

VON TRENDS ZU PRODUKTIDEEN

Strategische Innovationswerkstatt im Geschäftsfeld
Kindertagesbetreuung des EJF

Wie entwickelt ein Träger neue Angebote, wenn sich sein Umfeld schneller verändert als seine Strukturen? Dieser Frage hat sich das EJF für sein Geschäftsfeld Kindertagesbetreuung gestellt. Die Antwort: eine zweitägige Innovationswerkstatt, die aus 21 beobachteten Trends drei ausgearbeitete Angebotskonzepte gemacht hat.



KUNDE

EJF – Evangelisches Jugend- und Fürsorgewerk



BRANCHE

Sozialwirtschaft, Kinder- & Jugendhilfe



FORMAT

Zweitägiger Innovations-Workshop



TEILNEHMENDE

10 Führungskräfte & Fachverantwortliche

DIE HERAUSFORDERUNG

Fünf Entwicklungen setzen die Kindertagesbetreuung gleichzeitig unter Druck. Für das EJF war klar: Es braucht strategische Orientierung statt weiterer Einzelmaßnahmen.



Demografischer Wandel: Sinkende Geburtenzahlen führen zu regional sehr unterschiedlicher Auslastung: Wartelisten an einem Standort, freie Plätze am nächsten.



Veränderte Familienbedarfe: Familien erwarten mehr Flexibilität, gelebte Inklusion und psychosoziale Unterstützung im Alltag.



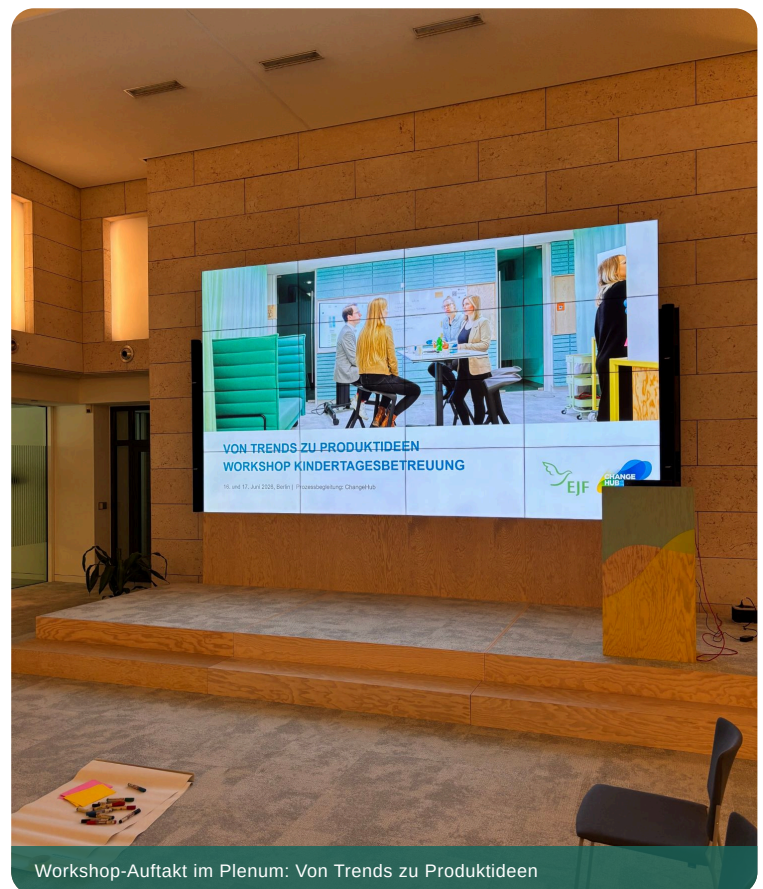
Fachkräftemangel: Offene Stellen und hohe Personalbelastung begrenzen den Spielraum, Neues zu entwickeln.



Fehlende Übersicht: Angebotsportfolio und Hilfekette sind historisch gewachsen; Lücken und Doppelstrukturen bleiben unsichtbar.



Strategisches Vakuum: Der Druck, neue Angebotsformen zu entwickeln, trifft auf keine klare gemeinsame Richtung.



Workshop-Auftakt im Plenum: Von Trends zu Produktideen

UNSER VORGEHEN

Zwei Tage, ein klarer Weg: Tag 1 öffnet den Problemraum und schafft ein gemeinsames Bild der Ausgangslage. Tag 2 verdichtet die Erkenntnisse zu konkreten, umsetzbaren Konzepten.

1

VERSTEHEN

Regionale Pain Points, Trends und Zielgruppen ergeben ein gemeinsames Lagebild

2

PRIORISIEREN

21 Trends werden per Dot-Voting auf 5 Kerntrends verdichtet

3

ENTWICKELN

Personas und Problemfelder führen zu ersten Lösungsideen

4

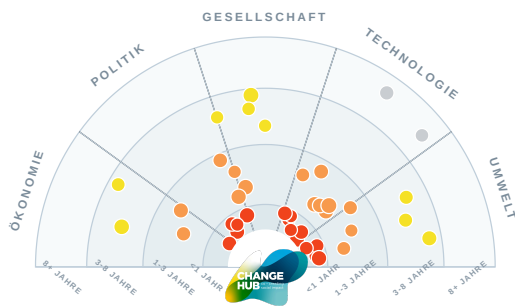
UMSETZEN

3 Konzepte werden ausgearbeitet und mit nächsten Schritten hinterlegt

TAG 1 · PROBLEMRAUM

TAG 2 · LÖSUNGSRaum

DAS TRENDRADAR – VON DER BEOBACHTUNG ZUR ENTSCHEIDUNG



SYSTEMATISCH SCANNEN

Strukturierte Sichtung relevanter Trends als gemeinsamer Einstieg ins Thema



KOLLABORATIV PRIORISIEREN

Dot-Voting macht Perspektiven sichtbar und erzeugt Konsens



KONTEXTUALISIEREN

Trends werden auf eigenen Kontext, Zielgruppen und Herausforderungen bezogen



STRATEGISCH ABLEITEN

Aus externen Entwicklungen werden interne Handlungsfelder und Produktideen

Das Trendradar ist ein Strategie-Tool, um die Zukunft der Gesundheits- und Sozialwirtschaft zu verstehen und Trends einzuordnen.

Es identifiziert und bewertet schwache Signale und aufkommende Trends, unterstützt Entscheider und Teams von der Strategieentwicklung bis zum Innovationsdesign und hilft, Chancen frühzeitig zu erkennen und Risiken proaktiv zu adressieren.

ERGEBNISSE & KUNDENNUTZEN

Am Ende der zwei Tage standen keine vagen Ideen, sondern entscheidungsreife Ergebnisse: Aus 21 relevanten Trends wurden fünf Kerntrends als gemeinsame Orientierung priorisiert. Aus Personas und Problemfeldern entstanden mit **Familienwerkstatt Plus**, **Familienzeitraum/ Familiencampus** und **Base** drei ausgearbeitete Konzepte, jeweils mit Zielgruppen und nächsten Schritten hinterlegt. Damit kann das EJF die Weiterentwicklung des Geschäftsfelds direkt anschließen. Ebenso wertvoll wie die Ergebnisse ist der gemeinsame Prozess: Führungskräfte und Fachverantwortliche haben ein geteiltes Bild der Ausgangslage und ein gemeinsames Vokabular für Zukunftsthemen entwickelt. Die Innovationswerkstatt ist damit kein Einzeltermin, sondern der Auftakt einer kontinuierlichen Angebotsentwicklung.

5

Trends aus 21 passenden Trends identifiziert und priorisiert

6

Personas entwickelt

3

Konzepte ausgearbeitet

WAS DIE TEILNEHMENDEN MITNEHMEN

- ✓ **Strategische Klarheit:** Die 5 priorisierten Kerntrends geben dem Geschäftsfeld eine gemeinsame Orientierung und machen Zukunftsthemen im Führungskreis besprechbar.
- ✓ **Nutzerzentrierung:** 6 Personas machen die Bedarfe von Familien, Kindern und Fachkräften greifbar und verankern sie dauerhaft in der Angebotsentwicklung.
- ✓ **Konkrete Konzepte:** Die drei Angebotsideen bauen direkt auf den priorisierten Trends auf und wurden im Plenum vorgestellt und geschärft.
- ✓ **Verbindlichkeit:** Die nächsten Schritte sind gemeinsam vereinbart; der Prozess endet nicht mit dem Workshop.



Arbeitsphase: von Personas zu konkreten Konzepten

“ Das Trendradar hat uns dabei unterstützt, relevante Entwicklungen frühzeitig zu erkennen, Zusammenhänge zu verstehen und daraus neue Perspektiven für die Herausforderungen unseres Unternehmens abzuleiten.

MELANIE RÖSCH · GESCHÄFTSBEREICHSLITERIN KINDERTAGESBETREUUNG · MITGLIED DER GESCHÄFTSLEITUNG, EJF

MÖGLICHE NÄCHSTE SCHRITTE

Auf den Ergebnissen der Innovationswerkstatt lässt sich direkt aufbauen. Drei Vertiefungen bieten sich an:

STAKEHOLDER-ANALYSE

Perspektiven der relevanten Akteure rund um die Angebote einbinden

ZIELGRUPPENBEFRAGUNG

Bedarfe von Familien und Fachkräften direkt validieren

SOZIALRAUMANALYSE

Konzepte im regionalen Kontext verorten und schärfen

INTERESSIERT, EINEN ÄHNLICHEN PROZESS FÜR IHRE ORGANISATION ZU GESTALTEN?

Ob Trendanalyse, Innovationswerkstatt oder Angebotsentwicklung: Wir begleiten Träger der Gesundheits- und Sozialwirtschaft von der Beobachtung bis zur Entscheidung.

CHANGE HUB

info@change-hub.de

www.change-hub.de