



Unternehmerisches Forschen

© Anna Hoffmann 2020

1. Forschungsziele klar definieren mit den Prinzipien des „Golden Circle“:

Simon Sinek bezeichnet mit dem „Golden Circle“ Denkhaltungen, die durch Antworten auf die Fragen

- Warum wird etwas getan?
- Wie wird es getan?
- Was genau wird getan?

gekennzeichnet sind. Forschungsziele sollen demnach

- von dem Forschungsteam selbstdefiniert sein, zugleich aber auch
- an übergeordnete, gesamtgesellschaftliche Ziele angebunden sein,
- klaren Werten folgen und
- einen Nutzen für die Allgemeinheit haben, der über einen ökonomischen Nutzen hinausgeht.

Forschung findet also nicht in einem luftleeren Raum ohne konkrete Ausrichtung statt.

2. Arbeiten mit Personas: Für welche konkrete Nutzergruppe wird geforscht?

Personas sind fiktive Nutzer und wie die realen Nutzer haben sie Bedürfnisse, Fähigkeiten und Ziele. Sie stellen nicht den Durchschnitt der Masse dar – sie sind spezifische Personen, die Muster im Nutzerverhalten deutlich machen. Personas veranschaulichen typische Vertreter der Zielgruppe. Vielfältige Informationen zu ihrer Lebenswelt machen sie als Menschen verstehbar und ermöglichen es den Projektbeteiligten, sich mit ihnen zu identifizieren.

Die konkrete Nutzergruppe für ein Forschungsvorhaben kann mit Personas näher bestimmt und auch visualisiert werden, um im Team klar vor Augen zu haben, für

wenn das Forschungsvorhaben durchgeführt. Das erhöht die Motivation und stärkt die innere gemeinsame Ausrichtung auf konkrete Ergebnisse in Zeiten von Herausforderungen und Schwierigkeiten.



3. Design Thinking und Rapid Prototyping als Forschungsmethodik:

Design Thinking ist eine Kombination aus Verstehen, Beobachtung, Ideenfindung, Verfeinerung, Ausführung und Lernen. Konkretes Ziel der Forschung nach diesem Ansatz ist es, Lösungen zu finden, die aus Anwendersicht (Nutzersicht) überzeugend sind. Die Ergebnisse der Forschung müssen praktisch nutzbar sein. Dafür braucht es die Entwicklung von experimentellen Prototypen, die mit kleinen Nutzergruppen getestet und so vor Abschluss der Forschungsarbeit mehrfach evaluiert werden können.

Mit dem Prototyp wird einerseits die Tauglichkeit für die spätere Zielgruppe, andererseits die Akzeptanz der realen Personas geprüft. Entsprechend ist der Prototyp auch ein wesentlicher Entwicklungsschritt im Rahmen des Forschungsdesigns und ein wichtiger Indikator für Fortschritte in der Forschungsarbeit. Die durch interaktive Nutzertests und Beobachtungen entstandenen Evaluierungsergebnisse fließen iterativ in die Forschungsergebnisse ein. Als Erfolgsdefinition gilt: Eine hinreichend große Nutzergruppe benutzt das Forschungsergebnis aktiv.

4. Forschungshorizonte mit dem Prinzip des True North (Polarstern) entwickeln:

Der True North – wie der Polarstern – zeigt die Richtung an, in die sich das Forschungsteam bewegen will, ohne den Anspruch zu haben, damit ein konkret erreichbares Ziel zu haben. Ein typischer, unerreichbarer, aber stark motivierender True North ist zum Beispiel: “Ressourcen werden vollständig in Kreislaufsystemen genutzt.“ In einem Forschungsprojekte gibt der True North daher an, an welchem Horizont sich das Forschungsvorhaben orientiert. Der Forschungshorizont sollte wegen den sich schnell verändernden Parametern nicht mehr als drei Jahre in der Zukunft liegen.



Tools zur Erstellung eines True North in eigenen Forschungsvorhaben:

a) Eine fiktive Pressemitteilung für die Veröffentlichung der Forschungsergebnisse verfassen: Dafür genau den Nutzen beschreiben, an dem die nächsten 36 Monate geforscht werden soll. Dabei gilt es, das anstehende Jahr besonders im Fokus zu haben und fortlaufend jedes Jahr eine neue, aktualisierte Pressemitteilung zu verfassen.

b) Davon abgeleitet werden konkrete Aussagen definiert zu:

- dem generellen Forschungsrisiko (z.B. Ressourcen, Mittel, Rahmenbedingungen)
- Kritische Fragen, das Ergebnis oder das Forschungsdesign betreffend, und
- Experimenten, die erfolgreich durchgeführt werden müssen, um zu aussagekräftigen Ergebnissen zu kommen.