

**Hab gute  
Ideen.  
Mach starke  
daraus.**

### Innovation Project Canvas

Das Innovation Project Canvas hilft, gute Ideen für neue Produkte, Technologien, Dienstleistungen und Geschäftsmodelle weiter zu entwickeln. Die systematische Arbeitsweise beschleunigt die frühe Phase des Innovationsprozesses: In weniger als einem Tag entsteht aus einer guten Idee ein starkes Konzept und Klarheit, was zu tun ist.



**five is** innovation  
management



## Hab gute Ideen. Mach starke draus.

### Die Lücke in der Prozesslandschaft

In vielen Unternehmen sind sowohl die Ideenfindung als auch die Umsetzung von Neuprodukt-Projekten (z.B. in einem Stage-Gate® Prozess) gut organisiert. Zwischen diesen beiden Prozessen tut sich allerdings oft eine Lücke auf, die nicht zuletzt einer fehlenden Verantwortlichkeit für diesen Prozessschritt geschuldet ist.

Wir beobachten daraus resultierend folgende Missstände:

- gute Ideen warten oft monatelang, bis diese aufgegriffen werden (um dann mit hohem Zeitdruck umgesetzt zu werden).
- geniale Ideen werden nicht erkannt, weil sich niemand um das Herausschälen des überzeugenden Ideenkerns kümmert und die Idee reifen lässt.
- Ideen werden eins zu eins in Projektaufträge überführt und im Rahmen des „Umsetzungsprojekts“ nicht mehr hinterfragt. Eine mittelmäßige Idee kann dann natürlich auch nur maximal zu einer mittelmäßigen neuen Leistung führen.

Das Innovation Project Canvas ist ein neues Werkzeug, um diese prozessuale Lücke von Ideen zu Projekten zu schließen und aus guten (und auch mittelmäßigen) Ideen starke Konzepte zu machen.

### Was macht eine Idee stark?

Unserer Erfahrung nach, muss ein erfolgreiches Innovationsvorhaben folgende drei Aspekte frühzeitig geklärt haben:

- **Desirability:** (Wie) stiftet das zukünftige Produkt dem Kunden einen wahrnehmbaren und wünschenswerten Nutzen?
- **Viability:** Basiert das Konzept auf einem ertragsfähigen Geschäftsmodell?
- **Feasibility:** (Wie) schaffen wir als Organisation es das Konzept erfolgreich umzusetzen?

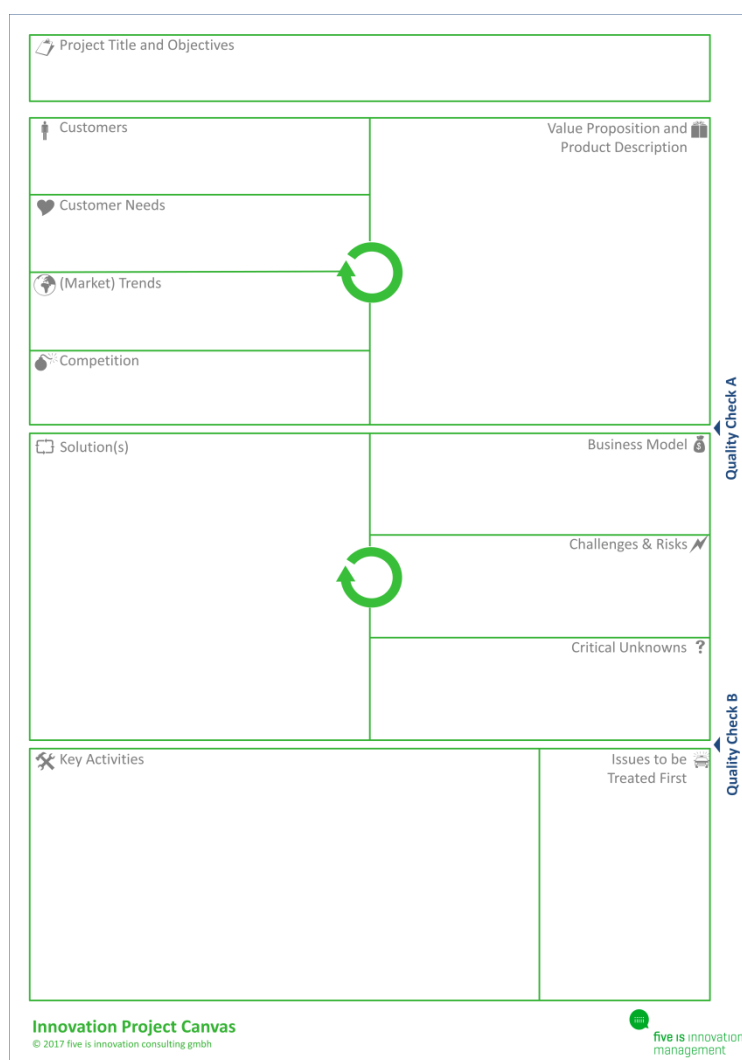
Das Innovation Project Canvas ist ein Werkzeug für Projektteams, Innovationsverantwortliche und Querdenker um genau diese drei Aspekte anhand eines systematischen Ablaufs früh im Innovationsprozess durchzuarbeiten. Aus einer Idee wird nach einem Tag Arbeit ein tragfähiges und durchdachtes Konzept, welches Entscheidungsträgern vorgelegt werden kann.

Das Vorgehen ist in drei Phasen unterteilt:

- **Phase 1** des Innovation Project Canvas hilft dabei, die Zielgruppe besser kennen zu lernen. Nur wenn echte Kundenbedürfnisse identifiziert wurden, kann auch ein überzeugendes Wertversprechen entwickelt werden.
- Anschließend wird mit Hilfe der Affektbilanz die Qualität der Value Proposition überprüft (**Quality Check 1**): Überzeugt das Angebot aus Kundensicht wirklich oder müssen wir nochmals in eine Überarbeitungsschleife? (Desireability Check)



- In der **Phase 2** werden Lösungsansätze und völlig neue Geschäftsmodelle für das Produkt oder die Dienstleistung entwickelt.
- In einem zweiten **Qualitätscheck** (Viability Check) wird überprüft, ob das Geschäftsmodell überzeugt.
- Anschließend werden in der **Phase 3** Kernaktivitäten geplant. Orientiert an den Grundsätzen der agilen Entwicklung, werden kritische Elemente identifiziert, welche das Vorhaben zu Fall bringen können.
- Ein optionaler, anschließender Feasibility Check bereitet die Übergabe an die Organisation zur weiteren Umsetzung vor.



## Von Anfang an Orientierung an Zielkunden und deren Bedürfnissen

Seit Jahrzehnten wissen wir aus der Innovationsforschung, dass die Orientierung am Kundennutzen mit Abstand der größte Erfolgsfaktor bei der Neuproduktentwicklung darstellt: „A differentiated product that delivers unique benefits and a compelling value proposition to the customer or user is the number one driver of new-product profitability“ (Cooper 2011).



Die Erarbeitung einer überzeugenden Value Proposition bildet auch das Kernstück der ersten Phase des Innovation Project Canvas. Inspiriert von Erkenntnissen zu Zielkunden, deren Bedürfnissen, relevanten (Markt-) Trends und Wettbewerb beginnen Projektteams ein überzeugendes Angebot für Nutzer, Bezahler und weitere Stakeholder des zukünftigen Produktes zu entwickeln.

Die Leitfrage ist dabei: **Was bieten wir an und warum ist das für Käufer bzw. Anwender attraktiv?**

Die Value Proposition kann bewusste aber auch unbewusste Bedürfnisse der Kunden adressieren. Diese Bedürfnisse können in zwei Kategorien unterteilt werden:

- einen zusätzlichen (neuen) Nutzen erhalten (Gain Creators)
- heutige Probleme / Schwierigkeiten / Schmerzen mindern bzw. beseitigen (Pain Relievers)

Im Wertversprechen wird festgelegt, welche(s) konkrete(n) Bedürfnis(se) durch unsere Lösung befriedigt werden sollen. Damit wird auch festgelegt, was nicht im Fokus der Lösung stehen soll.

Wird zwischen Käufer und Nutzer unterschieden, kann es notwendig sein, für beide eine Value Proposition zu definieren. Sieht eine Idee mehrere Wertschöpfungspartner vor, sollten auch für diese Wertversprechen definiert werden.

Das Wertversprechen per se beinhaltet noch keine Überlegungen zur Art oder Form der Leistung (Produkt, Dienstleistung, etc.). Ohne diese technisch bereits gelöst haben zu müssen, soll die Leistung jedoch im Zuge der Erarbeitung der Value Proposition ebenfalls grob beschrieben werden:

- Wie sieht unser Leistungsangebot aus, mit dem wir den Nutzen für die Kunden stiften und deren Bedürfnisse befriedigen?
- Welche Elemente umfasst die Leistung?

Ein Leistungsangebot wird dann besonders attraktiv für den Kunden, wenn es keine vergleichbaren Angebote am Markt gibt. Deshalb ist im Rahmen der Festlegung des Wertversprechens und der Beschreibung der Leistung auch eine Positionierung bzw. Differenzierung zum Wettbewerb mitzudenken.

## Teamdynamik in der Arbeit mit dem Innovation Project Canvas

Beim Innovation Project Canvas werden der Kern einer Idee und die Ausrichtung des späteren Innovationsprojekts von einem Team\_in einem eintägigen Workshop gemeinsam entwickelt. Die Arbeit mit Haftnotizen an einer physischen Leinwand ist sehr niederschwellig und erlaubt es jedem aktiv im Gestaltungsprozess mitzuwirken

Interdisziplinarität ist eine wichtige Voraussetzung um wirklich offen zu denken und sich nicht zu früh auf einen Lösungsweg einzuengen, gleichzeitig braucht es auch jene Personen, die später im Innovationvorhaben maßgeblich mitwirken müssen. Die Arbeit am Innovation Project Canvas zwingt das Team, sich auf ein gemeinsames Verständnis der Idee und somit auf eine gemeinsame Ausrichtung des Projekts zu einigen. Werden hier für die Projektabwicklung wichtige Personen außen vor gelassen, kann dies zu späteren, wesentlich aufwändigeren Schleifen und Widerständen führen.

Durch das gemeinsame Erarbeiten wird die Idee zur Idee jedes einzelnen Teammitglieds. Die Begeisterung für das Thema wächst mit der Intensität der Beschäftigung.



## Der Nutzen des Innovation Project Canvas

In der frühen Phase der Umsetzung einer Idee bringt das Innovation Project Canvas alle wichtigen Mitglieder des Innovationsprojekts an eine „Leinwand“ (Canvas), um ein gemeinsames Verständnis des Projektziels und der -inhalte zu schaffen. Das Canvas stellt 12 „Denk-Felder“ zur Verfügung. Teammitglieder aus unterschiedlichen Disziplinen beschreiben jeweils deren Verständnis der Idee entlang dieser 12 Felder. Das Team erkennt unterschiedliche Perspektiven und erarbeitet im Rahmen des Prozesses ein gemeinsames Verständnis.

Das Arbeiten mit dem Innovation Project Canvas deckt rasch die tatsächliche Attraktivität und das Potenzial einer Idee auf. Hat sich das Team einem einheitlichen Verständnis zur Idee angenähert, wird dieses hinsichtlich Attraktivität für den Zielkunden und Potenzial weiter unter die Lupe genommen. Überzeugt die Idee noch nicht restlos, wird diese geknetet und massiert: das Team verändert Aspekte der ursprünglichen Idee (z.B. die Zielgruppe), lässt welche fallen (z.B. Nebennutzen) oder erfindet Neues (z.B. eine andere Ertragsmechanik). Dieser Prozess durchläuft mehrere Iterationen bis ein begeisterndes Wertversprechen für den Zielkunden und ein attraktives Business Model für das Unternehmen gefunden sind. Die Idee ist in nur einem Tag gemeinsamer Arbeit gereift und bereit, weitere Stakeholder zu überzeugen! Rainer Bösch, Global Expert R&D Controlling bei Ivoclar Vivadent bringt den Nutzen mit folgender Aussage auf den Punkt: „Mit dem Innovation Project Canvas haben wir zum Projektstart ein Ergebnis erzielt, für das wir sonst Wochen gebraucht hätten.“

Das gemeinsame Erarbeiten einer attraktiven Value Proposition und eines einträglichen Business Modells erhöht das Commitment der einzelnen Teammitglieder. Das interdisziplinäre Team (er)findet gemeinsam die Idee neu und lässt diese zu einem Konzept reifen. Die Teammitglieder erkennen ihre jeweiligen Beiträge im Entstehungsprozess, werden gemeinsam zu den Urhebern des Produktkonzepts und entwickeln ein persönliches Interesse, das Projekt zum Erfolg zu führen.

Das Innovation Project Canvas ist leicht zu verstehen und eignet sich hervorragend, um eine Produkt-/Dienstleistungsidee und die Ziele und Herausforderungen des zu startenden Projekts an die Entscheidungsträger zu kommunizieren.

In weniger als einem Tag macht das Innovation Project Canvas aus einer guten Idee ein starkes Konzept und schafft Klarheit, was zu tun ist.

## Der Autor:



### **Mag. Peter Fürst**

ist Geschäftsführender Gesellschafter der five is innovation consulting gmbh, Berater und Trainer.

Er ist Experte für die Gestaltung und Optimierung von Innovationssystemen und für Methoden zur Ideenfindung. Mehr als 15 Jahre Erfahrung in der Innovationsberatung sowie ein Lehrauftrag für Innovationsmanagement an der FH Vorarlberg zeugen davon. Am liebsten betreut Peter Innovationsvorhaben von der Idee bis zur Umsetzung. Er ist ein charmanter Querdenker, der Andere auf der Suche nach neuen Ideen und Lösungen inspiriert.

Mail: [p.fuerst@five-is.com](mailto:p.fuerst@five-is.com), Tel: +43 676 5522506