

DESIGN THINKING

Training Kurs Design Thinking

Dieser Kurs soll vermitteln, wie die Methode des **Design Thinkings** zur Innovation von Produkten oder Dienstleistungsprozessen führt. Sie kann auch angewendet werden, um Organisationsformen zu erneuern oder zu transformieren.

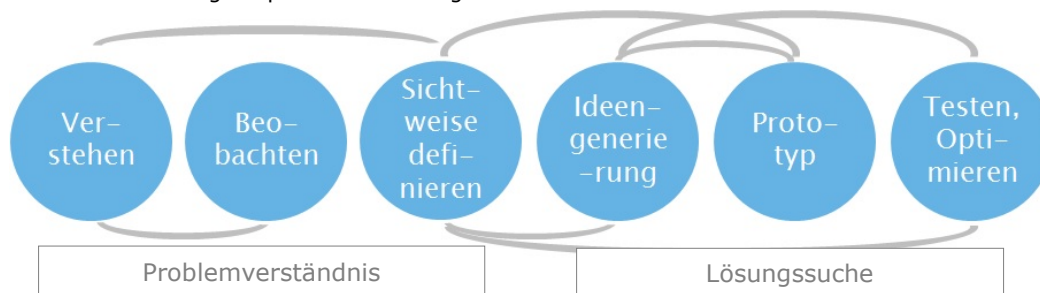
Design Thinking ist eine iterative Methode zur Inspiration von Innovationen oder zur Veränderung von Organisationen, in der Nutzer- und Kundenbedarfe früh mit einbezogen werden. Das komplexe Problemfeld wird zerlegt durch Sammeln aller Aspekte, dies öffnet den Problemraum. Abgeleitet von diesem Sammeln wird eine Bedarfsanalyse erarbeitet und durchgeführt. Das führt zum ersten Ansatz einer Lösung, die durch einen Prototypen iterativ im Lösungsraum eingeeignet wird, getestet durch den Nutzer | Kunden. Jede einzelne Phase lässt Raum für mehrere Iterationsschritte, bis die erfolgversprechende Nutzer- oder Kundenlösung kreiert und getestet wurde.

Design Thinking ermöglicht den Teilnehmern, sich in die Position des Nutzers oder Kunden hineinzusetzen. Die frühe Integration des Kunden hilft, die Bedürfnisse in empathischer Weise herauszufinden. Durch iterative Schritte nach dem Prinzip *Aus-Fehlern-lernen* arbeitet die Gruppe auf eine Lösung hin, welche die Bedürfnisse des Kunden befriedigt statt dem Kunden zu diktieren, was sein Bedürfnis ist.

Wie Design Thinking funktioniert

- 1. Sitzung „Problemfindung“: ein gemeinsames Verständnis untereinander schaffen über das Gesamtbild, d.h. eine Diskussion des Problems oder der Herausforderung durch Sammeln und Posten aller Aspekte.
- 2. Sitzung „Gute Ideen kommen von guten Fragen“: Zusammenfassung der Herausforderung in einer prägnanten Fragestellung „Wie könnten wir ... (etwas) ... für ... (Nutzer) ... unter Berücksichtigung von ... (Randbedingung) ... verbessern | optimieren | neu gestalten?“
- 3. Sitzung „Bedarfsanalyse und -synthese“: Zyklus, Zielgruppe, Fokusgruppe, Beobachten, Sichtweise definieren
- 4. Sitzung „Lösungssuche“: Ideen generieren, Prototyp bauen, Geschichte erzählen, testen | optimieren.

Bei jedem Schritt prüfen die Teilnehmer kritisch in Reflektion mit dem Nutzer | Kunden, ob sie sich noch auf dem Weg des eigentlichen Problems | des Lösungsansatzes befinden. Sie sind bereit, diesen jeweils iterativ anzupassen, um zielorientiert die erfolgversprechende Lösung zu kreieren.



- In der Phase der Problemfindung konzentrieren sich alle Teilnehmer nur auf das Problem | die Herausforderung und erarbeiten eine möglichst allumfassende und präzise Beschreibung.
- In der Übergangsphase der Bedarfsanalyse wird vor allem durch Empathie (Hineinversetzen in die Situation des Nutzers) herausgefunden, wonach der Kunde selektiert, sich entscheidet und worauf er Wert legt.
- Eine möglichst interdisziplinäre statt lediglich multidisziplinäre Zusammensetzung des Teams ist wünschenswert (Querdenker und Fremdeinsteiger sind erwünscht).
- Die Lösung entsteht aus der Synthese der Bedarfsanalyse, ein Prototyp (Produkt) oder ein Rollenspiel (Prozess) dient dazu, dies am Nutzer auszutesten, bevor es zur Serienanwendung kommt.

Lernziele zur Methode des Design Thinkings

Dieser Kurs hilft, Bedarfe von Nutzern und Kunden möglichst passgenau herauszufinden und darauf Produkte oder Prozesse abzustimmen. Nach einiger Übung sollte ein Gruppenmitglied mit Talent und Fähigkeit zur Moderation diese Methode ohne Unterstützung des Moderators anwenden können in allen ähnlich gelagerten Fällen.

Allgemeine Lernziele

- Lernen, wie man Produkte oder Dienstleistungen nach den Bedürfnissen des Menschen anpasst statt sie ihnen vorzugeben.
- Erkennen, dass eine langjährige Marktanalyse oft dem aktuellen Markt hinter hinkt und ein iteratives Herantasten mehr dem aktuellen Bedürfnis entspricht.
- Erfahren, dass die Zeit-zur-Markteinführung entscheidend ist, Geschwindigkeit geht vor Perfektion.
- Sich vertraut damit machen, dass der Kunde entscheidet statt des Produktentwicklers. Die Kundenentscheidung ist mehr emotional getrieben statt nach rein rationalen Fakten.

Spezielle Lernziele

- Wie man ein Problem erarbeitet und formuliert, damit es in einer scharfen Frage zusammengefasst werden kann.
- Je schärfer die Frage formuliert wurde, umso zielgerichteter wird die Diskussion und die sich daraus ergebende Lösung.
- Lernen, die Methode des **Design Thinkings** anzuwenden

Dauer, Sprache

- 4 Sitzungen von je 4-5 Stunden, abhängig von der Problemstellung. Vorgespräch mit Auftraggeber notwendig. [de | en]