



Innovationsplattform  
Sachsen-Anhalt

Jetzt  
abstimmen >>



Deutscher  
Tourismuspreis  
2023

*Nominiert*

# DIGITALE INNOVATIONSPLATTFORM

Neue Ideen für das  
Netzwerk Tourismus Sachsen-Anhalt

> Warm-Up

Los geht's!

A photograph of a large group of people, mostly women, dancing in a stadium. In the foreground, a man in a red t-shirt is seen from the back, looking towards the right. To his right, a woman in a patterned tank top and grey pants is dancing. Further right, a woman in a red tracksuit is dancing with her arms raised. The background shows the stadium seating and other people. A yellow speech bubble is overlaid on the image, containing the text "Alle, die ...".

Alle, die ...



Innovationsplattform  
Sachsen-Anhalt

Jetzt  
abstimmen >>



Deutscher  
Tourismuspreis  
2023

*Nominiert*

# DIGITALE INNOVATIONSPLATTFORM

Neue Ideen für das  
Netzwerk Tourismus Sachsen-Anhalt

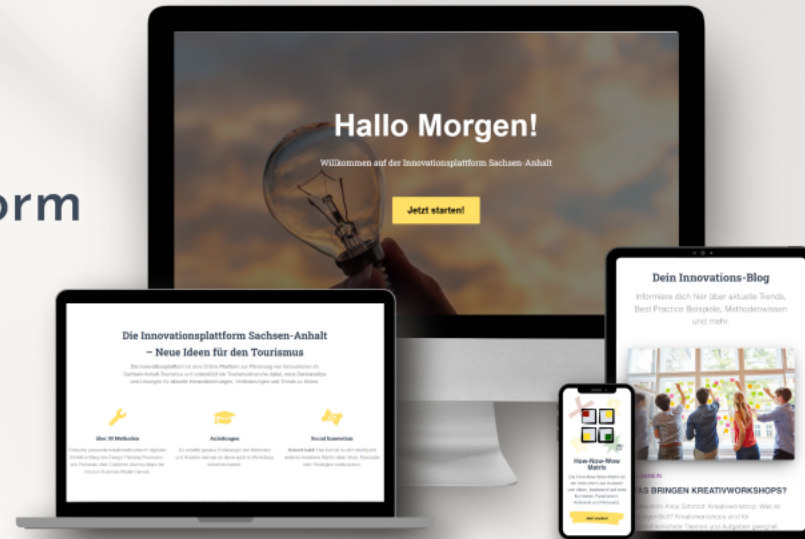
> Warm-Up

Los geht's!



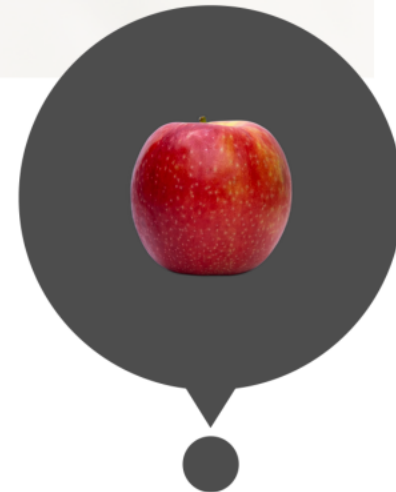
Innovationsplattform  
Sachsen-Anhalt

innovation-tourismus.de



Ideenentwicklung  
Methoden  
Wissen  
Handeln - Netzwerk

Warum eine Innovationsplattform  
im Tourismus?



Innovation mit  
Design  
Thinking





# Für wen eine Innovationsplattform?




**Deine Persona**

**Inga**  
**Wagner**

Alter: 32

Herkunft: Deutschland



"Inga" auswählen

**Einkommen:**  
 Gering  Mittel  Hoch

**Grundorientierung:**  
 Traditionell orientiert  Modern/individual orientiert  Pragmatisch, schnelllebig, Neues

**Werte:**  
Offenheit, Optimismus, Freundlichkeit, Respekt, Neugier

**Marken:**  
VW, Edeka, Esprit

**Ziele:**  
viel Reisen, Familie, Job der Spaß macht und kreativ ist

**Zitat:**  
Probieren geht über Studieren.

**Technik & Digitales:**  
PC, Tablet, Smartwatch, Instagramm, Whatsapp, Pinterest

**Die Person und dein Produkt:**  
offen für Neues, sucht Inspiration, ist kreativ und möchte eigene Ideen einbringen

Stammdaten + X  
Portrait auswählen + X  
Einkommen + X  
Grundorientierung + X  
Werte + X  
Marken + X  
Ziele + X  
Zitat + X  
Technik & Digitales + X  
Nachhaltigkeit & Soziales +  
Die Person und dein Produkt +  
No Gos +  
Must haves +  
Freies Textfeld +

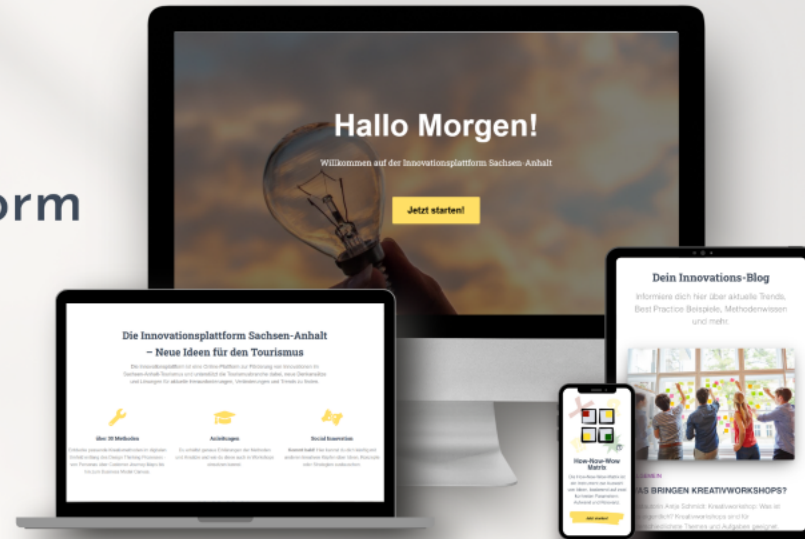






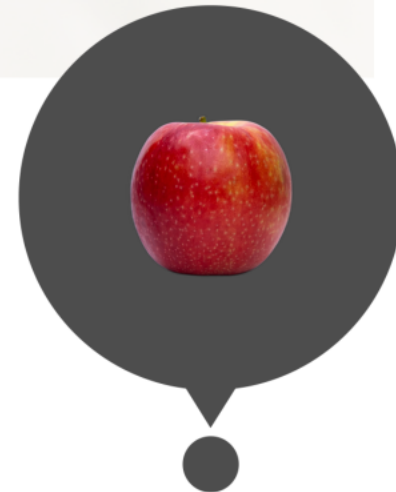
Innovationsplattform  
Sachsen-Anhalt

innovation-tourismus.de



Ideenentwicklung  
Methoden  
Wissen  
Handeln - Netzwerk

Warum eine Innovationsplattform  
im Tourismus?



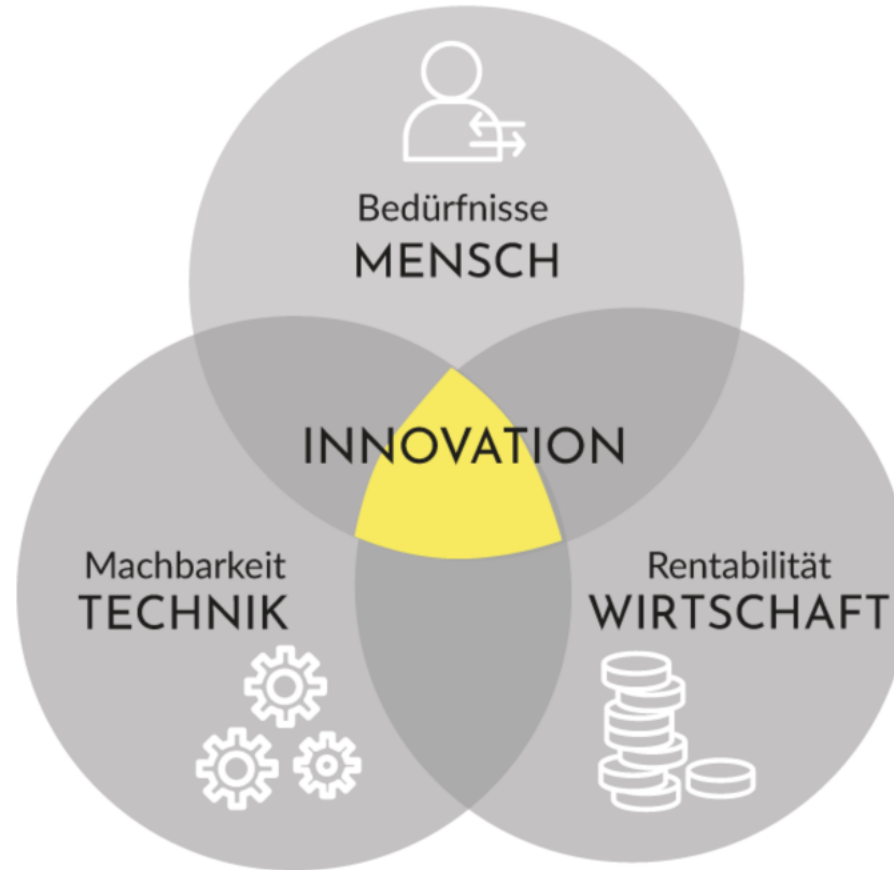
Innovation mit  
Design  
Thinking



# SWEET SPOT OF INNOVATION

**“Innovation” wird mit großen, neuartigen Ideen verbunden – stimmt!**

**Nur fallen weder bahnbrechende Innovationen noch schlaue Optimierungen vom Himmel – leider.**



**Oft werden Produkte an den Wünschen der Kunden vorbeientwickelt oder sind praktisch nicht umsetzbar.**

**> Lösung Design Thinking**

# Design Thinking = Methodik zur kreativen Problemlösung

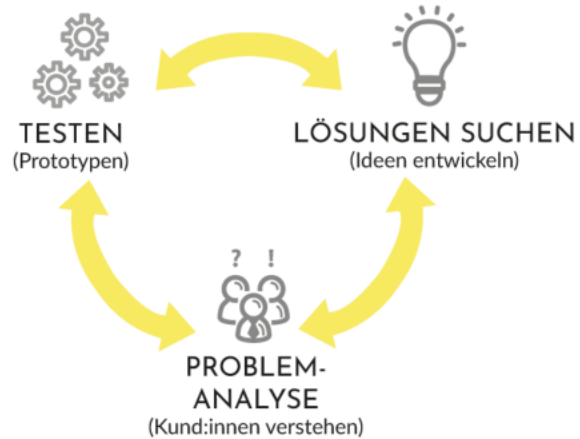
- generiert innovative Ideen
- Ideen werden an echten Nutzern getestet, um herauszufinden, ob sie gut sind
- gute Ideen überzeugen Entscheider, die Mittel zur Umsetzung schaffen

> PROZESS

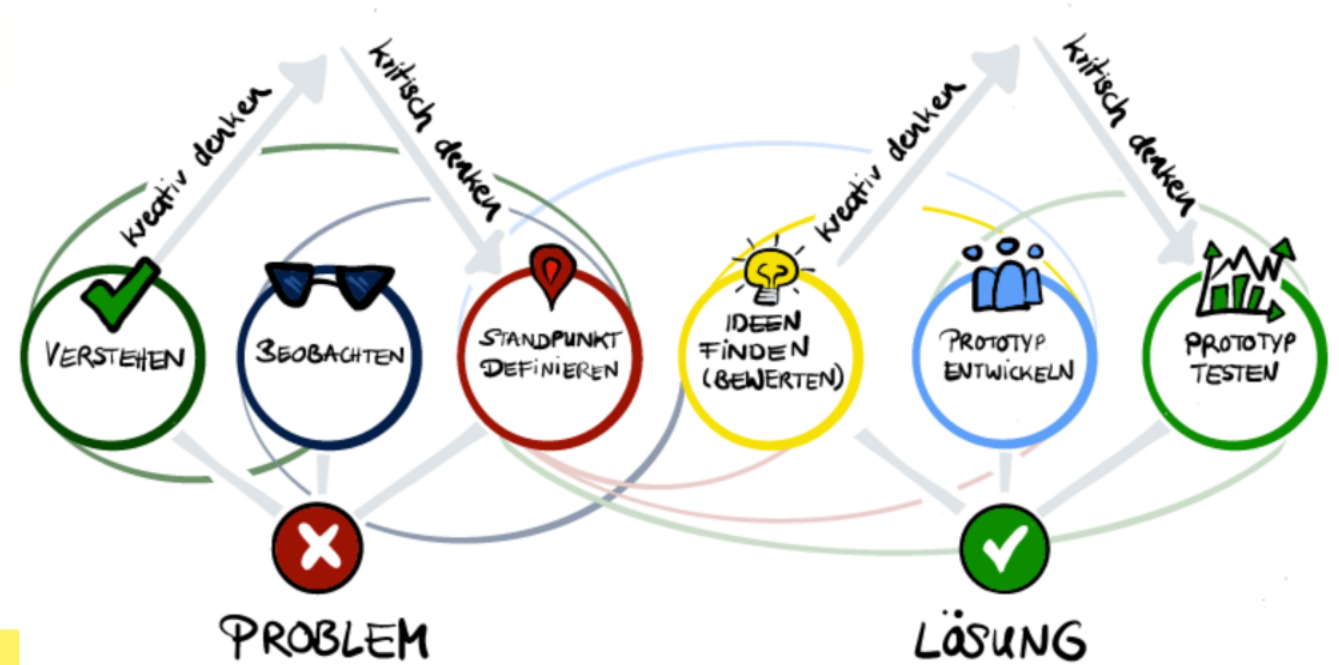
**Produkte:** Digitaler Check-In  
Automat

**Prozesse:** Ablauf Check-In im  
Hotel

## DESIGN THINKING ALS PROZESS



Quelle: In Anlehnung an Osterwalder et al. 2014:  
Value Proposition Design, S. 62-63. Bildquelle: Freepik.



### In den Gast einfühlen

Verstehe  
deinen  
Nutzenden.

### Wiederkehrende Probleme

Das zu lösende  
Nutzerproblem auf den  
Punkt bringen.

### Ideen sammeln & bewerten

1. Masse statt Klasse.
2. Klasse statt Masse.

### Prototypen & Testen

Ein Prototyp ist eine vereinfachte  
Version des Produkts. Deckt  
Probleme auf.  
Am besten am Nutzenden testen.



- Startseite
- Meine Projekte
- Methodenfinder
- Coaches & FAQ
- Mein Profil
- Logout

## Die richtige Methode finden:

### Methode anwenden für:



Problem definieren



Idee entwickeln



Idee bewerten



Prototyp

### Schwierigkeitsgrad der Methode:



Einsteiger:in



Fortgeschrittene:r



Profi

### Warm-ups:



Warm-ups

### Teilnehmer

Wer soll die Methode umsetzen, wie groß ist das Team?

Eine Gruppe von 0

### Nutzung

Willst du direkt digital arbeiten oder analog vor Ort?

Online

Offline / vor Ort



Innovationsplattform





- Startseite
- Meine Projekte
- Methodenfinder
- Coaches & FAQ
- Mein Profil
- Logout

## Die richtige Methode finden:

### Methode anwenden für:



Problem definieren



Idee entwickeln



Idee bewerten



Prototyp

### Schwierigkeitsgrad der Methode:



Einsteiger:in



Fortgeschrittene:r



Profi

### Warm-ups:



Warm-ups

### Teilnehmer

Wer soll die Methode umsetzen, wie groß ist das Team?

Eine Gruppe von 0

### Nutzung

Willst du direkt digital arbeiten oder analog vor Ort?

Online

Offline / vor Ort

# Persona

Personas beschreiben typische Nutzergruppen und sind ein Hilfsmittel, um sich in die Lebenswelt einer Kundengruppe hineinversetzen zu können.

Fortgeschritten, Profi    3 bis 15    4 Stunden - mehrere Tage

digital und analog    Energielevel: 2 von 5

Problem verstehen    Problem definieren    Idee entwickeln

Idee bewerten    Prototyp entwickeln    Prototyp testen

## Ziel der Methode:

Personas repräsentieren eine bestimmte Kundengruppe, die in ihren Eigenschaften und Wertvorstellungen ähnlich sind. Über die Auseinandersetzung mit der Persona, ihrer Beschreibung, dem Sammeln von Bildwelten, welche für den Alltag und/oder Urlaub dieser Gruppe typisch sind, wird es möglich, sich in diese Nutzergruppe hineinzuversetzen.

Moderationsanleitung

Online loslegen

"InnoHub\_Persona.mp4" herunterladen

"Persona - Miro Template.rtb" herunterladen

"Persona - Vorlage DIN A4.pdf" herunterladen



Online loslegen

Moderationsanleitung

## Du hast Fragen?

Melde dich bei deinem Innovationscoach:

**Theresa Marquardt**  
E-Mail: [innovation@ltvlsa.de](mailto:innovation@ltvlsa.de)  
**Hier findest du weitere Innovationscoaches**

Irgendwas klappt gar nicht mit der Technik? Dann schreibe

**Hubertus Stock**  
E-Mail: [support@teejit.de](mailto:support@teejit.de)

Kurze Beschreibungen erklären, wie die Methode funktioniert. Viele Methoden können direkt online angewendet werden.

## PERSONA



### Beschreibung

Personas beschreiben typische Nutzergruppen. Sie bilden das gebündelte Wissen über eine spezifische Gruppe von Menschen ab und fassen es in einem Kundenprofil zusammen.



### Allgemeiner Hinweis

Personas sind ein populäres Tool im Innovationsmanagement. Dies führt mitunter dazu, dass sie fast inflationär eingesetzt werden und die Methodenkenntnis bei den anleitenden Personen nicht entsprechend ausgeprägt ist. Wichtig zu beachten ist hier, dass eine gewisse Kundenkenntnis Voraussetzung dafür ist, valide Personas zu entwickeln. Ansonsten führt die Methode dazu, dass Spekulationen zu Kundengruppen gemacht werden, das Ergebnis einer Persona sogar überzeugend aussieht, aber am Ende wenig mit den tatsächlichen Kundengruppen zu tun hat. Daher sollten vorab mittels Beobachtungen und Interviews Informationen zu den tatsächlichen Kunden eingeholt werden. Zudem sollten in Workshops Personas teilnehmen, die „nah am Kunden“ arbeiten. Nur so können die Charakteristiken der Persona möglichst deckungsgleich mit der Realität entwickelt werden.

Seite 1 von 8



Umfassende Moderationsanleitungen erklären, wie die Methoden gemeinsam in Workshops genutzt werden können und was dafür benötigt wird.

**Keine Lust mehr auf  
ausgelutschte Ideen?**

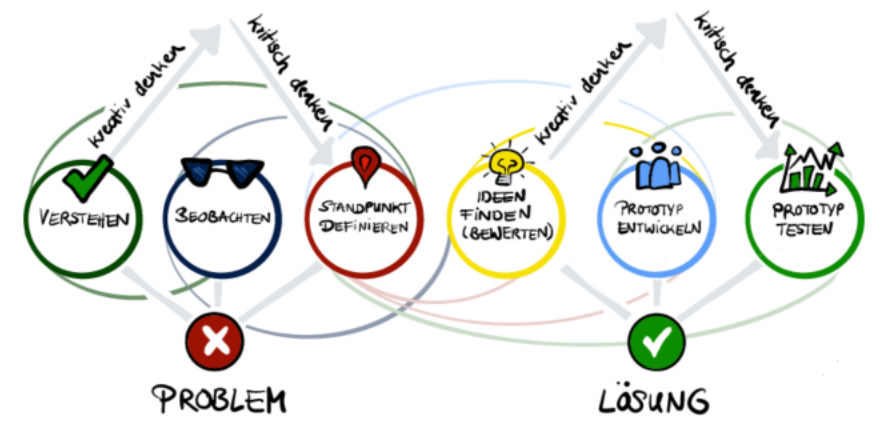
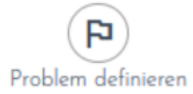
**Wie kann die  
Innovationsplattform  
euch helfen?**

**>  
Anwendung**





Methode anwenden für:



## **Problem verstehen / definieren**

Worüber beschweren  
sich eure Gäste?

- Lange  
Wartezeiten  
Check-In
- ....

**Analyse-  
Methoden, um das  
Problem zu  
fokussieren und  
zu definieren**



## **Problem verstehen / definieren**

Worüber beschweren  
sich eure Gäste?

- Lange  
Wartezeiten  
Check-In
- ....

**Analyse-  
Methoden, um das  
Problem zu  
fokussieren und  
zu definieren**



Methode anwenden für:



Problem definieren



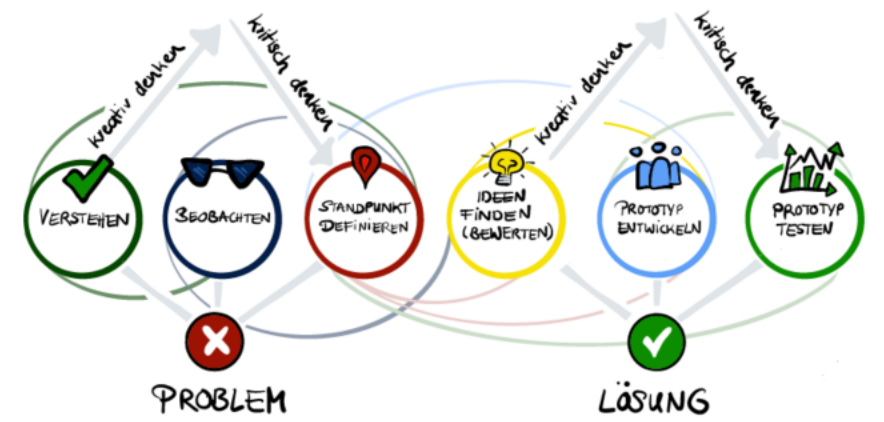
Idee entwickeln



Idee bewerten



Prototyp



Problem  
verstehen /  
definieren

Idee  
entwickeln

Idee  
bewerten

Prototyping

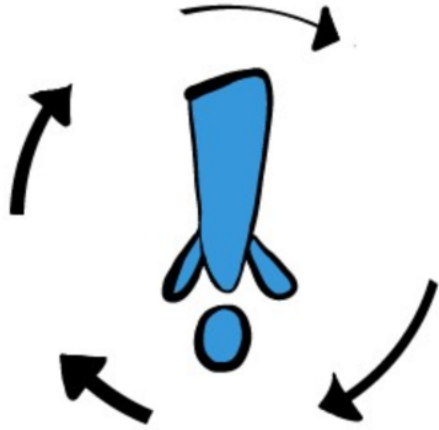
>  
Austausch

# **Idee entwickeln Ideen finden**

Lösungen finden zum  
definierten Problem:  
Warteschlange Check-In -  
Wartezeiten gestalten

.....

**Methoden zur  
kreativen  
Ideenfindung**



WKW-Fragen  
Brainwriting  
Inspirationskarten  
Kopfstandmethode

....

**Gast vergraulen**

**Ins Positive  
umkehren**

Wie könnten wir den Wartebereich beim Check-In so gestalten, dass die Gäste sich richtig unwohl fühlen, die Wartezeit sehr lang erscheint und sie danach richtig frustriert sind?

# **Idee entwickeln Ideen finden**

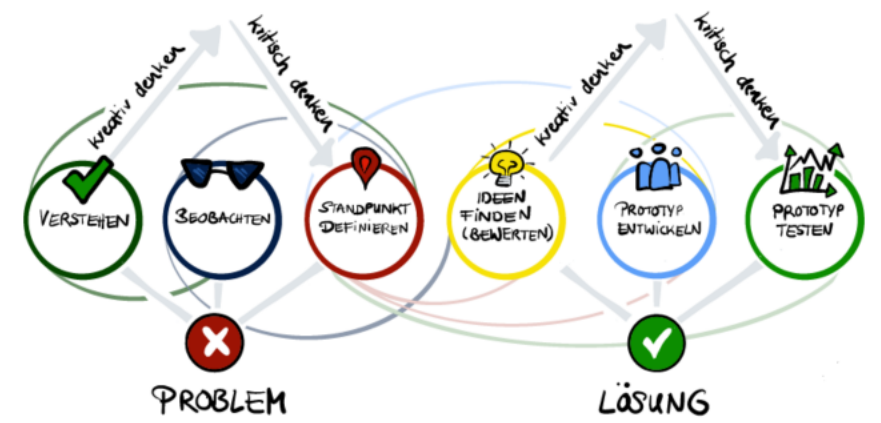
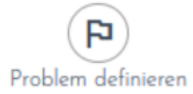
Lösungen finden zum  
definierten Problem:  
Warteschlange Check-In -  
Wartezeiten gestalten

.....

**Methoden zur  
kreativen  
Ideenfindung**



Methode anwenden für:



## **Ideen bewerten**

Lange Warteschlange -  
Wartezeit durch digitale  
Bildschirme mit Filmen aus  
der Region gestalten

**Ideen  
strukturiert  
priorisieren &  
auswerten**

# SECHS DENKHÜTE

nach Edward de Bono



**ANALYTISCHES  
DENKEN**  
*Fakten*



**OPTIMISTISCHES  
DENKEN**  
*Chancen*



**EMOTIONALES  
DENKEN**  
*Gefühl*



**KREATIVES  
DENKEN**  
*Ideen*



**KRITISCHES  
DENKEN**  
*Risiken*



**ORDNENDES  
DENKEN**  
*Prozesse*

**SCAMPER**

**6 - Denkhüte**

**HOW-NOW-WOW-Matrix**

....



**Online Methode!**

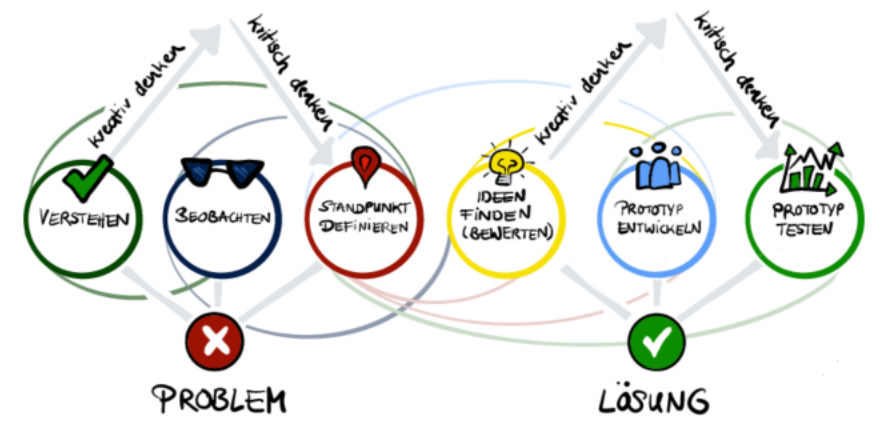
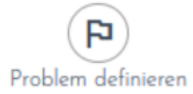
## **Ideen bewerten**


Lange Warteschlange -  
Wartezeit durch digitale  
Bildschirme mit Filmen aus  
der Region gestalten

**Ideen  
strukturiert  
priorisieren &  
auswerten**




Methode anwenden für:



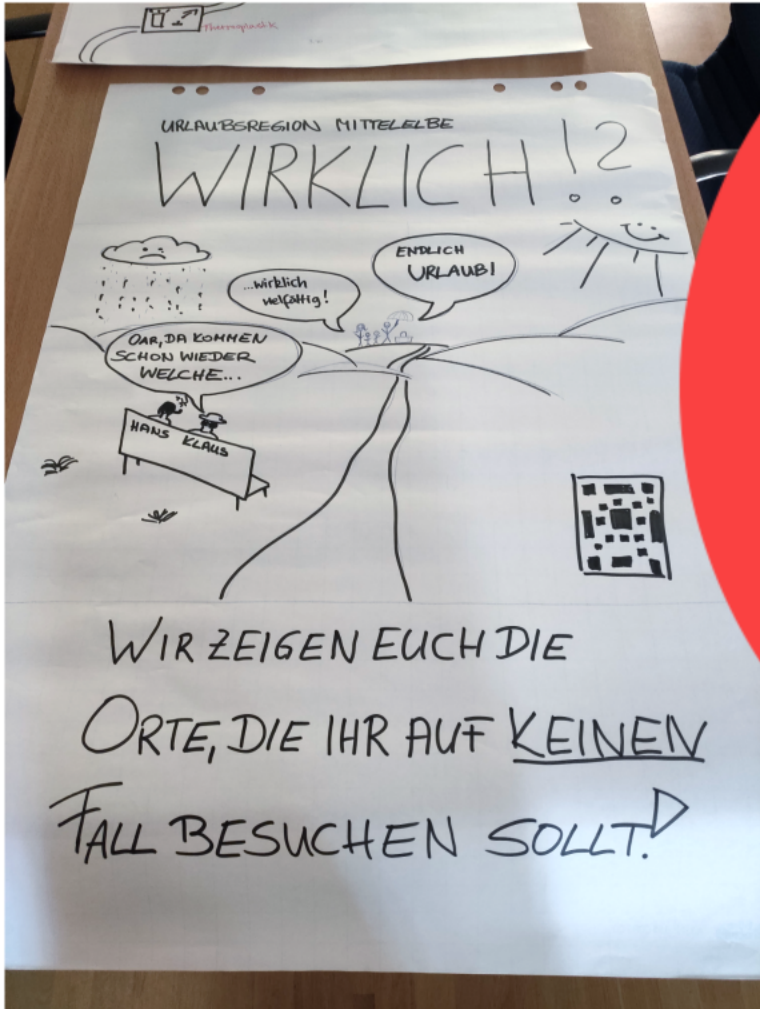


# **Ideen visualisieren, weiterentwickeln & testen durch Prototypen**

Anordnung der Bildschirme  
Schilder entwerfen

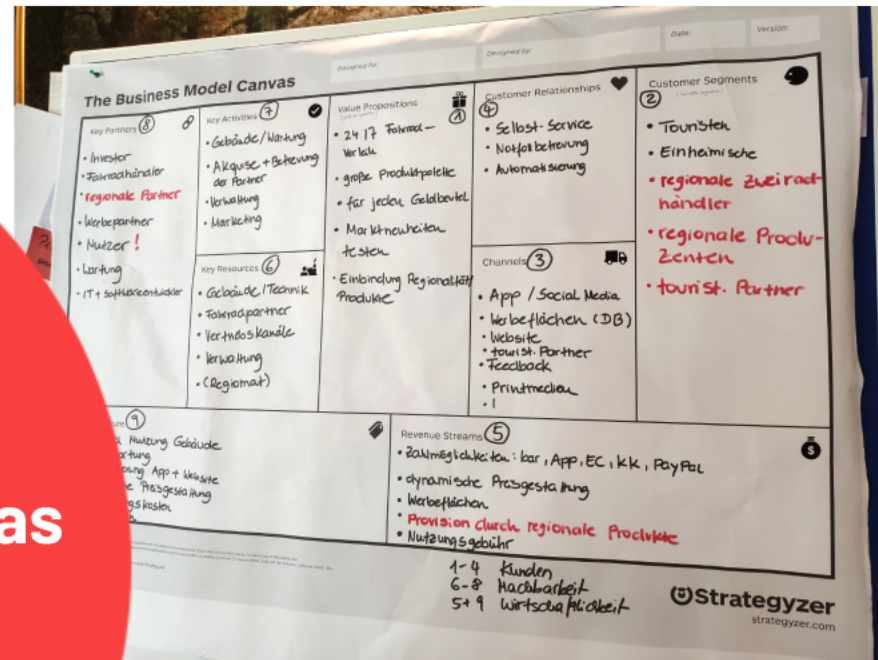


**Methoden zur  
Visualisierung  
& zum Testen**



**Produktbox**  
**Napkin Sketch**  
**Pre-Mortem**  
**Business Model Canvas**


...





# **Ideen visualisieren, weiterentwickeln & testen durch Prototypen**

Anordnung der Bildschirme  
Schilder entwerfen



**Methoden zur  
Visualisierung  
& zum Testen**



Methode anwenden für:



Problem definieren



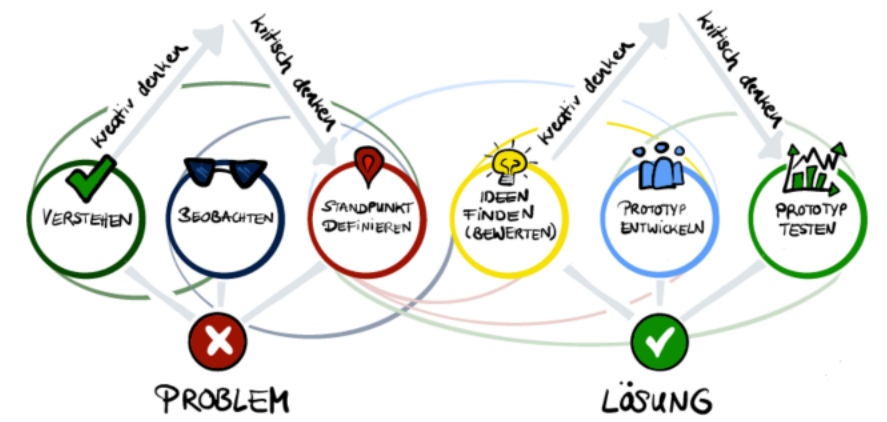
Idee entwickeln



Idee bewerten



Prototyp



Problem  
verstehen /  
definieren

Idee  
entwickeln

Idee  
bewerten

Prototyping

>  
Austausch

**Danke fürs Zuhören &  
Mitmachen!**

**AUSTAUSCH - eure Fragen**

**Unsere Fragen:  
Wie findet ihr die  
Innovationsplattform?  
Was fehlt euch noch?**

....



Methode anwenden für:



Problem definieren



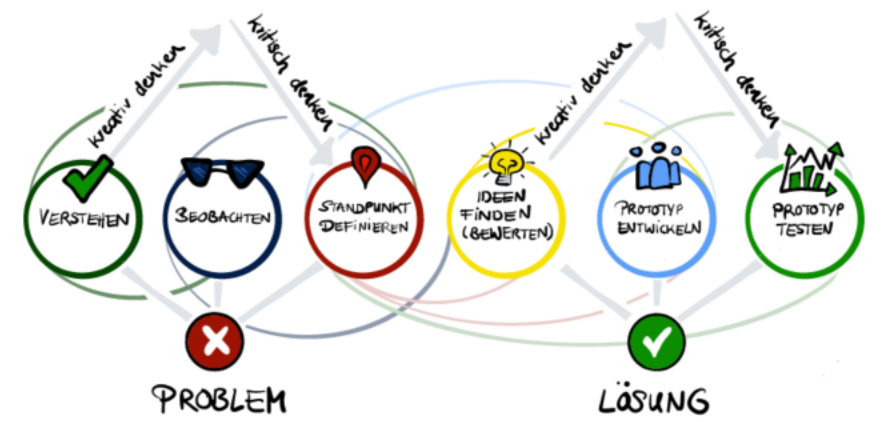
Idee entwickeln



Idee bewerten



Prototyp



Problem  
verstehen /  
definieren

Idee  
entwickeln

Idee  
bewerten

Prototyping

>  
Austausch

**Keine Lust mehr auf  
ausgelutschte Ideen?**

**Wie kann die  
Innovationsplattform  
euch helfen?**

**>  
Anwendung**



# Persona

Personas beschreiben typische Nutzergruppen und sind ein Hilfsmittel, um sich in die Lebenswelt einer Kundengruppe hineinversetzen zu können.

Fortgeschritten, Profi    3 bis 15    4 Stunden - mehrere Tage

digital und analog    Energielevel: 2 von 5

Problem verstehen    Problem definieren    Idee entwickeln

Idee bewerten    Prototyp entwickeln    Prototyp testen

## Ziel der Methode:

Personas repräsentieren eine bestimmte Kundengruppe, die in ihren Eigenschaften und Wertvorstellungen ähnlich sind. Über die Auseinandersetzung mit der Persona, ihrer Beschreibung, dem Sammeln von Bildwelten, welche für den Alltag und/oder Urlaub dieser Gruppe typisch sind, wird es möglich, sich in diese Nutzergruppe hineinzuversetzen.

Moderationsanleitung

Online loslegen

"InnoHub\_Persona.mp4" herunterladen

"Persona - Miro Template.rtb" herunterladen

"Persona - Vorlage DIN A4.pdf" herunterladen



Online loslegen

Moderationsanleitung

## Du hast Fragen?

Melde dich bei deinem Innovationscoach:

**Theresa Marquardt**  
E-Mail: [innovation@ltvlsa.de](mailto:innovation@ltvlsa.de)  
**Hier findest du weitere Innovationscoaches**

Irgendwas klappt gar nicht mit der Technik? Dann schreibe

**Hubertus Stock**  
E-Mail: [support@teejit.de](mailto:support@teejit.de)

Kurze Beschreibungen erklären, wie die Methode funktioniert. Viele Methoden können direkt online angewendet werden.

## PERSONA



### Beschreibung

Personas beschreiben typische Nutzergruppen. Sie bilden das gebündelte Wissen über eine spezifische Gruppe von Menschen ab und fassen es in einem Kundenprofil zusammen.



### Allgemeiner Hinweis

Personas sind ein populäres Tool im Innovationsmanagement. Dies führt mitunter dazu, dass sie fast inflationär eingesetzt werden und die Methodenkenntnis bei den anleitenden Personen nicht entsprechend ausgeprägt ist. Wichtig zu beachten ist hier, dass eine gewisse Kundenkenntnis Voraussetzung dafür ist, valide Personas zu entwickeln. Ansonsten führt die Methode dazu, dass Spekulationen zu Kundengruppen gemacht werden, das Ergebnis einer Persona sogar überzeugend aussieht, aber am Ende wenig mit den tatsächlichen Kundengruppen zu tun hat. Daher sollten vorab mittels Beobachtungen und Interviews Informationen zu den tatsächlichen Kunden eingeholt werden. Zudem sollten in Workshops Personas teilnehmen, die „nah am Kunden“ arbeiten. Nur so können die Charakteristiken der Persona möglichst deckungsgleich mit der Realität entwickelt werden.

Seite 1 von 8



Umfassende Moderationsanleitungen erklären, wie die Methoden gemeinsam in Workshops genutzt werden können und was dafür benötigt wird.





- Startseite
- Meine Projekte
- Methodenfinder
- Coaches & FAQ
- Mein Profil
- Logout

## Die richtige Methode finden:

### Methode anwenden für:



Problem definieren



Idee entwickeln



Idee bewerten



Prototyp

### Schwierigkeitsgrad der Methode:



Einsteiger:in



Fortgeschrittene:r



Profi

### Warm-ups:



Warm-ups

### Teilnehmer

Wer soll die Methode umsetzen, wie groß ist das Team?

Eine Gruppe von 0

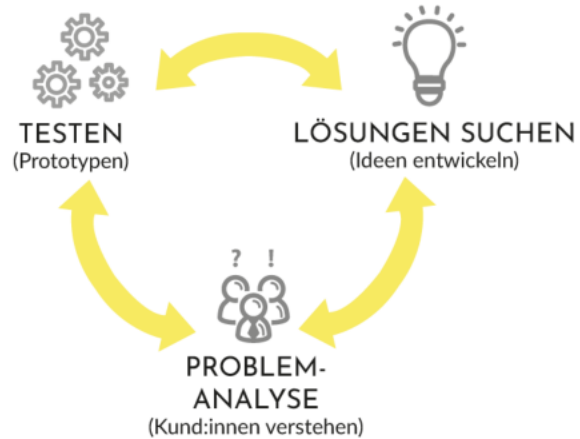
### Nutzung

Willst du direkt digital arbeiten oder analog vor Ort?

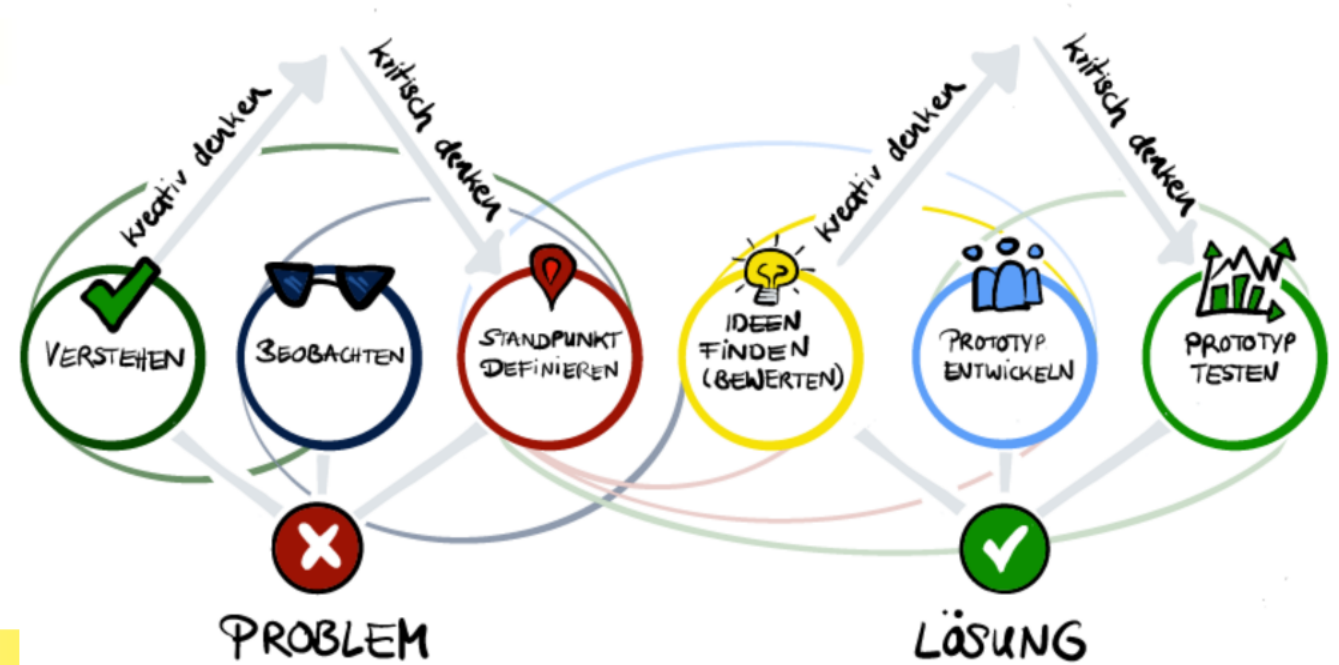
Online

Offline / vor Ort

## DESIGN THINKING ALS PROZESS



Quelle: In Anlehnung an Osterwalder et al. 2014:  
Value Proposition Design, S. 62-63. Bildquelle: Freepik.



### In den Gast einfühlen

Verstehe  
deinen  
Nutzenden.

### Wiederkehrende Probleme

Das zu lösende  
Nutzerproblem auf den  
Punkt bringen.

### Ideen sammeln & bewerten

1. Masse statt Klasse.
2. Klasse statt Masse.

### Prototypen & Testen

Ein Prototyp ist eine vereinfachte  
Version des Produkts. Deckt  
Probleme auf.  
Am besten am Nutzenden testen.

# Design Thinking = Methodik zur kreativen Problemlösung

- generiert innovative Ideen
- Ideen werden an echten Nutzern getestet, um herauszufinden, ob sie gut sind
- gute Ideen überzeugen Entscheider, die Mittel zur Umsetzung schaffen

> PROZESS

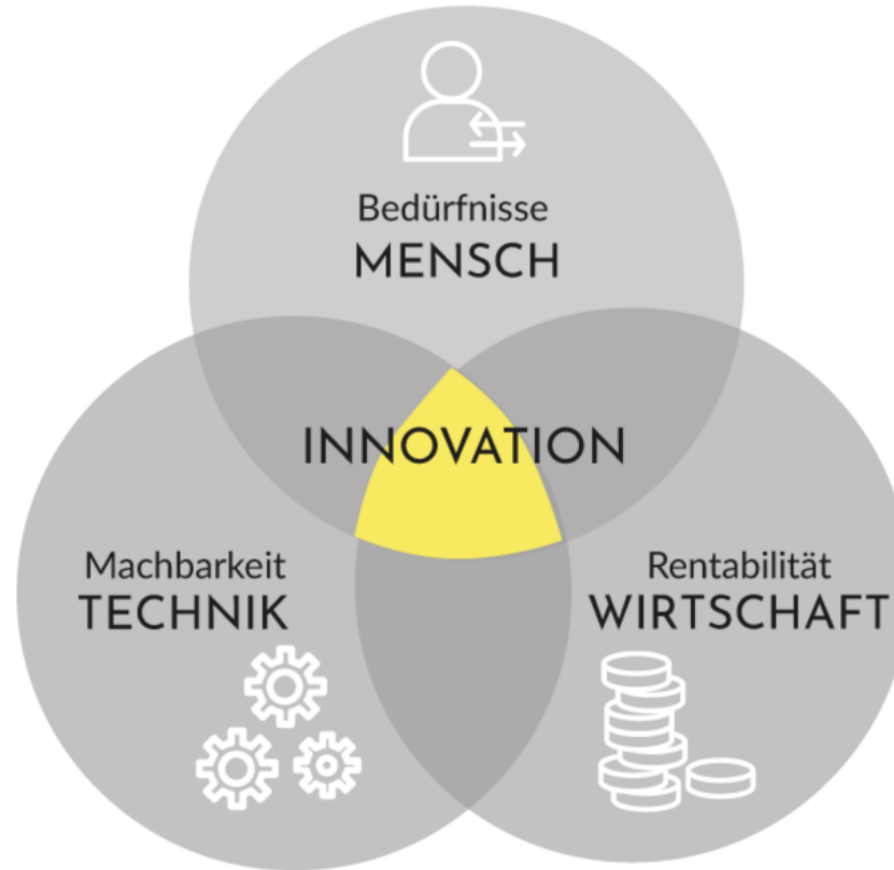
**Produkte:** Digitaler Check-In  
Automat

**Prozesse:** Ablauf Check-In im  
Hotel

# SWEET SPOT OF INNOVATION

**“Innovation” wird mit großen, neuartigen Ideen verbunden – stimmt!**

**Nur fallen weder bahnbrechende Innovationen noch schlaue Optimierungen vom Himmel – leider.**



**Oft werden Produkte an den Wünschen der Kunden vorbeientwickelt oder sind praktisch nicht umsetzbar.**

**> Lösung  
Design  
Thinking**



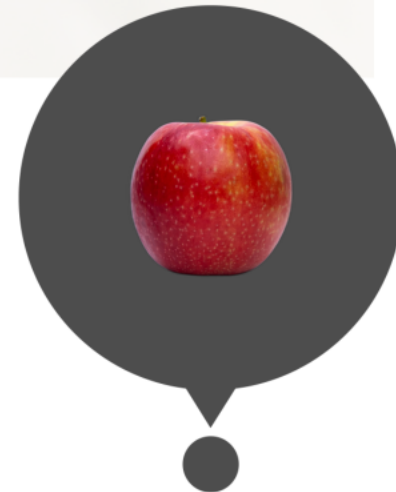
Innovationsplattform  
Sachsen-Anhalt

innovation-tourismus.de



Ideenentwicklung  
Methoden  
Wissen  
Handeln - Netzwerk

Warum eine Innovationsplattform  
im Tourismus?



Innovation mit  
Design  
Thinking





Innovationsplattform  
Sachsen-Anhalt

Jetzt  
abstimmen >>



Deutscher  
Tourismuspreis  
2023

*Nominiert*

# DIGITALE INNOVATIONSPLATTFORM

Neue Ideen für das  
Netzwerk Tourismus Sachsen-Anhalt

> Warm-Up

Los geht's!