

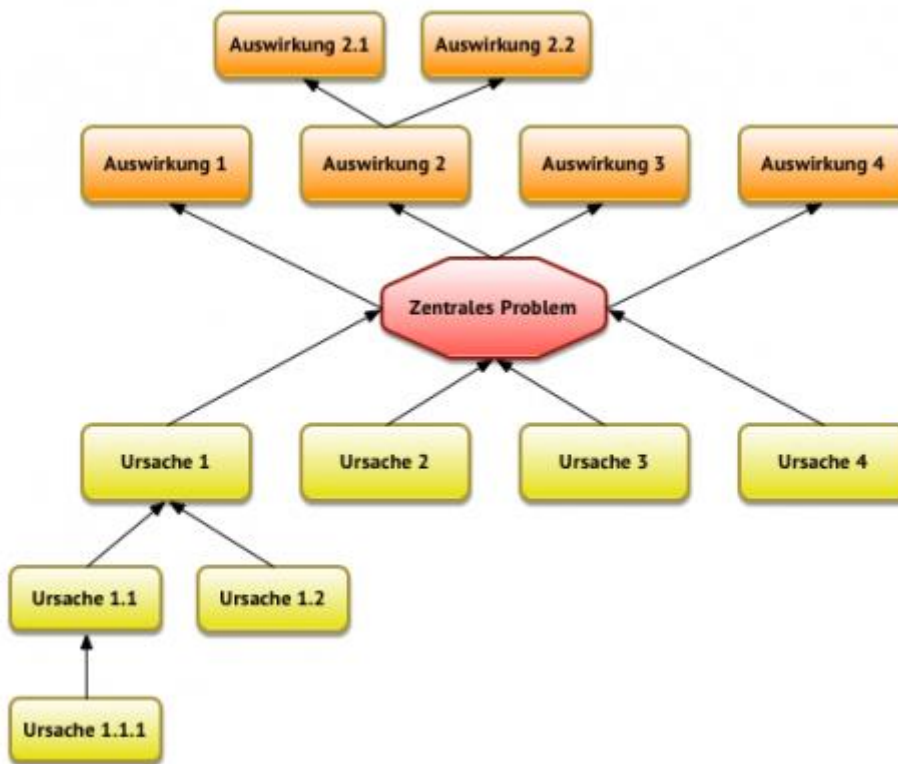
Problemanalyse mit dem Problembaum

Quelle: <http://www.kampagnenlabor.de/problemanalyse-mit-dem-problembaum/>

Der Problembaum ist eine Kreativitätstechnik, die alle Ursachen und Auswirkungen eines Problems erfasst und systematisch in der Form eines Baumes darstellt. Dadurch gewinnt man erstens ein besseres Verständnis der Ursachen und Auswirkungen des Problems und wie diese miteinander verbunden sind. Zweitens wird ein großes nicht kampagnenfähiges Problem in viele kleine bearbeitbare Probleme zerlegt, bis man an der Wurzel des Übels angelangt ist.

Einen Problembaum erstellen

Ein Problembaum sollte mit Arbeitsmitteln erstellt werden, die fortlaufende Veränderungen und Ergänzungen erlauben. Mind-Mapping-Software oder Moderationskarten sind für diese Aufgabe gut geeignet. Der Baum kann direkt im Team oder zunächst alleine bearbeitet werden.



1. Bestimme das Kernproblem

Jeder Problembaum hat einen Stamm. Dieser besteht aus dem Kernproblem, um die sich die Kampagne dreht. Es ist wichtig, dass alle im Team eine ähnliche Vorstellung des Kernproblems haben. Ein Beispiel für ein Kernproblem wäre die Klimaerwärmung, Kinderarmut oder Steuerflucht.

2. Bestimme die Ursachen des Kernproblems

Im zweiten Schritt werden die Ursachen des Kernproblems bestimmt. Dies sind die Wurzeln des Baums. Ein Beispiel für Klimaerwärmung wären CO₂-Emissionen. Für dieses Problem lassen sich nun wiederum Ursachen finden (Flugverkehr, Fleischkonsum, etc.), die erneut Ursachen haben.

Du solltest nach weiteren Ursachen suchen, bis Du das Problem ausreichend geklärt hast. Wenn ein Baum zu groß wird, kannst Du einen neuen Baum beginnen, indem Du eine Ursache aus dem ersten Baum als Kernproblem des zweiten Baums definierst.

3. Bestimmen Sie die Auswirkungen des Problems

Neben Wurzeln und einem Stamm verfügt ein Baum auch über Zweige. Dies sind die Auswirkungen des Problems, welche Du nun bearbeitest bis Dir nichts mehr einfällt oder Du mit dem Detaillevel zufrieden bist.

4. Diskutiere die Ergebnisse

Diskutiere den Baum im Team. Folgende Fragen können hilfreich sind:

- Haben wir wirklich alle Faktoren beachtet?
- Welche Ursachen nehmen zu bzw. ab?
- Welche Ursache lässt sich leicht korrigieren? Was ist eher schwer aus der Welt zu schaffen?
- Welche Auswirkungen sind besonders schlimm?
- Welche Auswirkungen werden an Bedeutung gewinnen / verlieren?
- An welcher Ursache können wir unsere Kampagne ausrichten?

Ein sinnvolle Ergänzung zum Problembaum ist der Lösungsbaum, den ich in einem gesonderten Beitrag erläutern werde.