



Gibt es Zufälle? Ich glaube nicht, denn ein „Zufallserlebnis“ hatte ich in der letzten Woche wieder: Auf dem Weg ins Frankenland hatte ich eine kleine Pause eingelegt und dabei die Mails gecheckt. Unsere Autorin Heike Scholz schickte uns einen Link über ein Innovationslabor des Fraunhofer Instituts direkt in der Nürnberger Innenstadt, das sich richtig gut anlas: Das Josephs. Also kurz den Kalender gecheckt ob´s noch passt und dann die weitere Route dorthin erweitert. Eine Stunde später stand ich dann vor dem Laden (wenn man es denn so nennen darf). Eigentlich ist Joseph ein Testlabor, in dem man bestimmte Entwicklungen einem breiten Publikum präsentiert um dann mit dem Feedback das Produkt weiter zu entwickeln.

Sehr zentral gelegen, direkt gegenüber des Saturn, vermutet man zuerst ein Cafe; draußen

stehen Tische und Stühle und durch das Schaufenster entdeckt man auch etwas, das nach Gastronomie aussieht. Betritt man die Räumlichkeiten kommt man erst in ein nettes Cafe, in dem ein buntes Treiben herrscht. Erst auf den 2. Blick erkennt man, dass etwas anders ist: Rechts ein Screen in einem urigen Kontext, der einen willkommen heißt und auf das Mehr Appetit macht. Im hinteren Bereich sind dann verschiedene Use Cases ausgestellt, die von netten Guides erklärt werden. So versucht man herauszubekommen, ob Menschen bereit wären, durch eine Art „Zauberpille“ ihr Bauchgefühl bzw. die Erfahrung weiterzugeben oder durch die Implementierung einer neuen Technologie gegen multiresistente Keime vorzugehen.

Aber auch sehr realitätsnahe Szenarien sind in der Verprobung: Eine App, die einem das Haushaltsbuch ersetzt, ein T-Shirt, das in Verbindung mit dem Smartphone viele Körperparameter ermittelt und eine Augmented Reality Anwendung für den Immobilienmakler-Bereich. Je nach Anforderung gibt man ein Feedback über Design-, Haptik oder Farbgebung, auch die Wirksamkeit von Produktnamen oder Claims wird erfragt. Wichtige Erkenntnisse also, die in der Produktentwicklung einfließen und viele Fehlentwicklungen vermeiden.

## Design Thinking lässt grüssen

Der geübte Innovator erkennt sehr schnell, dass hier die Prototypen-Entwicklung der Phase 6 (Prototypentest) des Design-Thinking Prozesses Anwendung findet: Scheitere früh ist die Devise, und bringe früh die Meinung deiner Zielgruppe mit ein. Genau aber das Zielgruppenspezifische kam mir etwas zu kurz, Fragen an mich über meine individuelle Persona und meine Bedürfnisse (Ein Muß für die Entwicklung) kam sehr kurz.

Alles in Allem aber eine sehr gute Initiative, ich wünschte mir mehr solcher Möglichkeiten in Deutschland. Hätte man im Bereich der neuen Payment-Lösungen frühzeitig über diese Wege erkannt, dass der Shopper kein Problem mit dem Bezahlen hat, wären viele verbrannte Investitionen erspart geblieben. Gerade disruptive Innovationen sind damit schnell fehlerbefreit, aber auch für die Weiterentwicklung etablierter Produkte kann man sich schnell Inspirationen holen - wenn man es denn will. Ein Feedback muss man aushalten

können, auch wenn es einem die ganze Idee verhagelt. Aber wie gesagt: Wer früh scheitert, gewinnt als erster!

## Bilderstrecke Joseph´s in Nürnberg:



Testspace für die Immobilienlösung



Testspace für die Finance App



Behandlungsbeispiel gegen multiresistente Keime



Intuitions-Vermittler



Der Testbereich



Relaxecke mit Spielwarenverkauf durch einen Partner





Der Begrüßungsscreen



Das Café

Bilder: gmvteam GmbH