

---

# Konzepte erstellen

Christoph Steinhauer

Seminar „Projektmanagement“, Oktober 2000,  
Medienakademie Köln



# These I

---

Es gibt kein Konzept für ein  
Konzept!



# These II

---

Gute Konzepte sind **immer**  
Maßarbeit!



# These III

---

Konzepte leben von einer schlüssigen  
Strategie und der Magie großer Ideen!



# Fragen

---

Was ist das Problem?

Welche Ziele wollen wir erreichen?

Wen wollen wir erreichen?

Wie können wir unsere Ziele erreichen?

Was benötigen wir dafür?

In welcher Zeit müssen die Ziele erreicht werden?



# Konzeptarten

---

## Grobkonzept / Exposé

- Grundidee

- Grobe Maßnahmenplanung

## Feinkonzept

- Ausgefeilte Strategie

- Detailliertere Maßnahmenplanung

- Dummies, Prototypen, Pappen

- Zeitplanung

- Kostenplanung



# Konzeptphasen

---

I Factfinding (Faktensammlung)

II Clustering (Strukturierung)

III Writing (Ausformulieren)

IV Presentation (Präsentation)



# Phase I: Factfinding

---

Briefing / Pflichtenheft

Recherche

- Datenbanken / Internet / Konkurrenz
- Dokumente / Literatur
- Interview / Befragung / Workshop
- Forschung / Studien

Kreativtechniken

- Brainstorming / -writing
- Mind Mapping
- Morphologische Matrix
- Force Fit



# Briefing / Pflichtenheft

---

- Ist-Zustand (Ausgangslage)
- Soll-Zustand (Ziele)
- Vorgaben (Corporate Design, Corporate Identity, Marketingstrategie, Historie)
- Zielgruppen
- Zeitrahmen und Budget

Tipp: Rebriefing einfordern!



# Kreatives Denken

---

## Laterales Denken (Edward de Bono)

- Entwicklung neuer Ideen
- Verhinderung von Wertungen
- Verhinderung von dichotomischem Denken (ja/nein)
- Auflösen von bekannten Denkmustern
- Abbau von Denkblockaden

## Transformationsprozesse

- Umformulieren / Zerlegen / Umkehren
- Denkmuster erkennen und in Frage stellen (nichtreflektierte Annahmen)
- Szenarien („als ob“)
- Zufall zulassen
- Analogien bilden



# Kreativitätstöter

---

- Haben wir schon gemacht
- Haben wir noch nie gemacht
- Funktioniert nicht
- Ist zu teuer
- Ist zu kompliziert
- Ist unlogisch
- Schaffen wir nicht in der knappen Zeit



# Brainstorming

---

## Regeln

- kein Zwang
- keine Kritik
- jede Idee ist willkommen
- jeder darf Ideen anderer aufgreifen und weiterentwickeln
- jede Idee ist die Leistung des Gesamtteams

## Technik

- nicht mehr als 6 - 8 Teilnehmer
- nicht länger als 15 - 20 Minuten
- Visualisieren der Ideen (Flipchart)
- Protokoll erstellen



# Mindmapping

---

## Elemente

- Fokus (Mittelpunkt)
- Linien (Äste)
- Schlüsselwörter (Ideen)
- Farben
- Piktogramme

## Regeln

- immer nur ein (Schlüssel-) Wort verwenden
- Jedes (Schlüssel-) Wort kann beliebig viele Äste haben



# Matrix

---

## Elemente

- Kästen
- Achsen
- Begriffe

## Regeln

- Begriffe definieren
- horizontales Brainstorming
- Beliebige Kombinationen zulassen



# Force fit

---

## Elemente

- Begriffe
- Linien
- Lexikon

## Regeln

- Gegenstand in Bestandteile zerlegen
- Zufallsbegriff finden (Lexikon)
- Zufallsbegriff in Bestandteile zerlegen
- Bestandteile kombinieren



# Phase II: Clustering

---

- Selektieren
- Ordnen
- **Strategiefindung (Heureka, ich hab's !)**

Tipps:

MindManager Software nutzen!

Feedback-Schleifen einbauen (Elevator-Test)



# These IV

---

**Die Strategiearbeit kommt fast immer zu kurz!**



# Strategiefindung

---

- Konkurrenzanalyse
- Marketingziele
- Anwenderbedürfnisse
- Branding / Corporate Image
- Positionierung
- Ressourceneinsatz
- Erfolgsmaßstäbe / Evaluation



# Strategiefindung

---

## Mission-Statement

Das Mission-Statement besteht aus ein oder zwei Sätzen, die präzise beschreiben, worum es bei dem Projekt geht. Es sorgt dafür, dass das Team das **Kernziel** nicht aus den Augen verliert.



# Phase III: Writing

---



# These V

---

**Die meisten Probleme beim  
Konzeptionieren resultieren daraus,  
dass zu früh mit dem niederschreiben  
begonnen wird!**



# Bestandteile

---

Ausgangslage / Aufgabe

Strategie-Block

- Ziele

- Zielgruppen

- Positionierung

- Copy-Strategie

Inhalte-Block

- Features

- Site-Mapping

- Content-Planung

- Storyboard / Text / Wording



# Bestandteile

---

## Navigations-Block

- User-Profile

- Navigations-Konzept

## Design-Block

- Vorgaben

- key-visuals

## Weitere Maßnahmen

- Service-Funktionen

- Pflege

- Vermarktung

## Zeitplanung / Kostenplan



# Ausgangslage

---

- Aufgabe
- Technische Vorgaben
- Marktdaten / Trends
- SWOT-Analyse (Stärken, Schwächen, Chancen, Bedrohungen)
- Rechtliche Faktoren (Urheberrechte)
- Vertraulichkeitsklauseln

Tipp: Kurz und knapp halten!



# Strategie-Block

---

## Ziele

- kurzfristig / mittelfristig / langfristig
- taktisch / strategisch
- intern / extern
- primär / sekundär
- quantitativ / qualitativ
- Einzelziele (Markt, Service, Image etc.)

Tipp: Mit dem Kunden im Vorfeld abklären!



# Strategie-Block

---

## Zielgruppen / Anwender

- primär / sekundär
- quantitativ / qualitativ
- demographisch / geographisch
- psychologisch / soziologisch
- sozioökonomisch
- typologisch
- technisch

**Tipp:** Zielgruppen nach Zielen / Maßnahmen ordnen!



# Strategie-Block

---

## Positionierung

- Das Besondere (Alleinstellungsmerkmale: neu, einzigartig, innovativ etc.)
- Die Begründung
- Das Versprechen (Nutzen für die Zielgruppe)

Tipp: Möglichst präzise formulieren!



# Strategie-Block

---

## Copy-Strategie

- Ressourceneinsatz
- Zielgruppen / Anwender
- Kernziele (Mission-Statement)
- Kreative Idee (Problemlösung)
- Tonality (Ton und Stil / Markenpersönlichkeit)

**Tipp:** Der Wurm muss dem Fisch schmecken  
und nicht dem Angler!



# Weitere Blöcke

---

- Inhalte-Block
- Navigationsblock
- Design-Block
- Weitere Maßnahmen



# Qualitätskontrolle

---

- Alle Fakten vollständig recherchiert?
- Schlüssige Strategie? (Elevator-Test)
- Strategie realistisch? (Kosten, Zeit, Ziele)
- Passen die Maßnahmen zur Strategie?
- Reihenfolge der Maßnahmen sinnvoll?
- Stimmigkeit des Gesamtkonzepts?
- Kreative Idee erkennbar?



# Phase IV: Presentation

---

- Booklet mit Management-Summary und Copyrights-Vermerk
- Charts erstellen (PowerPoint)
- Dummies, Prototypen, Pappen etc.
- Präsentations-Team bestimmen
- Technik checken
- Publikum einschätzen
- General-Probe
- Follow up



# Generelle Tipps

---

- Konzeptfahrplan
- Zeitverteilung
- Der Weg zum guten Konzept (Checkliste)



# Konzeptfahrplan

---

	wer?	Bis wann?
Briefing		
Recherche		
Brainstorming		
Strategie		
Struktur		
Maßnahmen		
Check		
Kreation/ Text		
Dummies		
Booklet		
Charts		
Präsentation		



# Zeitverteilung

---

	Anfänger	Profi
Phase I Factfinding	30%	40%
Phase II Clustering	5%	40%
Phase III Writing	60%	15%
Phase IV Presentation	5%	5%

**80% der Arbeit sollte vor dem Niederschreiben getan sein!**



# Der Weg zum guten Konzept

---

- Schriftliches Briefing einfordern
- Konzeptfahrplan mit Zuständigkeiten erstellen
- Genügend Zeit für die Strategie einplanen
- Aufgaben in sinnvolle Teilprojekte gliedern
- Alle Maßnahmen immer auf Ziele / Zielgruppen ausrichten!
- Kosten / Ressourcen im Auge behalten!
- Auf roten Faden achten! (Nicht verzetteln!)
- Quercheck / Vorpräsentation beim Kunden?



# Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

---

Kontakt:

Steinhauer Kommunikation  
GmbH & Co.KG

Christoph Steinhauer  
Ernst-Moritz-Arndt-Straße 16  
53225 Bonn

Fon: 0228-97596-15

Fax: 0228-97596-29

eMail:

[c.steinhauer@steinhauerkom.de](mailto:c.steinhauer@steinhauerkom.de)

web: [www.steinhauerkom.de](http://www.steinhauerkom.de)