

Design Thinking

Was ist Design Thinking?

Design Thinking ist eine systematische Herangehensweise an komplexe Problemstellungen aus allen Lebensbereichen. Der Ansatz geht weit über die klassischen Design-Disziplinen wie Formgebung und Gestaltung hinaus. Im Gegensatz zu vielen Herangehensweisen in Wissenschaft und Praxis, die von der technischen Lösbarkeit die Aufgabe angehen, stehen Nutzerwünsche und -bedürfnisse sowie nutzerorientiertes Erfinden im Zentrum des Prozesses. Design Thinker schauen durch die Brille des Nutzers auf das Problem und begeben sich dadurch in die Rolle des Anwenders.

Wie funktioniert Design Thinking?

Der Erfolg von Design Thinking wird maßgeblich durch eine gemeinschaftliche Arbeits- und Denkkultur bestimmt.

Diese beruht auf 3 wesentlichen Elementen:

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

Multidisziplinäre Teams

Innovation und Antworten auf komplexe Fragestellungen entstehen am besten in einem heterogenen Team aus fünf bis sechs Personen. Unterschiedliche fachliche Hintergründe und Funktionen sowie Neugier und Offenheit für andere Perspektiven sind das Fundament der kreativen Arbeitskultur Design Thinking. In unseren Design-Thinking-Workshops wird jedes Team von einem methodisch ausgebildeten Coach während des Prozesses begleitet. So können sich die Teilnehmer auf die konstruktive Zusammenarbeit an Inhalten fokussieren und die gesteckten Ziele erreicht werden.

Um den größtmöglichen Lerneffekt zu erzielen, arbeiten die Teams immer auf anfassbare und konkrete Ergebnisse hin. Diese werden zudem regelmäßig mit den anderen Teams ausgetauscht. Die Aufteilung in kleine Gruppen stellt sicher, dass jede Perspektive berücksichtigt werden kann. Innerhalb der Teams entsteht ein starker Zusammenhalt, der durch die hohe Akzeptanz für die entstehenden Konzepte nachhaltig wirkt.

Variabler Raum

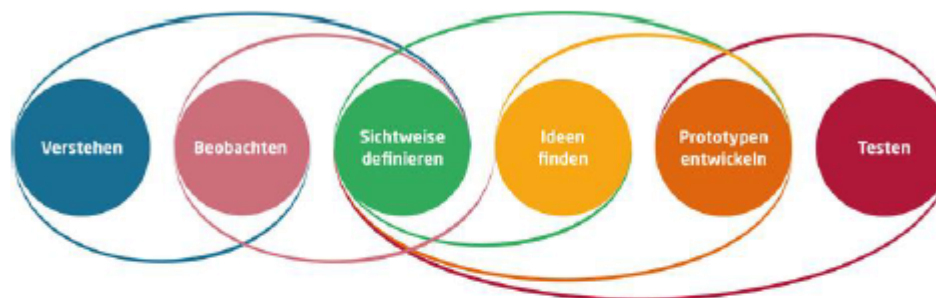
Damit ein Team seinen Kreativprozess entwickeln kann, benötigt es dafür optimierte räumliche Gegebenheiten. Dazu gehören flexibel bewegbare Möbel, ausreichend Platz für Whiteboards und Präsentationsflächen sowie Materialien zur prototypischen Gestaltung von Ideen, beispielsweise Legosteine, Stoffe und Bilder. In unseren Workshops arbeiten die Design-Thinking-Teams an Steharbeitsplätzen für bis zu sechs Personen und sind jederzeit in der Lage, sich mit parallel arbeitenden Teams auszutauschen. Auf diese Weise wird die Zusammenarbeit zu einem dynamischen Erlebnis für alle Beteiligten.

Design Thinking-Prozess

Design Thinking fordert eine stetige Rückkopplung zwischen dem Entwickler einer Lösung und seiner Zielgruppe. Design Thinker stellen dem Endnutzer Fragen, nehmen seine Abläufe und Verhaltensweisen genau unter die Lupe. Lösungen und Ideen werden in Form von Prototypen möglichst früh sichtbar und kommunizierbar gemacht, damit potentielle Anwender sie – noch lange

vor der Fertigstellung oder Markteinführung – testen und ein Feedback abgeben können. Auf diese Weise erzeugt Design Thinking praxisnahe Ergebnisse.

Der Design-Thinking-Prozess ist an den Arbeitsprozess angelehnt, dem Designer intuitiv folgen. Er führt Teams in iterativen Schleifen durch sechs verschiedene Phasen.



Der Prozess von Design Thinking

Verstehen: In der Phase des Verstehens steckt das Team den Problemraum ab.

Beobachten: In der Phase des Beobachtens sehen die Teilnehmer nach außen und bauen Empathie für Nutzer und Betroffene auf.

Sichtweise definieren: In dieser Phase geht es darum, die Sichtweise zu definieren. Es werden die gewonnenen Erkenntnisse zusammengetragen und verdichtet.

Ideen finden: In der Phase Ideen finden entwickelt das Team zunächst eine Vielzahl von Lösungsmöglichkeiten, um sich dann zu fokussieren.

Prototypen entwickeln: Das anschließende Prototypen dient der Entwicklung konkreter Lösungen, die an den passenden Zielgruppen getestet werden können.

Eure Aufgabe, wenn ihr die Präsentation macht:

- Gib deinem Seminarteam einen Überblick, was Design Thinking ist, inkl. Bild!
- Wer im Team hat schon einmal von Design Thinking gehört oder schon mal durchgeführt? Was kam dabei raus?
- Was ist der Double Diamond Prozess?
- Wann hat man genug Informationen über die Bedürfnisse der Nutzergruppen herausgefunden?