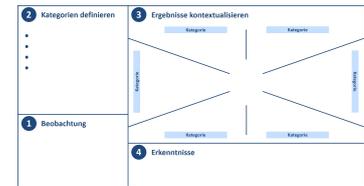


Context Map

Bietet die gegenwärtige Marktsituation eine unternehmerische Gelegenheit? Inwiefern dies zutrifft, muss man aus dem Kontext heraus entscheiden. Die Context Map bietet eine Möglichkeit, sich den Kontext, für den man eine Idee entwickeln möchte, strukturiert zu erschließen.



Die Context Map ist ein Tool, das es ermöglicht, ...

- ... sich ein größeres Bild von Situationen zu machen.
- ... ein Bewusstsein für den Kontext von Problemen zu schaffen.
- ... Implizites explizit zu machen.
- ... Erkenntnissen aus der Bedarfs- und Marktanalyse eine Struktur zu geben, um Kund*innen besser zu verstehen.

Die Context Map leitet in vier Schritten dazu an, Erkenntnisse für die Ideenentwicklung aus der Marktsituation und der Bedarfslage zu generieren.

Herangehensweise:

Die Vorlage „Context Map“ wird im Uhrzeigersinn entlang der folgenden Schritte ausgefüllt:

1. Beobachtung

Hier werden zentrale Eindrücke aus der Bedarfserhebung und/oder Marktanalyse notiert. Dabei können die folgenden Leitfragen helfen: Wer sind die Kund*innen? Wie handeln sie? Was leitet ihr Handeln an? Wie wirkt sich ihr Handeln auf die Umwelt aus?

2. Kategorien definieren

In diesem Feld werden Kategorien definiert, anhand derer im folgenden Schritt der Bedarf und/oder die Marktsituation kontextualisiert werden. Beispiele für mögliche Kategorien sind „Bedürfnisse und Wünsche der Kund*innen“, „demografische Informationen“, „Umweltzusammenhänge“ oder „politische Zusammenhänge“.

3. Ergebnisse kontextualisieren

In diesem Schritt werden zentrale Eindrücke aus der Bedarfserhebung und/oder Marktanalyse entlang der selbst gebildeten Kategorien geclustert. Dabei kann für eine größere Flexibilität in der Darstellung von Zusammenhängen auch mit Post-Its gearbeitet werden.

4. Erkenntnisse

In diesem Feld werden die Erkenntnisse skizziert, die sich aus der Kontextualisierung ergeben. Ziel ist, das „große Ganze“, die Gesamtsituation, in welche die Idee integriert werden soll, sichtbar zu machen.

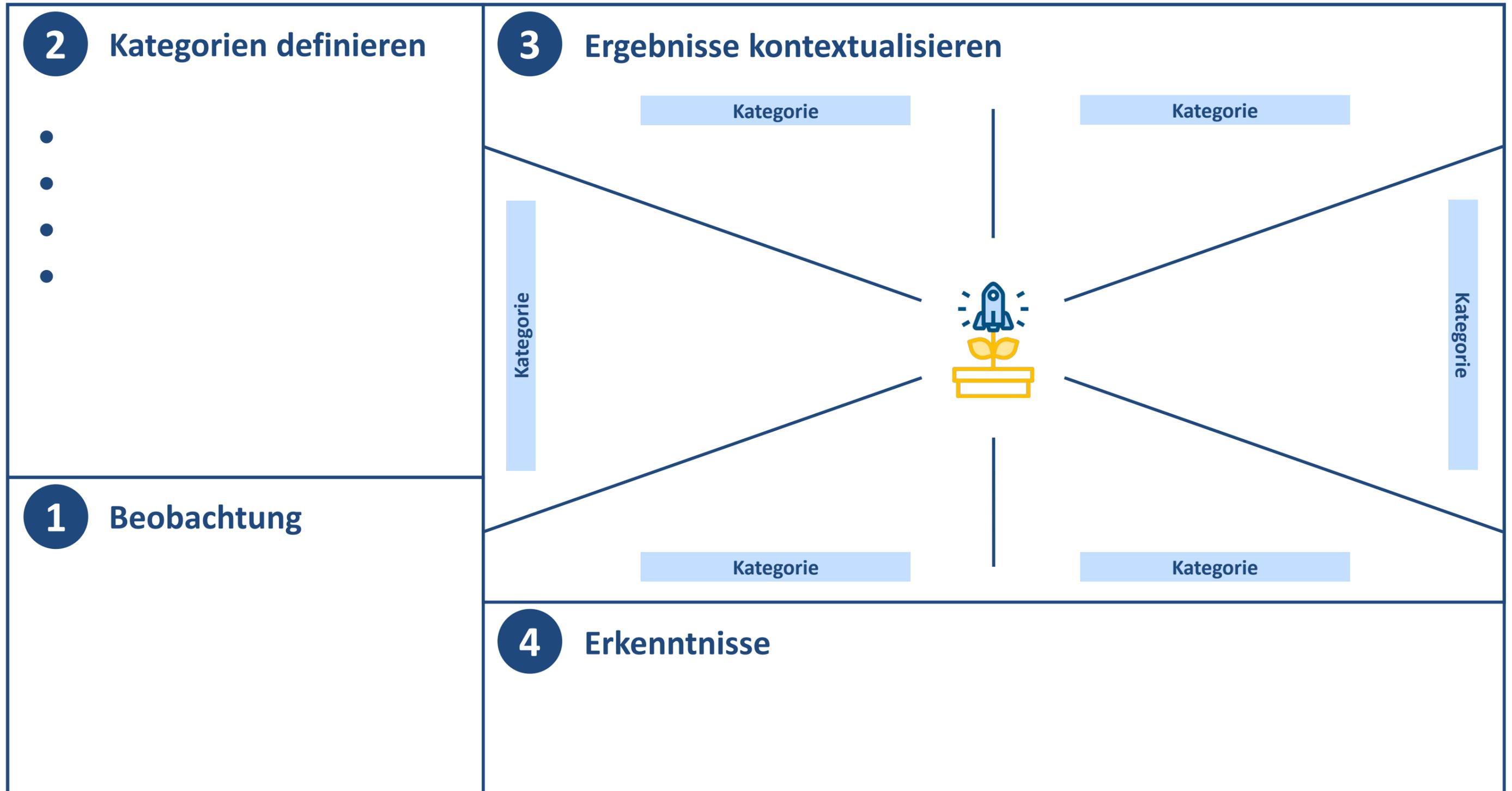
Tipp: Die Context Map sollte man im Team bearbeiten! Dadurch fallen vielleicht Aspekte auf, auf die man allein nicht aufmerksam geworden wäre. Nachdem der Ideen- bzw. Problemkontext erarbeitet wurde, kann in eine gezielte Ideenentwicklung stattfinden. Dazu bietet es sich an, den Ausgangspunkt für die Ideenentwicklung mit der [How-might-we-Frage](#) zu definieren und dann mit [Kreativitätstechniken](#) innovative Ideen zu generieren.

Quellen:

Lewrick, M./Link, P./Leifer, L. (2020): Das Design Thinking Toolbook. München: Vahlen, 133-136.

Lewrick, M. (2022): Context Mapping. <https://www.dt-toolbook.com/context-map>.

Gefördert durch:



Quellen: Lewrick, M./Link, P./Leifer, L. (2020): Das Design Thinking Toolkit. München: Vahlen, 133-136.
Lewrick, M. (2022): Context Mapping. <https://www.dt-toolbook.com/context-map>.

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

