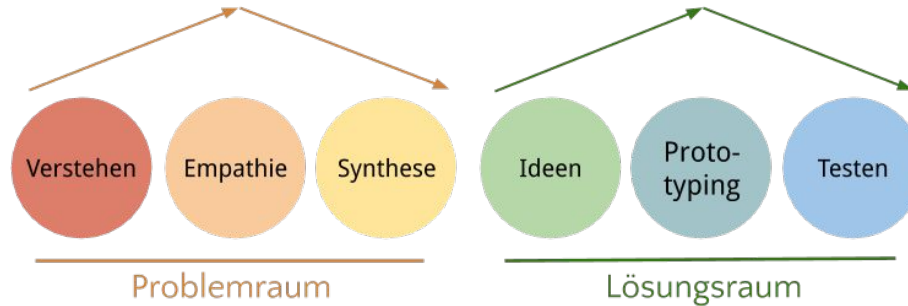


DESIGN THINKING

Dr. Isabell Lütkehaus



Übersicht drei Module

- Modul 1: Design Thinking
- Modul 2: Führen in Zeiten von New Work
- Modul 3: Visionen entwickeln

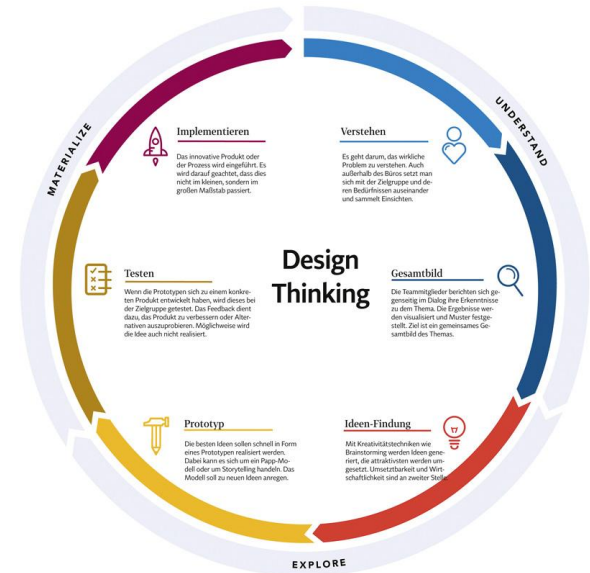
Übersicht Modul 1: Design Thinking

• Dienstag: Orientierung

- Phase eins: verstehen
- Phase zwei: beobachten
- Phase drei: Synthese

• Mittwoch: Lösung

- Phase vier: Ideen generieren
- Phase fünf: Prototypen entwickeln
- Phase sechs: testen



Input Kreativität I

günstige Rahmenbedingungen für kreatives Denken:

- Raum (physisch und im Kopf)
- Zeit begrenzt
- Zeit unbegrenzt
- kreative Zuversicht
Vertrauen in die eigenen Fähigkeiten, die Welt zu gestalten
- Humor
Spontanität und erlaubtes Scheitern, aus Fehlern lernen

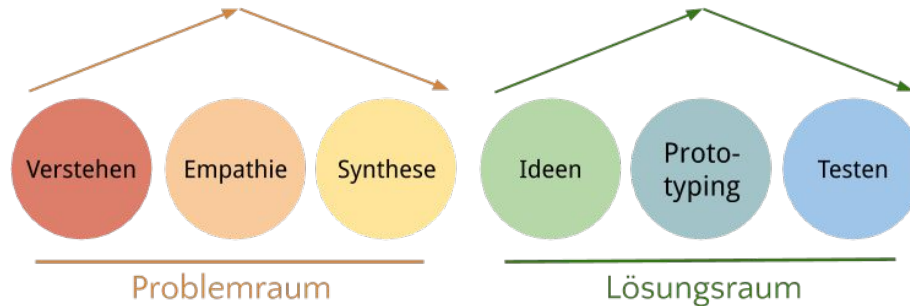
Input Kreativität II

Ablauf:

1. Vorbereitungsphase (Sensibilisierung) - zeitlich begrenzt
2. Inkubationszeit - zeitlich unbegrenzt
3. Illumination - Aha-Erlebnis
4. Verifikation - mit Erproben, Feedback, Iteration weiterentwickeln

Dienstag: Orientierung (Problemraum)

- Phase eins: verstehen
- Phase zwei: beobachten
- Phase drei: Synthese

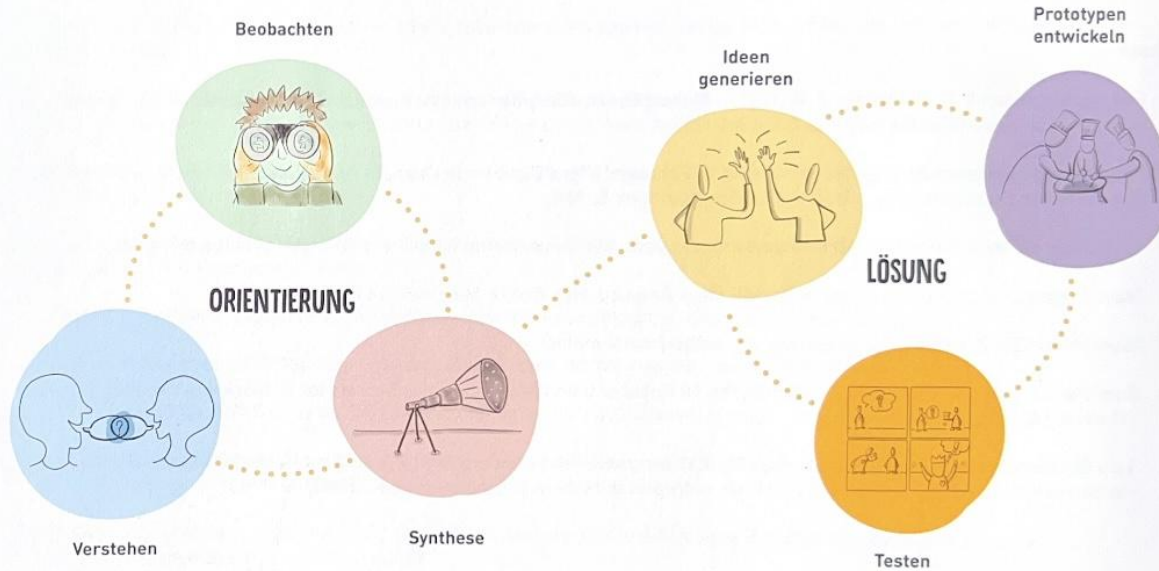


Was ist das besondere an Design Thinking?

Innovationsmethode zur Ideenfindung

- . ursprünglich für das **Design von Produkten, Websites, Services** und Geschäftsmodellen entwickelt
- . aber auch um neue Formen von **Innovations- und Arbeitskulturen** in Unternehmen zu etablieren (siehe M2 und M3)
- . partizipatorische, fehlerfreundliche und nutzerorientierte Haltung
- . neue Arbeitsweise als Form der **Team-Zusammenarbeit**
- . Die **Nutzer** und deren Nutzen stehen im Mittelpunkt
- . **Iteration**: wiederholtes in Frage stellen und neu definieren

DESIGN THINKING IN SECHS PHASEN

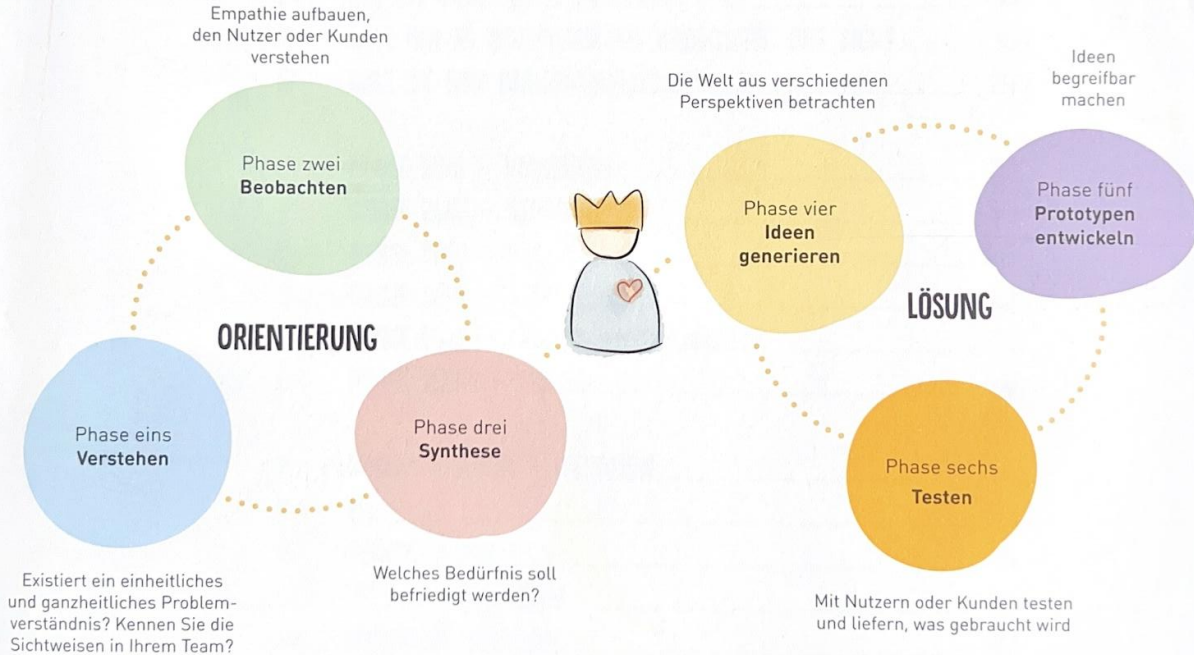


Was ist das besondere an Design Thinking?

Themen für Design Thinking

- . **Innovationskultur** in der Organisation stärken und Tools dafür an die Hand geben
- . **Nutzerzentrierte Lösungen** entwickeln für Produkte und Services, die tatsächlich gebraucht werden (an den realen Bedürfnissen der Nutzer:innen orientiert)
- . Schnell ins Handeln kommen und lernen (**prototypisch arbeiten**)
- . **Teamarbeit** stärken und partizipativ agieren (alle Stakeholder mit ins Boot holen)
- . neues Bewusstsein, neue Haltung für **Gestaltungsprozesse und Kreativität**
- . **neue Formen der Zusammenarbeit** kultivieren
(Co-Kreativität, schnelles Scheitern, Empathie, M2 und M3)

DESIGN THINKING IN SECHS PHASEN



Übersicht Dienstag: Vorgehensweise Orientierung

A. Design Challenge formulieren

- Ausgangsthema / Fragestellung / Problem
- Ziel: Erlebnis für jemand anderen neu gestalten

B. Schritt 1: Fragestellung verstehen

- Kontext der Problemstellung: Was schon verstanden? Was noch nicht?
- W - Fragen zur Konkretisierung des Problems
- Charette Methode (still)
- Ziel: Identifizieren relevanter Informationen

C. Schritt 2: Beobachten

- Interviews vorbereiten und durchführen
- Reflexion und Standpunkt entwickeln
- Ziel: Neues und möglichst viele Informationen über die Problemstellungen sowie die potentiellen Nutzer erfahren

D. Schritt 3: Synthese

- Storytelling: Persona und Empathiekarte
- Standpunkt Definition und "Job to be done" Template
- Ziel: Design Challenge wird neu und präziser mit Fokus auf den Nutzer definiert: "How can we....?"

A. Design Challenge: Einstieg Thema finden

Welches Thema könnten wir nutzen?

Gestalte/Denke (Thema) Erlebnis für (Nutzer) neu

- so definiert, dass Menschen interviewt bzw. beobachtet werden können
- für jemand anderen, nicht für sich selbst ein Erlebnis neu gestalten
- noch keine Lösungen oder Einschränkungen (!!!)

Vorschlag

- Umfeld Schule
- Lehrer:innen als Nutzer:innen
- rote Karten: aktuelle Herausforderungen

A. Design Challenge: Fragestellung bzw. Ausgangsthema II

Vorschlag: Schule als Umfeld - Lehrer:innen als Nutzer:innen

GRÜNE KARTEN	ROTE KARTEN
Was läuft gut? • a • b • c •	Was läuft nicht gut? • x • y • z •

A. Design Challenge: Fragestellung bzw. Ausgangsthema III

1. **Rote Karten clustern**
2. **zwei Themen definieren**
3. **in Teilgruppen besprechen**
 - **Warum?** Problem (Details: W-Fragen)
 - **Wer?** Lehrer:innen
 - **Was?** Ziele
 - **Womit?** verfügbare Ressourcen
 - **Wer sonst?** Konkurrenz, Alternativen

B. PHASE EINS: Verstehen 1. Schritt Orientierung

Wer sind potentielle Nutzer?

Welche Bedürfnisse haben sie?

Welche Ideen stecken dahinter?

Erfahrungen teilen:

- Annahmen
- Meinungen
- Ideen
- Geschichten
- Assoziationen

B. Design Challenge: Checkliste

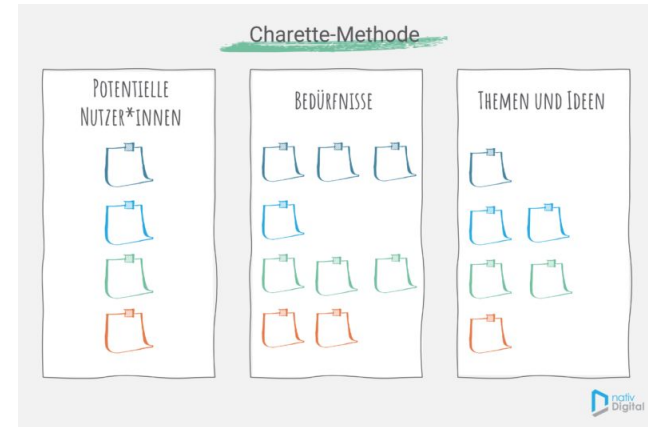
- Welche Aktivitäten Ihres Nutzers sollen ermöglicht oder unterstützt werden?
- Was möchten Sie über den Nutzen/Kunden lernen?
- Welche Problemlösungen gibt es bereits?
- Was wird vermisst?
- Wie sieht die gesamte Kundenerlebniskette aus?
- Wer soll involviert werden?
- Wer sind die Stakeholder?

B. Design Challenge: W - Fragen zum Problem

Was	Wer	Warum	Wo	Wann	Wie
Was ist das Problem?	Wer ist beteiligt?	Warum ist das Problem wichtig?	Wo findet das Problem statt?	Wann hat das Problem begonnen?	Wie könnte dieses Problem eine Chance sein?
Was würden wir gerne wissen?	Wer ist von der Situation betroffen?	Warum tritt es auf?	Wo wurde es schon mal gelöst?	Wann möchte man Ergebnisse sehen?	Wie könnte es gelöst werden?
Was sind Annahmen, die hinterfragt werden?	Wer entscheidet?	Warum wurde es noch nicht gelöst?	Wo gab es ähnliche Situationen?	Wann kann das Projekt gestartet werden?	Wie ist bereits versucht worden, das Problem zu lösen?

B. Design Challenge: 2. Schritt: Vorgehensweise formulieren

- 1) stilles Aufschreiben durch jeden TN Aspekte / Fragen auf Karten / Post-Its
- 2) an die Wand kleben
- 3) wortlos ordnen
- 4) danach gemeinsam clustern
- 5) anschließend ggf Frage neu formulieren (Question the Question)



B. PHASE EINS: Verstehen: Charette Methode

potentielle Nutzer	Bedürfnisse	Ideen
- - - - -		

C. PHASE ZWEI: Beobachten I

1) Interviewfragen vorbereiten (15min)

- offen Fragen
- Konkretisierungsfragen: Warum?
- Beispiele und Zitate erfragen
- Stimmung, Gefühle erfragen

2) Interviews führen (je 15min - insgesamt 30min)

- Antworten stichwortartige aufschreiben
- eigene Beobachtungen notieren

C. PHASE ZWEI: Beobachten II

3) Reflektieren (15min)

- Gab es einen Aha-Moment, Widersprüche, etwas das Sie überrascht?
- Gibt es ein Bedürfnis, welches sich lohnt, gelöst zu werden?
- Ist Ihre Fragetechnik gut angekommen?
- Ist Ihre Dokumentation hilfreich?
- Gibt es Dinge, die Sie bei der nächsten Beobachtung nicht mehr oder anders machen wollen?
- Gibt es etwas, was Sie bei zukünftigen Beobachtungen in den Fokus nehmen wollen?

D. PHASE DREI: Übersicht Synthese

1) Interview-Erkenntnisse teilen

2) Strukturieren und Themen benennen

3) Standpunkt Definition

Design Challenge wird neu und präziser mit Fokus auf den Nutzer definiert

D. PHASE DREI: Reframing der Challenge

zwei mögliche Herangehensweisen

- Persona: Empathie Karte (Template)
- “Job to be done” (Template)

als Fazit: **How might we...** (Template)

Vorbereitung: Persona Empathie Karten

Empathiekarte für (Nutzer)	
<i>sagt...</i>	<i>denkt...</i>
<i>tut...</i>	<i>fühlt...</i>

Job to be done

SITUATION

(kurze Beschreibung der Situation,
in der das Problem bzw. Bedürfnis
auftritt)

WENN SIE/ER

MOTIVATION

(was ist das Bedürfnis bzw. die Moti-
vation des Nutzers in dieser Situation)

DANN MÖCHTE SIE/ER

GEWÜNSCHTES ERGEBNIS

(wähle eine Formulierung und
beschreibe, was soll dadurch erreicht
werden? Was ist das erhoffte Ziel?)

DANN MÖCHTE SIE/ER

UM ZU

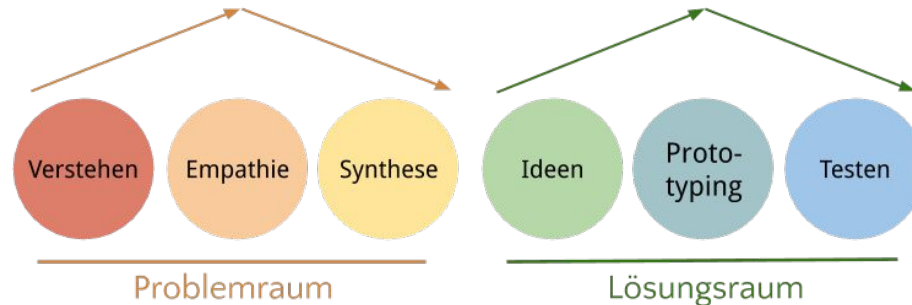
UM ZU ERREICHEN

Standpunkt - Definition: "How might we...?"

WIE KÖNNEN WIR HELFEN,
.....
..... **BESSER**
ZU ERLEDIGEN UND DADURCH
.....
..... **ZU ERREICHEN?**

Mittwoch: Lösungsraum

- Phase vier: Ideen generieren
- Phase fünf: Prototypen entwickeln
- Phase sechs: testen



Übersicht Mittwoch: Vorgehensweise Lösung

A. Schritt 4: Ideen generieren

- Ausgangspunkt: “Wie können wir...?” (Design Challenge aus Schritt 3)
- ggf. Stakeholder & Blickwinkel als Inspiration
- Brainwriting auf Post-its (schnell und viel - Masse statt Klasse)
- Clustern nach “How Now Wow” Matrix (Template)
- Zusammenfassung: Ideensteckbrief (Template)

B. Schritt 5: Prototyp entwickeln

- Weiterentwicklung Idee aus Steckbrief (Schritt 4)
- Idee so in Form bringen, dass Nutzer sie bewerten können (jeweils andere Gruppe)
- Skizze oder Storyboard auf Flipchart visualisieren oder als Rollenspiel :)

C. Schritt 6: testen

- Test-Szenario planen
- Fragen für den Test vorbereiten
- Test durchführen
- Feedback sammeln

PHASE VIER: Ideenfindung

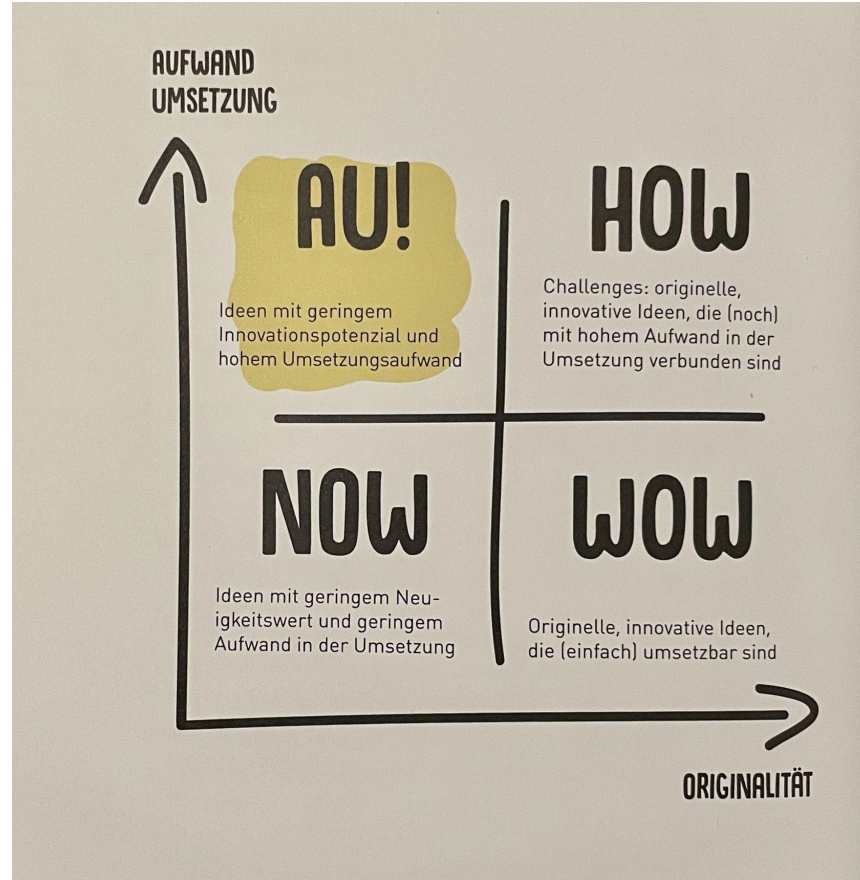
- 1) ggf. Inspiration: Stakeholder & Blickwinkel
- 2) Brainwriting auf Post-its: 20 Ideen in fünf Minuten (Template)
- 3) gegenseitig vorlesen
- 4) in Raster “Au How Now Wow” einordnen (Template)
- 5) Ergebnis: Ideen Steckbrief (Template)

PHASE VIER: Ideenfindung durch andere Sichtweisen

Stakeholder	
Kunden	- Treue Kunden - Gelegentliche Kunden - Nicht-Kunden
Partner	- Lieferanten - Kreditgeber - Sponsoren
Mitarbeiter	- Langjährige Mitarbeiter - Mitarbeiter mit Expertise - Kritische Mitarbeiter - Lehrlinge
Staatliche Institutionen	- Gemeinde - Sozialamt - Arbeitsamt
Anwohner	- Private Haushalte - Andere Firmen oder Läden
Konkurrenz	- Direkte Konkurrenz - Indirekte Konkurrenz

Andere Blickwinkel	
Zeit	- Vergangenheit - Gegenwart - Zukunft
Geld	- Ohne Geld - Mit sehr viel Geld
Imaginäre Welt	- Auf einem anderen Planeten - In einem Märchen - In einem Film
Alter	- Kinder - Teenager - Erwachsene Senioren
Kultur	- In anderen Kulturen - Die Kultur der Braut - Die Kultur des Bräutigams
Geopolitik	- In anderen Ländern / mit anderen Systemen
Zeitdruck	- Ohne Zeitdruck - Mit hohem Zeitdruck

PHASE VIER: Ideenfindung Raster



PHASE VIER: Ideensteckbrief

IDEENSTECKBRIEF TEMPLATE

Skizzieren Sie hier Ihre Idee
(Visualisierung)

Beschreiben Sie hier Ihre Idee
ZWECK

Was machen Sie, um den Zweck zu realisieren?
RESULTAT

Wie gestalten Sie die Umsetzung?
PROZESS



PHASE FÜNF: Prototypen entwickeln

Skizze, Storyboard oder Rollenspiel

- Was ist die Hauptfunktion des Prototypen?
- Welche Bedürfnisse soll er abdecken (aus Nutzersicht)?
- Aus welchen Bestandteilen soll der Prototyp bestehen?

PHASE SECHS: Testen

Transfer in die Arbeitswelt

1. Test Szenario vorbereiten
2. Testing durchführen
3. Feedback sammeln