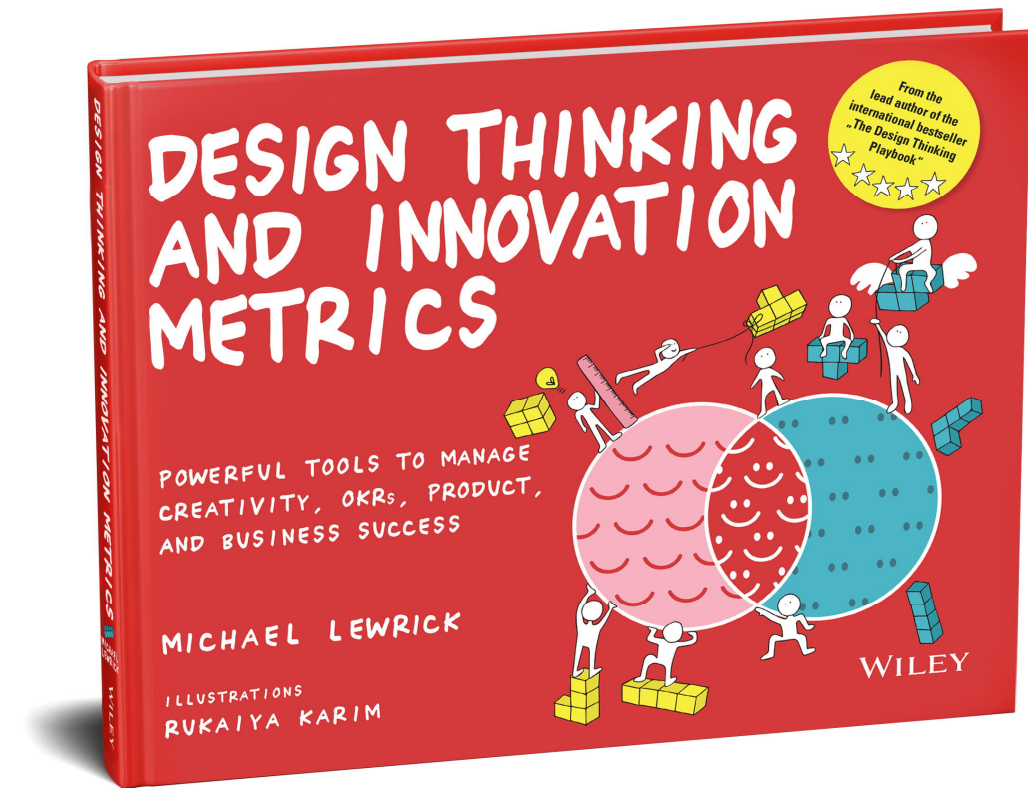


5Ps CREATIVITY CANVAS



Kurzanleitung: Der Canvas behandelt wichtige Aspekte zur Messung von Kreativität. Am besten wird er angewendet, indem die entsprechenden Fragen für die Reflexionsaktivitäten im Zusammenhang mit den divergierenden und konvergierenden Designphasen gestellt werden. Das Ziel ist es, alle Elemente auf einen Blick zu dokumentieren, um z.B. neue Programme zum Aufbau von Fähigkeiten zu evaluieren.

Tipps & Tricks zum Template auf Buchseite: 209



Lewrick, M.
Design Thinking and Innovation Metrics
978-1-1198-1515-0
www.design-metrics.com

<div>Persuasion</div> <div></div>		
<div>Netzwerke und Gemeinschaften</div> <div>Wer sind die Menschen, die das kreative Streben unterstützen können?</div>	<div>Soziales Umfeld</div> <div>Welches soziale Umfeld ist für kreative Arbeit erforderlich?</div>	<div>Zusammenarbeit</div> <div>Wie sieht die Zusammenarbeit aus?</div>
<div>Process</div> <div></div>	<div>Person/Team</div> <div></div>	<div>Product</div> <div></div>
<div>Problem</div> <div>Gibt es ein Problem, das es wert ist, gelöst zu werden, und wenn ja, was genau ist das Problem? Warum sollte es gelöst werden?</div> <div>Einblicke</div> <div>Wie wird das Entstehen von Einsichten unterstützt und geteilt? Wie werden Unterbrechungen und Neuformulierungen vorgenommen?</div> <div>Ideenfindung</div> <div>Welche Denkwerkzeuge werden eingesetzt, um neue Ansätze zu entwickeln? Welche Techniken sind geeignet, und wie können sie trainiert werden?</div> <div>Erkundung</div> <div>Wie radikal sollte eine potenzielle Lösung sein, und welchen Einfluss sollte sie auf einen Bereich haben? Inwieweit beeinflussen Fragen, Gedanken, Aktivitäten das Resultat?</div>	<div>Neugierde</div> <div>Was ist die Grundlage für Neugierde und warum? Wie können Teams neugierig sein und/oder die Chancen auf unvorhergesehene Situationen erhöhen?</div> <div>Zweck</div> <div>Was sind die wahren Triebkräfte und Motivatoren und warum? Was ist der innere Kern, der zum Ausdruck gebracht wird?</div> <div>Wissen</div> <div>Welche Kenntnisse und Fähigkeiten sind erforderlich, um ein bestimmtes kreatives Ziel zu erreichen? Wie können bestimmte Fähigkeiten aufgebaut werden?</div> <div>Reflexion</div> <div>Wie kann kreatives Handeln reflektiert und daraus gelernt werden? Wie können Teile des kreativen Prozesses geplant werden?</div>	<div>Erfolg</div> <div>Wie sieht Erfolg auf Projekt-, Team- und Verhaltensebene aus? Welches Ergebnis ist gut genug, um es als Erfolg zu werten?</div> <div>Qualität/Quantität</div> <div>Wie wird die Qualität der kreativen Leistung bewertet? Wie viele Funktionen und Erlebnisse aus den Anforderungen sind umgesetzt worden?</div> <div>Nützlichkeit</div> <div>Wie nützlich ist die Dienstleistung, das Produkt oder das Erlebnis aus der Sicht des Kunden/Bewerter? Wie eng ist die emotionale Bindung des Kunden/Nutzers?</div> <div>Neuheit</div> <div>Wie neu ist das Produkt für den Kunden und den Markt? Wie radikal unterscheidet sich die Lösung von bestehenden Lösungen?</div>
<div>Place</div> <div></div>		
<div>Denkweise</div> <div>Welches sind die Merkmale und Perspektiven, die Kreativität fördern oder behindern?</div>	<div>Ressourcen</div> <div>Welche Ressourcen werden benötigt, welche sind vorhanden?</div>	<div>Raum</div> <div>Wie sieht die physische, hybride oder virtuelle Arbeitsumgebung aus, um die Aufgaben zu bewältigen?</div>