



## **Mit Design Thinking zu mehr digitaler Teilhabe**

am Beispiel der InnovationScouts

## **Ablauf:**

1. Vorstellung Projekt
2. Einführung in Design Thinking
3. Vorstellung Methoden
4. Feedback
5. Diskussion und Fragen

# 1. Vorstellung Projekt



# InnovationScouts

**Laufzeit: Sep. 2020 – Aug. 2025 (5 Jahre)**

**Standort:**

**Das Projekt findet in Trägerschaft des DRK GS statt  
zwei Modellregionen: Westfalen-Lippe, Rheinland-Pfalz**

**Gefördert durch die Aktion Mensch Stiftung**

## Zielgruppen:



**320**  
**Menschen mit**  
**Behinderungen**



**720**  
**Fach- und**  
**Führungskräfte**

## Ziele:

1. Barrieren im Alltag von Menschen mit Behinderungen sollen abgebaut werden
2. Menschen mit Behinderungen sollen mehr Teilhabe erfahren
3. Fach und Führungskräfte sollen für Inklusion sensibilisiert werden, um inklusive Anpassungen in dem Umfeld von Menschen mit Behinderungen möglich zu machen
4. Alle unsere Zielgruppe sind vernetzt und befähigt, mit partizipativen und agilen Methoden, initiativ, Veränderungen für mehr Inklusion zu realisieren.

# 1. Was machen die Innovation Scouts?



**Inklusive  
Beratung**



**Innovations-  
labor**



**Methoden-  
wissen teilen**



**Netzwerken**

## 1.1. Inklusive Beratung



## 2. Inklusive Beratung

Ziel der Beratung ist es, dass **Fach- und Führungskräfte die Bedürfnisse von Menschen mit Behinderung besser verstehen**. Sie sollen durch die Beratung selber Barrieren erkennen und abbauen können.

Zudem sollen durch die Beratung Prozesse innerhalb von Organisationen, Unternehmen oder Kommunen nachhaltig ohne Barrieren gestaltet werden. Die Beratung ist unentgeltlich.

## 2. Inklusive Beratung

### Zielgruppen:

- Unternehmen
- Öffentliche Einrichtungen
- Vereine
- Wohlfahrtsverbände

Bis max. 250 Mitarbeiter

### Bereiche in denen wir beraten:

- Unternehmensführung
- Personal
- Arbeiten & Arbeitsplatz
- Produkte und Dienstleistungen
- Marketing
- Verkauf
- Ehrenamt

## 1.2. Innovationslabor



## 2. Innovationslabor

- 12 monatiges Förderprogram zu Entwicklung und Umsetzung von Innovationen im Inklusionsbereich
  - 9 Monate Planung
  - 3 Monate Umsetzung
- Aufbauend auf Design Thinking Prozess
- Das Innovationslabor richtet sich direkt an Menschen mit Behinderungen, es ist aber **auch möglich mit** Unternehmen, Öffentliche Einrichtungen, Vereinen und Wohlfahrtsverbänden und Menschen mit Behinderungen gemeinsam **eine Innovation zu planen und umzusetzen**

## 2. Design Thinking



## 2. Was ist Design Thinking?

- **Systematischer** und **agiler Ansatz** zur Lösung komplexer Problemstellungen
- Fokus liegt auf **Bedürfnisse und Wünsche** der Zielgruppe
- stetige **Rückkopplung** zwischen den Entwicklern einer Lösung und der Zielgruppe.

## 2. Was ist Design Thinking?

Problemlösungen, die mit Design Thinking erstellt werden, vereinen drei wesentliche Komponenten:

- **(technologische) Machbarkeit**
- **(wirtschaftliche) Tragfähigkeit**
- **(menschliche) Erwünschtheit.**

Wichtige Voraussetzungen sind:

- **multidisziplinäre Teams**
- **variable Räume**
- **Design Thinking-Prozess**

## 2. Design Thinking



## 3. Vorstellung Methoden

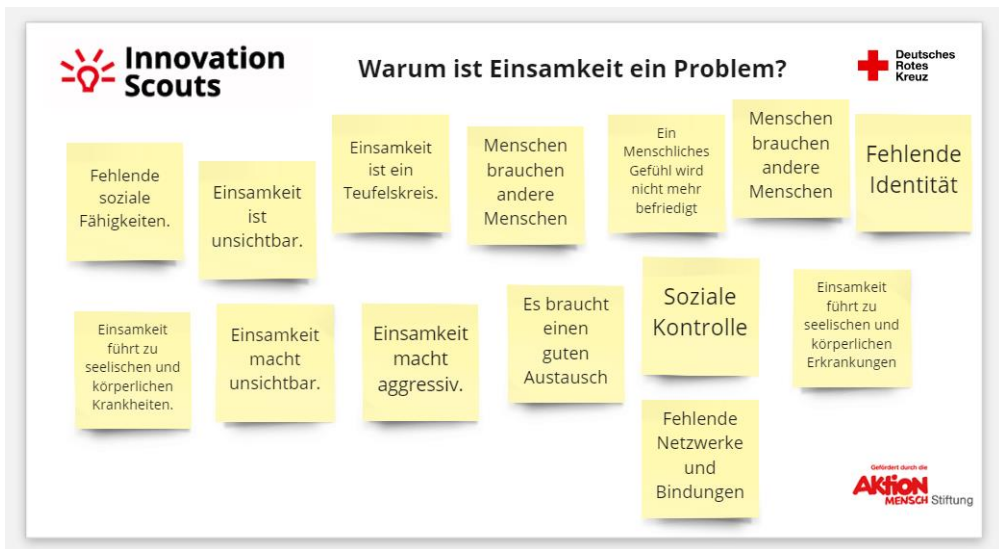


## 3.1. Das Problem verstehen



## 3.1.W-Fragen

W-Fragen sind Fragen, die mit dem Buchstaben W beginnen. Ziel der W-Fragen-Anwendung ist es sich einen Überblick über eine Ausgangslage zu verschaffen



Jedes Fragewort, das mit einem W beginnt kann die W-Fragen einleiten.  
Typische W-Fragen lauten:

- **Wer ist von dem Problem betroffen?**
- **Wann ereignet sich das Problem?**
- **Wo tritt das Problem auf**
- **Warum ist es ein Problem/ warum kommt es dazu?**
- **Wie wird es bereits gelöst?**

# 3.1.W-Fragen - Analog

W-Fragen sind Fragen, die mit dem Buchstaben **W** beginnen. Ziel der W-Fragen-Anwendung ist es sich einen Überblick über eine Ausgangslage zu verschaffen

## Anleitung

1. Jedes Fragewort, das mit einem W beginnt kann die W-Fragen einleiten. Typische W-Fragen lauten:
  - **Wer ist von dem Problem betroffen?**
  - **Wann ereignet sich das Problem?**
  - **Wo tritt das Problem auf**
  - **Warum ist es ein Problem/ warum kommt es dazu?**
  - **Wie wird es bereits gelöst?**
2. Die W- Frage werden nebeneinander auf ein Whiteboard geschrieben. Die Teilnehmenden brainstormen für sich auf Post-Its die Antworten auf die Fragen
3. Dann pinnen die Teilnehmenden Ihre antworten unter die Fragen an die Pinnwand
4. Im Anschluss wird eine Pause gemacht, in der die Moderation die Ergebnisse Clustert (je nach Größe der Gruppe bis zu 20 Minuten)
5. Im Anschluss stellt die Moderation dann der Gruppe die Ergebnisse vor.
6. Um Im Anschluss das viele Wissen wieder einzugrenzen, hilft eine Auswahl durch Bepunktung.
7. Um im Anschluss mit dem Problembaum weiterzumachen, ist vor allem die Auswahl bei der Frage „**Warum**“

### Ziel

Problem Verstehen

### Material

Wand, Post-Its, Stifte

### Teilnehmende

3 – 30 (wir empfehlen ab 8 Personen Kleingruppen)

### Dauer

1 – 4 Stunden

Bei manchen Zielgruppen, ist eine Eigenarbeit nicht möglich. Hier empfehlen wir ein Moderationsteam von 2 Personen und eine Gruppengröße von max 8 Personen. Die Teilnehmenden müssen nicht selber schreiben. Die Moderation geht mit den Teilnehmenden die Fragen durch und die andere Moderation notiert die Antworten auf dem Whiteboard

Gefördert durch die

# 3.1. W-Fragen - Digital

W-Fragen sind Fragen, die mit dem Buchstaben W beginnen. Ziel der W-Fragen-Anwendung ist es sich einen Überblick über eine Ausgangslage zu verschaffen

## Anleitung

1. Jedes Fragewort, das mit einem W beginnt kann die W-Fragen einleiten. Typische W-Fragen lauten:
  - **Wer ist von dem Problem betroffen?**
  - **Wann ereignet sich das Problem?**
  - **Wo tritt das Problem auf**
  - **Warum ist es ein Problem/ warum kommt es dazu?**
  - **Wie wird es bereits gelöst?**
2. Die W- Frage werden nebeneinander auf einem Online- Whiteboard geschrieben. Die Teilnehmenden brainstormen für sich auf Post-Its die Antworten auf die Fragen
3. Dann pinnen die Teilnehmenden Ihre antworten unter die Fragen an die Pinnwand
4. Im Anschluss wird eine Pause gemacht, in der die Moderation die Ergebnisse Clustert (je nach Größe der Gruppe bis zu 20 Minuten)
5. Im Anschluss stellt die Moderation dann der Gruppe die Ergebnisse vor.
6. Um Im Anschluss das viele Wissen wieder einzugrenzen, hilft eine Auswahl durch Bepunktung.
7. Um im Anschluss mit dem Problembaum weiterzumachen, ist vor allem die Auswahl bei der Frage „**Warum**“

### Ziel

Problem Verstehen

### Material

Wand, Post-Its, Stifte

### Teilnehmende

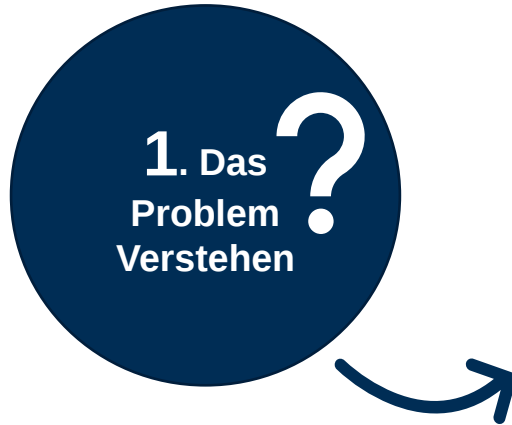
3 – 30

### Dauer

1 – 4 Stunden

Bei manchen Zielgruppen, ist eine Eigenarbeit nicht möglich. Hier empfehlen wir ein Moderationsteam von 2 Personen und eine Gruppengröße von max 8 Personen. Die Teilnehmenden müssen nicht selber schreiben. Die Moderation geht mit den Teilnehmenden die Fragen durch und die andere Moderation notiert die Antworten auf dem Whiteboard

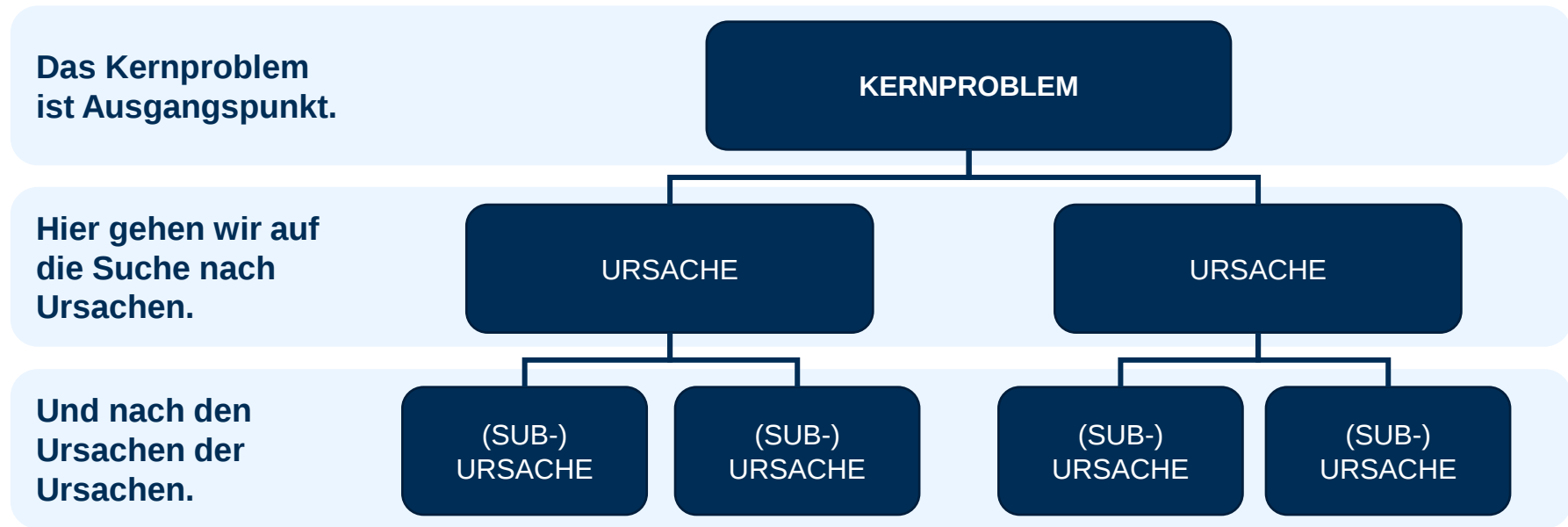
## 3.2. Das Problem verstehen



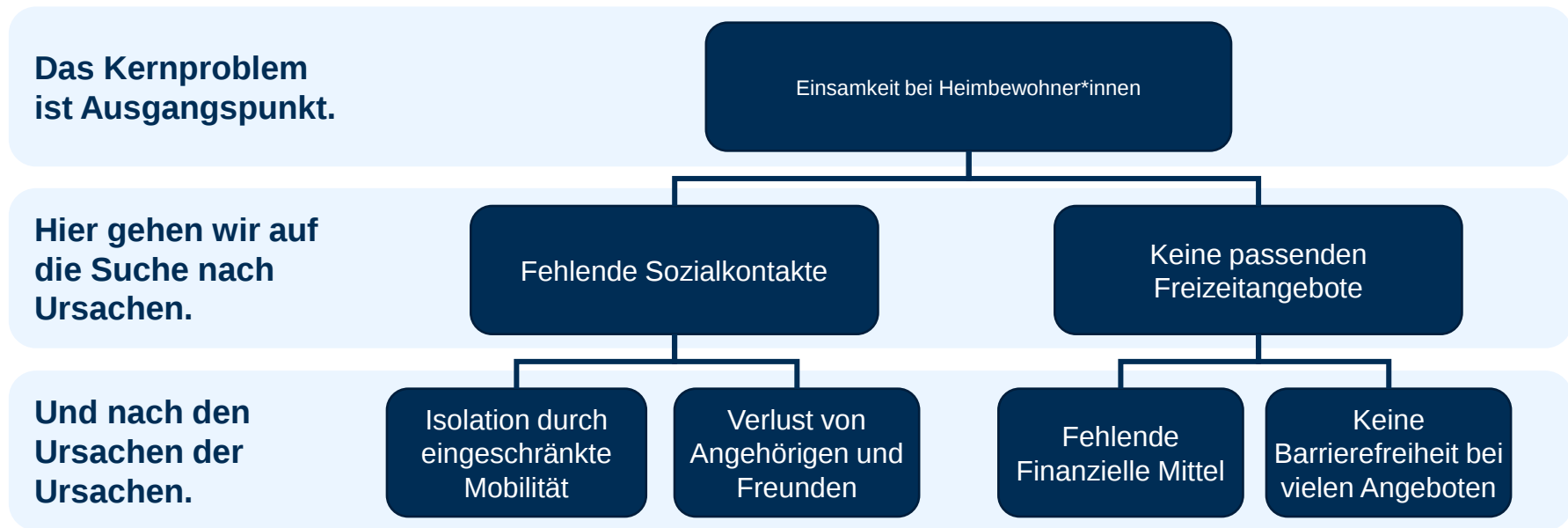
# Problembaum

## 3.2. Der Problembaum

Wichtig ist, das Kernproblem so spezifisch wie möglich zu benennen. Danach werden die Ursachen des Kernproblems bestimmt.



## Das Kernproblem steht im Zentrum des Problembaums.



## 3.2. Der Problembaum - Analog

Der Problembaum ist eine Methode, um sich einem gemeinsamen Problemverständnis anzunähern. Denn er hilft dabei ein komplexes Problem zu verstehen und strukturiert darzustellen. Zudem werden Abhängigkeiten von unterschiedlichen Problemfaktoren deutlich. Dies hilft dabei klare und fokussierte Projektziele zu definieren.

### Anleitung

1. Zunächst wird das Kernproblem möglichst konkret formuliert, aufgeschrieben und an eine Stellwand/Whitboard angepinnt.
2. Nun werden die Ursachen des Problems gesammelt und unter dem Problem in einer Art Baum platziert.
3. Im nächsten Schritt wird noch tiefer in das Problem eingetaucht und die Ursachen noch weiter analysiert: Was sind Ursachen der Ursachen? Auch diese werden notiert und angepinnt, so dass sich weitere Verästelungen ergeben. Dies wird fortgeführt, bis das es keine neuen Erkenntnisse mehr gibt.

#### Ziel

Das Problem verstehen

#### Material

Wand/Pinnwand,  
Post-Ist/Karten und  
Pins, Stifte

#### Teilnehmende

2 – 15

#### Dauer

60 - 180 Minuten

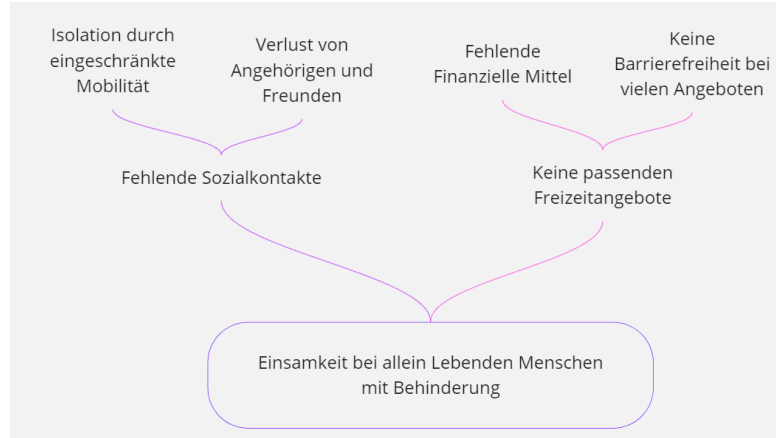
Diese Methode enthält keine Einzelarbeit, eine Moderation reicht aus. Die W Fragen, besonders die „Warum“, „Wo“ und „Wann“ können bei der Bearbeitung helfen.

## 3.2. Der Problembaum - Digital

Der Problembaum ist eine Methode, um sich einem gemeinsamen Problemverständnis anzunähern. Denn er hilft dabei ein komplexes Problem zu verstehen und strukturiert darzustellen. Zudem werden Abhängigkeiten von unterschiedlichen Problemfaktoren deutlich. Dies hilft dabei klare und fokussierte Projektziele zu definieren.

### Anleitung

1. Zunächst wird das Kernproblem möglichst konkret formuliert, aufgeschrieben und auf ein Online-Whiteboard angepinnt.
2. Nun werden die Ursachen des Problems gesammelt und unter dem Problem in einer Art Baum durch die Moderation platziert.
3. Im nächsten Schritt wird noch tiefer in das Problem eingetaucht und die Ursachen noch weiter analysiert: Was sind Ursachen der Ursachen? Auch diese werden notiert und angepinnt, so dass sich weitere Verästelungen ergeben. Dies wird fortgeführt, bis das es keine neuen Erkenntnisse mehr gibt.



#### Ziel

Das Problem verstehen

#### Material

Wand/Pinnwand,  
Post-It/Karten und  
Pins, Stifte

#### Teilnehmende

2 – 15

#### Dauer

60 - 180 Minuten

Diese Methode enthält keine Einzelarbeit, eine Moderation reicht aus. Die W Fragen, besonders die „Warum“, „Wo“ und „Wann“ können bei der Bearbeitung helfen.

## 3.3. Das Problem beobachten



## 3.3. Interview

Im Interview wird die Meinung einer anderen Person zu einem Thema abgefragt. Es hilft dabei, die eigene Perspektive zu erweitern, die eigene Zielgruppe besser kennenzulernen oder einen Prototypen zu testen

### Anleitung

1. Zuerst legt man fest, wozu man ein Interview führen möchte, und wer eine ideale Interview-Person sein könnte.
2. Zur Vorbereitung des Interviews dient ein Interviewleitfaden. Er beginnt mit der Vorstellung der eigenen Person und einer kurzen Einführung in das Thema. Anschließend klopft man ab, wie der Erfahrungshorizont der anderen Person aussieht („Hast du schon mal xy erlebt?“, „Besitzt du ein xy“?, „Kommt dir xy bekannt vor?“) Anschließend taucht man tiefer in manche Aspekte ein („Warum hat dich das gestört?“, „Wie hat sich das genau angefühlt?“). Am Ende eines Interviews bedankt man sich für die Zeit der anderen Person.
3. Mit dem Leitfaden als Spickzettel kann man sich auf die Suche nach Interview-Personen begeben.
4. Auch ein digitales Interview kann zu zweit geführt werden! Eine Person spricht und ist primäre Ansprechperson, eine zweite Person macht sich Notizen. Ein gutes Interview dauert mindestens 10 Minuten, je nach Zweck des Interviews bis zu 60 Minuten.
5. In der Auswertung des Interviews werden die wichtigsten Aussagen z. B. auf einem Whiteboard auf Post-Its gesammelt. Wichtig sind Aussagen mit Emotionen, Überraschungen und Widersprüchen.

#### Ziel

Zielgruppe kennen  
Prototyp testen

#### Material

Interview-Leitfaden

#### Teilnehmende

2 5

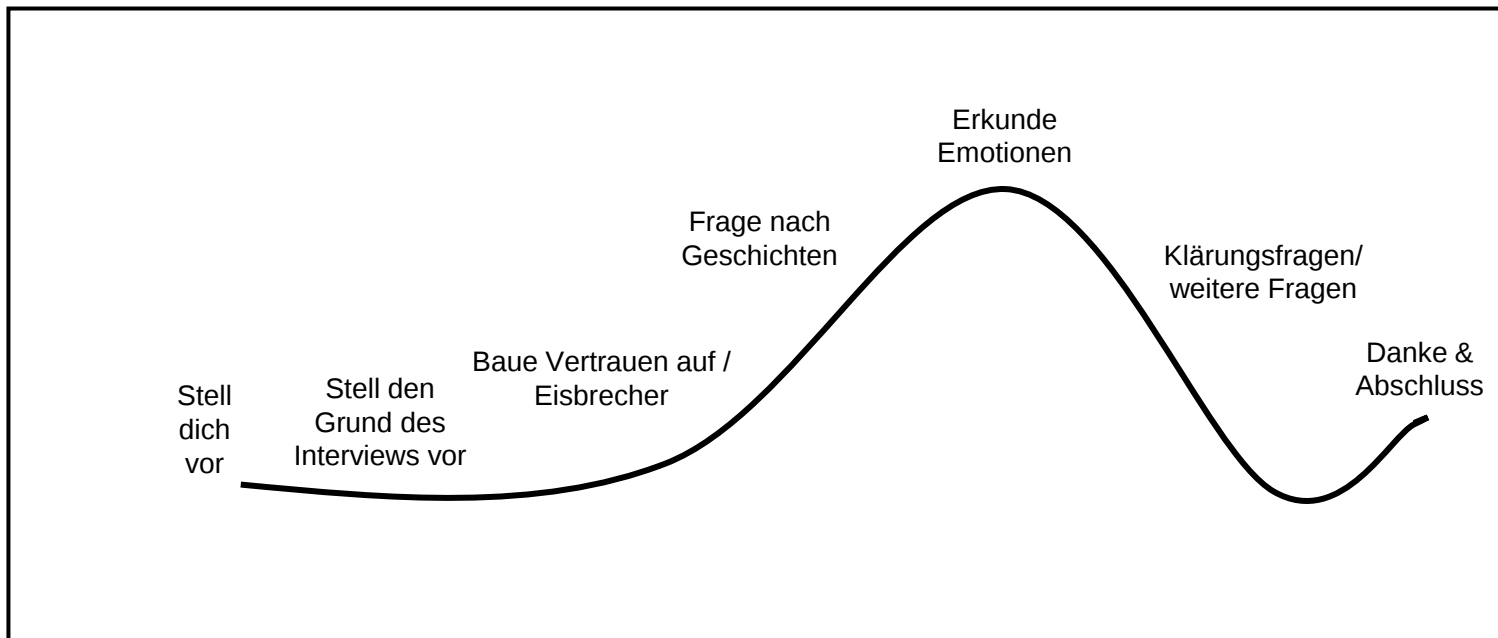
#### Dauer

10 – 60 Minuten

#### Digitale Tools

Videokonferenzen &  
Videotelefonie,  
Textverarbeitung,  
Digitale Whiteboards  
(siehe [Online-  
Werkzeugkasten](#))

## 3.3. Ablauf eines Interviews



## 3.3. Tipps für die Interviewführung

Ziel: Durch das Interview interessante Einsichten zum Thema gewinnen

- Offene Fragen stellen
- Nach positiven, negativen und überraschenden Erlebnissen fragen
- Nicht nach Meinungen fragen
- Nur Fragen zur interviewten Person stellen, nicht über Dritte
- In der Gegenwart oder Vergangenheit bleiben (keine Zukunft)
- Pausen machen und abwarten (Tipp: im Kopf bis 5 zählen)
- 5x Warum, um zum Kern vorzudringen
- Die interviewende Person hört 80% zu und spricht maximal 20%

## 3.4. Das Problem festlegen

3. Das  
Problem  
festlegen !

WKW- Fragen

## 3.4. WKW- Fragen

„Wie können wir **allein lebenden Menschen mit Behinderung** helfen sich **weniger einsam zu fühlen**, trotz **eingeschränkter Barrierefreiheit vieler Freizeitangebote?**“

## 3.4. WKW- Fragen - Analog

**WKW** steht für „Wie können wir...?“. Die WKW-Frage ist ein Lückentext. Fertig ausgefüllt dient er dazu, eine Fragestellung klar zu definieren.

### Anleitung

1. Die WKW-Frage lautet: „Wie können wir A helfen, B zu tun, obwohl C dabei im Weg steht?“.
2. Die Frage wird groß auf ein Whiteboard geschrieben, wobei A, B und C als Lücken leer gelassen werden.
3. Die Teilnehmenden brainstormen auf Post-Its verschiedene Varianten für A, B oder C und kleben sie in die Lücken.
4. Nur die Attribute, die am häufigsten genannt wurden, bleiben hängen, alles andere wird aussortiert. So ergeben sich die abschließenden WKW-Fragen.
5. Pro Problemstellung sollten sich die Teilnehmenden auf maximal drei unterschiedliche WKW-Fragen einigen. Die WKW-Fragen sollten keinen Zirkelschluss beinhalten (beispielsweise nicht: „Wie können wir das Leben von jungen Menschen verbessern, obwohl sie gerade kein gutes Leben haben?“).

### Ziel

Problem festlegen

### Teilnehmende

3 – 20

### Material

Wand, Post-Its,  
Stifte

### Dauer

1 – 4 Stunden

## 3.4. WKW- Fragen -Digital

WKW steht für „Wie können wir...?“. Die WKW-Frage ist ein Lückentext. Fertig ausgefüllt dient er dazu, eine Fragestellung klar zu definieren.

### Anleitung

1. Die WKW-Frage lautet: „Wie können wir A helfen, B zu tun, obwohl C dabei im Weg steht?“.
2. Die Frage wird groß auf ein digitales Whiteboard geschrieben, wobei A, B und C als Lücken leergelassen werden.
3. Die Teilnehmenden brainstormen auf digitalen Post-Its verschiedene Varianten für A, B oder C und kleben sie in die Lücken.
4. Nur die Attribute, die am häufigsten genannt wurden, bleiben „hängen“, alles andere wird aussortiert. So ergeben sich die abschließenden WKW-Fragen.
5. Pro Problemstellung sollten sich die Teilnehmenden auf maximal drei unterschiedliche WKW-Fragen einigen. Die WKW-Fragen sollten keinen Zirkelschluss beinhalten (beispielsweise nicht: „Wie können wir das Leben von jungen Menschen verbessern, obwohl sie gerade kein gutes Leben haben?“).

### Ziel

Problem definieren

### Material

Digitale Post-Its

### Teilnehmende

3 – 20

### Dauer

1 – 2 Stunden

### Digitale Tools

Videokonferenzen &  
Videotelefonie, Digitale  
Whiteboards  
(siehe [Online-  
Werkzeugkasten](#))

## 3.5. Neue Lösungen für das Problem finden



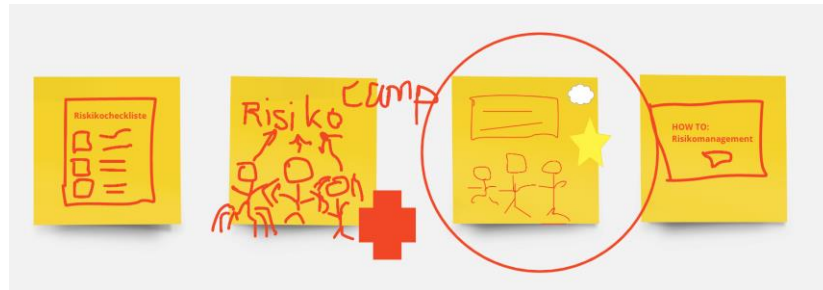
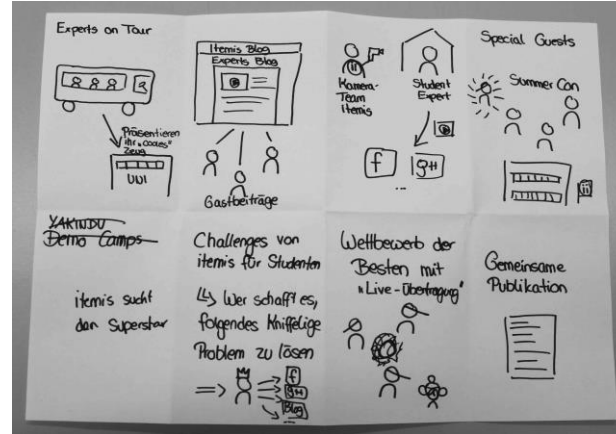
**Crazy 8**



## 3.5. Crazy 8

Die Crazy8 ist eine Kreativtechnik, die dabei hilft Ideen für das Problem zu generieren.

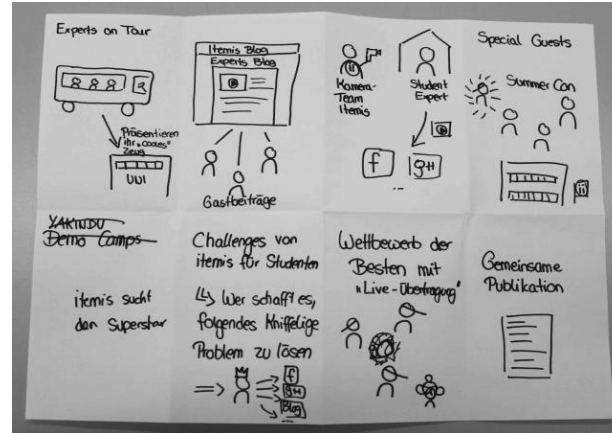
1. Alle Teilnehmenden erhalten ein weißes Din-A4 Blatt. Das Blatt Papier wird drei Mal mittig gefaltet, so entstehen acht Felder.
2. Jede Person hat nun acht Minuten Zeit, um in jedem Feld eine Idee zu skizzieren, die das Problem löst.
3. Nach den acht Minuten werden die 3 Besten Ideen in der Gruppe vorgestellt. Danach wird wieder durch Dot Voting durch die Gruppe eine Auswahl für die Besten max. 3 Ideen



## 3.5. Crazy 8 - Analog

Die Crazy8 ist eine Kreativtechnik, die dabei hilft Ideen für das Problem zu generieren.

1. Alle Teilnehmenden erhalten ein weißes Din-A4 Blatt. Das Blatt Papier wird drei Mal mittig gefaltet, so entstehen acht Felder.
2. Jede Person hat nun acht Minuten Zeit, um in jedem Feld eine Idee zu skizzieren, die das Problem löst.
3. Nach den acht Minuten werden die 3 Besten Ideen in der Gruppe vorgestellt. Danach wird wieder durch Dot Voting durch die Gruppe eine Auswahl für die Besten max. 3 Ideen



### Ziel

Kreativität wecken

### Material

Wand, Post-Its, Stifte, Papier

### Teilnehmende

3 – 20

### Dauer

10 – 60 Minuten

Da bei einigen Zielgruppen eine Einzelarbeit nicht problemlos funktioniert, empfehlen wir Teams aus zwei Personen zu bilden, z.B. eine Person beschreibt die andere malt. Hier kann die zweite Person gut als Assistenz wirken, deshalb ist es wichtig, bei der Zusammenstellung der 2er-Teams darauf zu achten, dass ein Teilnehmer der Teams sich die Aufgabe auch alleine zutrauen würde.

Die Methode baut auf Zeitdruck auf. Das setzt manche Menschen extrem unter Druck und passt nicht zu jeder Zielgruppe. Wir empfehlen, dann die Anzahl, der Skizzen auf zwei bis vier zu reduzieren und die Zeit auf 16 Minuten zu verdoppeln.

## 3.5. Crazy 8 -Digital

Die Crazy8 ist eine Kreativtechnik, die dabei hilft Ideen für das Problem zu generieren.

1. Alle Teilnehmenden erhalten auf einem Online Whitboard 4 – 8 Post-Its.
2. Jede Person hat nun acht Minuten Zeit, um in jedem Feld eine Idee zu skizzieren, die das Problem löst.
3. Nach den acht Minuten werden die 3 Besten Ideen in der Gruppe vorgestellt. Danach wird wieder durch Dot Voting durch die Gruppe eine Auswahl für die Besten max. 3 Ideen



|                                                                                           |                                         |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|
| <b>Ziel</b><br>Ideen finden                                                               | <b>Material</b><br>Digitale<br>Post-Its |
| <b>Teilnehmende</b><br>3 – 20                                                             | <b>Dauer</b><br>1 – 2<br>Stunden        |
| <b>Digitale Tools</b><br>Videokonferenzen<br>& Videotelefonie,<br>Digitale<br>Whiteboards |                                         |

Da bei einigen Zielgruppen eine Einzelarbeit nicht problemlos funktioniert, empfehlen wir Teams aus zwei Personen zu bilden, z.B. eine Person beschreibt die andere malt. Hier kann die zweite Person gut als Assistenz wirken, deshalb ist es wichtig, bei der Zusammenstellung der 2er-Teams darauf zu achten, dass ein Teilnehmer der Teams sich die Aufgabe auch alleine zutrauen würde.

Die Methode baut auf Zeitdruck auf. Das setzt manche Menschen extrem unter Druck und passt nicht zu jeder Zielgruppe. Wir empfehlen, dann die Anzahl, der Skizzen auf zwei bis vier zu reduzieren und die Zeit auf 16 Minuten zu verdoppeln.

## 3.6. Das Problem verstehen



**MVP –  
Minimum Viable  
Product**

## 3.6. MVP – Minimum Viable Product

1. Das Minimum Viable Product ist das erste Produkt oder eine Dienstleistung mit minimalen Eigenschaften.
2. Auf dieser Entwicklungsstufe ist es zum ersten Mal möglich, dass Produkt oder die Dienstleistung unter realistischen Bedingungen bei der Zielgruppe zu testen
3. Das MVP wird mit geringem Aufwand erstellt und dient dazu das Endprodukt durch Anwenderfeedback zu verbessern.

**Problem:** Es werden zu viele Lebensmittel weggeworfen

**Idee:** Ein Laden in der Innenstadt dem nur „gerette“ Lebensmittel verkauft werden

**MVP:** Ein Stand auf einem Wochenmarkt auf dem geretteten Lebensmittel angeboten werden

**Problem:** Allein lebende Menschen mit Behinderungen sind oft Einsam

**Idee:** Inklusives Cafe' mit Freizeitangeboten wie ein Spielenachmittag

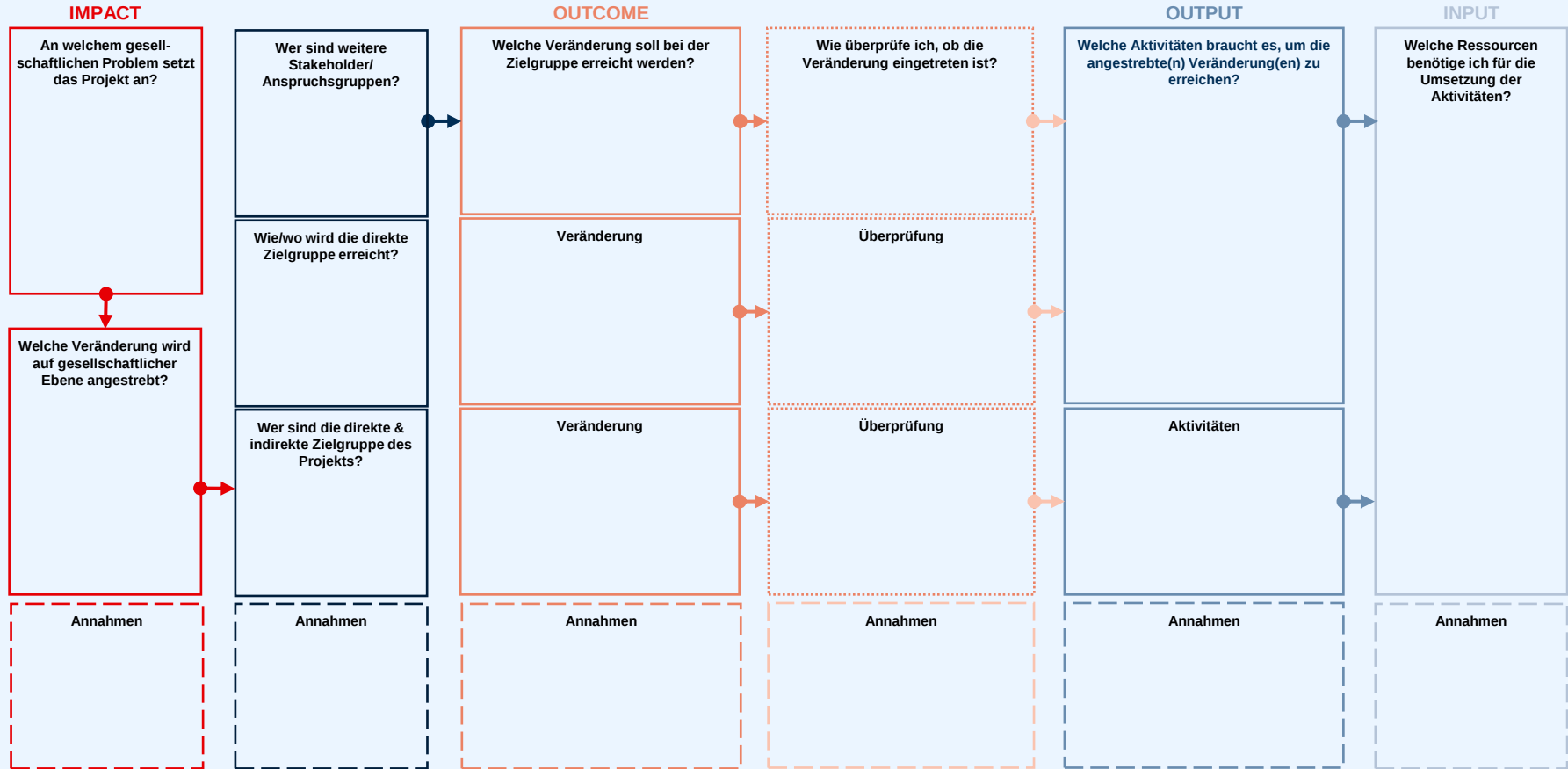
**MVP:** Pop-Up Cafe in der Idee zwei Monate getestet wird

## 3.6. MVP – Minimum Viable Product

Bevor man sich auf einen MVP festlegt, sollte man bei nachhaltigen Ideen seine Wirkungsziele festlegen. Dabei können die Wirkungstreppen oder eine Wirkungscanvas helfen.

1. Schritt: Festlegung auf die beste Idee
2. Schritt: Entwicklung MVP
3. Schritt: Festlegen auf welche Weise Testzielgruppe erreicht werden kann.  
(Hier können Personas, eine Customer Journey und eine Business Model Canvas helfen)
4. Schritt: Plane die Umsetzung des MVP

# Die WIRKUNGSLOGIK- Canvas (Ausfüllhilfe)



## 3.7. Das Problem verstehen



Teste dein MVP

## 3.7. MVP – Testen

1. Schritt: Festlegung auf die beste Idee
2. Schritt: Entwicklung MVP
3. Schritt: Festlegen auf welche Weise Testzielgruppe erreicht werden kann. (Hier können Personas, eine Customer Journey und eine Business Model Canvas helfen)
4. Schritt: Planen Sie die Umsetzung des MVP
5. Schritt: Testen Sie ihren MVP im realen Kontext und sammeln Sie so viel Feedback wie nur möglich (z.B. Interviews, Onlineumfrage, Beobachtung bei der Nutzung)
6. Schritt: Fassen Sie ihr gesamtes Feedback zusammen und verbessern Sie ihren MVP.

## 3.8. Warum führt Design Thinking zu mehr Teilhabe?

Fokus liegt auf **Bedürfnisse und Wünsche** der Zielgruppe:

**Nicht wir haben eine Idee für euch sondern, was wird wirklich wie gebraucht**

stetige **Rückkopplung** zwischen den **multidisziplinären Entwicklern** einer Lösung und der Zielgruppe – **Die Zielgruppe kann sich an jedem Entwicklungsschritt beteiligen**

## **Mein Frage an Sie:**

**Welche Herausforderungen sehen Sie in der Umsetzung von Design Thinking in ihrer Organisation?**

**Wie beziehen Sie bisher die Zielgruppe in die Entwicklung neuer Dienstleistungen oder Produkte mit ein?**

## 4. Folgen Sie uns:

**Newsletter (4 x im Jahr)**



**innovation\_scouts**



**InnovationScouts**

**<https://innovationscoutsdrk.de/>**



**Innovation  
Scouts**