

DM-Tipp

10 Tipps für das Erarbeiten von Konzepten



Gehören Sie auch zur grossen Gruppe von Menschen, die das Erarbeiten eines Konzepts als mühsam und schwierig betrachten und dazu neigen, solche Aufgaben vor sich herzuschieben? Und kommen manchmal trotz anfänglichem Schwung keine brauchbaren Ergebnisse raus? Nicht so tragisch, denn das Buch «Konzepte ausarbeiten – schnell und effektiv» von Dr. Sonja Ulrike Klug hilft Ihnen auf die Sprünge. Ein paar Ideen daraus stellen wir Ihnen vor.

10 Tipps für das effiziente Ausarbeiten erfolgreicher Konzepte

1. Bestimmen Sie Ziel und Zweck und halten Sie die Bedingungen fest.

Formulieren Sie das Ziel Ihres Konzeptes sowie alle damit verbundenen Bedingungen – zum Beispiel das Budgetdach für die Kampagne – präzise und vollständig aus. Auf diese Weise haben Sie das Wesentliche Ihrer Aufgabe jederzeit vor Augen. Dies bewahrt Sie davor, in der Vielfalt der Informationen und der Komplexität einzelner Arbeitsschritte zu ertrinken. Halten Sie dann den unternehmerischen Zweck des Konzepts fest, zum Beispiel so: «Das Konzept dient als Entscheidungsgrundlage für das Meeting mit der Werbeagentur am 15. Juli.». Schreiben Sie weiter auch persönliche Ziele, die Sie allenfalls mit dem Konzept verfolgen, nieder.

2. Legen Sie einen realistischen Zeithorizont fest.

Das befreit Sie von unnötiger Hast. Ein Trick, der Ihnen den inneren Druck nimmt: Anstatt zu denken: «Bis Dienstag, den 30. Juni ist mein Konzept fertig», drehen Sie den Spiess einfach um: «Wenn mein Konzept fertig ist, haben wir Dienstag, den 30. Juni». Das klingt sehr viel optimistischer und gelassener und funktioniert auch dann noch, wenn der eine oder andere Arbeitsschritt einmal länger als geplant dauern sollte.

3. Tappen Sie nicht in die Perfektionismus-Falle.

Wer zu viel Zeit einräumt, gerät schnell in die Perfektionismus-Falle. Die Gefahren liegen darin, sich in Nebensächlichkeiten zu verzetteln, Wesentliches zu übersehen oder es im Unwesentlichen untergehen zu lassen – und nicht zuletzt im Zeitmangel: Das Konzept wird nicht rechtzeitig fertig und wenn doch, dann ist es nicht optimal. Das Pareto-Prinzip, nach dem man mit 20 Prozent Einsatz 80 Prozent der Ergebnisse erzielt, gilt auch hier. Lösen Sie sich vom Perfektionismus, indem Sie sich von überhöhten Ansprüchen an die Qualität Ihrer eigenen Arbeit verabschieden. So ist es beispielsweise in Anbetracht der Fülle verfügbaren Materials gar nicht möglich, alle relevanten Informationen zu sammeln und zu sichten.

4. Planen Sie genügend (aber nicht zu viel) Zeit ein.

Der Gegensatz des Perfektionismus ist die Schlamperei. Sie kann die Folge von Aufschieberitis, echtem Zeitmangel oder der Kapitulation vor dem Aufwand sein. Dadurch werden beispielsweise Informationen zu wenig detailliert gesichtet, Fakten falsch gewichtet und interpretiert, falsche Schlussfolgerungen gezogen und schliesslich das Konzept so geschrieben, dass es für den Leser nicht nachvollziehbar oder wenig überzeugend ist.

5. Integrieren Sie die Konzeptarbeit in Ihren Wochenablauf.

Reservieren Sie sich feste Zeiten, zu denen Sie telefonisch nicht erreichbar sind, und schliessen Sie während dieser Zeit Ihr E-Mail-Programm.

6. Beginnen Sie nicht zu früh mit dem Schreiben.

Die gründliche Vorbereitung der Konzeptinhalte sollte etwa 60 bis 80 Prozent Ihrer Zeit in Anspruch nehmen, die Ausführung bzw. Ausformulierung hingegen nur etwa 20 bis 40 Prozent. Wer zu früh zu schreiben beginnt, stellt plötzlich fest, dass noch wichtige Fakten fehlen, muss Nachrecherchen anstellen und in der Folge vielleicht den Text gar neu schreiben.

7. Lassen Sie sich von der Informationsfülle nicht demotivieren.

Sie müssen weder alles lesen und durcharbeiten, noch alles zugleich im Gedächtnis jonglieren. Effiziente Methoden, die weder Ihre Lesekapazität übersteigen, noch Ihr Gehirn überlasten, Sie aber trotzdem der Informations- und Stoffflut Herr werden lassen, sind im Buch von Dr. Sonja Ulrike Klug ausführlich beschrieben.

8. Meistern Sie auch heterogene Unterlagen.

Unterschiedliche Fakten zueinander in Beziehung zu setzen und dann zu interpretieren, ist nicht immer ganz einfach. Insbesondere, wenn eine Sachlage widersprüchlich und unklar zu sein scheint, kann es zur Herausforderung werden, daraus ein schlüssiges Konzept zu entwickeln. Für das Abwägen und Interpretieren unterschiedlichster Informationen gibt es qualitativ bewertende wie quantitativ messende Methoden, zum Beispiel die Morphologische Matrix (siehe unten) oder den Papiercomputer. Diese Methoden sind im Buch ebenfalls detailliert beschrieben.

9. Vertrauen Sie Ihrer eigenen Kreativität.

Jeder Mensch ist kreativ und hat in seinem Leben schon viele gute Einfälle gehabt oder innovative Ideen entwickelt. Häufig besteht das Kreativsein lediglich in einer neuartigen Verknüpfung bereits vorhandenen Wissens – zum Beispiel, indem man Sachverhalte aus neuen Perspektiven betrachtet, ungewöhnliche Fragen stellt oder «um die Ecke» denkt.

10. Lösen Sie sich von der Vorstellung, ein sprachlich vollendetes Werk zu kreieren.

Das erwartet nämlich niemand von Ihnen. Ihr Konzept soll lediglich verständlich und logisch aufgebaut sein. Achten Sie also zunächst auf die Struktur und den Inhalt und nicht auf die Schreibweise. Wenn Sie bezüglich Formulierungen unsicher sind, bitten Sie eine versierte Kollegin oder einen Kollegen, den Text zu überarbeiten.

Quelle: www.coachacademy.de, Autorin: Dr. Sonja Ulrike Klug

Beispiel einer Morphologischen Matrix:

Ein neuer Tisch soll entwickelt werden:

Parameter:	Möglichkeiten:					
Anzahl Beine	0	1	3	4	5	100
Material	Holz	Glas	Plastik	Kork	Stoff	Gummi
Höhe in cm	0	20	50	70	100	200
Form	rund	quadratisch	rechteckig			

Idee: keine Beine, Glas, 100 cm, rund
Der Tisch schwebt – wird z. B. von der Decke abgehängt

Quelle: Wikipedia

Die Infos zum Buch



Titel: Konzepte ausarbeiten – schnell und effektiv, Tools und Techniken für Pläne, Berichte und Projekte, Autorin: Dr. Sonja Ulrike Klug, BusinessVillage, 3. Auflage, 2008, 125 Seiten, ISBN 978-3938358-82-5, Preis: 21,80 Euro plus Versandkosten.

Weitere Informationen unter www.post.ch/directpoint.

Die Schweizerische Post
PostMail
Direct Marketing
Viktoriastrasse 21
3030 Bern

Telefon 0848 888 888
E-Mail directpoint@post.ch
Internet www.post.ch/directpoint