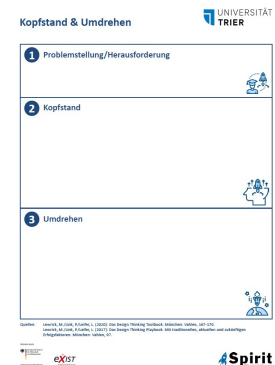


## Kopfstand & Umdrehen – Ideengenerierung

Gründungsideen gehen häufig von komplexen Problemen einer bestimmten Kundengruppe und damit einem Kundenbedarf aus. Auf den ersten Blick ist es oft nicht leicht, eine Idee als Problemlösung zu entwickeln. Die Kopfstand & Umdrehen Methode erhöht die Kreativität und dient dazu, eine große Anzahl an Ideen in begrenzter Zeit zu generieren. Bei dieser Art des Brainstormings wird zunächst nach Möglichkeiten gesucht, wodurch sich die Situation der Zielgruppe verschlechtert. Anschließend werden diese Lösungen „umgedreht“, um der Zielgruppe zu helfen.



### Kopfstand

- Worin besteht das **konkrete Problem** der Zielgruppe?
- Wie kann man die Situation der Zielgruppe **verschlechtern** (z.B. bestehende Probleme verstärken)?



### Umdrehen

- **Lösungen** zur Verschlechterung **umkehren**, sodass der Zielgruppe geholfen werden kann
- Kopfstand-Ideen werden in Problemlösungsansätze (Ideen) umgewandelt

### Herangehensweise

Mit Hilfe der Vorlage „Kopfstand & Umdrehen“ kann eine (stockende) Ideenfindung angeregt werden. Eine Ideengenerierungsphase sollte zeitlich begrenzt werden (etwa zehn bis zwanzig Minuten). Nach der Festlegung auf eine Problemstellung bietet es sich an, in Einzelarbeit zu beginnen, um Ideen ungeordnet und ungefiltert zusammenzutragen. Nach der Hälfte der Zeit werden die gesammelten Kopfstand-Ideen dem Team erläutert. Die unterschiedlichen Perspektiven können die weitere Ideenfindung anregen. Nach Abschluss der Kopfstand-Phase kehrt die Gruppe die Lösungen im Team oder wieder zunächst in Einzelarbeit um. Beachtet werden sollte, dass mit der Größe der Gruppe immer auch das Diskussionspotential steigt. Diese Methode eignet sich insbesondere dann, wenn ein Team mit dem klassischen Brainstorming nicht weiterkommt.

**Tipp:** Materialien wie Klebezettel, Stifte und eine Auswahl an Bildern können helfen, um die Ideenfindung anzuregen und zu dokumentieren. Im Anschluss an „Kopfstand & Umdrehen“ können die Methoden [GOLD-Test](#) oder [Now-How-Wow-Matrix](#) verwendet werden, um die gesammelten Ideen zu systematisieren und hinsichtlich ihres Potenzials zu bewerten. Wenn das Ergebnis anschließend noch nicht zufriedenstellend ist, können weitere [Kreativitätstechniken](#) helfen.

Quelle: Lewrick, M./Link, P./Leifer, L. (2020): Das Design Thinking Toolkit. München: Vahlen, 167-170.  
Lewrick, M./Link, P./Leifer, L. (2017): Das Design Thinking Playbook. Mit traditionellen, aktuellen und zukünftigen Erfolgsfaktoren. München: Vahlen, 97.

Gefördert durch:

## 1 Problemstellung/Herausforderung



## 2 Kopfstand



## 3 Umdrehen



Quellen: Lewrick, M./Link, P./Leifer, L. (2020): Das Design Thinking Toolbook. München: Vahlen, 167-170.  
Lewrick, M./Link, P./Leifer, L. (2017): Das Design Thinking Playbook. Mit traditionellen, aktuellen und zukünftigen Erfolgsfaktoren. München: Vahlen, 97.

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages

