



11. Innovationswerkstatt

# LEBENSWELTEN

2. bis 4. April 2019

Exklusiver Greenfield Day am 5. April für die Mitglieder der 558 Society

# PROGRAMM.



## Impulsvortrag Lebenswelten

Lebenswelten verstehen – Was ist eine Lebenswelt?

## Methodenüberblick

Lebenswelten erfassen - Wie nähere ich mich einer Lebenswelt methodisch?

## Lebenswelt in der Praxis

Impulse aus der Praxis zu den Lebenswelten:

- Leben & Arbeiten
- Wohnen
- Virtual Life

## User Insights gewinnen

Methoden der kundenzentrierten Produktentwicklung ausprobieren

## Ideen entwickeln

Auf Basis der User Insights Kreativitätstechniken zur Ideengenerierung anwenden und Ideen bewerten

## User Feedback

Erstes Feedback potenzieller Nutzer einholen und in die Idee einarbeiten

## Teamevent

## Rechtliche Rahmenbedingungen der Produktentwicklung

Umgang mit der IDD

## Integration von Produktentwicklung und Vertrieb

Wie gelange ich von User Insights zu einer Vertriebsstory?

## Idea Contest

Welche Idee überzeugt am meisten? – Präsentation & Abstimmung

## Reflektion

## Strategische Stoßrichtung entwickeln

Wie werde ich zum zentralen Partner einer konkreten Lebenswelt?

## Roadmap entwickeln

Welche Schritten müssen wir gehen, um Partner in einer Lebenswelt zu werden?

## Rollen und Verantwortlichkeiten definieren

Wie setze ich die Roadmap um?

## Reflektion

gemeinsam

In Lebensweltengruppen

\* exklusiv für die Mitglieder der 585 Society



## **LEBENSWELTEN VERSTEHEN** | Dr. Dr. Albrecht Fritzsche, FAU Erlangen-Nürnberg

IMPULSVORTRAG

Was ist eine Lebenswelt? Wie ist deren Bedeutung und worin drücken sich Lebenswelten aus? Warum sind Lebenswelten wichtig? Und weshalb sind Lebenswelten für die Ideengenerierung ggf. besser als qualitativ erzeugte Kundencluster? - Impulsvortrag und Diskussion zu Grundlagen, Hintergrund und der Bedeutung von Lebenswelten

## **METHODENÜBERBLICK** | Dr. Hagen Habicht, Digital Impact Labs Leipzig GmbH

IMPULSVORTRÄGE

Mit welchen Methoden kann eine Lebenswelt erfasst und verstanden werden? Welche Auswertungsperspektiven und Darstellungsformate von Lebenswelten sind für Versicherer interessant? – Überblick zu ausgewählten Datenquellen und Methoden der Datenerhebung, -analyse und -darstellung

## **LEBENSWELTEN IN DER PRAXIS**

Leben & Arbeiten | Dr. Silko Pfeil

Impulsvortrag  
„Was der Gen Y im Arbeitsleben wichtig ist“  
(Arbeitstitel)

und anschließender Co-Creation-Workshop  
zum Thema *Welche Facetten hat die Lebenswelt  
Leben & Arbeiten?*

Wohnen | Referent in Abstimmung

Impulsvortrag  
„Trends und Entwicklungen, die das  
Zusammenleben und Wohnen in den nächsten  
Jahren prägen werden“ (Arbeitstitel)

und anschließender Co-Creation-Workshop  
zum Thema *Welche Facetten hat die Lebenswelt  
Wohnen?*

Virtual Life | **LEAVR**

Mit **LEAVR** rein ins virtuelle Abenteuer:  
VR-Gaming, VR-Erlebnisse, 360°Filme auf  
verschiedenen VR-Brillen und Playseats.

Exkursion zu LEAVR in der media city leipzig



## USER INSIGHTS GEWINNEN

### WORKSHOP

Die Teilnehmer werten in Kleingruppen die Diaries von Nutzern aus und leiten qualitative User Insights ab, aus welchen sie konkrete Probleme extrahieren und ihrer Relevanz für den Nutzer einschätzen.

- Dairy-Methode
- User-centered Solution Map

## KUNDENZENTRIERT IDEEN ENTWICKELN

### WORKSHOP

Die Teilnehmer nehmen drei verschiedenen Perspektiven ein: die Versicherersicht, die Kundensicht und die Start-up-Sicht, um Lösungen für die vorher formulierten Problemen zu generieren. Mit Hilfe von Matrizen, identifizieren die Teilnehmer relevante Ideen zur Weiterentwicklung.

- Crazy 8s
- Walt-Disney-Methode
- 4-Felder-Matrix zur Ideenbewertung

## USER FEEDBACK

### WORKSHOP & INTERVIEW

Die Ideen sollen nun einem Nutzertest unterzogen werden: Was sagen potenzielle Kunden zu der Lösung? Dazu bereiten die Teilnehmer ihre Ideen strukturiert auf und erstellen einen Interviewleitfaden. In Interviews haben die Teilnehmer anschließend die Möglichkeit mit den Autoren der Dairies zu sprechen und konstruktives Feedback zu ihrer Idee einzuholen und umzusetzen.

- Idea Definition Sheet
- Solution Interview
- Interviewführung

## TEAMEVENT

Die Teilnehmer erleben ein spannendes Teamevent und lassen den Abend anschließend bei einem gemeinsamen Essen ausklingen.



## **RECHTLICHE RAHMENBEDINGUNGEN DER PRODUKTENTWICKLUNG** | Justus Lücke, Versicherungsforen Leipzig GmbH

IMPULSVORTRAG & DISKUSSION

Was sind die Erfordernisse aus der Product Oversight and Governance (kurz: POG) für die Produktentwicklung? Was bedeutet lebensweltbasierte Entwicklung von Angeboten mit Blick auf POG?

## **INTEGRATION VON PRODUKTENTWICKLUNG UND VERTRIEB**

WORKSHOP

Die Teilnehmer erstellen für ihre Idee eine User Journey. Dabei stehen vor allem mögliche Kanäle und Vertriebspunkte im Fokus der Analyse.

- User Journey Mapping

## **IDEA CONTEST**

PRÄSENTATION & BROWN BAG

Jede Lebensweltengruppe darf drei ausgewählte Ideen allen Teilnehmern in einer kreativen Kurzpräsentation vorstellen. Alle Teilnehmer haben nun die Möglichkeit, die Idee zu bewerten und für ihren Favoriten zu stimmen.

- Roleplay
- LEGO Serious Play
- Storytelling

## **REFLEKTION** | Dr. Hagen Habicht, Digital Impact Labs Leipzig GmbH

DISKUSSION