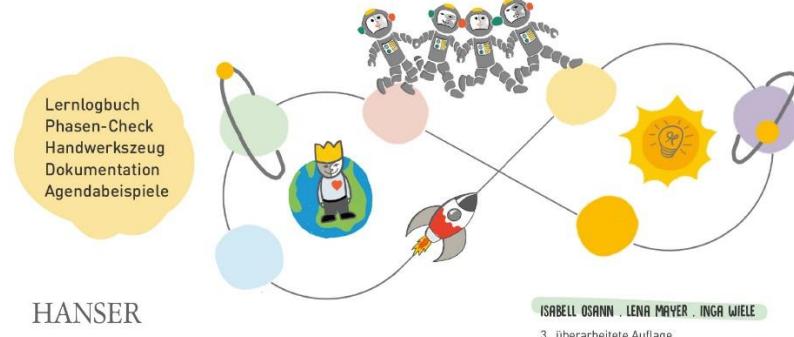


HANSER

DESIGN THINKING SCHNELLSTART

KREATIVE WORKSHOPS GESTALTEN



Leseprobe

zu

Design Thinking Schnellstart

von Isabell Osann, Lena Mayer und Inga Wiele

Print-ISBN: 978-3-446-48087-2

E-Book-ISBN: 978-3-446-48137-4

Weitere Informationen und Bestellungen unter

<https://www.hanser-kundencenter.de/fachbuch/artikel/9783446480872>

sowie im Buchhandel

© Carl Hanser Verlag, München

INHALT

I	WIE IST DIESES BUCH ZU LESEN?	12
II	WAS HAT ES EIGENTLICH MIT KREATIVITÄT AUF SICH?	18
III	WAS IST EINE DESIGN CHALLENGE?	26
01	PHASE EINS – VERSTEHEN	32
02	PHASE ZWEI – BEOBACHTEN	40
03	PHASE DREI – SYNTHESE	48
04	PHASE VIER – IDEEN GENERIEREN	64
05	PHASE FÜNF – PROTOTYPEN ENTWICKELN	76
06	PHASE SECHS – TESTEN	86
IV	DOKUMENTATION – ITERATION	100
V	AGENDABEISPIELE	110
VI	TEAM	114
VII	ONLINE WORKSHOPS	126
VIII	DESIGN THINKING IM WANDEL	134
IX	LITERATURVERZEICHNIS	144
X	ZU DEN AUTORINNEN	154

WIE IST
DIESES BUCH
ZU LESEN?

|

WIE IST DIESES BUCH ZU LESEN?

Dieses Lernlogbuch unterstützt Sie, Ihre Projekte oder Fragestellungen mit der Design Thinking Methode zu bearbeiten. Für eine schnelle Einschätzung, wie Sie mit diesem Buch arbeiten können, beantwortet die Leseanleitung folgende Fragen:

- A. Wozu dient dieses Buch und für wen ist es geeignet?**
- B. Wie ist dieses Buch aufgebaut?**

A. Wozu dient dieses Buch und für wen ist es geeignet?

Dieses Buch dient dazu, Ihnen einen schnellen und einfachen Einstieg in die Arbeit mit der Innovationsmethode „Design Thinking“ zu ermöglichen. Das Lernlogbuch bietet einerseits eine Arbeitsgrundlage zum praktischen Erlernen der Methode, z.B. im Rahmen eines Workshops, und unterstützt Sie bei Ihrem persönlichen Transfer des Gelernten in den Arbeitskontext. Andererseits ist dieses Buch auch ein Leitfaden für Personen, die bereits Erfahrung im Umgang mit der Methode gesammelt haben und neue Perspektiven von Design Thinking in der Projektarbeit sowie weitere Methoden kennenlernen möchten.



Das Lernlogbuch regt an, verschiedene Phasen und Tools selbst auszuprobieren und im Anschluss an jede Phase zu reflektieren. Die einführend beschriebenen Vorgehensweisen und Werkzeuge je Phase bieten Ihnen – gerade zu Beginn des Ausprobierens – Struktur und Orientierung in der Anwendung neuer Arbeitsweisen. Mit dem Buch möchten wir Ihnen einen inspirierenden Rahmen geben, den Sie Schritt für Schritt ausbauen und durch weitere Werkzeuge und Elemente ergänzen können.

Dabei möchten wir immer wieder zum Reflektieren über das Gelernte und Erlebte in den einzelnen Phasen anregen. Auf einigen Seiten finden Sie Platz, um Ihre Gedanken zum Transfer persönlicher Erkenntnisse in Ihr Arbeitsumfeld zu notieren.

Das Lernlogbuch ist aus unseren gemeinsam durchgeführten Design Thinking Workshops 2016–2019 entstanden und verbindet die Expertise aus Industriepraxis und Lehre im Hochschulkontext. Daher bietet das Buch auch für Studierende eine praktische Arbeitsgrundlage zum Erlernen der Methode.

KONKRETE ANLEITUNG

BLICK AUF WESENTLICHE

Wir beziehen uns in dem Lernlogbuch überwiegend auf praktische Inhalte zum schnellen Ausprobieren und Umsetzen. Daher basieren unsere Tipps zum Weiterlesen auch auf Literatur von Praktikern, die wir als wichtig erachten.

B. Wie ist dieses Buch aufgebaut?

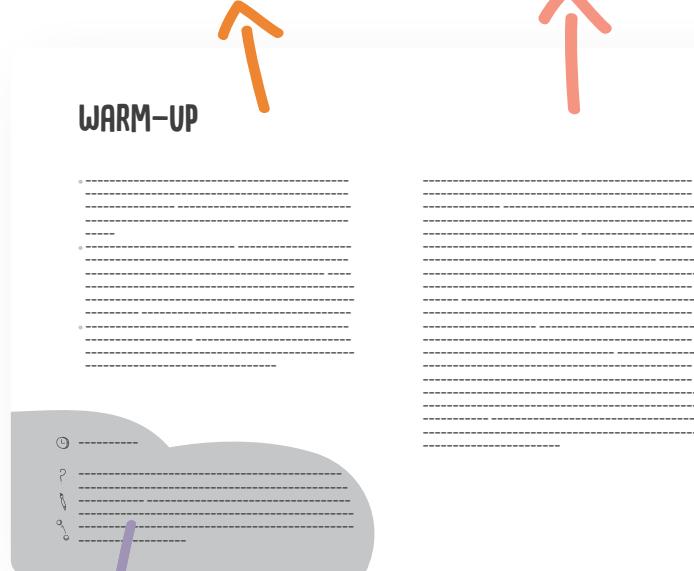
Das Buch ist so aufgebaut, dass Kapitel II zunächst eine kurze Einführung in das Thema Kreativität gibt. In Kapitel III folgt eine Erläuterung zum Thema „Design Challenge“ mit zwei Übungen dazu.

Der Hauptteil des Lernlogbuchs (Kapitel 01 bis 06) besteht aus den einzelnen Phasen des Design Thinking Prozesses (in diesem Lernlogbuch verwenden wir den Ansatz mit sechs Phasen nach der Auffassung der HPI School of Design Thinking). Zu Beginn jeder Phase werden zwei Warm-ups vorgestellt, die den Teams dabei helfen, sich auf die Arbeitsweise in der jeweiligen Phase einzustellen. Für einige Phasenschritte, die wir immer wieder als besonders herausfordernd in der Teamarbeit erleben, bieten wir Ihnen zusätzlich weitere Methodenerläuterungen an, sodass die Übergänge zwischen einzelnen Arbeitsschritten fließender und stringenter werden.

Als essenzielle Dynamik bei der Arbeit mit der Design Thinking Methode wird anschließend in Kapitel IV das Konzept der Iteration erklärt und eine Anregung zur Dokumentation der Teamarbeit gegeben. Zusätzliche Informationen zu Warm-ups und zwei Agendabeispiele, wie ein ein- oder zweitägiger Design Thinking Workshop aufgebaut werden kann, bilden den Abschluss des Lernlogbuchs (Kapitel V).

AUFBAU DER SEITEN

Einzelne Schritte und Vorgehensweise



- ⌚ Dauer und Teilnehmerzahl des Warm-ups
- ❓ Beispielfragen, Mindset
- 📎 Material
- 🔗 Variationen

Reflexion

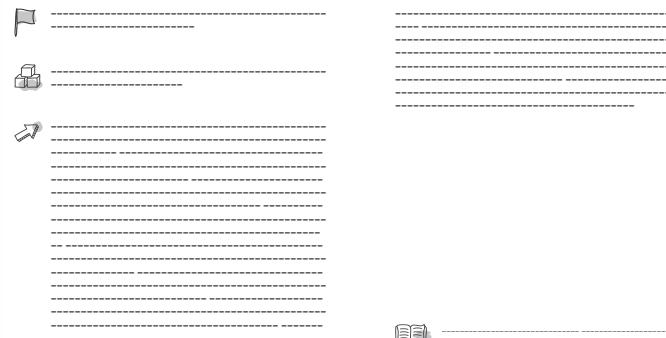
🚩 **Ziel:** Wofür findet die Methode/das Werkzeug Anwendung

📦 **Vorbereitung:** Vorangehende Arbeitsschritte

👉 **Ablauf:** Detaillierte Beschreibung der einzelnen Schritte



METHODEN UND WERKZEUGE



- 📖 **Verweis** auf weiterführende Literatur und/oder ergänzende Methoden, Quellen

 **Ziel der Phase**

 **Vorgehen in der Phase**

 **Checkliste**



PHASEN

-  -----
-  -----

-  -----
-  -----



Gedankenbox: In jeder Phase bietet Ihnen diese Box Platz, Ihre Erkenntnisse aus den Teamarbeiten und Coachings festzuhalten. Hier können Sie schreiben, wie Sie Erkenntnisse, Ideen, Prozessschritte, Haltungen, ... aus der jeweiligen Phase mitnehmen und in Ihr Arbeitsumfeld oder in Ihren Alltag übertragen wollen.



TRANSFEGEDANKEN ...



Phasen-Checklisten sind inspiriert von dem unveröffentlichten **Workshop Guide Menning, Yasbay (2015): The Idea Gym – training the design thinking muscle**



Verweis auf weiterführende Literatur und/oder ergänzende Methoden, Quellen

„Alles Fertige,
Vollkommene
wird angestaunt,
alles Werdende
underschätzt.“

Friedrich Nietzsche

WAS HAT ES
EIGENTLICH MIT
KREATIVITÄT
AUF SICH?

||

WAS HAT ES EIGENTLICH MIT KREATIVITÄT AUF SICH?

Unter Kreativität verstehen wir eine Haltung, die darauf abzielt, Neues zu entdecken und zu erschaffen, experimentierfreudig zu sein und sich in unbekanntes Terrain zu wagen. Eine kreative Denkhaltung betrachten wir als eine Schlüsselressource für die Entwicklung von Innovationen. Also etwas Neues, was relevant ist, weil es Nutzen generiert. Für die Einschätzung, ob ein Gedanke neu ist oder nicht, bedarf es wiederum der Interaktion zwischen individuellem Denken und der Gemeinschaft in einem soziokulturellen Kontext (vgl. Csikszentmihalyi, 2015, S. 41). Besonders die Zugänge zu Themen und Menschen, die fremd sind, bergen schöpferisches Potenzial für ungewöhnliche Verknüpfungen und wechselnde Perspektiven. Um den Umgang mit Unsicherheit und Mehrdeutigkeit in unbekanntem Terrain gut meistern zu können, sind Struktur und das Vertrauen in die eigenen Fähigkeiten, die Welt gestalten zu können, hilfreich. Diese kreative Zuversicht, Veränderungen herbeiführen zu können, lässt sich trainieren wie ein Muskel (vgl. Kelley/Kelley, 2013, S. 2,9]. Hierbei geht es immer wieder darum, die eigenen Sichtweisen und Fähigkeiten in einen größeren Zusammenhang zu bringen und sich mit anderen Menschen zu verbinden.

Ob Ihre entwickelte Idee oder Lösung wertvoll ist, entscheidet am Ende der Nutzer oder Kunde. Diese Menschen sind letztendlich die Sonne in einem Innovationsprozess, um die sich alles dreht. Innovationen entstehen oft an

den Schnittstellen zwischen verschiedenen Disziplinen, wo Menschen mit heterogenen Blickwinkeln und Geisteshaltungen zusammenarbeiten.

Die Entwicklung von Innovationen ist planbar. Und die besten Ideengeber sind Kunden. Unter Anwendung der Design Thinking Methode stellen Sie Ihre (potenziellen) Kunden in den Mittelpunkt und entdecken deren Bedürfnisse. In kurzen, kreativen Arbeitsphasen entstehen Ideen für neue Produkte, Dienstleistungen und Geschäftsmodelle, ebenso wie inkrementelle Anpassungen von Lösungen. Dabei bietet das agile Vorgehen mehr als einen Werkzeugkasten und anfassbare Ergebnisse: nämlich Prinzipien, Philosophie und (Frei-)Raum für Kreativität. Hierfür ist sowohl die Flexibilität des physischen Arbeitsraumes als auch die Teamkultur, getragen von gegenseitigem Respekt und Vertrauen, dem Mut zum Scheitern sowie offenem und konstruktivem Feedback, wesentlich.



Csikszentmihalyi, M. (2015): Flow und Kreativität. 2. Auflage. Stuttgart: Klett-Cotta. • Kelley, T./Kelley, D. (2013): Creative Confidence. New York: Crown Business.

RAHMENBEDINGUNGEN FÜR KREATIVES DENKEN I/4

Der britische Komiker John Cleese erläutert in seinem Vortrag verschiedene Rahmenbedingungen, die kreatives Denken begünstigen.

RAUM (PHYSISCH
UND IM KOPF)

ZEIT (BEGRENZT)

ZEIT (UNBEGRENZT)

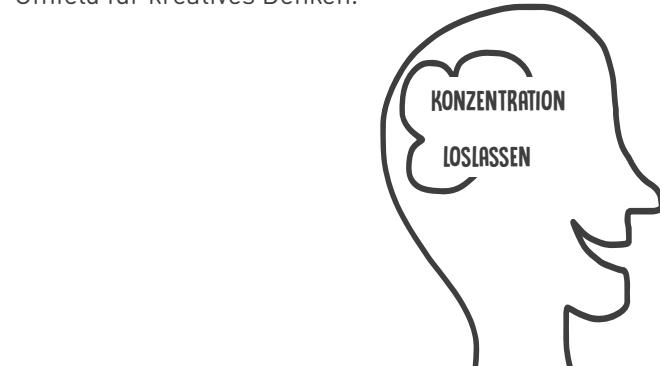
KREATIVE
ZUVERSICHT

HUMOR

RAUM (PHYSISCH
UND IM KOPF)

Methodisch lassen sich die unterschiedlichen Denkweisen in Konzentration (oder geschlossener Modus) und Loslassen (oder offener Modus) einteilen. Es empfiehlt sich, begrenzte Zeit konzentriert über ein Problem nachzudenken und anschließend scheinbar „unbegrenzt“ (im Reifungsprozess) auf die Illumination zu warten.

Inspirierende Möglichkeitsräume schaffen ein gutes Umfeld für kreatives Denken.



Quelle: <https://www.wissenschaft.de/umwelt-natur/die-wissenschaft-vom-musenkuss/> • Cleese, J. on Creativity: <https://www.youtube.com/watch?v=Pb5oIIPO62g>