

Ideen finden

nur wie?!



„An welchem Ort hatten

Sie Ihre

letzte beste Idee?!“





I
D
E
E
N

FINDEN

„Ideen-Orte“:

Aufwachen

Rasenmähen

Sport

Lesen

Sitzung

WC, Dusche, Wanne



A photograph of a stone tunnel with a bright light at the end. The tunnel is constructed from rough-hewn stone blocks. In the center of the tunnel, a bright light emanates from an opening at the far end. A set of stone steps leads up towards this light. The text 'Lösung' is overlaid on the light, 'Idee' is overlaid on the steps, and 'Problem' is overlaid on the floor of the tunnel.

Lösung

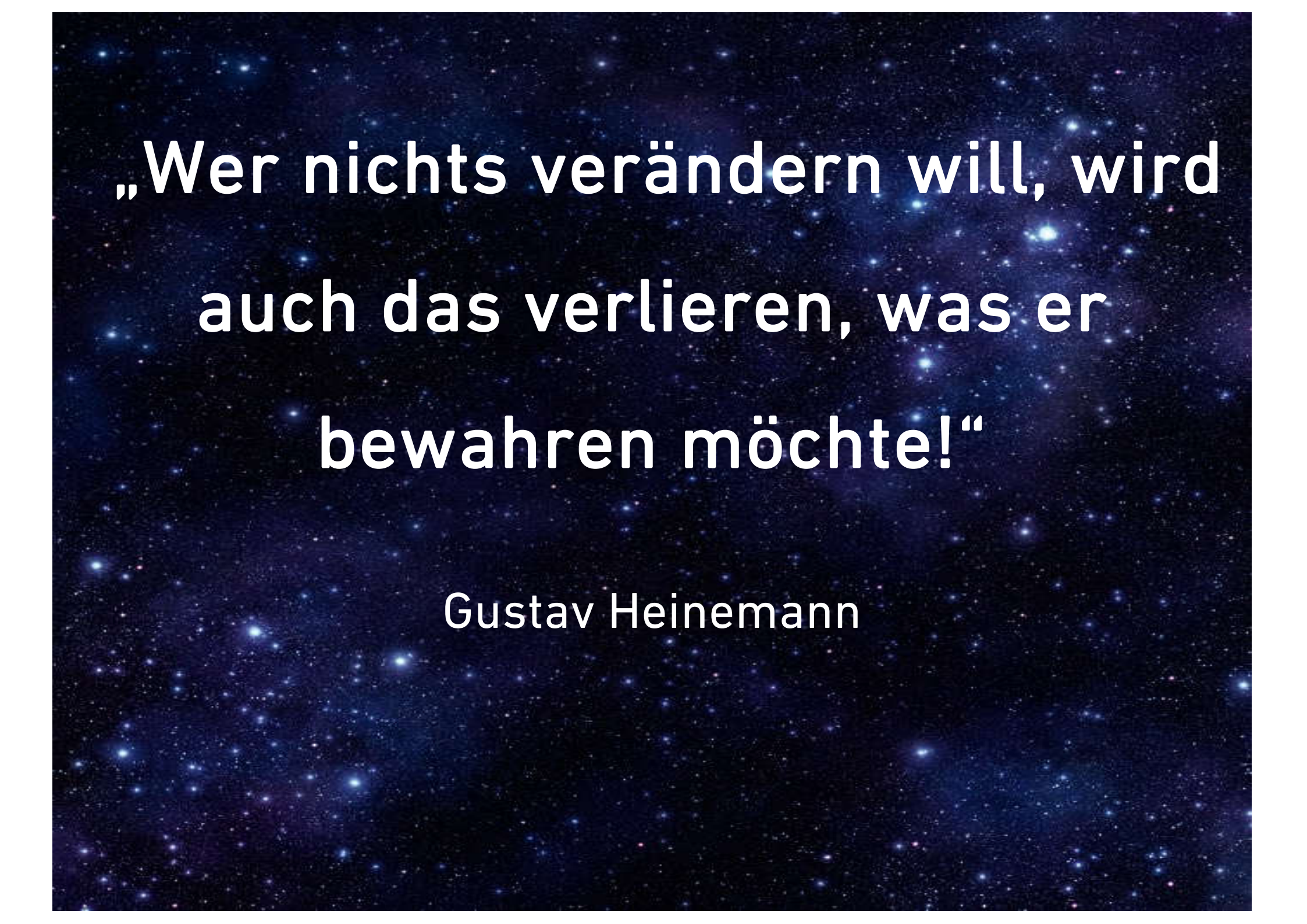
Idee

Problem

Vertikales Denken

Laterales Denken!





„Wer nichts verändern will, wird
auch das verlieren, was er
bewahren möchte!“

Gustav Heinemann

Der Weg





**Die Rolle des
Ideengebers
= Innovators**



Eigenschaften des Innovators

Soziale Kompetenz

Selbstkompetenz



Gesprächskompetenz

Aufgabenkompetenz

Haltung des Innovators

A person in white clothing is performing a handstand on a grassy hill against a clear blue sky. The person's body is inverted, with their hands on the ground and legs extended upwards. The background is a solid blue sky, and the foreground is a green grassy hill.

Motivierende Grundeinstellung

Zuversicht

Allparteilichkeit

Wertschätzung und Respekt

Umsetzungsfördernd

Innovatoren:

Sind Impulsgeber für Innovationen

Haben Detailwissen zu
Innovationsprozessen

Stellen Kontakte her zu
Spezialisten und Experten

Begleiten den
Innovationsprozess

Dokumentieren
die (Nicht-)Umsetzung

Kontrollieren
die Beibehaltung

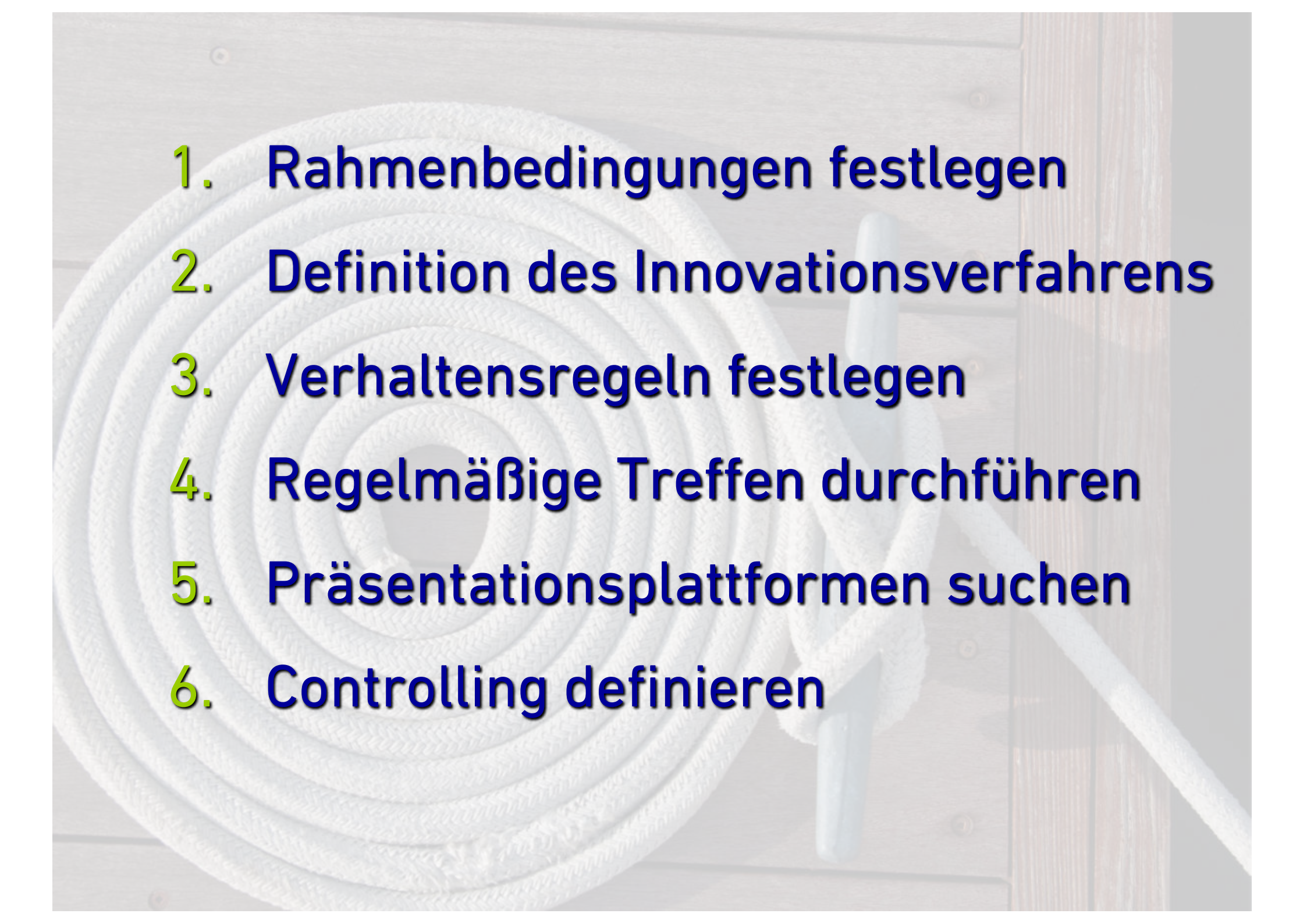


A hand wearing a white glove holds a silver tray. On the tray is a white card with the text 'Der Innovationsprozess' written in blue. The background is a solid blue color.

Der Innovations- prozess

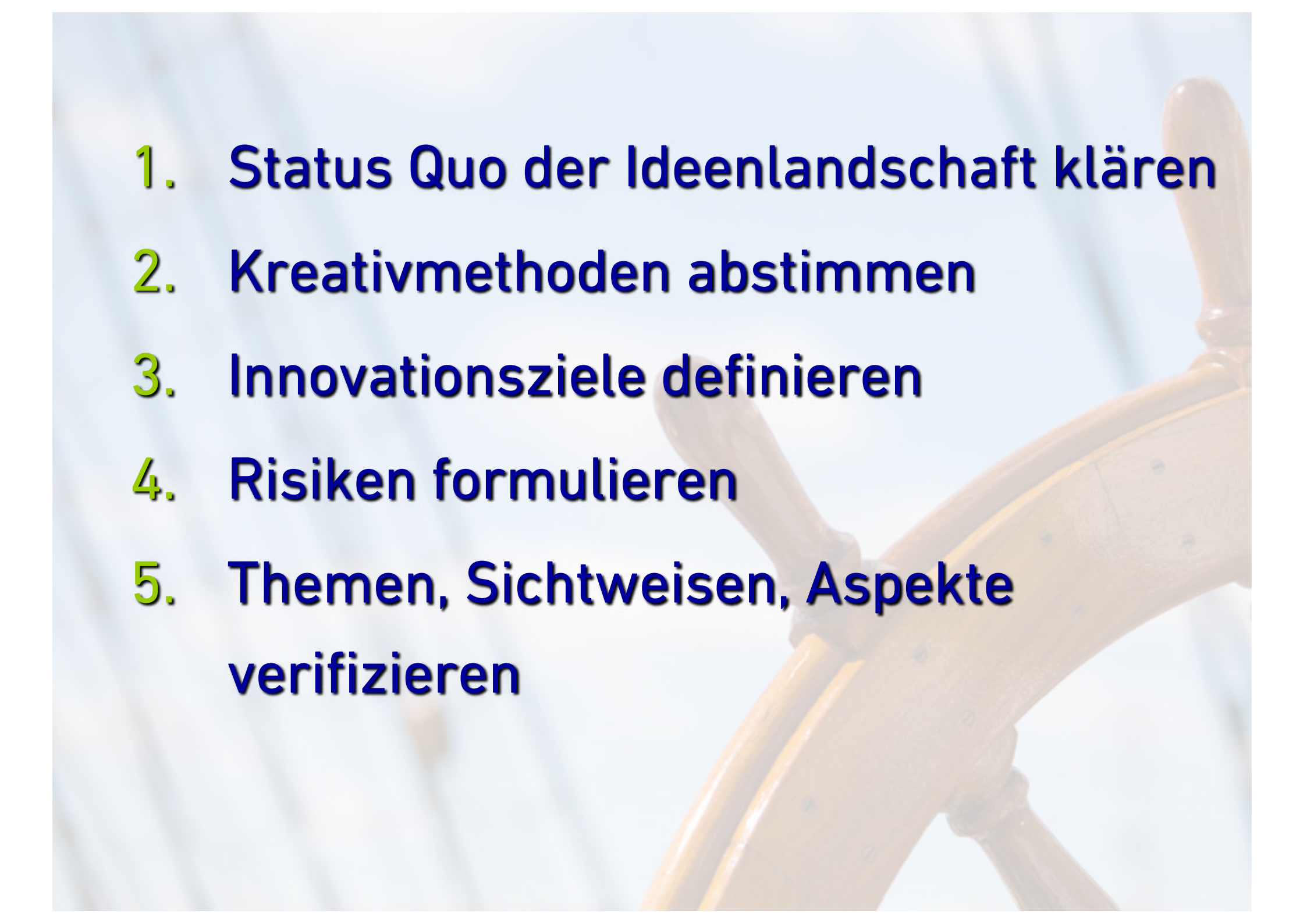
A photograph of a thick, white, braided rope coiled into a large, flat spiral on a dark brown wooden surface. The rope is neatly wound, with the end tucked into the center. To the right of the coil, a blue, cylindrical handle or tool is visible, with the rope wrapped around it. The wooden surface has several small, round holes, likely for screws or bolts. The lighting is bright, casting soft shadows.

1. Vorbereitung

- 
- 1. Rahmenbedingungen festlegen**
 - 2. Definition des Innovationsverfahrens**
 - 3. Verhaltensregeln festlegen**
 - 4. Regelmäßige Treffen durchführen**
 - 5. Präsentationsplattformen suchen**
 - 6. Controlling definieren**

2. Orientierung



- 
- 1. Status Quo der Ideenlandschaft klären**
 - 2. Kreativmethoden abstimmen**
 - 3. Innovationsziele definieren**
 - 4. Risiken formulieren**
 - 5. Themen, Sichtweisen, Aspekte
verifizieren**

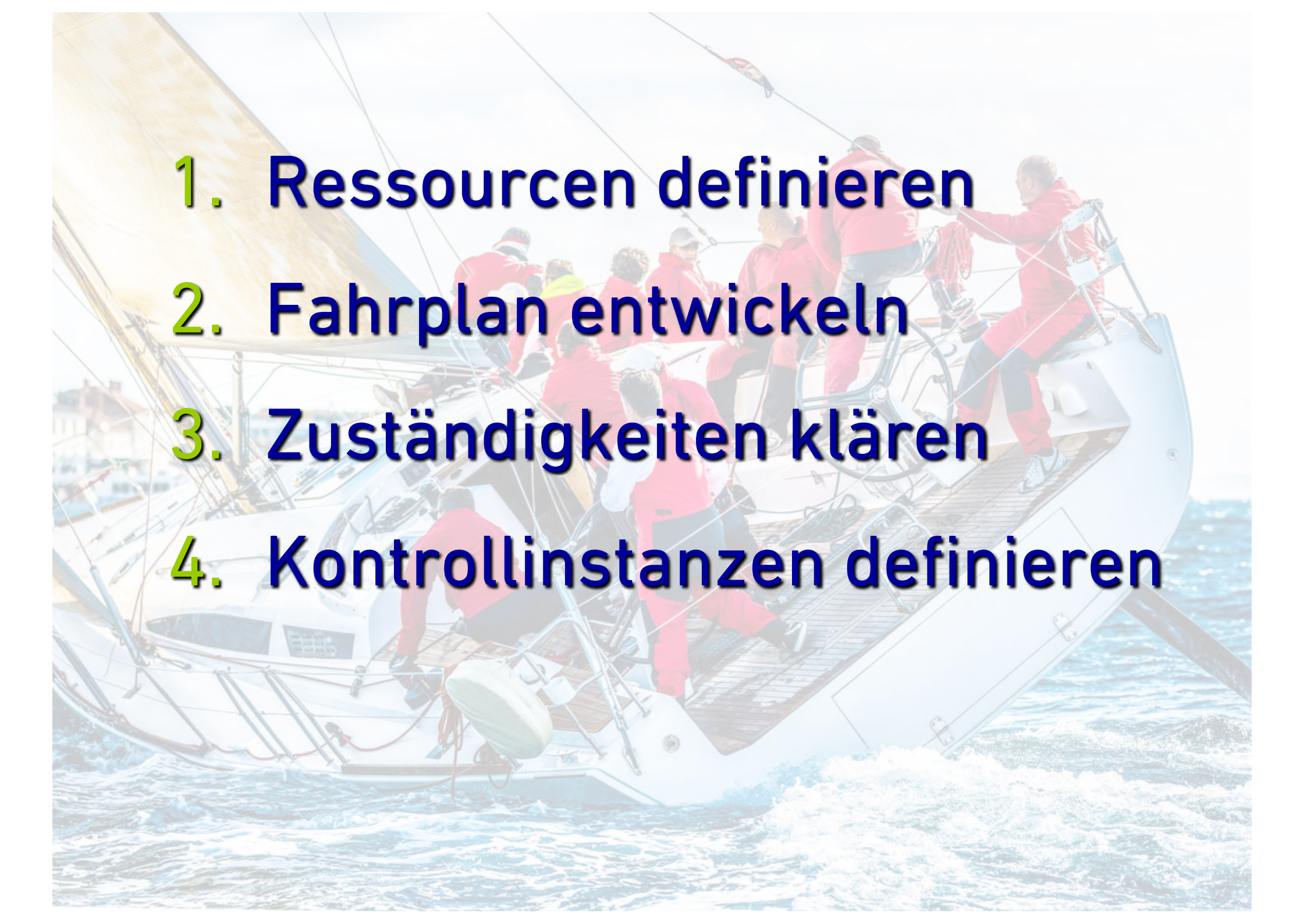
3. Arbeiten



- 
- A group of people on a sailboat deck, wearing safety gear, with a list of five steps overlaid on the image. The background shows a blue sky, white sails, and a body of water.
1. Präzisieren der Themenfelder
 2. Priorisierung
 3. Themenbezogene Fragestellungen
 4. Lösungswege formulieren
 5. Ausprobieren mit Erfolgskontrolle



4. Aufbruch

- 
- A group of people in red jackets are working on the deck of a sailboat. The boat is white with a large yellow sail. The people are engaged in various tasks, some are looking towards the camera, others are looking away. The boat is on the water, and the background shows a clear sky and some buildings in the distance.
- 1. Ressourcen definieren**
 - 2. Fahrplan entwickeln**
 - 3. Zuständigkeiten klären**
 - 4. Kontrollinstanzen definieren**

5. Abschluss



A tall-masted sailing ship, likely a three-masted schooner, is shown against a clear blue sky. The ship's complex rigging of ropes and pulleys is visible. Several crew members in dark uniforms are positioned on the horizontal spinnaker boom, working with the large white sails. The ship's mast is a prominent vertical element in the center. The overall scene conveys a sense of teamwork and maritime activity.

1. Reflektion der Ergebnisse

2. Perspektive

3. Feedback

4. Abschluss finden

5. Verabschiedung

A close-up photograph of a brass key inserted into a matching brass lock. A bright blue light beam is directed at the keyhole from the right, creating a strong contrast and highlighting the key's profile. The background is dark and out of focus.

Fragen

Innovationsfragen

1. Passt die Idee zum Unternehmen?

1. Knüpft die Idee an ein Schwerpunktthema der Destination an?
2. Unterstützt die Idee das Unternehmensprofil des Unternehmens oder schwächt sie es?
3. Passt die Idee zu den „Menschen“ Unternehmer?
4. Konkurrenziert die Idee mit dem Kerngeschäft?
5. Gibt es Synergien mit anderen bestehenden Geschäftsfeldern des Unternehmens?



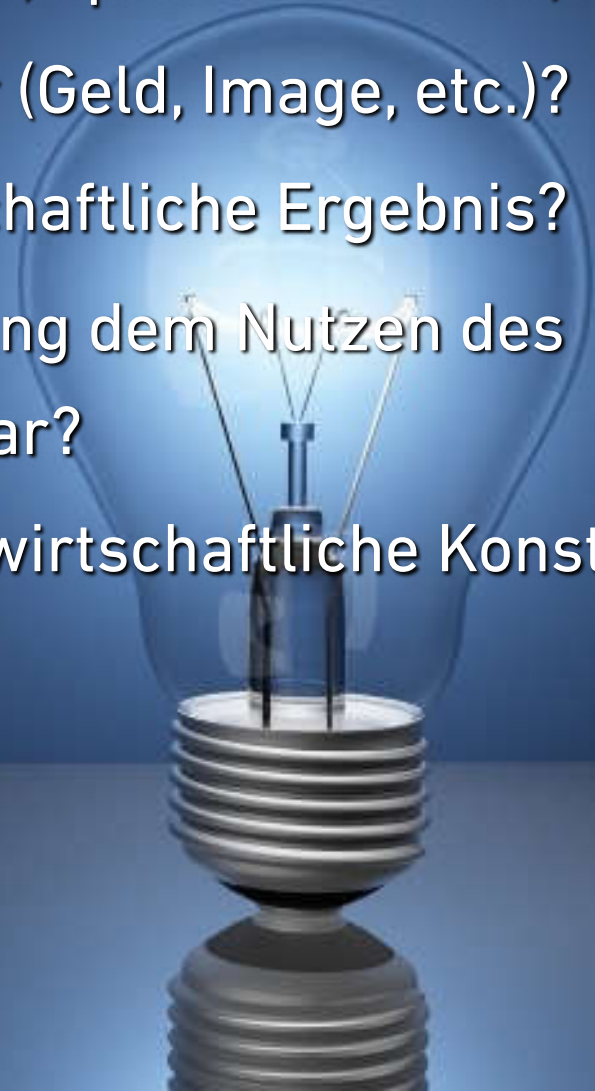
2. Bringt die Idee ein wirklich neues Kaufargument?

1. Bringt die Idee neue Kunden und mehr Umsatz/Erlöse?
2. Ist der Nutzen für die Kunden augenscheinlich?
3. Bringt die Idee vermarktbarere Wettbewerbsvorteile?
4. Wollen Kunden diese Idee akzeptieren bzw. verstehen sie die Idee?
5. Erfüllt diese Idee einen lang ersehnten Kundenwunsch?



3. Ist die Idee grundsätzlich wirtschaftlich sinnvoll?

1. Was kostet die Idee (Investition, operative Kosten)?
2. Sind die Risiken beherrschbar (Geld, Image, etc.)?
3. Verbessert die Idee das wirtschaftliche Ergebnis?
4. Ist der Aufwand der Entwicklung dem Nutzen des Ergebnis gegenüber darstellbar?
5. Hat die umgesetzte Idee eine wirtschaftliche Konstanz am Markt?



4. Ist die Umsetzung der Idee organisatorisch machbar?

1. Ist die innerbetriebliche Organisation, imstande die Idee zu verwirklichen?
2. Gibt es einen Hauptverantwortlichen für die Umsetzung der Idee?
3. Benötigen wir externe Unterstützung in welchem Umfang?
4. Haben wir die zeitlichen Ressourcen die Idee anzugehen und umzusetzen?

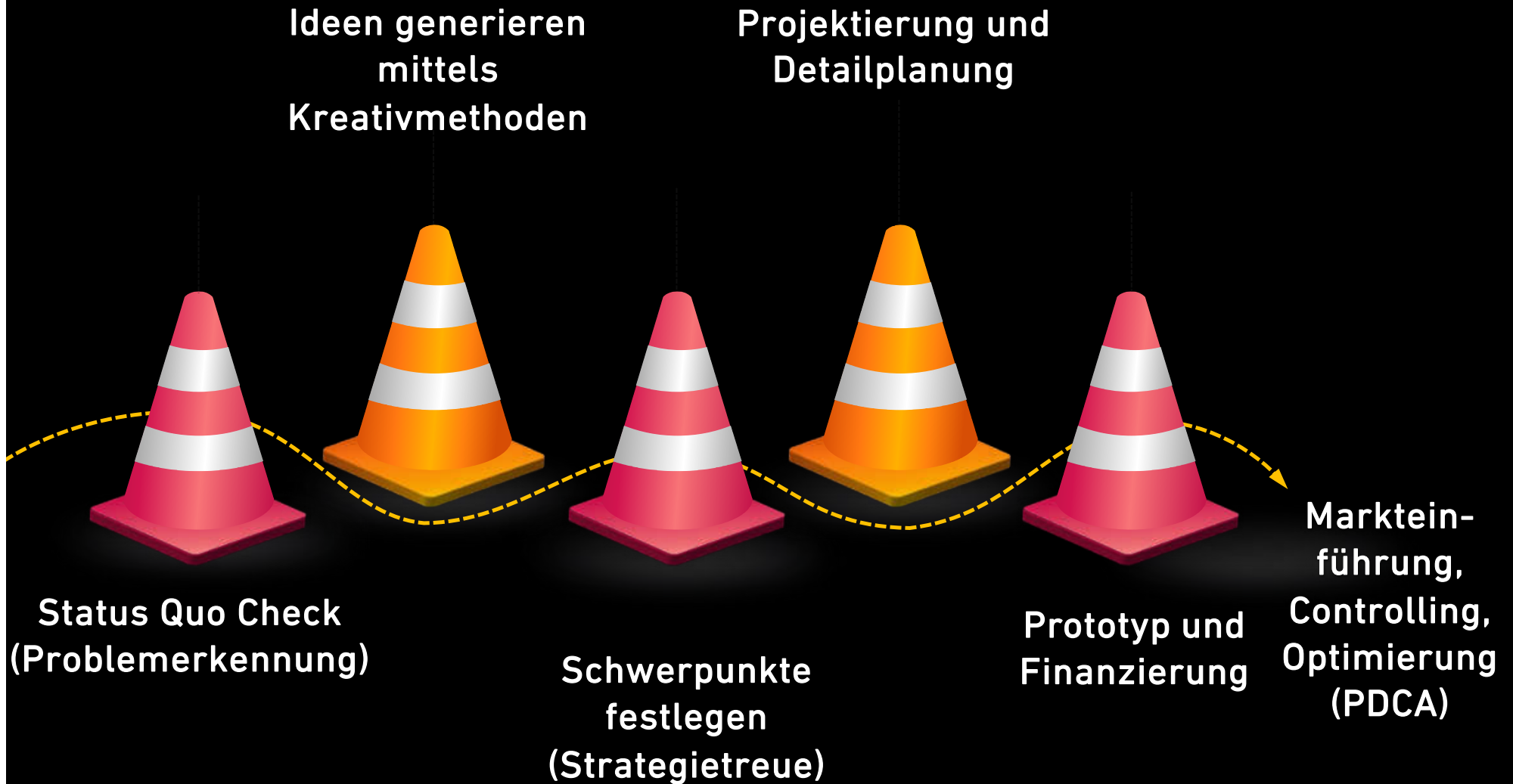


5. Ist die Idee wirklich innovativ?

1. Hat ein vergleichbarer Anbieter die Idee schon verwirklicht?
2. Ist die Idee im Vergleich zu den direkten Mitbewerbern wirklich innovativ und als Unterscheidungsmerkmal geeignet?
3. Trifft die Innovation das gemeinsame Verständnis zu Innovationen im Tourismus?



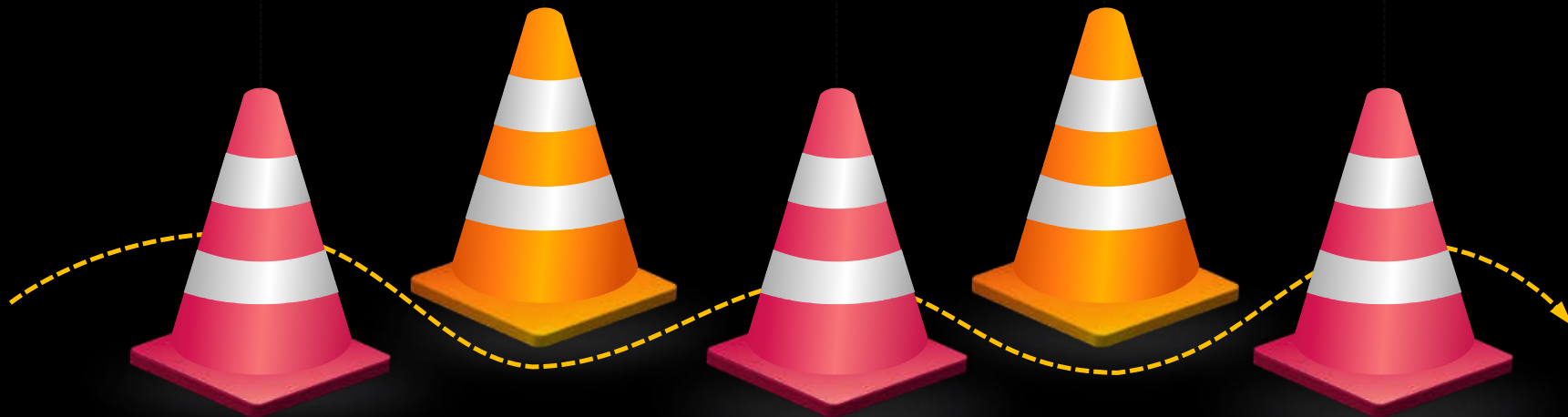
Innovationsweg



Erfolgreiche Platzierung von Innovationen

Ergründen des Problems
gemeinsam
mit den Kollegen

Umsetzung der
Ausarbeitung durch
mehrere Paten



Erstellen eines
kurzen Fact Sheets
zur Idee (SMART-
Basis)

Vorstellen der Idee

Gemeinsame
Realisierung und
kritische Reflektion





**seehaus forelle
haeckenhaus**

Restaurant Hotel













**seehaus forelle
haeckenhau**
Restaurant Hotel

Die forellchen freuen sich auf Sie!

Martina Mahr: „...weil ich meine Ideen einbringen kann und mich hier entfalten kann.“

Dominik Schott: „...weil ich hinter der forelle stehe und die forelle wie eine kleine **Familie** für mich ist.“

Sabrina Kühn: „...weil die forelle meine 2. Familie ist.“

Marion Massalski: „...weil wir so flink sind wie die Forellen.“

Christine Mahr: „...weil die Unterstützung der Mitarbeiter untereinander sehr groß ist und wir **für einander für den Betrieb kämpfen.**“

Jörg Maier: „Mich macht es stolz, dass die Mitarbeiter sich die forellchen nennen.“



BOOK NOW

RUBY HOTELS



LOGIN

REGISTRIEREN

Ruby HOTELS

HOME PHILOSOPHIE HOTELS & DESTINATIONS GALLERY ANGEBOTE BLOG RUBY WORKS RUBY GRUPPE SHOP



LEANLUXURY.

DEINE RESERVIERUNGSDATEN

RESERVIERUNGS-
NUMMER

283170926

NACHNAME

Becker

MELDESCHIN AUSFÜLLEN



MELDESCHHEIN

Hey Sunshine,

Teil unserer LEAN LUXURY Philosophie ist es Prozesse neu zu denken und durch Automatisierung schlanker zu organisieren.

Um den Check-In für dich so schnell und einfach wie möglich zu gestalten, kannst du schon jetzt den **gesetzlich vorgeschriebenen Meldeschein** ausfüllen.* Vor Ort kannst du an unserem Self Check-In Kiosk deinen Namen eingeben und unterschreiben und hast in **weniger als einer Minute** deinen Zimmerschlüssel in der Hand.

Bei Abreise ist **kein Check-Out notwendig**, denn die **Rechnung** bekommst du praktischerweise **direkt per Mail**. Unten hast du auch die Möglichkeit, eine alternative Rechnungsadresse einzugeben.

Bei Rückfragen helfen wir dir unter info@ruby-hotels.com sehr gerne weiter. Hier findest du außerdem unsere [AGB](#).

Wir freuen uns auf deinen Besuch und Aufenthalt!

Dein Ruby Hotels Team

**Leider werden uns von manchen Hotelvermittlern nicht alle Daten übermittelt und du musst sie hier erneut eingeben. Das tut uns leid. Kleiner Tipp: Bei der Buchung über unsere Webseite passiert dir das nicht und du bekommst garantiert den besten Preis.*

PERSONLICHE DATEN

ANREDE*

VORNAME*

NACHNAME*

GEBURTSDATUM*

ADRESSE

STRASSE*

POSTLEITZAHL*

ORT*

LAND*

E-MAIL*

Ja, ich möchte eine spezielle Rechnungsadresse angeben.

SPEICHERN

Ruby / coco



315

There are
keys
to happiness
and you're
holding
one of them!

Genug Zeit zum Entspannen.
Das Zimmer gehört dir **bis 11 Uhr** am Abreisetag.
Enough time to relax. The room is yours **till 11 am**
on the day of departure.

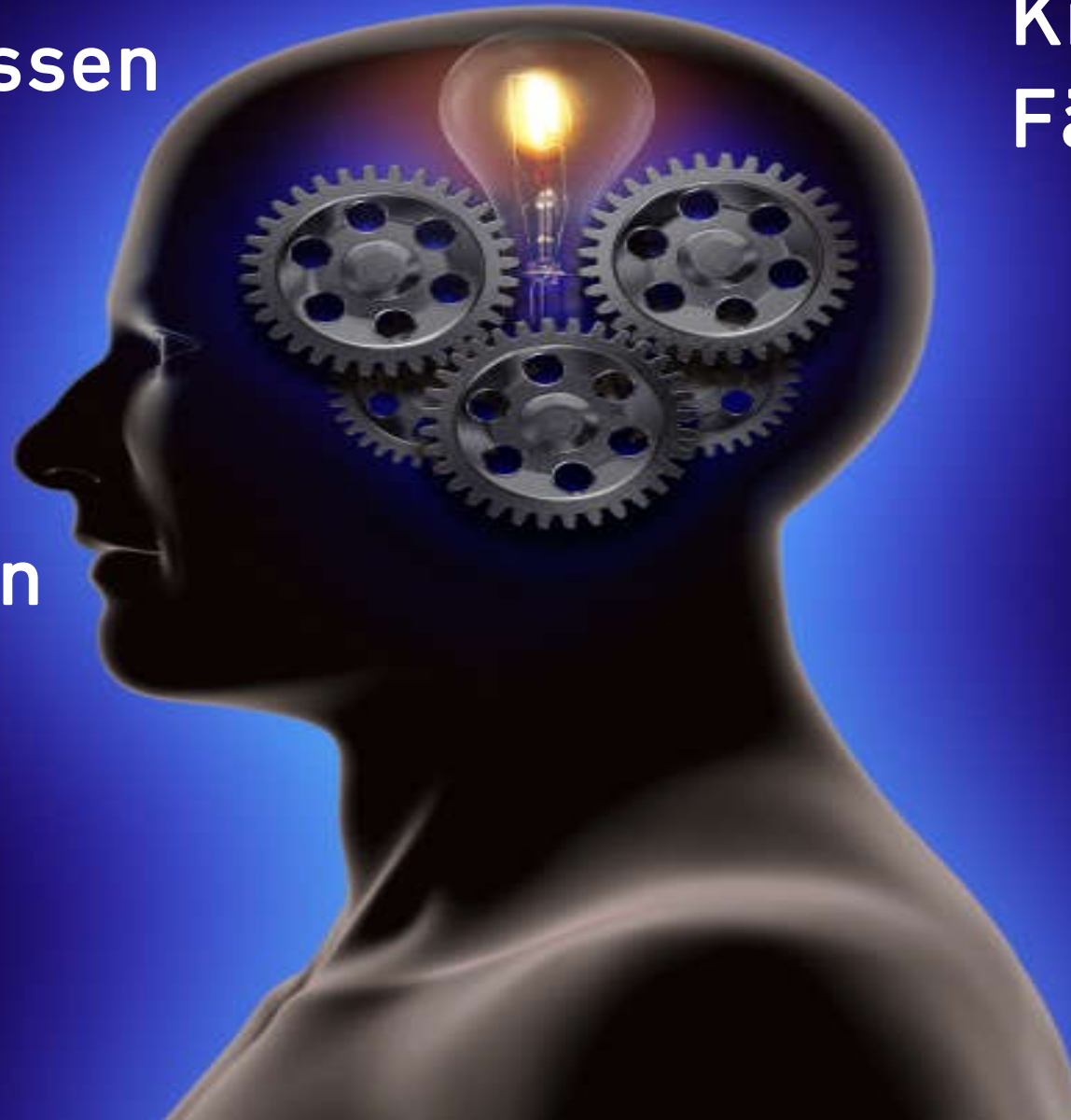
3. Kreativitätstechniken



Kreativität

Fachwissen

Kreative
Fähigkeiten



Motivation

Kreativitätstechniken

- Walt-Disney Methode
- Sechs-Hüte Methode



Walt Disney-Methode

- „Träumen“ (Träumer)
- „Planen“ (Realist)
- „Reflektieren“ (Kritiker)



Der Träumer

- Visionär, verrückt, unlogisch
- keine Regeln und Einschränkungen

Typische Fragen:

- Was wünsche ich mir?
- Was wäre möglich (Best-Case-Szenario)?



Der Planer

- lebensnahe Umsetzung der Ideen des Träumers
- konkretes, praktisches Tun

Typische Fragen:

- Wie kann ich das umsetzen?
- Was muss ich tun oder sagen?
- Was benötige ich dazu?
- Wie fühle ich mich dabei?
- Was ist bereits vorhanden?



Der Kritiker

- konstruktive Fragestellung

Typische Fragen:

- Was könnte verbessert werden?
- Was sind die Chancen und Risiken?
- Was wurde übersehen?
- Wie denke ich über den Vorschlag?



Sechs-Hüte Methode

- 6 Hüte = 6 Denkrichtungen
- Beliebiges Aufsetzen = flexibles Umdenken
- 6 Farben symbolisieren die Einstellung



Weißer Hut

- **Objektivität / Neutralität**
- **Informationssammlung ohne Wertung**
- **Nackte Zahlen und Fakten zählen**
- **Keine Emotionen / Ängste / Urteile**



Roter Hut

- Ganz subjektives Empfinden
- Persönliche Meinung
- Positive wie negative Gefühle zulassen
- „Bauch sprechen lassen“



Schwarzer Hut

- **Objektiv negative Aspekte**
- **Bedenken, Zweifel, Risiken**
- **Sachliche Gegenargumente**
- **Keine persönliche negativen Gefühle**



Gelber Hut

- **Objektiv positive Aspekte**
- **Chancen, Pluspunkte finden**
- **Realistische Hoffnungen**
- **Erstrebenswerte Ziele suchen**
- **Noch keine Ideen entwickeln**



Grüner Hut

- **Kreativität, Wachstum und neue Ideen**
- **Suche nach Alternativen**
- **„über den Tellerrand schauen“**
- **Neue Ideenansätze, Provokation,
Widerspruch**



Blauer Hut

- **Dirigent sein**
- **Kontrolle und Orga des Gesamtprozesses**
- **Blick von der Metaebene (übergeordnet)**
- **Ergebnisse zusammenfassen**
- **Entscheidungen treffen**



campus

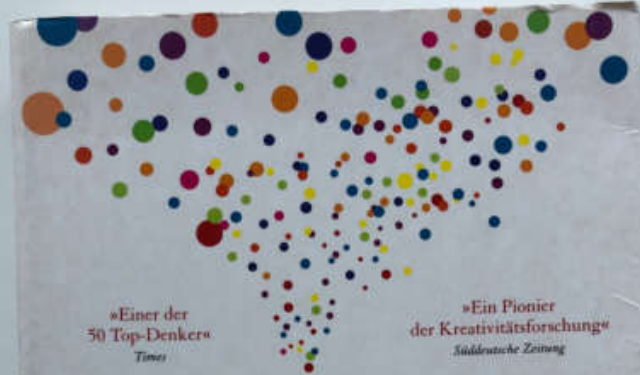
DAS EDISON PRINZIP

Jens-Uwe Meyer



Der genial einfache Weg
zu erfolgreichen IDEEN

KREATIV IN 6 SCHRITTEN



»Einer der
50 Top-Denker«
Times

»Ein Pionier
der Kreativitätsforschung«
Süddeutsche Zeitung

Think!

Denken, bevor es zu spät ist

EDWARD
DE BONO

mvgverlag



Mit einer
Empfehlung von
Vera P. Birkenhöhl



De Bonos neue Denkschule

- Kreativer denken
- Effektiver arbeiten
- Mehr erreichen

EDWARD
DE BONO

mvgverlag

**„Wann nehmen Sie sich
das nächste Mal Zeit
für Ihre Ideenfindung?!“**

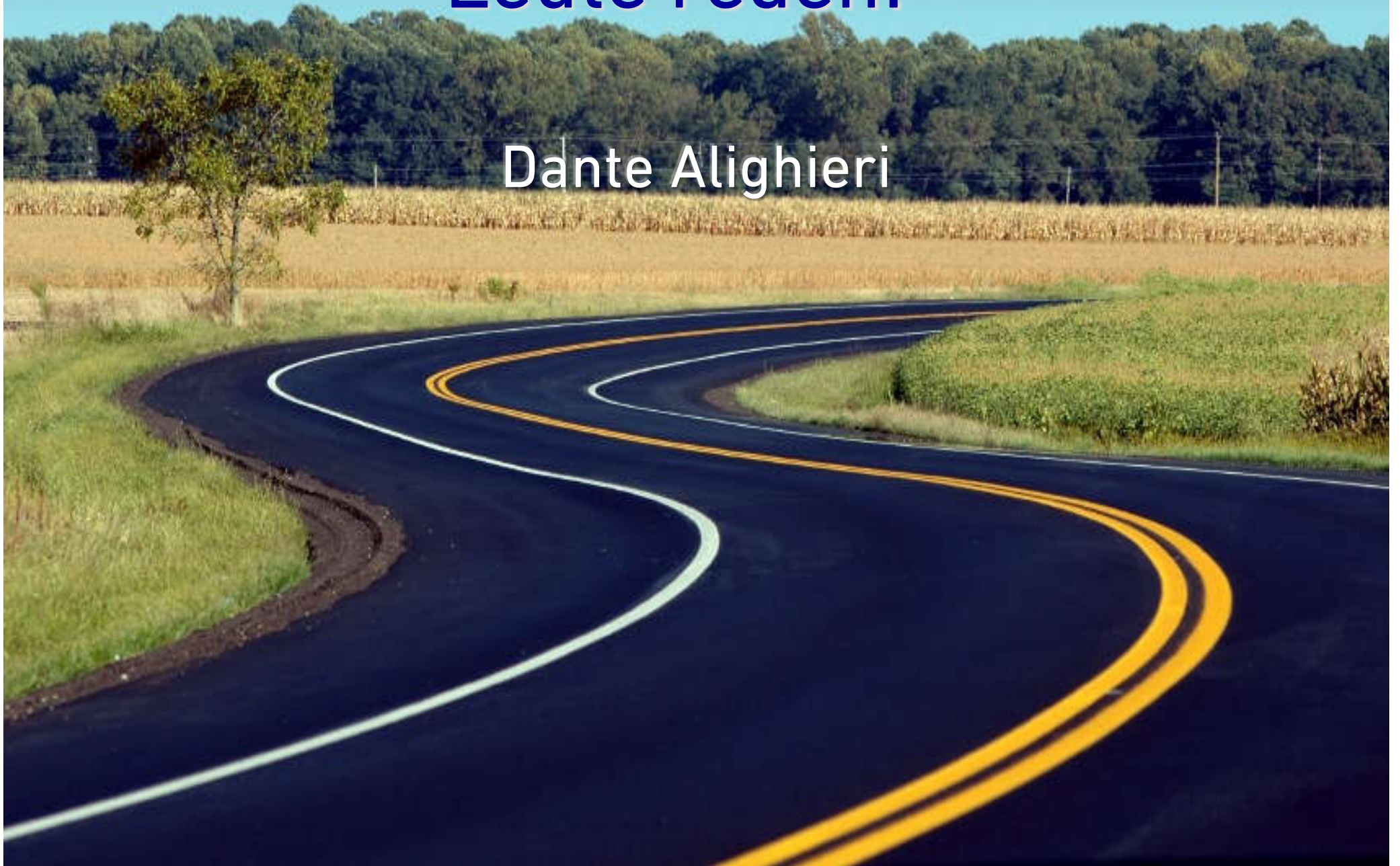




Die Welt der Ideen liegt in Ihren Händen!

„Gehe Du deinen Weg und lass die
Leute reden!“

Dante Alighieri



**Viel Erfolg
bei der
Umsetzung!**



OB@Ihr-Tourismusberater.de