

Frameworks sortiert nach den vier Feldern der Intentionsmatrix

Kapitel 2

© Hermann-Ruess und Partner –
nur für den persönlichen Gebrauch

Frameworks sortiert nach den vier Feldern der Intentionmatrix

Die Intentionmatrix teilt Kommunikationssituationen in vier Quadranten, basierend auf zwei Dimensionen:

- **X-Achse:** Grad der Lösungsfindung (von "keine Lösung" bis "feste Lösung")
- **Y-Achse:** Fokus der Kommunikation (von "sachlich/faktisch" bis "menschlich/emotional")

Hier sind die wichtigsten Frameworks, sortiert nach den vier Feldern der Intentionmatrix, mit kurzen Erklärungen und Anwendungsbereichen.

1. Brainstorming-Feld: Ideen entwickeln

Position: Keine Lösung vorhanden + Sachlicher Fokus

Intention: Kreativ denken, Optionen erkunden, Möglichkeitsräume eröffnen

Framework	Beschreibung	Anwendungsbereich
SCAMPER-Methode	Systematische Kreativitätstechnik mit sieben Denkanstößen: Substitute, Combine, Adapt, Modify, Put to another use, Eliminate, Reverse	Produktverbesserung, Ideenfindung, Innovation
Morphologischer Kasten	Zerlegung eines Problems in Dimensionen und systematische Kombination verschiedener Ausprägungen	Komplexe Produktentwicklung, Geschäftsmodellentwicklung
SWOT-Analyse	Bewertung von Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken	Strategieentwicklung, Projektplanung, Situationsanalyse
Design Thinking	Nutzerzentrierter Innovationsprozess in den Phasen: Verstehen, Beobachten, Definieren, Ideen finden, Prototypen, Testen	Innovative Lösungen für komplexe Probleme
Blue Ocean Strategy	Entwicklung neuer, unumkämpfter Märkte statt Konkurrenz in bestehenden "roten Ozeanen"	Marktstrategien, disruptive Innovationen
Laterales Denken (de Bono)	Abweichen von üblichen Denkmustern, um kreative Lösungen zu finden	Durchbrechen von Denkblockaden, radikale Innovation
Osborn-Checkliste	Systematische Fragetechnik zur Verbesserung und Innovation durch neun Kategorien	Produktoptimierung, Prozessverbesserung
PESTEL+	Analyse politischer, ökonomischer, sozialer, technologischer, ökologischer, rechtlicher Faktoren mit Erweiterungen	Makroumfeldanalyse, Zukunftstrends erkennen
OKR-Methode	Objectives and Key Results - agile Zielsetzungsmethode	Unternehmenssteuerung, Teamkoordination
Business Model Canvas	Visualisierung von Geschäftsmodellen	Geschäftsmodellentwicklung, Startup-Planung
TRIZ-Methode	Systematische Innovationsmethode zur kreativen Problemlösung	Technische Innovationen, Widersprüche auflösen
Six Thinking Hats (de Bono)	Paralleles Denken mit sechs verschiedenen Perspektiven (Fakten, Emotionen, Kritik, Optimismus, Kreativität, Prozess)	Gruppendiskussionen, Problem-Perspektivwechsel

2. Empathie-Feld: Beziehungen verstehen

Position: Keine Lösung vorhanden + Menschlicher Fokus

Intention: Perspektiven erfassen, emotionale Aspekte erkunden, zwischenmenschliche Dynamiken verstehen

Framework	Beschreibung	Anwendungsbereich
Empathy Map Canvas	Visualisierung, was eine Person denkt, fühlt, sagt, tut, hört und sieht	Nutzerverstehen, Persona-Entwicklung
Jobs-to-be-Done (JTBD)	Fokus auf funktionale, emotionale und soziale "Jobs" der Kunden statt auf Produkte	Innovationspotenziale, tiefes Kundenverständnis
Personas	Fiktive, aber realistische Charakterprofile verschiedener Nutzertypen	Nutzerzentriertes Design, Marketingkommunikation
Customer Journey Map	Visuelle Darstellung der Kundenerfahrung über verschiedene Phasen und Touchpoints	Kundenerlebnisdesign, Schwachstellenanalyse
Gewaltfreie Kommunikation (GFK)	Kommunikationsmodell mit Beobachtung, Gefühl, Bedürfnis und Bitte	Konfliktlösung, empathische Kommunikation
HBDI-Modell	Kategorisierung von Denkstilen in vier Quadranten: Analytisch, Strukturiert, Emotional, Visionär	Teamzusammenstellung, zielgruppengerechte Kommunikation
Limbic® Map	Neurowissenschaftlich fundiertes Modell für Emotionen und Motive: Balance/Sicherheit, Dominanz/Stimulanz, Stimulanz/Abenteuer	Zielgruppenmarketing, emotionale Positionierung
Transaktionsanalyse	Analyse von Kommunikation basierend auf drei Ich-Zuständen: Eltern-Ich, Erwachsenen-Ich und Kind-Ich	Kommunikationsmuster verstehen, Konfliktlösung
Value Proposition Canvas	Abgleich von Kundenbedürfnissen und Wertangebot mit Fokus auf emotionale und soziale Aspekte	Kundenorientierte Produktentwicklung
Appreciative Inquiry	Stärkenbasierter Ansatz zur Organisationsentwicklung	Teambuilding, positive Veränderungsprozesse
Spiral Dynamics	Modell zur Beschreibung der Entwicklung von Wertesystemen	Kulturelle Unterschiede verstehen, Change Management

3. Botschafts-Feld: Lösungen kommunizieren

Position: Feste Lösung vorhanden + Sachlicher Fokus

Intention: Lösungen klar darstellen, Informationen strukturiert vermitteln, überzeugen

Framework	Beschreibung	Anwendungsbereich
Minto-Pyramide	Strukturierung von Informationen mit Hauptaussage an der Spitze und unterstützenden Argumenten darunter	Business-Kommunikation, Präsentationen, Berichte
AIDA-Modell	Aufmerksamkeit, Interesse, Verlangen, Handlung – Vierstufiges Kommunikationsmodell	Werbetexte, Verkaufspräsentationen
Problem-Solution-Impact (PSI)	Klare Darstellung eines Problems, einer Lösung und deren Auswirkungen	Geschäftspräsentationen, technische Berichte

FAB-Methode	Features, Advantages, Benefits – Produkt- oder Ideendarstellung	Verkaufsgespräche, Produktbeschreibungen
Elevator Pitch	Kurze, prägnante Darstellung einer Idee, eines Produkts oder Unternehmens	Netzwerk-Events, erste Kontakte
Golden Circle (Sinek)	Kommunikation von innen nach außen: Warum, Wie, Was	Inspirierende Präsentationen, Markenpositionierung
Storytelling-Framework	Narrative Vermittlung von Informationen und Botschaften durch Geschichten	Präsentationen, Marketing, Führungskommunikation
Hero's Journey (Campbell)	Universelles Erzählmuster mit Abenteuer, Hindernissen und Transformation	Marketing-Kampagnen, Content-Marketing
PAS-Formel	Problem, Agitation (Verstärkung), Solution (Lösung)	Verkaufstexte, Landing Pages, E-Mail-Marketing
StoryBrand Framework (Miller)	Positionierung des Kunden als Held und der Marke als Mentor	Marketingkommunikation, Webseitengestaltung
Monroe's Motivated Sequence	Überzeugungstechnik mit: Aufmerksamkeit, Bedürfnis, Befriedigung, Visualisierung, Handlungsaufforderung	Reden, persuasive Präsentationen
4Mat-System	Kommunikationsmodell für verschiedene Lerntypen: Warum, Was, Wie, Was-wenn	Bildungskontexte, verschiedene Zielgruppen
Anchoring-Techniken	Informationspräsentation mit Referenzpunkten für weitere Entscheidungen	Preisverhandlungen, Überzeugungsarbeit

4. Feedback-Feld: Gemeinsam verbessern

Position: Feste Lösung vorhanden + Menschlicher Fokus

Intention: Reflektieren, optimieren, Lösungen auf der Beziehungsebene verbessern

Framework	Beschreibung	Anwendungsbereich
WWW-Feedback-Modell	Wahrnehmung, Wirkung, Wunsch – Strukturiertes Feedback-Format	Teams, Coaching, Konfliktlösung
GROW-Coaching-Modell	Goal, Reality, Options, Will – Strukturiertes Coaching-Ansatz	Mitarbeiterentwicklung, Coaching-Gespräche
SBI-Feedback-Modell	Situation, Behavior, Impact – Feedback-Rahmen mit konkreten Situationen und Auswirkungen	Beruflicher Kontext, Leistungsbeurteilungen
4A-Feedback-Modell	Awareness, Acknowledge, Ask, Adjust – Strukturiertes Ansatz für konstruktives Feedback	Teamarbeit, Mentoring, Führungssituationen
START-STOP-CONTINUE-Methode	Einfaches Format, das definiert, was begonnen, beendet und fortgesetzt werden sollte	Teammeetings, Projekt-Retrospektiven
Pinguin-Prinzip (Kotter)	Veränderung durch kleine Gruppen von Vorreitern, die andere inspirieren	Kulturelle Transformation in Unternehmen
Pratfall Effect	Psychologisches Prinzip, dass Fehlritte sympathischer machen können	Kommunikationsstrategien für Führungskräfte
Cobra Effect	Warnung vor unbeabsichtigten Folgen von Gegenmaßnahmen	Risikomanagement, Policy-Entwicklung
Retrospektiven-Formate	Visuelle und emotionale Ansätze zur Teamentwicklung, z.B. "Segelboot" oder "Mad/Sad/Glad"	Team-Retrospektiven, Prozessverbesserung
DMAIC (Six Sigma)	Define, Measure, Analyze, Improve, Control – Prozessverbesserungsmethode	Qualitätsmanagement, kontinuierliche Verbesserung
MoScow-Priorisierung	Must-haves, Should-haves, Could-haves, Won't-haves – Priorisierungstechnik	Anforderungsmanagement, Projektumfang