

# Concept Map

## Clue

### Beschreibung

Innerhalb der Concept Map wird der Weg hin zum finalen Clue-Konzept beschrieben. Es wird visualisiert, aus welchen Umfragen und Beobachtungen Insights gewonnen wurden und wie sich aus diesen das Konzept ableiten ließ. Des weiteren wird die Ermittlung der Nutzergruppe, die festgelegten Leitsätze für die Umsetzung eines Produkts, sowie Analyse der technische Aspekte dargestellt.

### Zielgruppe

Die Zielgruppe wurde durch die Analyse von Statistiken und langjährigen Studien aus offiziellen Quellen (bspw. Statistisches Bundesamt) ermittelt. Das Konzept des Produkts, als auch das später entwickelte Geschäftsmodell wurde entsprechend der Zielgruppe angepasst.

### Insights

Mit Hilfe einer quantitativen, als auch qualitativen Befragung wurden potentielle Nutzer erreicht, Schnittstellen ermittelt und wichtige Erkenntnisse analysiert, um diese im Produktentwicklungsprozess zu berücksichtigen. Die aus den Befragungen resultierenden wichtigsten Insights werden innerhalb der Darstellung farblich hervorgehoben.

### Leitsätze

Abgestimmt auf die Rechercheergebnisse und die fiktive Gründung eines Unternehmens wurden Leitsätze aufgestellt, welche die Entwicklung des Produkts begleiten und beeinflussen sollen. Die Hierarchisierung der aufgestellten Leitsätze entspricht der Leserichtung, als auch der farblichen Unterscheidung.

### Technik

Als weiterer einflussnehmender Faktor gelten die technischen Aspekte. Neue Technologien sollten hierbei berücksichtigt werden. Die jeweilig hervorgerufenen Felder beschreiben die notwendigen Produktbestandteile, wobei alle weiteren Bestandteile durch andere oder ähnliche Technologien ersetzt werden könnten.

### Concept Map

Eine Concept Map ist die Visualisierung von Begriffen und ihren Zusammenhängen. Sie ist ein Mittel zur graphischen Darstellung von Wissen und damit ein Mittel der Gedankenordnung und -reflexion. In diesem Fall wird der Herleitungsprozess des Konzepts zum Produkt »Clue« visualisiert. Während dieses Prozesses wurden unterschiedliche Phasen durchlaufen;

hierzu zählt die Zielgruppendefinition, Ermittlung von Insights mit Hilfe qualitativer und quantitativer Befragungen, die Bestimmung von Leitsätzen zur Produktentwicklung, sowie zuletzt die Analyse der notwendigen technischen Aspekte. Die Erkenntnisse der jeweiligen Phasen wurden innerhalb des Konzepts berücksichtigt.

