

# IDM – Innovationspotential Wollé

## Kreativitätstechniken

9. MÄRZ 2021

Mfor © 2021 All rights reserved  
mfor.eu

**MFOR**

# INHALTSVERZEICHNIS

Kreativitätstechniken	03
Methode 6-3-5   Brainwriting	07
Morphologische Matrix   Heuristische Methode	11
Anwendungsbeispiel   Innovatives Kleidungsstück	13

# KREATIVITÄTSTECHNIKEN

# Kreativität

Kreativität ist die Fähigkeit des  
schöpferischen Handelns und Denkens





## WAS?

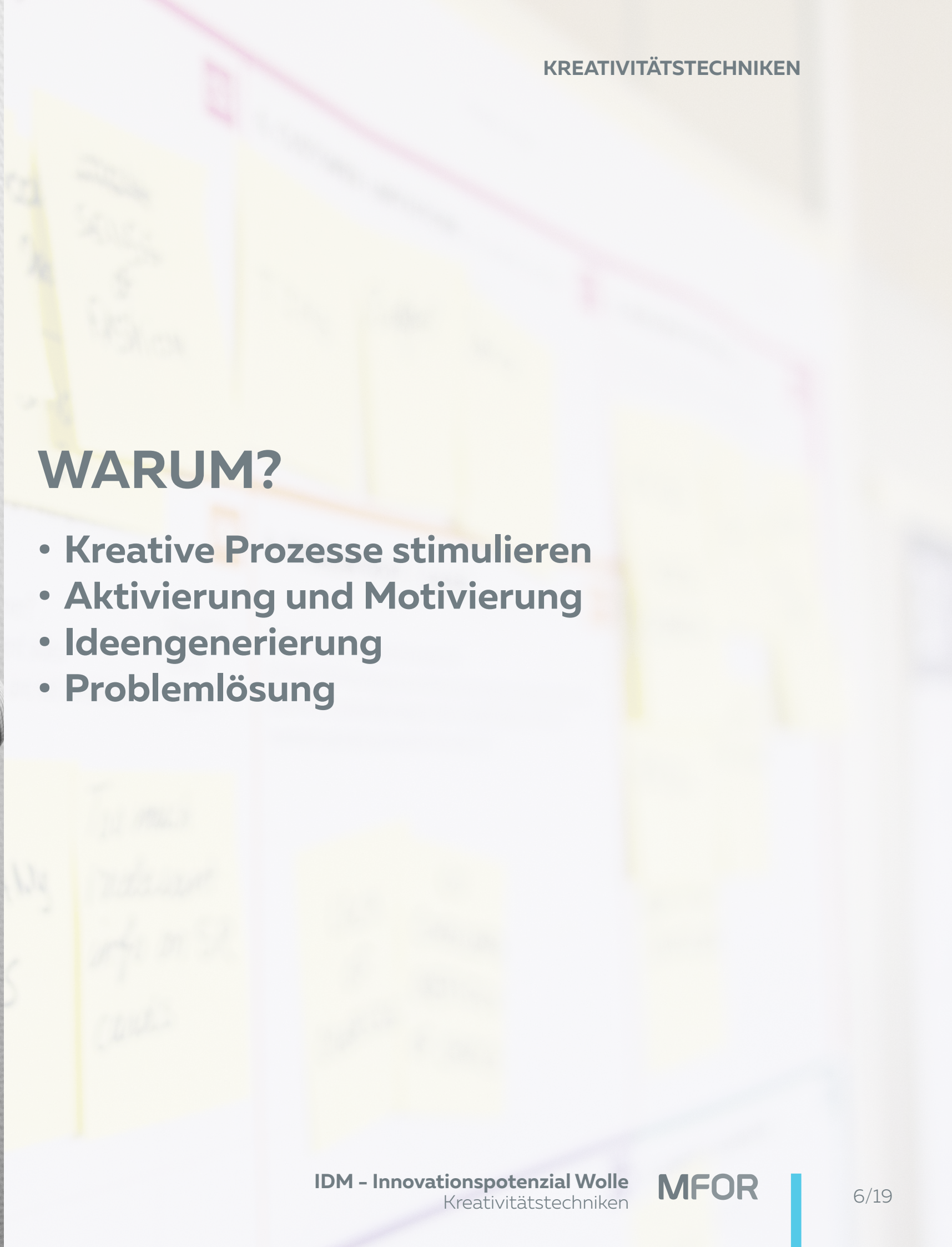
- Arbeitsmethoden zur Ideengenerierung „DENKWERKZEUGE“
- Realisierung einer kreativitätsstimulierenden Bedingung
- Gruppenarbeit





## WARUM?

- **Kreative Prozesse stimulieren**
- **Aktivierung und Motivierung**
- **Ideengenerierung**
- **Problemlösung**





# METHODE 6-3-5

## Brainwriting



- Intuitiv
- Direktes Feedback
- Idee wird nicht zerredet

## METHODE 6-3-5

	IDEE 1	IDEE 2	IDEE 3
1			
2			Wie kann ich das identifizierte Problem bestmöglich und innovativ lösen?
3			
4			
5			
6			

↓ 30min

**108 Ideen/Ansätze**

# MORPHOLOGISCHE MATRIX

## Heuristische Methode





- Systematische Analyse
- Komplexe Problemstellungen
- Originelle Lösungen





## 1. Problem beschreiben

- Ideen für neues Produkt
- Ansätze für Strategien

## 2. Parameter sammeln

- Eigenschaften
- Teilfunktionen

## 3. Ausprägung definieren

## 4. Kombinieren

- Punkte in der Matrix verbinden



# **ANWENDUNGSBEISPIEL**

## Innovatives Kleidungsstück



<https://mm.tt/1810998274?t=PYRdzGlTpb>

## I PERSONA



### ALLGEMEIN

Name: \_\_\_\_\_

Alter: \_\_\_\_\_

Wohnort: \_\_\_\_\_

Jobbeschreibung: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

### PERSON

 Familie & Freunde: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

 Charaktereigenschaften: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

 Hobbys: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

### BILDUNG, ZIELE, KAUFVERHALTEN

 Höchster Bildungsabschluss: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

 Typische Rolle im Alltag: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

 Lebensziele: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

 Bedürfnisse: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

 Kaufantrieb (Warum?): \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

 Kaufprozess (Wann und wie?): \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

 Kaufkraft (Wie viel?): \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

 Klassische Informationskanäle: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

 Nutzung sozialer Medien: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

### PRODUKT

Welchen Mehrwert bringt das Produkt der Person? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Welchen Bezug hat die Person zum Produkt? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Welche Hürden/Einwände könnte es geben? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

## MORPHOLOGISCHE MATRIX

PARAMETER	AUSPRÄGUNG 1	AUSPRÄGUNG 2	AUSPRÄGUNG 3
Material			
Basisfunktion			
Zusatzfunktion			
Waschbarkeit			
Zertifizierung			
Nachhaltigkeit			

## MORPHOLOGISCHE MATRIX

PARAMETER	AUSPRÄGUNG 1	AUSPRÄGUNG 2	AUSPRÄGUNG 3
Material	100% Wolle	50/50 Wolle Kunstfaser	Wolle als Schicht
Basisfunktion	Urban/ Lifestyle	Wärmeisolierend	High Performance
Zusatzfunktion	Stauraum	Transporthilfe	Wasserdicht
Waschbarkeit	in Wäscherei	von Hand	mit Maschine
Zertifizierung	ÖkoTex	BIO	Südtirol Wool?
Nachhaltigkeit	Upcycling	Recycling	0 km

## MORPHOLOGISCHE MATRIX

PARAMETER	AUSPRÄGUNG 1	AUSPRÄGUNG 2	AUSPRÄGUNG 3
Material	100% Wolle	50/50 Wolle Kunstfaser	Wolle als Schicht
Basisfunktion	Urban/ Lifestyle	Wärmeisolierend	High Performance
Zusatzfunktion	Stauraum	Transporthilfe	Wasserdicht
Waschbarkeit	in Wäscherei	von Hand	mit Maschine
Zertifizierung	ÖkoTex	BIO	Südtirol Wool?
Nachhaltigkeit	Upcycling	Recycling	0 km

Mfor © 2021 All rights reserved  
mfor.eu

**MFOR** |

phone +39 0471 057351  
adress via Marie Curie 17 – 39100 Bolzano  
email info@mfor.eu  
web www.mfor.eu

Stand 9.03.2021