
- Grafik / Text
- Kontakter / Berater
- Auszubildener
- Andere:

10. Sind für Sie gewisse Faktoren bei der Ideenfindung hemmend?
Wenn ja, welche?

- Chef-Angestellten-Situation
- Altersunterschiede
- Geschlechtsunterschiede
- Persönliche Differenzen
- Andere:

11. Benutzen Sie bei Kreativtreffen Ideenfindungsmethoden?

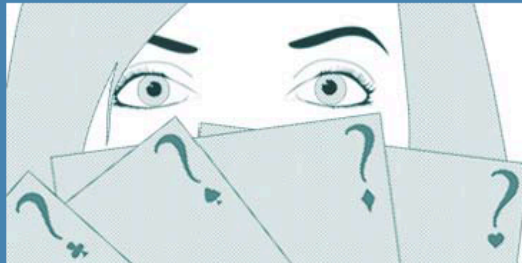
- Ja
- Nein



Softwaregestützte Ideenfindung

Seite 3/6 50%

12. Welche Methoden benutzen Sie?
(Sie können bis zu fünf der von Ihnen am häufigsten benutzten Methoden eingeben)



Softwaregestützte Ideenfindung

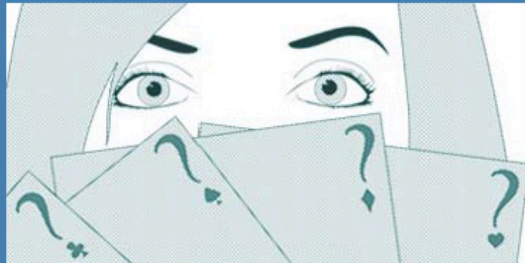
Seite 4/6 66%

13. Welche der folgenden Methoden kennen Sie?

- Brainstorming
- Brainwriting Pool
- 6-3-5-Methode
- Morphologischer Kasten
- Morphologische Matrix
- 6-Hüte
- Mind Mapping
- Umkehr-Methode
- Osborn-Methode
- Walt-Disney-Methode
- Bisoziation
- Reizworttechnik
- Kollektives Notizbuch
- Karten-Methode
- Clustering
- Zukunftswerkstatt
- Wunderfrage
- Andere, und zwar

14. Welche(s) der folgenden Hilfsmittel benutzen Sie regelmäßig bis häufig im Ideenfindungsprozess?

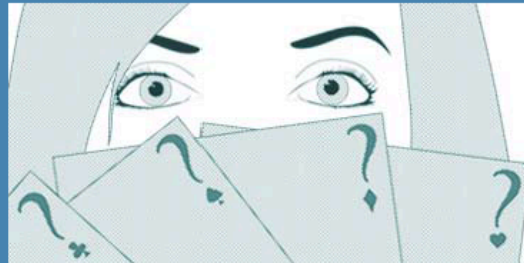
- (Kartei)Karten
- OHP/Tageslichtprojektor
- Beamer
- Computer ohne spezielle Software
- Computer mit spezieller Software zur Ideenfindung
- Andere, und zwar



Softwaregestützte Ideenfindung

Seite 5/6  83%

15. Welche Software benutzen Sie im Ideenfindungsprozess?
(Bitte geben Sie bis zu drei der meistgenutzten Programme an)



Softwaregestützte Ideenfindung

Seite 6/6

100%

16. Welche(s) der folgenden Programme kennen Sie?

- ConceptDraw Mindmap Pro 5.0
- MindGenius 2 business
- MindManager Pro 7
- Creative MindMap 4 Pro
- MindMapper 5.0 Pro
- OpenMind 2.0 Business
- Visual Mind 9 OmniGraffle (MAC)
- Buzan's iMindmap
- Decision Explorer
- NovaMind 3
- Weilgut MindPlan
- SmartDraw
- i2Brain: Visual Information Manager
- Mind Pad 2.0.
- MindVisualizer Standard 1.4
- eminec MYmap
- XMIND 2007 Update 1
- DeepaMehta 2.0b7
- Freemind 0.9.0 beta 9
- ThinkGraph 0.3.2 Release
- www.comapping.com
- bubbl.us
- www.mind42.com
- www.mapul.com
- www.mindmeister.com
- www.mindomo.com
- thinkature.com
- www.visualthesaurus.com
- www.wikimindmap.org
- MOSEL - Morphologische sequenzielle Lösungsentwicklung

17. Wie oft benutzen Sie die Software bei Ideenfindungsaufgaben?

- Bei jeder Ideenfindungsaufgabe
- Mehr als 50% der Ideenfindungsaufgaben
- Weniger als 50% der Ideenfindungsaufgaben

18. Welche Funktionen einer Ideenfindungssoftware sind/ wären besonders wichtig für Sie?

- Einfache Zusammenarbeit mit anderen Programmen (z.B. Projektmanagementsoftware, Bildeditoren, Texteditoren, Officeprogramme etc.)
- Grafisch ansprechende Oberfläche
- Viele Dateiformate für den Import und Export
- Viele Grafiken/ Cliparts
- Interaktion mit dem Benutzer/den Benutzern
- Andere, und zwar

19. Was würden Sie an Ihrer derzeit genutzten Software noch verändern bzw. verbessern wollen?

20. Hatten Sie anfänglich Probleme bei der Benutzung bzw. Einführung (in die Teamarbeit) der Software?

- Ja, und zwar
- Nein

21. Wie ist die Akzeptanz der Software im Team?

- Sehr gut
- Gut, mit anfänglichen Schwierigkeiten
- Mäßig
- Behindert die Teamarbeit

22. Sie benutzen keine spezielle Software: Warum nicht?

- Kenne keine
- Keines der angebotenen Produkte halte ich für nützlich
- Vermutlich zu komplizierte Anwendung
- Zu Teuer
- Weil...

Anhang C: Bewertungsbogen Kaufsoftware

Programmname	Decision Explorer	MindManager Pro 7	Buzan's Mindmap
Webseite	http://www.bankia.com/demain.html	http://www.mindjet.com/de	http://www.mindmap.com/
Preis	single license - €395 5 user - €1380 License extensions 1 to 9 users, each user €245 (more possible)	Einzelizenz - 355,81 Euro	1- 88,99 Euro 2- 177,98 Euro 3- 266,97 Euro 4- 355,96 Euro 5- 386,96 Euro 10- 495,10 Euro 25- 1085,00 Euro
Plattform	* Windows 2000 and later	* Microsoft Vista® Ultimate oder Business, * Microsoft® Windows® XP Professional, * Home oder Tablet PC Editionen, * Microsoft® Windows® Server 2003 * ab Mac OS X 10.4 * .NET Framework	* Windows 98/2000/2003/NE/NT4/xp/Vista * Apple Mac * Linux
besondere Voraussetzungen			
Exportformate			
HTML	nein	ja	nein
XML	nein	ja	nein
RTF	nein	nein	nein
TXT	ja	nein	nein
JPEG	nein	ja	ja
PNG	nein	ja	ja
GIF	nein	ja	ja
PDF	nein	nein	nein
SVG	nein	nein	nein
EPS	nein	nein	nein
BMP	nein	ja	nein
TIFF	nein	nein	nein
weitere Formate	* CLP (Quattro Pro Tabellenkalkulation) * MFC (Microsoft® Access) * NED (Microsoft® Network)	* EMF * Microsoft® Word * PCK (Paintbrush) * WMF	
Importformate			
HTML	nein	ja	ja
XML	ja	ja	ja
RTF	nein	ja	ja
TXT	ja	ja	ja
JPEG	nein	ja	ja
PNG	nein	ja	ja
GIF	nein	ja	ja
SVG	nein	nein	ja
EPS	nein	nein	ja
BMP	nein	ja	ja
TIFF	nein	ja	ja
weitere Formate		* Microsoft® Word * Microsoft® Outlook-Aufgaben * Microsoft® PowerPoint * Microsoft® Project * EMF * WMF	* Microsoft® Word * Microsoft® PowerPoint
Features			
Dienstreueinbindung	nein	ja	ja
Preise Anordnen von Inhalten	ja	ja	ja (eingeschränkt)
Integration von externen Inhalten	nein	nein	nein
Do-Do Listen	nein	ja	nein
Deadlines setzbar (Kalender)	nein	ja	ja
Notizen	ja	ja	ja
Präsentationsmodus	nein	ja	ja
Verbinden von Themen	ja	ja, auch crossover	ja, auch crossover
bestimmte Verbindungen	nein	ja	ja
Pack & Go	nein	ja	nein
weitere Features		* Brainstormingmodus * Timer * RSS-Feeds einbindbar	* Synonymwörterbuch * Speedmapping-Modus
Grafiken			
Integrierte Bilder	nein	nein	ja (vom Hostellserver)
Integrierte Icons	nein	ja, wenige	ja
Integrierte Formen	nein	ja	nein
Integrierte Illustrationen	nein	ja	ja
Zusatzwerkzeuge	nein	nein	ja
Textmodifikation			
Schriftgröße	alle	alle	alle
Schriftart	alle auf dem System	alle auf dem System	alle auf dem System
Schriftfarbe	ja, begrenzt wählbar	ja, frei wählbar	ja, frei wählbar
Textausrichtung	ja (B, L)	ja (B, L, U, Durchgedr., Spacing, Hoch/Tiefgehebt)	ja (B, L)
Schriftuntergrundfarbe	ja, frei wählbar	ja, frei wählbar	ja, frei wählbar
Notizen			
Standardnotizen	ja, wenige	ja	nein
Eigene Vorlagen	ja, wenige	ja	nein
Notizenverwaltung			
Daten sichtbar für Andere	nein	nein	nein
Daten bearbeitbar für Andere	nein	nein	nein
Daten über Mailverleiher versendbar	nein	ja	nein
Tasks per Mail versendbar	nein	ja	nein
Druck mit anderen Teilnehmern	nein	nein	nein
WSP-Unterstützung	nein	nein	nein
Veroffentlichung	nein	nein	ja
externe Technologien			* Tablet PC, * Graphic Tablet * Interactive Whiteboard-Compatibility
Druckmöglichkeiten			
ganzen Arbeitsbereich	ja	ja	ja
benutzerdefinierten Bereich	nein	nein	nein
Mosaikdruck	nein	nein	ja
Kopf- und Fußzeile	ja	ja	nein
Suchfunktion			
Innerhalb des Dokuments	ja	ja	ja
Integrierte Sucher	nein	nein	ja
Integrierte Websuche	nein	nein	nein
Integrierte Online-Bildersuche	nein	nein	ja
Verknüpfung			
Links zu anderen Mindmaps	nein	ja	ja
Links ins Internet	nein	ja	ja
Links mit Mailversand	nein	ja	ja
Links zu lokalen Dateien	nein	ja	ja
Textlinks	nein	nein	nein
Navigation/Ansicht			
Zoom	Eingabe	Buttons und Eingabe	Buttons oder Eingabe
Navigator (Birdview)	nein	ja	ja (für alle offenen Maps)
Fokusierung	ja	ja	ja
Collaps/Erweitern	nein	ja	nein
FullScreen	nein	ja	ja
Outline (Baumansicht)	ja	ja	ja
Bedienung über Tastatur	nein	ja	ja
Benutzerdefinierte			
verständliches Menü	nein	ja	ja
angenehme Farben	nein	ja	ja
allgemeiner Eindruck	Konfliktiert und nicht intuitiv	Konfliktiert und intuitiv	sehr einfach zu verstehen und intuitiv
Unterstützte Ideenfindungsmethoden			
Mind Mapping	bedingt	ja	ja
Brainstorming	nein	ja	bedingt
Brainwriting	nein	nein	nein
Methoden 4-3-5	nein	nein	nein
Clustering	nein	ja	bedingt
Reizworttechnik	nein	nein	nein
Brainstorming	nein	nein	nein
Osborn-Methoden	nein	nein	nein
Walt-Disney-Methoden	nein	nein	nein
Morphologie	nein	nein	nein
Linien-Methoden	bedingt	ja	ja
Anmerkungen	Das Programm wirkt altmodisch und grau, Bedienung unzufrieden und es ist nicht besonders intuitiv. Die Programmfunktion ist auch nach Lesen der Hilfe nicht klar.	Ein Programm mit vielen Funktionen. Es arbeitet sehr gut mit dem Projektmanagement zusammen.	Es gibt keine Meinung, wenn eine Datei nicht eingefügt werden kann. Das Programm verliert immer den Pfad zum Ordner für Importdateien. Die Exportformate werden in der Demo nicht angezeigt. Es ist kein Ordner (z.B. Icons aus Bibliothek) möglich. Die Arbeitsfläche ist sehr einfach gestaltet. Anzeigebereich, wie z.B. die Bildergalerie, trennen sich von allein ein und aus. Das Wechseln zwischen den Dokumenten ist über Tabs möglich. Texte und Bilder sind frei platzierbar, aber die Äste der Mind Map nur sehr unzufrieden zu bewegen.

Anhang C: Bewertungsbogen Kaufsoftware

Programmname	Novafind 4 Platinum	MindMapper 2008 Pro	SmartDraw
Webseite	http://www.nova-mind.com	http://www.mindmapper.de	http://www.smartdraw.com
Preis	Single User License: EUR 172,76 5 User - 104,12 Euro 10 User - 155,48 Euro 20 User - 146,84 Euro	Einzellicence - 179,95 Euro 5 User Licence - 104,76 Euro 10 User Licence - 154,47 Euro 15 User Licence - 2.294,42 Euro 25 User Licence - 3.599,00 Euro	1 User - \$197 5 User - \$885 10 User - \$1495
Plattform	* Windows XP Service Pack 2 or later * Windows Vista * MacOS X 10.4.9 or later	* Windows * Apple Mac	Windows® Vista, XP or 2000
besondere Voraussetzungen	.NET Framework 3.0		
Importformate			
HTML	nein	nein	nein
XML	nein	ja	nein
RTF	nein	nein	nein
DOT	nein	nein	nein
PREP	ja	ja	ja
FRG	ja	ja	ja
PDF	ja	ja	ja
DOC	nein	nein	nein
SVS	nein	nein	nein
EMF	ja	ja	ja
TIFF	ja	ja	ja
weitere Formate	nein	* CSV * EMF * Microsoft® Word * Microsoft® PowerPoint * Microsoft® Project * Microsoft® Outlook * Mindjet's MindManager	* EMF * PCX * WMF
Exportformate			
HTML	n.A.	ja	ja
XML	n.A.	ja	ja
RTF	ja	ja	nein
DOT	n.A.	ja	nein
PREP	ja	ja	nein
FRG	ja	ja	ja
PDF	n.A.	ja	ja
DOC	ja	ja	ja
SVS	n.A.	nein	nein
EMF	n.A.	ja	ja
TIFF	n.A.	ja	ja
weitere Formate	nein	* EMF * Microsoft® Excel * Microsoft® Project * Microsoft® PowerPoint * Microsoft® Outlook * Microsoft® Word * OneNote	* AI (Adobe Illustrator Document) * CGM (Computer Graphics Meta File) * DMW (Vector Graphics) * DMF (Autocad Drawing Interchange File) * EMF * HGL (Vector graphics for plotter) * Microsoft® Excel * Microsoft® PowerPoint * Microsoft® Word * PCX (Paintbrush Graphic) * WordPerfect * WMF
Features			
Rechtschreibprüfung	nein	ja	ja
Freies Anordnen von Inhalten	bedingte	ja	ja
Integration von externen Inhalten	nein	nein	nein
To-Do-Listen	nein	nein	nein
Obdienes setzbar (Kalender)	ja	ja	ja
Notizen	ja	ja	nein
Präsentationsmodus	ja	ja	nein
Verbinden von Themen	ja, auch crossover	nein	ja, auch crossover
beschriebene Veränderungen	nicht automatisch	nein	nein
Pack & Go	nein	ja	nein
weitere Features	* BranchStorm™ mode for brainstorming * Suggestor™ for new ideas when brainstorming		* Gantt (Grafik aus MindMap) * Microsoft Office® Interoperability SmartDraw works seamlessly with Microsoft Word®, PowerPoint®, and other Windows®-based programs * Erstellen von Raumplänen
Grafiken			
integrierte Bilder	wenige	nein	nein
integrierte Icons	ja	60 Legende/Icons	ja (zustellbar)
integrierte Illustrationen	wenige	nein (Windows Clipart)	ja (zustellbar)
Zeichenwerkzeuge	nein	nein	nein
Werkzeitleiste	nein	nein	nein
Schriftgröße	alle	alle	alle
Schriftart	alle auf dem System	alle auf dem System	alle auf dem System
Schriftfarbe	ja, frei wählbar	ja, unbegrenzt wählbar	ja, unbegrenzt wählbar
Textausrichtung	ja (B.L.U., Durchgestrichen, Spacing, Hoch/Typgestellt)	ja (B.L.U., Durchgestrichen, Hochgestellt)	ja (B.L.U., Durchgestrichen, Hochgestellt)
Schriftuntergrundfarbe	ja, frei wählbar	ja, unbegrenzt wählbar	ja, unbegrenzt wählbar
Vorfagen	ja	ja, wenige	ja, sehr viele
Standardvorlagen	ja	ja, wenige	ja, sehr viele
Eigene Vorlagen	ja	ja	ja, sehr viele
Mehrpunktigkeit	ja	ja	ja
Daten sichtbar für Andere	nein	nein	nein
Daten bearbeitbar für Andere	nein	nein	nein
Daten über Mailvertreiber versendbar	nein	ja	ja
Daten per Mail versendbar	nein	ja	nein
Chat mit anderen Teilnehmern	nein	nein	nein
VDP-Unterstützung	nein	nein	nein
Verbinden	nein	nein	nein
externe Technologien	nein	nein	nein
Druckmöglichkeiten			
ganzen Arbeitsebenen	ja	ja	ja
Arbeitsbereichs-Bereich	nein	nein	nein
Mosaikdruck	ja	nein	ja
Kopf- und Fußzeile	nein	ja (eoger mit Logo)	ja
Suchfunktion			
Innerhalb des Dokuments	ja (auch suchen und ersetzen)	ja	ja
Innerhalb mehrerer Dokumente	ja (auch suchen und ersetzen)	ja	ja
integrierte Webuche	nein	nein	nein
integrierte Online-Bildersuche	nein	nein	nein
Verknüpfungen			
Links zu anderen Mindmaps	ja	ja	ja
Links ins Internet	ja	ja	ja
Links mit Mailadressen	ja	ja	ja
Links zu lokalen Dateien	ja	ja	ja
Notizen	nein	nein	nein
Navigation/Ansicht			
Zoom	über Eingabe und Schieberegler	Buttons oder Eingabe	Eingabe
Navigator (Birdview)	ja	nein	nein
Fokussierung	ja	ja	ja
Collapsible/Expand	nein	ja	nein
Collapsen	ja	ja	nein
Outline (Baumansicht)	ja	ja	nein
Bedienung über Tastatur	ja	ja	ja
Benutzeroberfläche			
verständliches Menü	nach Einarbeitung	sehr umfangreich	ja
angenehme Farben	ja	sehr ja	ja
angenehmer Eindruck	modern aber nicht ganz intuitiv	erinnert an ein Officeprogramm	mehr ein Programm zur Visualisierung als zum Festhalten von Ideen, zu viele Möglichkeiten der optischen Verbesserung lenken vom Ideenfinden ab
unterstützte Ideenfindungsmethoden			
Mind Mapping	ja	ja	ja
Brainstorming	nein	bedingte	ja
Regner/Flug	nein	nein	nein
Methoden 6-3-5	nein	nein	nein
Clustering	bedingte	nein	ja
Netzwerktechnik	nein	nein	nein
Bisoziation	nein	nein	nein
Osborn-Methoden	nein	nein	nein
Mark-Diagramm-Methoden	nein	nein	nein
Morphologie	nein	nein	nein
Umkehr-Methoden	ja	ja	ja
Anmerkungen	Das Programm startete mehrmals ab, bietet aber schöne Features wie den Suggestor und den Branchstorm-Modus. Es können viele Grafiken ausgedruckt und eigene Bilder als Bibliothek integriert werden. Der Suchbereich wurde nicht gefunden, obwohl der Pfad angegeben wurde. Die Exportformate waren in der Trial-Version nicht verfügbar.	Auto-Paste ist eine interessante Funktion, bei der Text in ein gedrucktes Text- oder Browserfenster kopiert und Text von dort automatisch in einen Mindmap (Gedankenbaum) kopiert werden kann.	Das Programm ist mit angenehmen Farben gestaltet und besitzt eine intuitive Handführung. Zudem gibt es viele Vorlagen für unterschiedliche Projekte. Die Funktionen für Präsentationen und Projektmanagement könnten umfangreicher sein. Es können viele Grafiken zusätzlich in das Programm geladen werden.

Anhang C: Bewertungsbogen Kaufsoftware

Programmname	Creative MindMap 4 Pro	OpenMind 2.0 Business	Visual Mind 9
Webseite	http://www.databecker.de/creative_mindmap_4_pro.html	http://www.matchware.com/ge/products/openmind/default.htm	http://www.visual-mind.com/ed_basic.html
Preis	Einzellizenz - 69,95 Euro	Einzellizenz - 349 Euro	Einzellizenz - US\$ 249 5 users - US\$ 1,145 10 users - US\$ 2,190 25 users - US\$ 5,290
Plattform	* Windows XP (SP2)	* Windows 2000, XP (oder besser)	* Windows 2000/XP/Vista
besondere Voraussetzungen			
Importformate			
HTML	nein	nein	nein
XML	nein	ja	ja
RTF	nein	nein	nein
TXT	ja	nein	nein
JPEG	ja	ja	ja
PNG	ja	ja	ja
GIF	ja	ja	ja
PDF	nein	nein	nein
SVG	nein	nein	nein
EPS	nein	nein	nein
BMP	ja	ja	ja
TIFF	ja	nein	ja
weitere Formate	* EMF * PCX * TGA * WMF	* EMF * Microsoft® PowerPoint * Microsoft® Project * Microsoft® Word * Microsoft® Outlook * WMF	* MindManager * From Pocket PC * From Microsoft Project
Exportformate			
HTML	ja	ja	ja
XML	nein	ja	ja
RTF	ja	ja	ja
TXT	ja	nein	ja
JPEG	ja	ja	ja
PNG	ja	ja	ja
GIF	ja	nein	ja
PDF	ja	nein	ja
SVG	nein	nein	nein
EPS	ja	nein	nein
BMP	ja	ja	ja
TIFF	ja	nein	nein
weitere Formate	* EMF * Microsoft® PowerPoint * TGA	* EMF * Microsoft® PowerPoint * Microsoft® Project * Microsoft® Outlook * Microsoft® Word	* Microsoft® PowerPoint * Microsoft® Project * Microsoft® Word
Features			
Rechtschreibprüfung	nein	ja	ja
Freie Anordnen von Inhalten	ja	ja (eingeschränkt)	nein
Integration von externen Inhalten	nein	nein	nein
To-Do-Listen	nein	ja	nein
Weglinien setzbar (Kalender)	nein	ja	ja
Notizen	ja	ja	ja
Präsentationsmodus	nein	nein	nein
Verbinden von Themen	ja	ja, auch crossover	nur linear
beschriftete Verbindungen	ja	ja	nein
Pack & Go	nein	ja	ja
weitere Features	* Brainstorming-Funktion mit Stoppuhr	* viele Vorlagen für den HTML-Export	* Reminder
Größen			
Integrierte Bilder	nein	nein	nein
Integrierte Icons	ja	ja, wenige	ja, wenige
Integrierte Formen	ja	ja, wenige	ja, wenige
Integrierte Illustrationen	ja	ja, wenige	nein
Zeichnerwerkzeuge	nein	nein	nein
Textmodifikation			
Schriftgröße	alle	alle	system
Schriftart	alle auf dem System	alle auf dem System	system
Schriftfarbe	ja, beschränkt wählbar	ja, frei wählbar	ja, unbeschränkt wählbar
Textausrichtung	ja (R, L, U)	ja (R, L)	ja (R, L, U)
Schriftfarbe	ja, beschränkt wählbar	ja, frei wählbar	ja, unbeschränkt wählbar
Vorlagen			
Standardvorlagen	ja	ja	ja
Eigene Vorlagen	ja	ja	ja
Mehrplatzfähigkeit			
Daten sichtbar für Andere	nein	nein	ja (über VisualServer)
Daten bearbeitbar für Andere	nein	nein	nein
Daten über Mailverteiler versendbar	ja	nein	ja
Datens per Mail versendbar	nein	nein	nein
Chat mit anderen Teilnehmern	nein	nein	ja (Skype)
VOIP-Unterstützung	nein	nein	ja (Skype)
Veröffentlichung	ja (direkt an den Server)	nein	ja (direkt an den Server)
externe Technologien			
Druckmöglichkeiten			
ganzen Arbeitsbereich	ja	ja	ja
benutzerdefinierten Bereich	nein	nein	ja
Mosaikdruck	nein	ja	ja
Kopf- und Fußzeile	nein	ja	ja
Sachfunktion			
Innenhalb des Dokuments	ja	ja	ja
Innenhalb mehrerer Dokumente	nein	nein	ja
integrierte Websuche	nein	nein	nein
integrierte Online-Bildersuche	nein	nein	nein
Vernetzung			
Links zu anderen Mindmaps	ja	ja	ja
Links ins Internet	ja	ja	ja (mit Vorschau)
Links mit Mailadressen	ja	ja	ja
Links zu lokalen Dateien	ja	ja	ja
Textlinks	nein	nein	nein
Navigation/Ansicht			
Zoom	Buttons und Eingabe	Buttons und Eingabe	Eingabefenster
Navigátor (Birdview)	nein	ja	nein
Exposition	nein	ja	nein
Collapse/Expand	ja	nein	nein
Fullscreen	nein	ja	ja
Outline (Baumansicht)	ja	nein	nein
Bedienung über Tastatur	ja	ja	ja
Benutzeroberfläche			
versäufeltes Menü	ja	ja	ja
angenehme Farben	ja	ja	ja
allgemeiner Eindruck	sehr schlicht, aber intuitiv und funktional	sehr schlicht, aber intuitiv und funktional	sehr modern
unterstützte Idefindungsmethoden			
Mind Mapping	ja	ja	ja
Brainstorming	ja	ja	nein
Brainwriting	nein	nein	nein
Methode 6-3-5	nein	nein	nein
Clustering	ja	ja	nein
Reizworttechnik	nein	nein	nein
Brainstorming	nein	nein	nein
Oshorn-Methode	nein	nein	nein
Wall-Disney-Methode	nein	nein	nein
Morphologie	nein	nein	nein
Umkehr-Methode	ja	ja	ja
Anmerkungen			
	Ein reines MindMapping-Programm ohne viele Features.	Das Programm macht einen sehr kühlen Eindruck, ist aber sehr intuitiv und funktional. Es besitzt viele Zeitleistenoptionen für das Projektmanagement und ist einfach zu bedienen.	Programm besitzt interessante Features, besonders für die Onlinezusammenarbeit. Inhaltlich ist es hauptsächlich für das Erstellen von Mind Maps ausgelegt.

Anhang C: Bewertungsbogen Kaufsoftware

Programmname	i2Brain: Visual Information Manager	Mind Pad 2.0.	PersonalBrain 4	PinKing 5.0
Webseite	http://www.i2brain.com/de_index.php	http://www.mind-pad.com/	http://www.thebrain.com/#-110	http://www.pinking.de
Preis	1 User - 49,50 Euro	1 computer: \$60 2 to 9 computers: \$45 per computer 10 to 24 computers: \$34 per computer	Einzelizenz - \$249,95	Einzelizenz - 398,65 Euro 2-4 Lizenzen - 337,96 Euro 5-9 Lizenzen - 309,40 Euro ab 10 Lizenzen - 273,70 Euro
Plattform	* Windows * Mac OS X * Linux	Windows 2000/98/ ME/NT/XP	* Windows Vista, XP, 2003, 2000 * Mac OS 10.4+ * Linux * can even be installed on a USB drive	Win98/ME/NT/2000/XP
besondere Voraussetzungen	Java 1.4.2 or higher	Microsoft .NET Framework 1.1.		
Importformate				
HTML	nein	ja	nein	nein
XML	nein	nein	nein	nein
RTF	nein	nein	nein	nein
TXT	nein	ja	nein	nein
JPEG	ja	ja	ja	ja
PNG	ja	ja	ja	nein
GIF	ja	ja	ja	nein
PDF	nein	nein	nein	nein
SVG	nein	nein	nein	nein
EPS	nein	nein	nein	nein
BMP	nein	ja	nein	ja
TIFF	nein	nein	nein	nein
weitere Formate	nein	* ico * emf * wmf	nein	* emf * wmf
Exportformate				
HTML	k.A.	nein	ja	k.A.
XML	k.A.	nein	ja	k.A.
RTF	k.A.	nein	nein	k.A.
TXT	k.A.	nein	nein	k.A.
JPEG	ja	ja	nein	ja
PNG	k.A.	ja	nein	k.A.
GIF	k.A.	nein	nein	k.A.
PDF	k.A.	nein	nein	k.A.
SVG	k.A.	nein	nein	k.A.
EPS	k.A.	nein	nein	k.A.
BMP	k.A.	ja	nein	ja
TIFF	k.A.	ja	nein	k.A.
weitere Formate	k.A.		nein	* emf * wmf
Features				
Rechtschutzprüfung	nein	ja	ja	ja
Freies Anordnen von Inhalten	ja	ja	nein	ja
Integration von externen Inhalten	nein	nein	ja	nein
To-Do-Listen	nein	nein	nein	nein
Headlines setzbar (Kalender)	nein	ja	ja	nein
Widgen	nein	nein	ja	ja
Präsentationsmodus	nein	nein	nein	nein
Verbinden von Themen	ja, auch crossover	ja, auch crossover	ja, auch crossover	ja
Beschriebene Verbindungen	nein	nein	ja	nein
Pack & Go	nein	nein	nein	nein
weitere Features		* 3 verschiedene GUI's * Anlegen von Personenfenstern für Organigramme	* Import ganzer Ordner * Export interaktiver HTML-Seiten	* Die Benutzeroberfläche enthält einen Moderatorenkasten, mit dem Pinwände und Präsentationsplakate * Speziell auf die Pinwandtechnik abgestimmte Text- und Grafikfunktionen * Diagramme erstellen
Grafiken				
Integrierte Bilder	nein	nein	nein	nein
Integrierte Icons	nein	ja, wenige	nein	ja
Integrierte Formen	nein	nein	nein	ja
Integrierte Illustrationen	nein	ja, wenige	nein	ja, wenige
Zerlegen	nein	nein	nein	nein
Textformatierung				
Schriftgröße	nein	alle	nein	alle
Schriftart	einige vom System	alle auf dem System	einige vom System	alle auf dem System
Schriftfarbe	nein	ja, begrenzt wählbar	ja, unbegrenzt wählbar	ja, begrenzt wählbar
Textauszeichnung	nein	ja (B., U., Durchgestrichen)	ja	ja (B., U., Durchgestrichen)
Schriftintergrundfarbe	nein	ja, begrenzt wählbar	ja, frei wählbar	ja, begrenzt wählbar
Vorlagen				
Standardvorlagen	ja, wenige	ja, wenige	nein	ja
Eigene Vorlagen	nein	ja, wenige	nein	k.A.
Mehrzielbarkeit				
Daten sichtbar für Andere	nein	nein	nein	nein
Daten bearbeitbar für Andere	nein	nein	nein	nein
Daten über Mailverteiler versendbar	nein	nein	nein	nein
Checks per Mail versendbar	nein	nein	nein	nein
Chat mit anderen Teilnehmern	nein	nein	nein	nein
VOIP-Unterstützung	nein	nein	nein	nein
Veröffentlichung	nein	ja, als Webseite	ja, als Webseite	nein
externe Technologien				* PinKing Voice (erfordert Sprachsteuerungssoftware Dragon Naturally Speaking)
Druckmöglichkeiten				
ganzen Arbeitsbereich	ja	ja	ja	ja
Benutzerdefinierten Bereich	nein	nein	nein	nein
Mosaikdruck	ja	nein	ja	nein
Kopf- und Fußzeile	nein	nein	nein	nein
Sachfunktionen				
Innerhalb des Dokuments	ja	ja	ja	nein
Innerhalb mehrerer Dokumente	nein	nein	nein	nein
Interne Websuche	nein	nein	nein	nein
Integrierte Online-Bildersuche	nein	nein	nein	nein
Verknüpfung				
Links zu anderen Mindmaps	nein	ja	nein	nein
Links ins Internet	nein	ja	ja	nein
Links mit Mailadressen	nein	ja	ja	nein
Links zu lokalen Dateien	nein	ja	ja	nein
Farlinks	nein	nein	nein	nein
Navigation/Ansicht				
Zoom	nein	Flügel	nein	nein
Navigator (Birdview)	nein	nein	nein	nein
Focussierung	nein	nein	nein	nein
Collaps/Expand	nein	nein	nein	nein
Fullscreen	nein	ja	nein	ja
Outline (Baumansicht)	ja	nein	nein	nein
Bedienung über Tastatur	nein	nein	nein	nein
Benutzeroberfläche				
verständliches Menü	nein	nein	ja	ja
angenehme Farben	nein	ja	nein	nein
allgemeiner Eindruck	nicht sehr intuitiv & funktionsarm	kompliziert, wenige Funktionen, nicht intuitiv	ungewöhnlich und gewohnungsbedürftig	gute Adaption des Moderatorenkoffers
unterstützte Ideenfindungsmethoden				
Mind Mapping	bedingt	ja	ja	bedingt
Brainstorming	nein	nein	nein	bedingt
Brainwriting	nein	nein	nein	nein
Methode 6-3-5	nein	nein	nein	nein
Chaining	nein	nein	nein	nein
Reizworttechnik	nein	nein	nein	nein
Bisoziation	nein	nein	nein	nein
Osborn-Methode	nein	nein	nein	nein
Wahl-Danney-Methode	nein	nein	nein	nein
Morphologie	nein	nein	nein	nein
Umkehr-Methode	bedingt	ja	nein	bedingt
Anmerkungen	Das Programm ist sehr schwierig zu verstehen und zu handhaben. Die Oberfläche macht einen sehr technischen Eindruck.	Das Programm funktionierte nicht mit der höheren Version von .NET, es musste extra eine niedrigere Version installiert werden. Das Verlinken von Objekten war umständlich. Die Gedankenbasen passen sich nicht dem Text an und Bilder sind umständlich über die Menüleiste einzufügen. Das Verändern der Schrift ist sehr umständlich. Zudem waren HTML-Exporteinstellungen schwer zu finden.	Dieses Programm ist nicht vordergründig zum Erstellen von Mind Maps. Durch das Verbinden von Objekten soll es möglich sein, das eigene Gehirn abzubilden. Das Navigationskonzept ist sehr innovativ. Die Darstellung von verlinkten Daten ist sehr modern und wirkt durch Animationen etwas verspielt. Das Programm installiert sich ungefragt in den Autostart des Systems.	Programm ist eine gute Alternative zur echten Pinwand, die Bedienung könnte jedoch etwas einfacher sein.

Programmname	MOSEL	Digital Moderation	Visual Thesaurus
Webseite	http://www.geschka.de	http://www.digital-moderation.com	http://www.visualthesaurus.com
Preis	Einzellizenz- 100,00 Euro	auf Anfrage	Online Edition \$2.95 per month or \$19.95 per year Desktop Edition \$39.95 Windows / Macintosh CD-ROM or Download
Plattform	Windows	* Windows * Mac * Linux	* Windows 98, ME, 2000, XP, Vista * Mac OSX 10+
besondere Voraussetzungen		Java Runtime Environment 5 (oder höher) mehrere Rechner & ein Netzwerk	Java: Virtual Machine 1.1+
Importformate			
HTML	nein	nein	nein
XML	nein	nein	nein
RTE	nein	nein	nein
TXT	nein	nein	nein
PDFG	nein	nein	nein
PNG	nein	nein	nein
GIF	nein	nein	nein
PDF	nein	nein	nein
SVG	nein	nein	nein
EPS	nein	nein	nein
BMP	nein	nein	nein
TIFF	nein	nein	nein
weitere Formate	nein	nein	nein
Exportformate			
HTML	nein	ja	nein
XML	nein	ja	nein
RTE	nein	nein	nein
TXT	nein	nein	nein
JPEG	nein	nein	nein
PNG	nein	nein	nein
GIF	nein	nein	nein
PDF	nein	nein	nein
SVG	nein	nein	nein
EPS	nein	nein	nein
BMP	nein	nein	nein
TIFF	nein	nein	nein
weitere Formate	nein	* .csv	nein
Features			
Rechtschreibprüfung	nein	nein	nein
Erstes Anordnen von Inhalten	nein	nein	nein
Integration von externen Inhalten	nein	nein	nein
To-Do-Listen	nein	nein	nein
Deadlines setzbar (Kalender)	nein	nein	nein
Notizen	nein	nein	nein
Präsentationsmodus	nein	ja	nein
Verbinden von Themen	nein	nein	nein
beschriftete Verbindungen	nein	nein	nein
Pack & Go	nein	nein	nein
weitere Features	nein	* Tools für verschiedene Methoden (z. B. Skalen, Koordinatenfeld, Profil, Stoffsammlungen, Gewichtungen, Maßnahmenpläne, Clustern)	* Aussprache der Wörter als Audiodatei * Link zur Datenbank von Google
Grafiken			
integrierte Bilder	nein	nein	nein
integrierte Icons	nein	nein	nein
integrierte Formen	nein	nein	nein
integrierte Illustrationen	nein	nein	nein
Zeichenwerkzeuge	nein	nein	nein
Textmodifikation			
Schriftgröße	nein	nein	einstellbar
Schriftart	nein	nein	nein
Schriftfarbe	nein	nein	nein
Textauszeichnung	nein	nein	nein
Schriftuntergrundfarbe	nein	nein	nein
Vorlagen			
Standardvorlagen	nein	ja	nein
Eigene Vorlagen	nein	ja	nein
Multiplazfähigkeit			
Daten sichtbar für Andere	nein	ja	nein
Daten bearbeitbar für Andere	nein	ja	nein
Daten über Mailverteilung versendbar	nein	ja	nein
Tasks per Mail versendbar	nein	nein	nein
Chat mit anderen Teilnehmern	nein	nein	nein
WVLE-Unterstützung	nein	ja	nein
Merkmale	nein	ja	nein
externe Technologien			
		*mehrere Clients, die jeweils einen anderen Teil der Software zeigen	
Druckmöglichkeiten			
ganzen Arbeitsbereich	ja	nein	ja
benutzerdefinierten Bereich	nein	nein	nein
Mosaikdruck	nein	nein	nein
Kopf- und Fußzeile	nein	nein	nein
Suchfunktion			
Innerhalb des Dokuments	nein	nein	nein
Innerhalb mehrerer Dokumente	nein	nein	nein
integrierte Websuche	nein	nein	ja
integrierte Online-Bildersuche	nein	nein	nein
Vernetzung			
Links zu anderen Mindmaps	nein	nein	nein
Links ins Internet	nein	nein	nein
Links mit Mailadressen	nein	nein	nein
Links zu lokalen Dateien	nein	nein	nein
Textlinks	nein	nein	nein
Navigationsansicht			
Zoom	nein	nein	nein
Navigators (Birdview)	nein	nein	nein
Fokussierung	nein	nein	nein
Collapse/Expand	nein	nein	nein
Füllscreen	nein	ja	nein
Outline (Baumansicht)	nein	nein	nein
Bedienung über Tastatur	nein	ja	ja
Benutzeroberfläche			
verständliches Menü	ja	ja	ja
angenehme Farben	nein	ja	ja
allgemeiner Eindruck	sehr einfache und übersichtliche, aber auch karge Oberfläche	schlichtes, funktionales Programm	sehr übersichtlich und leicht zu bedienen
unterstützte Ideenfindungsmethoden			
Mind Mapping	nein	nein	nein
Brainstorming	nein	ja	nein
Brainwriting	nein	ja	nein
Methode 6-3-5	nein	nein	nein
Clustering	nein	ja	nein
Reizworttechnik	nein	bedingt	ja
Biszotation	nein	bedingt	bedingt
Osborn-Methode	nein	bedingt	nein
Walt-Disney-Methode	nein	bedingt	nein
Morphologie	ja	nein	nein
Umkehr-Methode	nein	ja	nein
Anmerkungen			
	Sehr einfach anzuwendendes Programm zur Erstellung von morphologischen Matrizen und Kästen.	Durch die Ausrichtung auf mehrere Plätze und Teilnehmer sind viele Ideenfindungsmethoden umsetzbar. Die Teilnehmer sind auf den Moderator angewiesen.	Das Programm arbeitet mit Wörtern und ihrer Bedeutung, das kann besonders beim Texten anregend wirken.

Anhang D: Bewertungsbogen Freie Software

Programmname	Freemind 0.9.0 beta 9	ThinkGraph 0.3.2 Release	WhiteBoard
Webseite	http://freemind.sourceforge.net/wiki/index.php/Main_Page	http://www.thinkgraph.com	http://www.wellcraftedsoftware.com/whiteBoard.php
Genre			
Preis	Free	Free	Free
Plattform	* Windows * Macintosh OS X * Linux	Windows 98/NT/2000/XP	k.A.
Besondere Voraussetzungen	Java Runtime Environment 1.4 or later	Visual Basic 6 runtimes	Microsoft .NET Framework
Importformate			
HTML	nein	nein	nein
XML	nein	ja	nein
RTF	nein	nein	nein
TXT	nein	nein	nein
JPEG	ja	ja	nein
PNG	ja	ja	nein
GIF	ja	nein	nein
PDF	nein	nein	nein
SVG	nein	ja	nein
EPS	nein	nein	nein
BMP	nein	nein	nein
TIF	nein	nein	nein
weitere Formate	* Explorerfavoriten * Mind Manager X5-Dateien * Ordnerstrukturen * Zweige aus anderen mm-Dateien	* Explorerfavoriten	
Exportformate			
HTML	ja	ja	nein
XML	nein	ja	nein
RTF	nein	nein	nein
TXT	nein	nein	nein
JPEG	ja	ja	nein
PNG	ja	ja	nein
GIF	nein	nein	nein
PDF	ja	nein	nein
SVG	ja	ja	nein
EPS	nein	nein	nein
BMP	nein	ja	nein
TIF	nein	nein	nein
weitere Formate	* XHTML * Open Office Writer Document	* Image Map * Microsoft® Word	
Features			
Rechtschreibprüfung	nein	nein	nein
Freies Anordnen von Inhalten	nein	ja, bedingt	ja
Importieren von externen Inhalten	nein	nein	nein
To-Do-Listen	nein	nein	nein
Deadlines setzbar (Kalender)	ja	ja, bedingt	nein
Modus	nein	ja, bedingt	ja
Präsentationsmodus	nein	nein	nein
Verbinden von Themen	ja, auch Crossover	ja, bedingt	ja
Durchschnittliche Verbindungen	nein	nein	nein
Dark & Co.	nein	nein	nein
weitere Features		* integrierter Browser	
Grafiken			
integrierte Bilder	nein	nein	nein
integrierte Icons	ja, wenige	nein	nein
integrierte Formen	nein	nein	nein
integrierte Illustrationen	nein	nein	nein
Zeichenwerkzeuge	nein	ja, wenige	ja
Textmodifikation			
Schriftgröße	alle	alle auf dem System	kein Menü
Schriftart	alle auf dem System	alle auf dem System	kein Menü
Schriftfarbe	ja, frei wählbar	ja, frei wählbar	kein Menü
Textausrichtung	ja (R,L,T) Durchgestrichen, Spacing, Hoch/Tiefgestellt	ja (R,L,T) Durchgestrichen, Spacing, Hoch/Tiefgestellt	kein Menü
Schriftunterstrichfarbe	ja, frei wählbar	ja, frei wählbar	kein Menü
Vorlagen			
Standardvorlagen	nein	nein	nein
Einsteige-Werkzeug	nein	nein	nein
Mehrplatzfähigkeit			
Daten schreibbar für Andere	nein	nein	nein
Daten beschreibbar für Andere	nein	nein	nein
Daten über Mailverteiler versendbar	nein	nein	nein
Tasks per Mail versendbar	nein	nein	nein
DatK mit anderen Teilnehmern	nein	nein	nein
VOIP-Unterstützung	nein	nein	nein
Veröffentlichen	nein	nein	nein
externe Technologien			
Druckmöglichkeiten			
ganzen Arbeitsbereich	ja	ja	nein
benutzerdefinierten Bereich	nein	nein	nein
Wolfrückdruck	nein	nein	nein
Kopf- und Fußzeile	nein	nein	nein
Suchfunktion			
Innerhalb des Dokuments	ja	nein	nein
Innerhalb mehrerer Dokumente	nein	nein	nein
integrierte Websuche	nein	ja	nein
integrierte Online-Bildersuche	nein	nein	nein
Vernetzung			
Links zu anderen Mindmaps	ja	ja	nein
Links ins Internet	ja	ja	nein
Links mit Mailadressen	ja	ja	nein
Links zu lokalen Dateien	ja	ja	nein
Hotlinks	nein	nein	nein
Navigation/Ansicht			
Zoom	Eingabe	Buttons und Eingabe	nein
Minimale (Birdview)	nein	nein	nein
Fokusierung	ja	ja	nein
Collapse/Expand	ja	ja	nein
Fullscreen	nein	ja	nein
Outline (Blaumansicht)	nein	nein	nein
Bedienung über Tastatur	ja	ja	nein
Benutzeroberfläche			
verschiebliches Menü	bedingt	bedingt	kein Menü
angenehme Farben	bedingt	ja	nein
allgemeiner Eindruck	schlechtes Programm mit wenigen Funktionen und umständlicher Bedienung	schlechtes Programm mit wenigen Funktionen und umständlicher Bedienung	keine weiteren Funktionen mehr, wie ein richtiges Whiteboard
unterstützte Ideenfindungsmethoden			
Mind Mapping	ja	ja	bedingt
Brainstorming	nein	nein	bedingt
Brainwriting	nein	nein	nein
Methode 6-3-5	nein	nein	nein
Clouding	ja	ja	bedingt
Beizaporttechnik	nein	nein	nein
Biszation	nein	nein	nein
Osborn-Methode	nein	nein	nein
Walt-Disney-Methode	nein	nein	nein
Morphologie	nein	nein	nein
Umliche-Methode	ja	ja	bedingt
Anmerkungen	Das Programm hat viele Schwächen z.B. sind importierte Bilder nicht skalierbar und einmal gesetzte Links schwer zu bearbeiten, zu löschen und deren Inhalte schlecht zu erkennen. Die Map nicht frei gestaltbar.	Die Bilder sind nur skalierbar, wenn sie ohne Bezug zu einer Gedankenblase eingefügt werden. Das Programm stürzte mehrmals ohne Backup ab.	Das Programm ist eine gute Imitation eines Whiteboards, bietet aber keine zusätzlichen Funktionen und das Speichern als Grafik ist nur mittels Screenshot möglich.

Anhang E: Bewertungsbogen Webanwendungen

Programmname	comapping.com	mind42.com	mapul.com
Webseite	http://www.comapping.com	http://www.mind42.com	http://www.mapul.com
Demo	30 days free trial		Demozugang
Preis	Standard subscription - \$15 for 6 months Extended subscription - \$25 for 12 months	Free	monthly - 7USD half yearly - 35USD yearly - 60USD
Plattform	webbasiert (alle Systeme)	webbasiert (alle Systeme)	webbasiert
besondere Voraussetzungen	Internet Browser with Flash 8 or later	nein	benötigt MS Silverlight
Importformate			
HTML	nein	nein	nein
XML	ja	ja	nein
RTF	nein	nein	nein
TXT	nein	nein	nein
JPEG	nein	nein	nein
PNG	nein	nein	nein
GIF	nein	nein	nein
PDF	nein	nein	nein
SVG	nein	nein	nein
weitere Formate	* Freemind * Mindjet's MindManager * Comapping-mindmaps	* Freemind * Mindjet's MindManager	nein
Exportformate			
HTML	ja (mit oder ohne Layout)	nein	nein
XML	ja	nein	nein
RTF	ja	nein	nein
TXT	nein	nein	nein
JPEG	nein	nein	ja
PNG	nein	nein	nein
GIF	nein	nein	nein
PDF	nein	nein	nein
SVG	nein	nein	nein
weitere Formate	* Freemind * Mindjet's MindManager * Comapping-File	* Freemind * Mindjet's MindManager	* xps
Features			
Offline-Modus	ja	nein (aber Revisions-Funktion)	nein
Rechtschreibprüfung	nein	nein	nein
Freies Anordnen von Inhalten	nein	ja	nein
Integration von externen Inhalten	nein	ja (Wikiartikel anhängen)	nein
To-Do-Listen	ja	ja	nein
Deadlines setzbar (Kalender)	ja	ja	nein
Notizen	ja	ja	ja
Präsentationsmodus	ja	nein	nein
Verbinden von Themen	ja	ja	ja, auch crossover
beschriftete Verbindungen	nein	nein	ja (nur)
Grafiken			
integrierte Bilder	nein	nein	nein
integrierte Icons	wenige Icons	wenige Icons	nein
integrierte Formen	nein	nein	ja
integrierte Illustrationen	nein	nein	ja (große Bibliothek)
Zeichenwerkzeuge	nein	nein	ja (Brush, Pen, Fillline)
Textmodifikation			
Schriftgröße	5 Größen	3 Größen	nein
Schriftart	nein	nein	nein
Schriftfarbe	ja, begrenzte Auswahl	ja, unbegrenzte Auswahl	nein
Textauszeichnung	ja, Unterstreichen	ja (B, I, U)	nein
Schriftuntergrundfarbe	ja, begrenzte Auswahl	nein	nein
Vorlagen			
Standardvorlagen	ja (5 Map für versch. Aufgaben)	nein	nein
Eigene Vorlagen	ja	nein (nicht explizit)	nein
Mehrplatzfähigkeit			
Daten sichtbar für Andere	ja, auf Mail-Einladung (Link)	ja, auf Mail-Einladung (Link)	nein
Daten bearbeitbar für Andere	ja, wenn man es erlaubt	ja, wenn man es erlaubt	nein
Daten über Mailverteller versendbar	ja (static HTML picture)	ja	nein
Tasks per Mail versendbar	ja	nein	nein
Chat mit anderen Teilnehmern	ja (integriertes Chatprogramm)	über Google Talk	nein
VOIP-Unterstützung	nein	ja (Skype)	nein
Öffentliches externe Technologien	ja (URL, Direct-Link, IFrame)	ja (URL, Direct-Link, IFrame)	nein
	x	x	x
Druckmöglichkeiten			
ganzen Arbeitsbereich	ja	nein	ja
benutzerdefinierten Bereich	nein	nein	nein
Mosaikdruck	nein	nein	nein
Kopf- und Fußzeile	ja	nein	nein
Suchfunktion			
Innerhalb des Dokuments	ja	nein	nein
Innerhalb mehrerer Dokumente	nein	nein	nein
integrierte Websuche	nein	ja, aber nur del.icio.us	nein
integrierte Online-Bildersuche	nein	* Yahoo * Flickr	nein
Vernetzung			
Links zu anderen Mindmans	ja zu Comapping-Maps	ja (wechselt die Map)	nein
Links ins Internet	ja	ja (mit Preview)	nein
Links mit Mailadressen	nein	ja (mit Preview)	nein
Textlinks	ja, sind möglich	nein	nein
Navigation/Ansicht			
Zoom	über Schieberegler	über Schieberegler	nein
Navigator (Birdview)	nein	ja	nein
Focussierung	ja	ja	nein
Collapse/Expand	ja	ja	nein
Fullscreen	ja	nein (Arbeiten im Pop Up)	ja
Bedienung über Tastatur	ja (man wird auch darauf hingewiesen)	nein	nein
Benutzeroberfläche			
verständliches Menü	ja	ja	ja
angenehme Farben	ja	ja	ja
angenehmer Eindruck	* sehr übersichtlich	* sehr übersichtlich	* sehr übersichtlich
unterstützte Ideenfindungsmethoden			
Mind Mapping	ja	ja	bedingt
Brainstorming	ja	bedingt	bedingt
Brainwriting	nein	nein	nein
Methode 6-3-5	nein	nein	nein
Clustering	nein	nein	nein
Reizworttechnik	nein	nein	nein
Bisoziation	nein	nein	nein
Oshorn-Methode	nein	nein	nein
Walt-Disney-Methode	nein	nein	nein
Morphologie	nein	nein	nein
Umkehr-Methode	ja	ja	bedingt
Anmerkungen			
	Die Oberfläche ist sehr schlicht, leicht verständlich und erinnert an die neue Oberfläche aus den Office-Programmen. Es gibt nur wenige Möglichkeiten zur freien Gestaltung, beispielsweise durch den fehlenden Bildimport und die unbeweglichen Zweige.	Das Programm besitzt nützliche Features, wie die Webvorschau und eine integrierte Bildersuche. Insgesamt wirkt es dennoch sehr statisch.	Das Programm ist nicht sehr vielseitig. Es gibt nur wenige Optionen zur Gestaltung der Minmap und keine Möglichkeiten für Textmodifikationen. Trotzdem besitzt das Programm eine Zeichenfunktion und eine große Bibliothek mit Grafiken.

Anhang E: Bewertungsbogen Webanwendungen

Programmname	mindmeister.com	mindomo.com	thinkature.com
Webseite	http://www.mindmeister.com	http://www.mindomo.com	http://thinkature.com
Demo	Demozugang	Demozugang	Free
Preis	1 user USD 33.60 / year 5 users USD 235.00 / year 10 users USD 449.00 / year 25 users USD 1099.00 / year	\$6/month	
Plattform	webbasiert	webbasiert (alle Systeme)	webbasiert (alle Systeme)
besondere Voraussetzungen	nein	nein	nein
Importformate			
HTML	nein	nein	nein
XML	nein	nein	nein
RTF	nein	nein	nein
TXT	nein	nein	nein
JPEG	nein	nein	nein
PNG	nein	nein	nein
GIF	nein	nein	nein
PDF	nein	nein	nein
SVG	nein	nein	nein
weitere Formate	nein	* Freemind * Mindjet's Mindmanager	nein
Exportformate			
HTML	nein	nein	nein
XML	nein	nein	nein
RTF	ja	ja	nein
TXT	nein	ja	nein
JPEG	ja	ja	nein
PNG	ja	ja	nein
GIF	ja	ja	nein
PDF	ja	ja	nein
SVG	nein	nein	nein
weitere Formate	* FreeMind File * Mindjet's MindManager™ 6	* Mindjet's Mindmanager * Freemind	nein
Features			
Offline-Modus	ja (Google Gears&Revisionsfunktion)	nein	nein
Rechtschreibprüfung	nein	ja	nein
Freies Anordnen von Inhalten	nein	nein	ja
Integration von externen Inhalten	nein	ja	ja
To-Do-Listen	nein	ja	nein
Deadlines setzbar (Kalender)	nein	ja	nein
Notizen	ja	ja	nein
Präsentationsmodus	nein	nein	nein
Verbinden von Themen	ja	ja, auch crossover	ja
beschriftete Verbindungen	nein	nein	nein
Grafiken			
integrierte Bilder	nein	nein	nein
integrierte Icons	wenige Icons	wenige Icons	nein
integrierte Formen	nein	ja, für die Rahmen	nein
integrierte Illustrationen	nein	ja, wenige	nein
Zeichenwerkzeuge	nein	nein	ja (Pen)
Textmodifikation			
Schriftgröße	3 Größen	8 bis 72	nein
Schriftart	nein	wenige Webschriften	nein
Schriftfarbe	ja, begrenzte Auswahl	ja, unbegrenzte Auswahl	nein
Textauszeichnung	ja (B,I)	ja (B,I,U)	nein
Schriftintergrundfarbe	nein	ja, unbegrenzte Auswahl	nein
Vorlagen			
Standardvorlagen	nein	Topic Styles	nein
Eigene Vorlagen	nein	eigener Topic Style auf andere verwendbar	nein
Mehrplatzfähigkeit			
Daten sichtbar für Andere	ja, auf Mail-Einladung (Link)	ja, auf Mail-Einladung (Link)	ja, auf Mail-Einladung (Link)
Daten bearbeitbar für Andere	ja, wenn man es erlaubt	ja, wenn man es erlaubt	ja, wenn man es erlaubt
Daten über Mailvertteiler versendbar	nein	nein	nein
Tasks per Mail versendbar	nein	nein	nein
Chat mit anderen Teilnehmern	nein	nein	ja (integriertes Chatprogramm)
VOIP-Unterstützung	ja (Skype)	nein	ja (integriert)
Veröffentlichen	ja (URL, Direct-Link, IFrame)	ja (URL, Direct-Link, IFrame)	nein
externe Technologien			
	* Geistesblitz Tools (Gadget oder Mozilla Searchbar)	x	x
Druckmöglichkeiten			
ganzen Arbeitsbereich	ja	ja	ja
benutzerdefinierten Bereich	ja	ja	nein
Mosaikdruck	nein	ja	nein
Kopf- und Fußzeile	nein	nein	nein
Suchfunktion			
Innerhalb des Dokuments	nein	ja	nein
Innerhalb mehrerer Dokumente	nein	nein	nein
integrierte Websuche	nein	nein	nein
integrierte Online-Bildersuche	nein	nein	* Yahoo * eigener Upload
Vernetzung			
Links zu anderen Mindmaps	ja (wechselt die Map)	nein	nein
Links ins Internet	ja (mit Preview)	ja	nein
Links mit Mailadressen	ja (mit Preview)	ja	nein
Textlinks	nein	nein	nein
Navigation/Ansicht			
Zoom	über Lupe-Button Zoomlevels	Regler, Zahleingabe und Button regelbar	nein
Navigators (Birdview)	ja	nein	nein
Focussierung	ja	ja	nein
Collage/Expand	nein	ja	nein
Fullscreen	nein	ja	nein
Bedienung über Tastatur	ja	ja	nein
Benutzeroberfläche			
verständliches Menu	ja	ja	ja
angenehme Farben	ja	ja	ja
allgemeiner Eindruck	* sehr übersichtlich	* sehr übersichtlich	* sehr übersichtlich
unterstützte Ideenfindungsmethoden			
Mind Mapping	ja	ja	ja
Brainstorming	bedingt	ja	ja
Brainwriting	nein	nein	nein
Methode 6-3-5	nein	nein	nein
Clustering	nein	ja	ja
Beiworttechnik	nein	nein	nein
Bisoziation	nein	nein	nein
Osborn-Methode	nein	nein	nein
Walt-Disney-Methode	nein	nein	nein
Morphologie	nein	nein	nein
Umkehr-Methode	ja	ja	ja
Anmerkungen			
	Die Programmoberfläche ist schön gestaltet, besitzt aber bis auf „Geistesblitz“ kaum Features.	Durch den Fullscreenmodus erinnert es an eine normale Software. Es besitzt viele Einstellmöglichkeiten für Farben und Formen und auch nichtlineares Verbinden von Elementen ist möglich. Insgesamt wirkt das Programm dennoch starr.	Die Verbindung zum Server war oft unterbrochen. Es gibt die Möglichkeit eigene Bilder hochzuladen und die Elemente frei anzurordnen. Trotzdem ist der Funktionsumfang gering.

Anhang E: Bewertungsbogen Webanwendungen

Programmname	giffy.com	bubbl.us	wikimindmap.org
Webseite	http://www.giffy.com	http://bubbl.us	http://www.wikimindmap.org
Demo	Demozugang		
Preis	Premium 1-Year Subscription - \$30 2-Year Subscription - \$45	Free	Free
Plattform	webbasiert (alle Systeme)	webbasiert (alle Systeme)	webbasiert (alle Systeme)
besondere Voraussetzungen	nein	nein	nein
Importformate			
HTML	nein	nein	nein
XML	nein	ja	nein
RTF	nein	nein	nein
TXT	nein	nein	nein
JPEG	ja	nein	nein
PNG	ja	nein	nein
GIF	nein	nein	nein
PDF	nein	nein	nein
SVG	ja	nein	nein
weitere Formate	nein	nein	nein
Exportformate			
HTML	nein	ja	nein
XML	nein	ja	nein
RTF	nein	nein	nein
TXT	nein	nein	nein
JPEG	ja	ja	nein
PNG	ja	ja	nein
GIF	nein	nein	nein
PDF	nein	nein	nein
SVG	ja	nein	nein
weitere Formate	nein	nein	nein
Features			
Offline-Modus	nein (aber Revision)	nein	nein
Rechtschreibprüfung	nein	nein	nein
Freies Anordnen von Inhalten	ja	ja	nein
Integration von externen Inhalten	nein	nein	nein
To-Do-Listen	nein	nein	nein
Deadlines setzbar (Kalender)	nein	nein	nein
Notizen	nein	nein	nein
Präsentationsmodus	nein	nein	nein
Verbinden von Themen	ja, auch crossover	ja, auch crossover	nein
beschriftete Verbindungen	ja	nein	nein
Grafiken			
integrierte Bilder	nein	nein	nein
integrierte Icons	nein	nein	nein
integrierte Formen	ja, kleine Bibliothek	nein	nein
integrierte Illustrationen	nein	nein	nein
Zeichenwerkzeuge	nein	nein	nein
Textmodifikation			
Schriftgröße	ja (9 bis 288)	nein	nein
Schriftart	ja, alle gängigen Webschriften	nein	nein
Schriftfarbe	ja, unbegrenzte Auswahl	nein	nein
Textauszeichnung	ja (B, I, U)	nein	nein
Schriftintergrundfarbe	nein	ja, unbegrenzte Auswahl	nein
Vorlagen			
Standardvorlagen	nein	nein	nein
Eigene Vorlagen	nein	nein	nein
Mehrplatzfähigkeit			
Daten sichtbar für Andere	ja, auf Mail-Einladung (Link)	ja, auf Mail-Einladung (Link)	nein
Daten bearbeitbar für Andere	ja, wenn man es erlaubt	ja, wenn man es erlaubt	nein
Daten über Mailverteiler versendbar	nein	nein	nein
Tasks per Mail versendbar	nein	nein	nein
Chat mit anderen Teilnehmern	nein	nein	nein
WOP-Unterstützung	nein	nein	nein
Veröffentlichen	ja (URL, Direct-Link, IFrame)	nein	nein
externe Technologien			
Druckmöglichkeiten			
ganzen Arbeitsbereich	ja	ja	ja
benutzerdefinierten Bereich	nein	ja	nein
Mosaikdruck	ja	nein	nein
Kopf- und Fußzeile	nein	nein	nein
Suchfunktion			
Innerhalb des Dokuments	nein	nein	nein
Innerhalb mehrerer Dokumente	nein	nein	nein
integrierte Websuche	nein	nein	ja, wikipedia
integrierte Online-Bildersuche	* Yahoo	nein	nein
Vernetzung			
Links zu anderen Mindmaps	nein	nein	nein
Links ins Internet	nein	nein	ja
Links mit Mailadressen	nein	nein	nein
Textlinks	ja	nein	nein
Navigation/Ansicht			
Zoom	über Eingabe und Buttons	über Buttons	nein
Navigatort (Birdview)	nein	nein	nein
Focussierung	nein	ja	nein
Collapse/Expand	nein	nein	nein
Fullscreen	nein	nein	nein
Bedienung über Tastatur	Standardaktionen	ja	nein
Benutzeroberfläche			
verständliches Menü	ja	ja	ja
angenehme Farben	ja	ja	ja
allgemeiner Eindruck	* sehr aufgeräumt und modern	* sehr aufgeräumt und modern	* sehr übersichtlich
unterstützte Ideenfindungsmethoden			
Mind Mapping	ja	ja	nein
Brainstorming	ja	nein	ja
Brainwriting	nein	nein	bedingt
Methode 6-3-5	nein	nein	nein
Clustering	ja	nein	nein
Reizworttechnik	nein	nein	ja
Bisoziation	nein	nein	bedingt
Osborn-Methode	nein	nein	nein
Walt-Disney-Methode	nein	nein	nein
Morphologie	nein	nein	nein
Umkehr-Methode	ja	ja	nein
Anmerkungen	Das Design der Oberfläche mutet veraltet an, dennoch ist es ein sehr funktionales Programm.	Die Oberfläche wirkt modern, es gibt viele Formen, aber nur wenige Features.	Das Programm stellt Verlinkungen zwischen Wikipedia-Artikeln als Map dar.

Selbständigkeitserklärung

„Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit ohne fremde Hilfe selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Alle Teile, die wörtlich oder sinngemäß einer Veröffentlichung entstammen, sind als solche kenntlich gemacht. Die Arbeit wurde noch nicht veröffentlicht oder einer anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.“

Görlitz, 09.04.2009

Martina Stolle