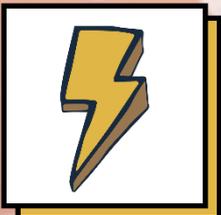


So findest du dein Passion Project

Eine praktische Anleitung in drei Schritten –
inklusive Journaling Prompts

von Kato | Heul nicht, mach doch!



Inhaltsverzeichnis

Vorwort	2
Journaling-Methode.....	3
Teil 1: Idee entwickeln	4
Finde dein Thema.....	4
Stecke deine Ziele	6
Wähle ein Medium aus.....	10
Bonus: Entscheide dich zwischen verschiedenen Projektideen.....	12
Teil 2: Idee validieren.....	14
Validiere deine Idee intern	14
Validiere deine Idee extern.....	15
Erstelle einen Prototyp.....	16
Spring über deinen Schatten!	17
Teil 3: Idee in einen Plan umsetzen	19
Gewinne einen Überblick und schaffe Strukturen.....	19
Setze Meilensteine	19
Lege Branding und Kommunikation fest.....	20
Erschaffe Planungssysteme.....	21
Beachte die 72h-Regel.....	21
Suche dir eine Mentorin oder einen Mentor	22
... und jetzt?	23

Vorwort

Hey, du Macherin! *

Wenn dieses Workbook vor dir liegt, spürst du offenbar diesen Funken in dir - den "ich will was machen"-Funken. Dafür gibt's schonmal ein High Five! 🙌

Ich habe dieses E-Book entwickelt, weil ich allen Menschen, die diesen Funken in sich tragen, einen Leitfaden zur Verfügung stellen möchte, mit dem sie ihr persönliches Passion Project erarbeiten können.

Ich stelle es kostenlos zur Verfügung, weil die Verbreitung des Passion-Project-Konzepts zu meiner Vision für eine bessere Welt gehört. Klingt cheesy, ist aber so.

Wenn jede und jeder sich um eine Herzensangelegenheit kümmert, wird diese Gesellschaft ein bisschen schöner für alle.

Wenn dir das E-Book geholfen hat, kannst du es gerne an Freundinnen und Freunde weiterleiten.

Ich wünsche dir ganz viel Erfolg beim Entdecken deines Passion Projects! - Kato

P.S.: Ich freue mich mega, wenn du mich bei Insta taggst (@heulnichtmachdoch) und von deinen Fortschritten bei deinem Passion Project berichtest!

Kato

(*generisches Femininum)

Journaling-Methode

Dieses Workbook arbeitet mit der Journaling-Methode.

Beim Journaling sortierst du deine Gedanken und findest Antworten auf Fragen, indem du (handschriftlich) schreibst. Man kann dabei frei und intuitiv vorgehen, oder man nutzt sogenannte Journaling Prompts als Anregung.

Wenn die Antworten klar wie Kloßbrühe sind, dann schreibe sie einfach kurz auf. Wenn du dir hingegen nicht sicher bist, dann schnapp dir ein schönes Notizbuch und denke schreibend über die Fragen ("Prompts") nach. Das hilft dir, deine Gedanken zu ordnen. Lass einfach alle Gedanken aus dir herausfließen und bringe sie aufs Papier. Im nächsten Schritt kannst du deine Gedanken dann ordnen, streichen, weiterentwickeln und miteinander in Beziehung setzen. Journaling ist quasi ein Brainstorming mit dir selbst!

Die Journaling-Methode wird dich das ganze E-Book über begleiten. Wenn es dein erstes Mal ist, möchte ich dich ermutigen, diese Technik mal auszuprobieren. Wenn du sie nicht magst, kannst du die Fragen auch nutzen, um mit anderen Methoden (z.B. Post-Its, Mind Map, Karteikarten) zu arbeiten. Was ich ausdrücklich nicht empfehle: zurücklehnen und nur konsumieren. Beim Durcharbeiten dieses E-Books werden dir hoffentlich jede Menge Ideen kommen. Es wäre schade, wenn du sie nicht festhältst.

Achte auf die Fragen in den gelben Kästen und schnapp dir dein Notizbuch!



Du findest meinen Podcast „Heul nicht, mach doch!“ bei [iTunes](#) und in deiner Lieblings-Podcast-App. Jeden Montag erscheint eine neue Episode rund um Passion Projects – mit Tipps, Erfahrungsberichten und Interviews. Ich freue mich, wenn du reinhörst!

Podcast-Tipps

An der ein oder anderen Stelle in diesem Workbook findest du Hinweise auf passende Episoden meines Podcasts *Heul nicht, mach doch!*, in denen ich das Thema detaillierter behandle.

Teil 1: Idee entwickeln

Finde dein Thema

Jedem Passion Project liegt ein Thema zugrunde. Die erste Frage ist also: Was ist dein Thema? Oder, anders gefragt: Welches Thema beschäftigt dich?

Du kannst ein Thema sowohl positiv als auch negativ angehen. Willst du dich für etwas (z.B. Inklusion) oder gegen etwas (z.B. Umweltverschmutzung) einsetzen?

Das Thema ist bewusst breit gewählt. Niemand erwartet, dass du mit deinem Passion Project sämtlichen Plastikmüll aus den Weltmeeren fischst. Aber um weiterzumachen, muss dir klar sein, welches Thema dir am Herzen liegt. Das ist logischerweise notwendig, damit du über Monate hinweg am Ball bleibst und deine Motivation dich durch dein Projekt trägt. Such dir also kein Trendthema aus, sondern eins, das dir wirklich wichtig ist.

Beispiele für Themen:

- Umweltschutz (gegen Plastik im Meer, für mehr Unverpackt-Läden)
- Tierschutz (gegen den Verkauf von Kleintieren in Baumärkten, für mehr Informationen über die artgerechte Haltung von Meerschweinchen)
- Einsamkeit von Menschen in Großstädten
- Integration
- Mentale Gesundheit
- Kinderarmut
- ...

Beim Thema gilt: denke groß!

*Have you met Lucy?
Sie ist unser Praxisbeispiel
in diesem Workbook.*



Das ist Lucy. Sie ist Studentin und bis vor kurzem gehörte Shopping noch zu ihren Hobbys.

In letzter Zeit hat sie sich viel mit der Textilindustrie, Fast Fashion und umweltschädlichem Konsum auseinandergesetzt. Giftige Chemikalien, unterbezahlte ArbeiterInnen, Mode- und Trendzirkus... Lucy will aussteigen. Sie hat das Thema gefunden, mit dem sie sich beschäftigen will: Slow Fashion, Upcycling und andere Wege, um die Textilindustrie als einzelne Konsumentin nachhaltiger zu gestalten.

Dieses Icon zieht sich durch das Buch und symbolisiert dir, dass es hier um Lucy und ihr Beispiel-Passion-Project geht. Wenn es dich nicht interessiert, überspring diese Abschnitte einfach.

Journaling-Fragen:

- Worüber rede ich immer wieder mit Freunden und Familie?
- Wovon schwärme ich total oder worüber rege ich mich regelmäßig auf?
- Zu welchem Thema schaue ich Filme, lese Blogs und Bücher?
- Mit welchem Thema habe ich immer wieder Berührungspunkte in meinem Leben?
- Welches Thema lässt mich nicht los?

Falls es dir schwerfällt, dein *eines* Thema zu finden, dann konzentriere dich bitte auf maximal drei Themen und führe die folgenden Übungen für jedes einzelne Thema aus. Am Ende des ersten Teils (S.12) findest du eine Übung, wie du dich für ein Thema entscheiden kannst.

Stecke deine Ziele

Du hast dein Thema, nun stellt sich die Frage: Was willst du mit deinem Projekt erreichen?

Wir bedienen uns hier an den drei Hauptzielen, die man aus dem Content Marketing kennt: informieren, unterhalten und inspirieren.

Dein Projekt muss sich nicht nur auf ein Ziel beschränken! Im Gegenteil, du kannst zum Beispiel mit Humor Leuten etwas beibringen (unterhalten + informieren) oder durch Kunst eine Community gründen (unterhalten + inspirieren).

So können mögliche Ziele aussehen:

informieren

- Bewusstsein für ein Thema schaffen
- (detaillierte) Informationen verbreiten
- Missverständnisse ausräumen
- Informationen/Daten verständlich aufbereiten

unterhalten

- Freude bringen
- sich künstlerisch ausleben
- Menschen zum Lachen bringen
- Menschen aufheitern und Hoffnung schenken

inspirieren

- Menschen zu einer Verhaltensänderung motivieren
- als Vorbild dienen
- eine persönliche Geschichte erzählen
- eine Bewegung gründen

Journaling-Fragen:

- Welches dieser drei Hauptziele hat mich spontan am meisten angesprochen und warum?
- Welche Ziele sind für mein Thema wichtig?
- Wie kann ich meine Ziele "SMART" formulieren?



Lucys Ziel ist, Leute zum Handeln für nachhaltige Mode zu bewegen. Ihre konkrete Idee ist, dass sie Menschen zeigen will, wie sie ihre Klamotten einfach und mit Spaß reparieren und upcyclen können, damit sie weniger neue Textilien kaufen müssen.

Podcast-Tipp: In der Episode „Ziele setzen und erreichen - Interview mit Isabell Mezger“ lernst du Coach Isabells Perspektive auf das Setzen von Zielen kennen!

Exkurs SMARTe Ziele:

SMART ist ein Akronym für fünf wichtige Eigenschaften guter Ziele: Sie sollen spezifisch, messbar, attraktiv, realistisch und terminiert sein.

Ein schlechtes Ziel wäre zum Beispiel: Ich will mit meinem Blog schnell viele Leser gewinnen. Wenn man dieses Ziel SMART umformuliert, könnte es heißen: Ich will mit meinem Blog bis Ende des Quartals (terminiert) 1000 (messbar) Unique Visitors pro Monat (spezifisch) auf meinem Blog haben. Dass das Ziel realistisch und attraktiv ist, nehmen wir mal an...

Zielgruppe

Zu den Zielen gehört auch die Zielgruppe, die du ansprechen willst. Halt stopp - ich weiß schon, was du jetzt sagst: "Aber ich will doch alle ansprechen! Ich will mein Herzensprojekt so weit wie möglich verbreiten!"

Das ist absolut nachvollziehbar. Der Gedanke, dein Vorhaben auf eine bestimmte Zielgruppe festzulegen, fühlt sich erstmal kontraproduktiv an. Es hat jedoch viele Vorteile, wenn du genau weißt, zu wem du sprichst (und zu wem nicht).

Es ist viel einfacher, herauszufinden, wie (Ton), wo (Medium), über was (Thema) und wann (Zeitpunkt und Frequenz) du mit deinen Leuten kommunizieren sollst, wenn du eine konkrete Zielgruppe vor Augen hast. Wenn du alle ansprechen willst, bleibst du so allgemein und unverbindlich, dass sich am Ende niemand angesprochen fühlt.

Wie legst du nun deine Zielgruppe fest?

Als erstes kommen dir vermutlich demographische Merkmale wie Alter oder Geschlecht in den Sinn. Das ist jedoch nicht unbedingt die beste Methode. Es ist einfacher und macht mehr Spaß, sich vorzustellen, was für ein Problem eine Gruppe von Menschen vereint.

Wenn du Bürostuhl-Yoga für verspannte Dauersitzende verbreiten willst, dann freuen sich darüber büffelnde AbiturientInnen genauso wie der Texter im Home-Office und die gestresste Vorstandsvorsitzende! Du kannst dann nochmal tiefer reingehen und dir eine Gruppe davon herauspicken. Wenn du die SchülerInnen ansprechen willst, kannst du einen lockeren Ton anschlagen und noch Lerntipps einstreuen; für das ältere Publikum wäre hingegen wohl eher ein seriöser Ton angemessen. Bei manchen Projekten ist es möglich, zwei oder drei Zielgruppen parallel anzusprechen. Für den Anfang ist es jedoch leichter, wenn du dich auf eine festlegst.

Unsere Lucy hat das Ziel, Knowhow über Upcycling zu verbreiten und Leute dazu zu inspirieren, ihren alten Klamotten lieber ein neues Leben zu schenken, als sie zu entsorgen. Lucy überlegt nun, wer sich alles für Upcycling interessieren könnte:



- Upcycling für Teenager, die trendbewusst sind, aber nicht immer die neuesten Sachen von der Stange kaufen können oder wollen
- Mütter, die Schwangerschafts-, Still- und Babysachen brauchen
- Junge BerufseinsteigerInnen, die für ihren Job eine Business-Garderobe brauchen und diese so gut wie möglich pflegen und erhalten wollen
- Handwerklich geschickte Frauen, die das Upcycling eher als Hobby als aus einer Notwendigkeit heraus betreiben

Journaling-Fragen:

- Welche möglichen Zielgruppen identifizierst du für dein Projekt?
- Wähle eine Zielgruppe davon aus und beschäftige dich näher mit ihr:
 - Warum interessieren sie sich für dein Thema?
 - Welche Fragen oder Probleme haben sie?
 - Was brauchen sie für dein Thema?
- Stell dir eine typische Vertreterin oder einen typischen Vertreter deiner Zielgruppe vor. Erstelle einen Steckbrief für sie/ihn. Sei so detailliert wie möglich. Diesen sogenannten Avatar kannst du später hinzuziehen und an ihn denken, wenn du z.B. einen Einladungstext für deinen Workshop verfasst oder eine Podcast-Folge aufnimmst.

Wähle ein Medium aus

Jetzt kommt der spannendste Part! Wir nähern uns dem "Wie?" deines Projekts. Du hast jetzt hoffentlich dein Herzensthema identifiziert und dir einige Ziele überlegt. Im kommenden Schritt spitzen wir das Thema zu und entscheiden uns für ein Medium. Jetzt du: Willst du mit einem Blog oder Workshop informieren? Kannst du deine inspirierenden Inhalte besser per Podcast oder auf der Bühne rüberbringen? Bei manchen steht das Medium womöglich ganz zu Beginn bei der Suche nach dem Passion Project: *Ich möchte bloggen! Ich möchte einen Podcast starten!* Geht es dir auch so? Dann möchte ich dich bitten, einen Schritt zurückzutreten und zu überlegen: Warum habe ich diesen Wunsch? Entammt er deinem Inneren, oder hältst du dieses Medium für das einfachste/ angesagteste/ coolste? Sei offen dafür, nochmal über die Wahl deines Mediums nachzudenken. Vielleicht fällt dir ein Medium ein, das besser passt.

Podcast-Tipp: In der #machdoch-Reihe habe ich verschiedene Medien unter die Lupe genommen und die wichtigsten Schritte zusammengefasst. Lerne u.a., wie du einen Blog schreibst, einen Podcast produzierst oder einen Workshop ausrichtest.

Mögliche Medien:

- App
- Audiobook
- Ausstellung
- Barcamp, Konferenz
- Blog
- Buch
- Community, Gruppe
- Demonstration, Aktion
- E-Book
- E-Mail-Newsletter
- Event
- Film, Kurzfilm
- Magazin, Heft, Broschüre
- Musik
- Onlinekurs
- Podcast
- Social-Media-Profil
- Stammtisch
- Webdoku
- Website
- Workshop, Seminar
- YouTube-Kanal

Du siehst, die digitalen Medien überwiegen in dieser Aufzählung. Es gibt jedoch auch zahlreiche Offline-Möglichkeiten für dein Passion Project: Workshops, Kunstausstellungen, Barcamps oder andere, spezifische Events (Kleidertauschbörse)...

Journaling-Fragen:

- Umkreise alle Medien aus der Aufzählung, die du interessant findest. Kreuze alle durch, die du für dich auf jeden Fall ausschließen kannst. Was hat dich dazu bewegt, dich so zu entscheiden?
- Welche Ressourcen brauche ich für dieses Medium? Habe ich sie bereits? (z.B. Mikrofon für Podcast, Raum für Workshop)
- Habe ich bereits Erfahrung mit diesem Medium? Wenn nein, wie kann ich unverbindlich hineinschnuppern?

Mögliche Medien, die sich gut für Lucys Vorhaben eignen, sind Workshops in ihrer Stadt, ein Blog oder YouTube-Kanal. Ein Podcast hingegen wäre nicht so sinnvoll, da man beim Handwerken und Upcyclen viele Schritte viel einfacher zeigen als beschreiben kann.

Lucy hat entschieden, dass sie für ihre Idee am besten einen YouTube-Kanal nutzt. In kurzen Videos kann sie Ideen für Upcycling-Projekte zeigen, Schritt-für-Schritt-Anleitungen anfertigen und das fertige Ergebnis präsentieren.



Die Entscheidung für ein Medium ist wichtig und sollte gut bedacht werden. Mit dem Entschluss stehen Anschaffungen und Weiterbildungen an. Es wäre blöd, wenn du dir bereits ein Podcastmikrofon gekauft hast, aber danach erst feststellst, dass dein Thema visuell viel besser darstellbar ist.

Nur ein Medium?

Hast du mehrere Medien umkringt und Lust bekommen, sowohl offline als auch online zu arbeiten? Kein Problem! Du bist natürlich nicht verpflichtet, dich nur auf ein Medium zu beschränken. In vielen Fällen ergibt es sogar viel Sinn, mit mehreren Medien zu arbeiten.

Angenommen, dein Hauptmedium ist eine Veranstaltungsreihe in deiner Stadt. In diesem Fall bietet es sich an, auch eine Website, einen E-Mail-Newsletter oder ein Social-Media-Profil zu betreiben, auf dem du auf neue Termine und andere interessante News hinweist.

Bonus: Entscheide dich zwischen verschiedenen Projektideen

Womöglich hast du jetzt mehrere Herzensangelegenheiten aufgeschrieben und stehst vor dem Dilemma, dich nicht für eine entscheiden zu können. In dieser Situation rate ich dir, erstmal ein paar Infos über deine Projektideen zu sammeln.

Journaling-Fragen:

- Wie viele Ressourcen benötigen die Projekte vermutlich? (Zeit, Unterstützung, Energie...)
- Kannst du die Themen miteinander verbinden?
- Welches Projekt ist objektiv einfacher umzusetzen?

Ich würde dir nicht empfehlen, zwei Passion Projects parallel zu starten. Konzentriere dich stattdessen auf eins und lege das andere erstmal auf Eis. Wie heißt es so schön? Aufgeschoben ist nicht aufgehoben!

Wenn du dir überlegt hast, wie sich die Projekte objektiv voneinander unterscheiden, kannst du wiederum ein paar (Journaling-)Fragen für die Entscheidung zu Rate ziehen:

- Suchst du eher ein "einfaches" Projekt für den Start oder eine Herausforderung?
- Möchtest du deine bestehenden Fähigkeiten einsetzen oder Neues lernen?
- Wie viel Zeit hast du in deinem Leben für dein Passion Project? Kannst du dich einem großen Projekt widmen oder brauchst du zurzeit etwas Kleines, was sich gut mit Studium, Job, Familie & Co vereinbaren lässt?
- Möchte ich mein Projekt allein oder im Team machen?
- Gibt es andere Menschen, die sich für diese Themen einsetzen? Bei welchem Thema könntest du einen höheren Impact haben?

Am Ende des ersten Teils solltest du deine Idee in einem Satz ausdrücken können.

Dabei hilft dir eine Formel wie:

Ich mache (Medium) über (Thema) (für (Zielgruppe)) mit dem Ziel, (Ziel) zu erreichen.



Lucy hat nun einige Entscheidungen zu den Rahmenbedingungen ihres Passion Projects getroffen und formuliert den folgenden Satz:

„Ich mache einen YouTube-Kanal über Upcycling mit dem Ziel,

Menschen zu zeigen, wie sie ihre Kleidung selbst reparieren und upcyclen können.“

Das Ziel eines solchen Satzes ist es, für dich und andere Klarheit über dein Projekt zu bekommen. Du kannst ihn sowohl intern verwenden (zum Beispiel, um zu entscheiden, ob die neueste Idee zu deinem Projekt passt), als auch extern, z.B. als beschreibender Satz auf deiner Website oder in deiner Instagram-Bio.

Jetzt bist du dran:

Ich mache _____ über _____ (für _____) mit dem Ziel, _____ zu erreichen.
Medium Thema Zielgruppe Ziel

Teil 2: Idee validieren

Bevor du jetzt sofort mit deiner Idee loslegst, wollen wir sie zuerst validieren. Du kennst den Begriff der Validierung vielleicht aus der Uni, wenn du Forschungsmethoden auf ihre Eignung prüfen musst, oder wenn du dich irgendwo anmeldest und deine E-Mail-Adresse überprüft wird.

In der Start-Up-Szene ist das Validieren einer Idee essentiell: Die Gründer-Teams möchten schließlich nicht monatelang an einem Produkt arbeiten, Zeit, Geld und Energie investieren und dann feststellen, dass niemand es kaufen will!

Wir adaptieren hier den Gedanken der Validierung und übertragen ihn mit drei Schritten auf dein Passion Project:

Validiere deine Idee intern

Wir beginnen intern, also bei dir selbst. Du bist die treibende Kraft hinter deinem Herzensprojekt - dementsprechend musst du dich mit der Idee zu 100% wohlfühlen!

Horche also in dich hinein und beantworte die folgenden Fragen:

Journaling-Fragen:

- Welche Ressourcen habe ich bereits, welche brauche ich noch?
- Wie viel Zeit kann und möchte ich mir für mein Passion Project nehmen?
- Was ist meine Motivation? Wie ticke ich? Wie kann ich meine Motivation erhalten?
- Wer aus meinem Umfeld/Netzwerk wird mir helfen?

Validiere deine Idee extern

Als nächstes schauen wir nach außen. Es ist wichtig, mit der Einschätzung seiner Idee realistisch zu sein. Hier sind es weniger Journaling- und eher

Recherchefragen:

- Was für Projekte gibt es schon zu meinem Thema?
- Gibt es schon Projekte, die meiner Idee sehr ähneln?
- Wenn ja, wie unterscheidet sich mein Ansatz?
- Ist meine Idee wirklich geeignet, um mein Thema voranzubringen?
- Brauchen Menschen das?

Bitte tu dir den Gefallen, und verschließe nicht aus falscher Eitelkeit die Augen vor der "Konkurrenz". Oft haben Menschen eine Idee und legen dann einfach los, ohne sich zu informieren, was es bereits an ähnlichen Projekten gibt. Du könntest als Nachmacherin gelten, Markenrechte verletzen oder einfach in einen bereits gesättigten Markt einsteigen und dich dann wundern, warum niemand deinen Blog liest.

Konkurrenz ist in Bezug auf Passion Projects natürlich relativ. Dennoch ist es blöd, wenn du den zehnten Blog über Thema X startest und merkst, dass du über genau die gleichen Themen sprechen willst, wie es schon viele vor dir getan haben. Mit guter Recherche kannst du das verhindern. Schau, was es bereits zu deinem Thema gibt und schau auch über den Medien-Tellerrand! Sprich, wenn du einen Podcast machen willst, solltest du nicht nur schauen, ob dieses Thema auf dem Podcast-Markt noch frei ist, sondern auch ob es nicht schon YouTube-Kanäle, Blogs oder andere Medien dazu gibt. Das gleiche gilt für Offline-Events wie Stammtische, Workshops oder künstlerische Veranstaltungen in deiner Stadt und Region.

Falls du feststellst, dass es bereits etwas gibt, dann schau, ob du dich anders aufstellen kannst: andere Zielgruppe, kleinere Nische, anderer Ton? Dann habt ihr alle etwas davon!

Erstelle einen Prototyp

Bevor du dich voll in die Arbeit stürzt, kannst du dir einen Prototyp erstellen. Das macht man nicht nur, wenn man eine Maschine baut, ein Hochzeitskleid näht oder ein Startup gründet (siehe MVP), sondern ist auch für ein Passion Project sehr sinnvoll.

Fun Fact: Das Konzept eines "Minimum Viable Product" (MVP) entstammt der Lean-Startup-Philosophie. Ein MVP ist ein Prototyp, den man mit wenig Aufwand erstellen kann.

Das Ziel ist, die Idee zu testen, Feedback einzuholen und Verbesserungen für das spätere Produkt zu finden.

Bei einem Prototyp oder MVP ist es essentiell, es der richtigen Zielgruppe vorzulegen.

Deine Freunde und Familienmitglieder finden sowieso super, was du machst. Ihr Feedback ist also leider nicht aussagekräftig. Wenn du deinen Prototyp erstellt hast, musst du auch den Aufwand betreiben, ihn den richtigen Leuten zu zeigen und sie zu befragen. Am besten entwickelst du dazu einen Fragebogen.

Ich bin mir sicher: Du wirst irgendeine Rückmeldung bekommen, die dich überrascht. Noch ist es aber kein Problem, und du kannst diesen Aspekt deiner Idee easy ändern.



Zurück zu Lucy: Ihre Idee ist ja, einen Youtube-Kanal zu starten.

Bevor sie nun eine teure Kamera kauft und sich in ein Schnittprogramm einarbeitet, kann sie ihre Idee testen.

Dazu nutzt sie ihr Smartphone und eine kostenlose Schnitt-App. Dass am Ende ein Wasserzeichen der App eingeblendet wird, ist ja nicht so schlimm. Außerdem verschwendet sie keine Zeit damit, mühevoll Musik herauszusuchen oder ein Logo zu entwerfen. Die kostenlose Musik aus der YouTube-eigenen Bibliothek reicht völlig aus! Ihr Prototyp-Video kann sie nun ein paar Freundinnen und Kommilitoninnen zeigen, von denen sie sich vorstellen kann, dass Interesse an Upcycling besteht.

Journaling-Fragen:

- Wie kann ich zu meiner Idee einen Prototyp erstellen?
- Wer aus meinem Bekanntenkreis entspricht meiner Zielgruppe?
- Auf welchem Weg kann ich Menschen aus meiner Zielgruppe erreichen? (z.B. Facebook-Gruppen)
- Welche Fragen zu meiner Idee sollte ich in meinen Fragebogen aufnehmen?

Spring über deinen Schatten!

In diesem Abschnitt knöpfen wir uns die Sachen vor, die dich davon abhalten können, dein Projekt zu starten.

Weit verbreitet sind Bedenken und Ängste wie "Kann ich das überhaupt?". Die Angst vor Kritik, Trollen oder Ablehnung ist besonders bei Online-Projekten, die ja potentiell ein Millionenpublikum erreichen können, groß. Auch das Impostor-Syndrom ("Hochstapler-Syndrom") ist vielen Kreativen bekannt. Die gute alte Prokrastination bringt uns dazu, Katzenvideos zu schauen und ein allgemein schlechtes Zeitmanagement kann selbst bei hoher Motivation einen Strich durch die Rechnung machen.

Da die individuellen Blockaden, Ängste und Hindernisse sehr unterschiedlich sein können, findest du hier ein buntes Potpourri an Tipps und Prompts. Such dir einfach die raus, die dir hilfreich erscheinen.

Erste Hilfe gegen Prokrastination

1. Suche dir einen Accountability Buddy, der dir in den Hintern tritt, wenn du faul warst!
2. Beherrze die 80/20-Regel: Mit 20% Aufwand ist bereits das größte geschafft. Und das reicht häufig schon aus!
3. Zähl von 5 runter und fang einfach an. Sobald du „drin“ bist, wird der Flow schon kommen. Fünf, vier, drei ...
4. Geh der Prokrastination auf den Grund. Was steckt dahinter? Angst vorm Versagen? Mangelnde Identifikation mit dem Thema oder der Idee? Perfektionismus?

3 Quick Tipps für besseres Zeitmanagement

1. Verliere niemals den Überblick. Egal, ob du deine Wand mit Post-Its vollpflasterst, alles in ein digitales Projektmanagementtool einträgst oder deine ganz eigene Methode entwickelt hast: Mangelnder Durchblick ist Produktivitätskiller Nr. 1!
2. Benutze einen Kalender! Auch hier gibt es verschiedene digitale und analoge Systeme, ganz nach deinem Geschmack. Hauptsache du hast deine Termine und Arbeitsphasen greifbar.
3. Plane dir feste Zeiten für dein Passion Project ein, genau wie für Uni- oder Sporttermine.

Journaling gegen Angst

- Welche drei Ängste fallen mir spontan zu diesem Projekt ein?
Beantworte zu jeder Angst:
 - Woher stammt diese Angst?
 - Was ist das Schlimmste, was passieren könnte, wenn diese Angst wahr wird?
- Was steckt hinter der Angst? Gibt es vielleicht eine Situation aus meiner Vergangenheit, die mir sehr unangenehm war und die ich vermeiden will?
- Ich stelle mir das Worst-Case-Szenario vor. Wie gehe ich damit um?
- Wie kann ich mich belohnen, wenn ich einen Meilenstein erreiche?

Podcast-Tipp: Wenn du an dir zweifelst, hör dir die Episode „Ich kann das doch gar nicht...“ | So überwindest du das Impostor-Syndrom“ an.

Wenn dich meine persönliche Story interessiert, wie ich die Angst vorm Public Speaking verlor, klick in die gleichnamige Folge!

Teil 3: Idee in einen Plan umsetzen

Gewinne einen Überblick und schaffe Strukturen

Der erste Schritt ist, alle bisherigen Gedanken und Geistesblitze aufzuschreiben und zu sortieren. Wähle dafür einfach die Methode, die dir am besten gefällt: Du kannst Post-Its an die Wand kleben, Karteikarten beschreiben und anordnen oder eine große Mindmap machen.

Der Sinn dieser Übung ist, zunächst alles aufzufangen und erst danach zu überlegen, welche Ideen du in die Tat umsetzt und was du verwirfst. Eine flexible Struktur erlaubt dir außerdem, deinen Plan immer wieder anzupassen und zu verändern - je nachdem, wie sich dein Passion Project in den nächsten Wochen und Monaten entwickelt!

Setze Meilensteine

Aus deinen im ersten Teil entwickelten Zielen kannst du nun Zwischenziele oder Etappen formulieren. Bei einem Blog wären das zum Beispiel die Veröffentlichung, die ersten zehn Artikel, die ersten 100 Leserinnen ...

Diese Meilensteine helfen dir, motiviert und zielstrebig zu bleiben, da du immer einen Punkt hast, auf den du hinarbeitest. Du kannst dir einen Zeitstrahl basteln und über deinen Schreibtisch hängen, um die nächsten Etappen immer im Blick zu haben.

Lege Branding und Kommunikation fest

Um der ganzen Welt von deiner Idee erzählen zu können, musst du ihr ein Gesicht geben.

Dazu gehören:

- Name
- Tagline (1-Satz-Beschreibung)
- Logo
- Farben
- Schriftarten
- Ton oder Stil

Das Erscheinungsbild deines Projekts nach außen ist ein wichtiger Punkt deiner Kommunikation. Für einen hohen Wiedererkennungswert ist es essentiell, immer einheitlich aufzutreten und zum Beispiel stets die gleiche Schriftart zu verwenden.

Du solltest dir also ein wenig Zeit nehmen, das Design deines Projekts zu entwickeln und festzulegen.

Außerdem solltest du dir überlegen, wie du erreichbar sein willst, und über welche Kanäle du nach außen kommunizierst.

Dazu gehören zum Beispiel:

- Website und passende E-Mail-Adresse
- Social Media
- Newsletter
- Flyer
- ...

Journaling-Fragen:

- Mit welchen Kommunikationsmedien fühle ich mich besonders wohl?
- Welche Kommunikationsmedien benutzt meine Zielgruppe?
- Welche Farben und Bilder passen gut zu meinem Projekt?
- Welcher Name fängt die Idee meines Projekts ein?

Podcast-Tipp: Das Aussuchen eines Namens ist ein wichtiger und deshalb anstrengender Schritt! Höre im Podcast, was du bei der Namensfindung beachten solltest.

Erschaffe Planungssysteme

Post-Its an der Wand gut und schön - wenn dein Projekt mehr als eine kleine, einmalige Sache ist, solltest du dir ein richtiges Planungstool zulegen.

Wenn du gerne digital arbeitest, dann kann ich dir nur mein Lieblingstool [Trello](#) ans Herz legen! Alternativ kannst du mit Google-Produkten wie [Docs](#) für Notizen und [Calendar](#) für die Planung arbeiten.

Gehörst du eher zur analogen Fraktion? Dann leg dir ein eigenes Notizbuch oder Bullet Journal für dein Projekt zu.

In dein Planungssystem gehören auf jeden Fall die nächsten Schritte, To-Dos und Termine. Außerdem solltest du dir einen Ort schaffen, wo du neue Ideen und Gedanken für später speichern kannst.

Beachte die 72h-Regel

Schonmal von der 72h-Regel gehört? Sie besagt, dass du bei einer neuen Idee oder einem neuen Vorhaben innerhalb von 72h, also drei Tagen, damit anfangen solltest. Tust du das nicht, verschwindet die Idee höchstwahrscheinlich in irgendeiner Schublade...

Ein erster Schritt könnte sein, dass du deine Idee aufschreibst und deiner Post-It-Sammlung oder MindMap hinzufügst. Oder dass du einer Freundin davon erzählst und sie um Feedback bittest. Oder dass du einen Termin mit dir selbst ausmachst, wann du dich näher mit der Idee beschäftigen wirst. Egal was, Hauptsache machen :)

Podcast-Tipp: Apropos Stunden... Befürchtest du, dass du neben Studium, Job und Co keine Zeit für dein Projekt finden wirst? Die Episode „Fünf Prinzipien für besseres Zeitmanagement“ gibt dir Anstöße, dich mit deinem Umgang mit Zeit auseinanderzusetzen.

Suche dir eine Mentorin oder einen Mentor

Fehlt dir der Anschub für den Start deines Passion Projects? Wünschst du dir jemanden, mit dem du gemeinsam brainstormen und Ideen durch den Raum werfen kannst? Dann such dir eine Mentorin oder einen Mentor!

Eine Mentorin ist weder eine Assistentin, an die du unliebsame Aufgaben abschieben kannst, noch eine Chefin, die dir sagt, was zu tun ist. Stattdessen regt sie dich zur Selbstreflexion an, hinterfragt deine Glaubenssätze und hält dich "on track".

Du kannst eine Mentorin in deinem Freundes- und Bekanntenkreis finden, durch Netzwerkgruppen oder indem du gezielt Menschen ansprichst, die du dir gut in dieser Rolle vorstellen kannst.

Wenn du mehr Informationen zu meinem Mentoring-Angebot lesen möchtest, dann findest du diese hier:

heulnichtmachdoch.de/arbeite-mit-mir

Lucy hat ihre Idee erfolgreich getestet.



Das Erstellen ihrer ersten Videos hat ihr Spaß gemacht und sie hat positives Feedback von Freundinnen bekommen,

die ihre ersten DIY-Tipps bereits umgesetzt haben. Nun muss Lucy nur noch eins: dranbleiben!

... und jetzt?

Jetzt bist **du** dran! Du hast jetzt das Handwerkszeug, um deine Idee zu finden, zu konkretisieren und zu testen.

Ich freue mich, wenn ich Teil deiner Passion-Project-Reise bin, egal ob per [Instagram](#), [Podcast](#) oder [Mail](#). Tagge mich auch gerne bei Insta (@heulnichtmachdoch), wenn du von deinem Projekt berichtest.

Hast du Freundinnen und Freunde, die deiner Meinung nach weniger heulen und mehr machen sollten? Dann leite dieses E-Book gerne an sie weiter.

Rechtliche Hinweise

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Das Kopieren und Weiterverbreiten einzelner Passagen ist nicht gestattet.

Cover Photo by Jason Leung
via [Unsplash](#) (CC0)

Kontakt

Katrin Gildner
heulnichtmachdoch.de
[Impressum](#)

