

Gemeinsam



Ideen

finden!

## Gemeinsam geht es leichter!

Zusammen mit anderen Menschen finden Sie häufig leichter neue Ideen, denn gegenseitig bringen Sie sich auf neue Gedanken, die zu neuen Ideen führen können. Diese Zusammenarbeit können Sie organisieren.

Im Folgenden stelle ich Ihnen drei Möglichkeiten vor, wie Sie den gemeinsamen Ideenfindungs-Prozess gestalten können.

- Sie können mit anderen ein "Wiki" erstellen.
- In einem "Blog" lassen sich leicht Ideen finden.
- Sie können das Wissen Ihrer Kunden nutzen.

## 1. Wikis

Was ist ein "Wiki"? Das Wort *wiki* kommt aus dem Hawaiianschen und bedeutet soviel wie "schnell".

Wiki-Webs oder kurz Wikis sind spezielle Internetseiten, die von jedem Benutzer nicht nur gelesen, sondern auch geändert werden können. Ja, wirklich: jeder Besucher der Internet-Seite kann *alle* Texte ändern!

Dieses tolle Werkzeug können Sie auch gemeinsam zur Ideenfindung nutzen.

[Virtuelles Notizbrett](#)

Viele Ideensammler nutzen ein Wiki, um gemeinsam mit anderen Kreativen Ideen zu sammeln. Das Wiki dient ihnen als gemeinsam genutzter Zettel. Jedes Mal, wenn einer der Kreativen eine Idee hat (und das kann zu jeder Zeit sein!), schreibt er sie ins Wiki. Diese Seiten können öffentlich oder nur einem kleinen Teilnehmerkreis zugänglich sein.

Ein Beispiel habe ich hier für Sie eröffnet: [Geistesblitz-Wiki](http://geistesblitz-wiki.com). (<http://geistesblitz-pbwiki.com>)

Natürlich können Sie hier testen und einmal einige Sätze oder Seiten hineinschreiben.

### Gemeinsames Lexikon oder Buch

Wikipedia ist das bekannteste Wiki im Internet, denn die Nutzer schreiben ihr eigenes (erstaunlich gutes) Lexikon. Es ist so gut, dass es als Print-Ausgabe erschienen ist.

Mittlerweile gibt es eine Reihe anderer Beispiele:

Die kleine Gemeinde [Munkbrarup](#) (ganz im Norden "neben Flensburg) nutzt ein Wiki, um sich gegenseitig zu informieren. (Sehr charmant: die Termine der Freiwilligen Feuerwehr...)

Im Bildungsbereich ist das [ZUM-Wiki](#) sehr bekannt. Engagierte Lehrer tauschen Unterrichts-Ideen aus.

Und das Coaching-Lexikon von Chr. Rauhen nutzt diese Idee z.B. im Business-Bereich. Erfahrene Berater tragen hier ihr Wissen zusammen.

Gemeinsames Nachdenken, gemeinsam genutztes Wissen hat, wie man an den Beispielen sehen kann, erstaunliche Effekte. (Das Problem des Vandalismus ist in Wikis übrigens erstaunlich gering.)

Die Nutzer schreiben so über einen längeren Zeitraum ihr eigenes Buch oder ihr eigenes Lexikon.

## 2. Blogs

Was ist ein Blog? Ein Weblog ist eine Website, die regelmäßig mit Beiträgen aktualisiert wird und die diese Beiträge in umgekehrter chronologischer Reihenfolge auflistet. (Genau: [www.geistesblitz.de](http://www.geistesblitz.de) ist auch ein Blog.)

Noch schöner: das Ganze ist mit so wenigen Kenntnissen gestartet, dass das jeder kann. Und dieses Werkzeug können Sie auch für Ideenfindung nutzen!

- a) Als Ideengeber, der sich von anderen Anregungen holt oder
- b) in der Gruppe

Zwei aktuelle Beispiele hierzu:

- a) Sie schreiben Ihre Ideen im Blog öffentlich auf und lassen andere kommentieren. Oder Sie for-

dern andere explizit auf, Ihren Ideenprozess mitzubestimmen. Jürgen Alker entwickelte im Frühjahr einen neuen "Smoothie"-Drink. Die Leser seiner [Internetseite](#) durften über Geschmacksrichtungen, Design und über den Namen abstimmen!

Damit sichert er sich hohe Aufmerksamkeit von Anfang an und garantiert auch treue Trinker, seitdem der "Hello!"-Saft auf den Markt ist.

b) Leiten Sie potentielle Kunden an, über Sie und Ihr Produkt zu schreiben. Das gibt Ihnen (mit Sicherheit) anregende Aspekte zu Ihrem Produkt, die Sie so vorher noch nie gesehen haben. Herausragend ist dieser Tage sicher die Chip-Firma AMD, die 50 Tester für 2 neue Laptops suchte. Die Tester erhielten für 8 Wochen (kostenlos) ein nagelneues, pfeilschnelles Laptop und wurden gebeten, in einem Blog über ihre Erfahrungen zu berichten.

Offene Kommunikation und gemeinsame öffentliche Ideenfindung haben wegen der Transparenz einen ganz besonderen Reiz.

Blogs lassen sich ebenfalls (wie Wikis) leicht und schnell und kos-

tenlos anlegen. z.B. bei [Blog.de](#) und anderen Anbietern.

### 3. Kunden

Ihr Kunde hat oft sehr exaktes Wissen über Ihr Produkt und seine Verwendung. Also bezahlen Sie Ihren Kunden dreifach und lassen Sie ihn machen und Ideen entwickeln!

- a) Fördern Sie eine Kundengemeinschaft
- b) Integrieren Sie den Kunden
- c) Stärken Sie ihre Marke!

Ein paar Beispiele hierzu:

a) Kundengemeinschaft fördern: Immer mehr große Unternehmen bauen sich ein Netzwerk von Kunden auf oder pflegen ein Online-Forum im Internet, in dem sich die Kunden austauschen können über Produkte, Verbesserungen oder neue Ideen. Wenn Sie diesen Bereich aufmerksam verfolgen, ergeben sich zahlreiche Anregungen! Der Kamera-Hersteller *Leica* hat z.B. ein einfaches und schnelles Forum, in das jeder einen Beitrag schreiben kann. So konnten sie vor kurzer Zeit einen Software-Fehler

umgehend beheben, weil (ansonsten begeisterte) Kunden im Forum über diesen Fehler diskutierten.

b) Kunden integrieren: Eine Idee eines Kunden kann so wertvoll sein, dass Sie ihn mit Produkten, Extra-Services, Geld oder einem Job entlohnen können! Klingt abwegig? Ist es ja gar nicht! Für einen studentischen Ideen-Wettbewerb lockt der Handy-Hersteller *motorola* mit einem besonderen Hauptpreis: einem einjährigen Praktikum. D.h. Sie stellen den besten und engagiertesten Ideengeber ein!

c) Marke stärken: Oder Sie müssen noch größer werden... Um die Firma Apple und die iPods, Macs & Macbooks ranken sich zahlreiche Foren, die Ideen und Verbesserungsvorschläge sammeln. Apple als starke Marke liest fleißig mit und freut sich über die zahlreichen Inspirationen und Verbesserungsvorschläge.

Machen Sie es sich leichter und vielfältiger, indem Sie mit anderen zusammen arbeiten!

Timo Off



Timo Off

Communico  
- Dependance Kiel -  
Hasseldieksdammer Weg 46  
24116 Kiel  
Tel: (0431) 2 60 78 25  
[timo.off@communico-online.de](mailto:timo.off@communico-online.de)  
<http://www.communico-online.de>  
<http://www.geistesblitz.de>