

Mini-Produkte mit Canva

Vier vollständige Lerneinheiten aus dem Praxisguide. Du kannst direkt mit den Beispielen arbeiten.

1.1 Beginne mit einer Situation

„Ein Planer für Fotografierende“ ist ein Thema. Für die Produktentwicklung brauchen wir eine konkrete Situation. Stell dir eine Person vor, die am Sonntagabend gern etwas Kreatives für die nächste Woche vornehmen möchte. Sie besitzt bereits eine Kamera oder ein Smartphone. Ihr fehlen kein Gerät und keine weitere Ideensammlung mit hundert Motiven. Ihr fehlt eine kleine Entscheidung: Wann gehe ich los, wo beginne ich, und was ist für diese Woche genug?

Aus dieser Situation entsteht unser Arbeitsauftrag: „Ich möchte eine kurze Fotoeinheit fest einplanen und anschließend ein Bild auswählen, ohne daraus ein großes Projekt zu machen.“ Der Planer soll diesen Auftrag leichter machen. Jede Seite muss dazu beitragen. Eine Seite über Objektivgeschichte mag interessant sein; sie hilft bei dieser Entscheidung nicht. Eine Zeile für einen Ausweichtermin hilft unmittelbar.

Schreibe die Situation deiner eigenen Idee zunächst in Alltagssprache auf. Vermeide Formulierungen wie „Menschen in ihre kreative Kraft bringen“. Was passiert an einem normalen Dienstag? Wer öffnet die Datei, was liegt daneben, und welche Entscheidung fällt der Person schwer? Für einen Essensplaner könnte die Situation der Wocheneinkauf sein. Für einen Balkonplaner könnte es die Auswahl von drei passenden Pflanzgefäßen sein. Der kleine Einsatzmoment begrenzt die Aufgabe sinnvoll.

Die passende Zielgruppe ist nicht automatisch eine demografische Beschreibung. „Frauen zwischen 25 und 45“ sagt wenig über eine nötige Seite aus. „Menschen, die am Wochenende eine kurze Fototour machen möchten und unter der Woche kaum Zeit haben“ liefert bereits Hinweise für Umfang, Ton und Felder. Unser Wochenplan braucht einen Termin, einen Ersatztermin und eine kleine Motividee. Er braucht kein umfangreiches Tagesjournal.

1.2 Formuliere ein überprüfbares Ergebnis

Unser Produktsatz lautet: „Mit diesem undatierten A4-Planer legst du eine kleine Fotoaufgabe für deine Woche fest, planst eine kurze Einheit und hältst deine Bildauswahl mit einem nächsten Schritt fest.“ Dieser Satz beschreibt Handlungen, die der Planer tatsächlich unterstützen kann. Er sagt nicht, dass die Fotos automatisch besser werden, dass jede Person ihre Gewohnheiten verändert oder dass Kreativität messbar steigt.

Teste deinen Satz mit drei Fragen. Kann eine Person nach der Nutzung zeigen, was entstanden ist? Reicht der Inhalt aus, um dieses Ergebnis zu unterstützen? Versteht jemand ohne Vorwissen, wozu das Produkt dient? „Mehr Klarheit und Inspiration“ bleibt schwer überprüfbar. „Ein ausgefüllter Wochenplan mit Termin, Motiv und Ausweichplan“ lässt sich ansehen.

Schreibe zusätzlich auf, was dein Produkt voraussetzt. Im Musterfall braucht die Person ein Aufnahmegerät, das sie bereits bedienen kann, und einen selbst gewählten erreichbaren Ort. Der Planer erklärt keine Kameraeinstellungen, empfiehlt keine gefährlichen Standorte und organisiert keine Fotogenehmigungen. Solche Grenzen gehören in die Beschreibung, wenn sie falsche Erwartungen verhindern.

Verwende bei deinem eigenen Thema keine Ergebnisse, die du selbst nicht verlässlich erklären kannst. Ein Organisationsblatt für Unterlagen ist etwas anderes als eine steuerliche Beratung. Ein Essensplan ist etwas anderes als eine Behandlungsempfehlung. Je sensibler die Anwendung, desto wichtiger werden fachliche Prüfung und eine angemessene Begrenzung. Für diesen Kurs bleibt das Beispiel bewusst bei einer überschaubaren Freizeitaufgabe.

1.3 Entscheide dich für eine Produktform

Ein **Planer** hilft wiederholt bei Entscheidungen. Er braucht kurze Anweisungen und genug Platz. Ein **Workbook** führt durch einen Lern- oder Denkprozess. Es braucht Erklärungen, Aufgaben und oft Beispiele. Eine **Checkliste** unterstützt die Ausführung einer bekannten Aufgabe. Sie braucht eindeutige Prüfpunkte. Ein **Downloadpaket** kombiniert passende Dateien; es wird nicht allein dadurch nützlich, dass es viele davon enthält.

Unser Beispiel ist ein Planer mit einer kurzen Einführung und einem ausgefüllten Beispiel. Wir liefern ein fertiges Dokument zum Ausdrucken und handschriftlichen Bearbeiten. Die Bildschirmdatei lässt sich lesen; digitales Beschriften funktioniert nur mit einer geeigneten PDF-Anwendung und muss für die jeweilige Anwendung gesondert geprüft werden. Wir versprechen keine interaktiven Formularfelder. Diese Unterscheidung wird später wichtig, weil „digitaler Planer“ sonst sehr unterschiedliche Erwartungen auslöst.

Begrenze deinen ersten Umfang auf acht bis zwölf Seiten. Diese Zahl ist eine Arbeitsentscheidung, kein Qualitätsmaßstab. Für unser Beispiel passen zwölf Seiten: Cover, Anleitung, Startpunkt, Motivsammlung, Wochenplanung, Fotoeinheit, Bildauswahl, Rückblick, Vierwochenübersicht, ausgefülltes Beispiel, Notizen und Schnellcheck. Die Wochenblätter können mehrfach ausgedruckt werden. Dadurch muss das Paket nicht vier nahezu identische Kalenderwochen enthalten.

1.4 Baue ein Briefing, das Entscheidungen vereinfacht

Öffne die Vorlage „Produktbriefing“ und beantworte ihre Felder. Schreibe beim Nutzungsmoment einen echten Ablauf auf: „Sonntag nach dem Abendessen, fünf bis zehn Minuten am Tisch, Kalender daneben.“ Schreibe beim sichtbaren Ergebnis: „Ein vereinbarter Termin, drei Motive, ein Ersatztermin.“ Notiere auch die wichtigste Hürde: „Die Person macht sich zu viel vor und verschiebt dann den ganzen Ausflug.“

Daraus folgt eine konkrete Gestaltungsentscheidung. Das Feld „Mein kleines Ziel“ bekommt nur zwei Schreibzeilen. Ein riesiger Kasten könnte zu einem unrealistischen Vorhaben einladen. Der Ausweichplan erhält einen gleichwertigen Platz neben dem Haupttermin. Die Bildauswahl beschränkt sich auf drei Kandidaten. Jede Begrenzung unterstützt die tatsächliche Anwendung.

Für deinen eigenen Planer kann das anders sein. Wenn Menschen mehrere Varianten vergleichen sollen, brauchen sie mehr Felder. Wenn ein Workbook längere Reflexion verlangt, reichen zwei Zeilen nicht. Gestalte nach der erwarteten Antwort. Ein verbreiteter Fehler ist, zuerst schöne Kästen anzulegen und anschließend nach Fragen zu suchen, die hineinpassen. Dein Briefing kehrt diese Reihenfolge um.

Schreibe zum Abschluss eine Ausschlussliste mit höchstens fünf Punkten. Im Beispiel: kein Kamera-Grundkurs, keine tägliche Pflicht, keine datierten Kalender, keine Bewertung durch Lehrende, keine automatische Fotoverwaltung. Diese Liste bleibt zunächst intern. Sie hilft dir, beim späteren Bauen freundliche Zusatzideen abzulehnen, die das Produkt unnötig vergrößern.