

Design Thinking

EINE KREATIVMETHODE ZUR ENTWICKLUNG
INNOVATIVER LÖSUNGEN

Was ist eine Idee?

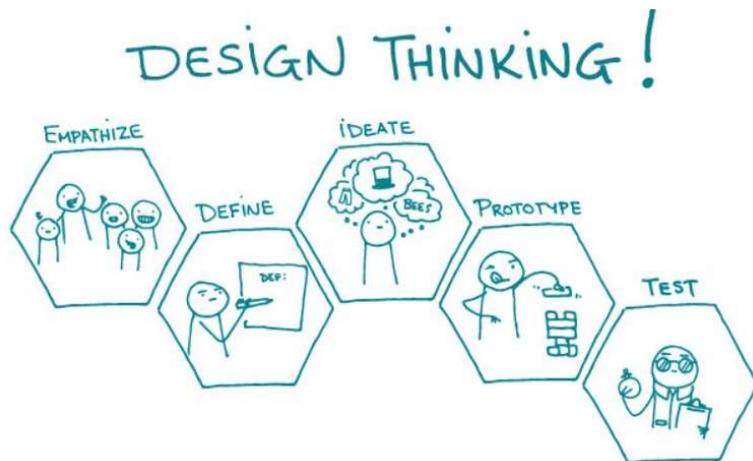
“An idea is nothing more nor less than a new combination of old elements.

It is like creating a new dish out of known ingredients combined like never before.”

James Webb Young

Design Thinking ist eine Methode zur kreativen Problemlösung und zum Finden von innovativen und vor allem nutzerzentrierten Gestaltungsideen.

Die Phasen, die in jedem Design Thinking-Prozess durchlaufen werden, sind



- **Verstehen**
- **Beobachten**
- **Definieren**
- **Ideen finden**
- **Prototypen erstellen**
- **Testen**

Der Verlauf ist dabei nicht linear, sondern iterativ.



Design Thinking Phasen 1 – 3 am Beispiel

„Verbessern Sie die Arbeitsbedingungen von Stationsärzten in einem Berliner Krankenhaus“ *)

✓ Verstehen

- Einblick in die Aufgabenstellung
- z.B. sich vorstellen, wie es wäre, ein Stationsarzt zu sein. Wie sehen die täglichen Routinen aus?
- Recherche von Informationen (z.B. im Internet)
- Selbstversuche durchführen z.B. 18 Stunden am Stück durcharbeiten.
- Der Phantasie sind dabei keine Grenzen gesetzt.

✓ Beobachten

- Zielgruppe der Aufgabe / des Produktes oder ähnliche Zielgruppen werden beobachtet
- Wie ergeht es Stationsärzten im Krankenhaus?
- Welche Bedingungen herrschen bei der Arbeit?
- Was sind Hindernisse auf dem Weg zu guten Arbeitsbedingungen, etc.
- In dieser Phase werden normalerweise auch Interviews mit der Zielgruppe durchgeführt.

✓ Definition

- Gesammelte Informationen werden zusammengebracht und ein gemeinsames Ziel für das Team formuliert.
- Erstellung einer oder mehrerer Personas
- Festlegen, welcher Teil der großen Aufgabenstellung bearbeitet werden soll. Im Beispiel der Stationsärzte könnte dies lauten: Es wäre eine riesige Erleichterung für die Persona Anke, die Stationsärztin ist, drei Kinder hat und Unordnung hasst, wenn sie genug Energie hätte, ihren Alltag meistern zu können.
- In dieser Phase darf auf keinen Fall schon eine Lösung vorweg genommen werden, daher ist dieser sogenannte „point of view“ eine Mischung aus abstraktem Wunsch und sehr spezifischen Eigenschaften der Persona.

*) Quelle: <http://usetree.de/was-ist-eigentlich-design-thinking-ein-proebchen-von-der-spitze-des-eisbergs/>

IN JEDER
PHASE STEHT
DER NUTZER
IM VORDER-
GRUND



PerfectPersona

AGE
TITLE
TIME IN JOB
WORKS WITH
TARGETED
RESOURCES:



"Quote"

DAILY TASKS/RESPONSIBILITIES

LIKES ABOUT HER JOB

DISLIKES ABOUT HER JOB

NEEDS (TOPICS, GAPS IN KNOWLEDGE)

WHERE CAN WE HELP?

BIO

PERSONALITY

Extrovert Introvert
Sensing Intuition
Thinking Feeling
Judging Perceiving

TECHNOLOGY

IT and Internet
Software
Mobile Apps
Social Networks

Design Thinking Phasen 4 - 5 am Beispiel

„Verbessern Sie die Arbeitsbedingungen von Stationsärzten in einem Berliner Krankenhaus“*)

✓ Ideen finden

- Verschiedenste Brainstorming- und Kreativmethoden werden angewandt, um eine Form der Energie für Anke finden zu können.
- Dabei kann z.B. auf Analogien aus anderen Bereichen zurückgegriffen werden (etwa aus dem Arbeitsalltag von Fluglotsen).
- Typisch für eine Ideenfindungsphase ist hier alles erlaubt. Abhängig von der verwendeten Methode kann ebenso gesammelt werden, was auf keinen Fall helfen würde (blaues Licht im Schlafraum) als auch unrealistische Lösungen (Steckdose für Menschen).
- Die Ideen werden erst danach sortiert, bewertet oder darauf aufgebaut.

✓ Prototypen erstellen

- Hier geht es darum, eine oder mehrere Ideen auf schnelle und einfache Weise begreifbar zu machen.
- Mit einfachsten Materialien (Papier, Pfeifenputzer, Lego, Knete, Tesa, Styropor, Powerpoint, ...) wird meist ein erster Prototyp gebaut, der dann sofort getestet oder weiterentwickelt

✓ Testen

- Testpersonen werden mit dem Prototyp konfrontiert.
- Im ersten Iterationsschritt können dies irgendwelche unbedarften Personen sein.
- Je weiter der Prototyp und der Entwicklungsprozess fortgeschritten sind, desto wichtiger wird es, die tatsächliche Zielgruppe zu befragen.



*) Quelle: <http://usetree.de/was-ist-eigentlich-design-thinking-ein-proebchen-von-der-spitze-des-eisbergs/>

Grundprinzipien, die den Erfolg von Design Thinking ausmachen

Interdisziplinäre Teams

Die Teams bestehen aus Mitgliedern verschiedener Disziplinen, z.B. ein Ingenieur, ein Designer, ein Musiker, ein Mediziner und ein Wirtschaftler. So werden außergewöhnliche, bunte Ideen wahrscheinlicher.

(Be-)greifbar machen

Beim Design Thinking wird nicht viel Zeit mit leerem Gerede oder theoretischen Konstrukten verbracht. Meistens geht es direkt daran, loszulegen, etwas zu bauen oder zu zeichnen. Sichtbarkeit steht im Vordergrund und hilft ungemein zu einem gemeinsamen Verständnis einer Sache.

Time Keeping

Es gibt strikte Zeitpläne, wie lange welche Methode angewandt / was getan wird. Die Zeiten werden vorher im Team vereinbart. Oftmals wird eine Methode nur für 3 Minuten angewandt. Die Einhaltung der Zeit wird mithilfe von Stoppuhren kontrolliert. Dadurch wird die Arbeit sehr effizient.

Prüfen und iterieren

Die Bereitschaft, die eigenen Ideen zu hinterfragen und zu prüfen und zur Not noch einmal alles über den Haufen zu werfen.

Kreativmethoden

Es werden viele Methoden angewandt, die auch in anderen Bereichen zum Einsatz kommen, wie z.B. Brainstorming. Keine der Methoden ist ein Hexenwerk, aber die Auswahl ist sehr groß. Erfahrung ist gut, um für jeden Fall auch die passende Methode zu kennen.

Flexibilität

Alles kann, nichts muss. Das Konzept gibt ein grobes Gerüst vor. Es kann aber alles daraus gemacht werden, einzelne Elemente entnommen, Methoden angewandt oder ausgelassen. Der Raum kann verändert werden, da alles beweglich ist und es wird mit einer Menge Post-its gearbeitet.

Fazit

- Das Wichtigste ist eine gute Auftragsklärung
- Design Thinking ist mehr als eine von vielen Methoden: Es ist eine Haltung die den Kunden in den Mittelpunkt stellt
- Am Ende des Prozesses steht eine klare Idee, die die Bedürfnisse der Zielgruppe abbildet





Vielen Dank!

DR. ELISABETH MUCHOWSKI
WWW.COACHING-AUS-HEIDELBERG.DE