

Design-Thinking

Arbeitsblatt für Schüler:innen zum Ablauf eines Design-Thinking-Prozesses

Was ist überhaupt Design-Thinking?

Die folgende Übersicht stellt die zentralen Phasen und Schritte eines Design-Thinking Prozesses dar. Die skizzierten Schritte sind idealtypisch eingeteilt und müssen nicht immer alle zum konkreten Vorhaben passen. Darum ist immer wieder neu zu entscheiden, welche Phasen als Gruppe in welcher Tiefe durchzuführen sind. Damit das Konzept immer konkreter wird, durchläuft es mehrere Innovations- und Feedbackschleifen, manchmal auch mehrmals hintereinander.

Teamegeist ist wichtig!

Die Methode lebt von großer Offenheit für kreative und innovative Ideen. Diese mögen vielleicht manchmal verrückt oder gar utopisch klingen. Um so entscheidender ist eine unterstützende Kommunikationskultur des gegenseitigen Zuhörens und Ausredenlassens. Jede geäußerte Idee ist ernst zu nehmen, denn gemeinsames Problemlösen führt zu innovativen Konzepten.



Annäherung an ein zentrales Problem – Phase des Verstehens

Eingeplante Zeit:

Schritt 1:

Als kreatives und innovatives Team steht ihr vor einer neuen Herausforderung. Gemeinsam ist es nun eure Aufgabe, ein **erstes Verständnis** des zentralen Problems zu erhalten. Dazu eignen sich bestimmte **Methoden** (dazu unten mehr), von denen ihr als Gruppe entscheiden könnt, welche für euch sinnvoll erscheinen. Zum Abschluss von Schritt 1 bietet es sich oft an, eine gemeinsame erste These aufzustellen, worin die zu lösende Aufgabe bestehen könnte.

Schritt 2:

Auf eure erste Annäherung folgt eine **vertiefte Recherche-phase**, deren Ziel es ist, Informationen aus möglichst vielen Perspektiven zusammengetragen, um eine gute Übersicht über das Thema/Problem zu erhalten.

Phase des Brainstormings

Eingeplante Zeit:

Schritt 3:

Eure aus der Recherchephase zusammengetragenen Informationen werden nun angeordnet und strukturiert (z.B. unter Auswahl einer der Methoden!). Euer Ziel sollte sein, schon erste Ansätze für einen Lösungsweg oder zentrale Muster, Schwerpunkte etc. zu erkennen. Dazu eignen sich bestimmte Methoden (siehe unten), von denen ihr als Gruppe entscheiden könnt, welche für euch sinnvoll erscheint.

Schritt 4:

Erste kreative Lösungsideen oder auch die Entwicklung eines Prototyps sind in diesem Schritt von euch zu diskutieren. Unterstützt durch Methoden des Brainstormings dürfen alle spontanen, kreativen oder vielleicht sogar verrückt erscheinenden Ideen in die Gruppe gegeben und diskutiert werden.

Erste Lösungsversuche / Konzeptgenerierung

Eingeplante Zeit:

Schritt 5:

Nachdem ihr einige Zeit geplant, überlegt, Ideen verworfen oder weiterverfolgt habt, solltet ihr euch auf eine Idee einigen, die weiter verfolgt und spezifiziert wird.

Schritt 6:

Diese Idee wird nun in ein konkretes Konzept umgesetzt, das ihr in seiner Gesamtheit ausarbeitet. Beachtet dabei auch Fragen der Finanzierung oder des Marketings, Möglichkeiten der politischen Unterstützung, diskutiert Nachteile oder Vorteile, Risiken etc.

Schritt 7:

Als Expert:innen seid ihr nun tief in die Fragestellung eingearbeitet. Stellt euer Vorhaben den anderen vor und holt euch Feedback ein. Mit diesem könnt ihr sodann die Phasen erneut durchlaufen.

Methodenübersicht

In den verschiedenen Phasen und Schritten während des *Design-Thinking*-Prozesses kommen immer wieder Aufgaben auf euch als Team zu, an die eine Annäherung mittels verschiedener methodischer Verfahren hilfreich ist. Hier findet ihr einige davon zusammengestellt:

Mindmapping

Mind-Maps sind eine besondere Form der Visualisierung, durch die eigene Ideen und Überlegungen geordnet werden können. Diese Kreativitätsmethode ermöglicht es, Informationen in Beziehung zu setzen und zu strukturieren.

3-Minuten-Methode

Hier geht es um Schnelligkeit! Stoppt die Zeit. Ihr habt genau drei Minuten, um alle spontanen Ideen zur Lösung des Problems auf ein Blatt Papier zu malen, zu schreiben oder zu zeichnen. Dieses Vorgehen eignet sich vor allem in einem frühen Stadium der Ideengenerierung.

Faltblattmethode:

Als Gruppe teilt ihr ein größeres Blatt in verschiedene Felder auf. Jede/r von euch schreibt auf eines der Felder den eigenen Kenntnisstand zum Thema auf. Wenn alle mit den Notizen fertig sind, faltet ihr das Blatt wieder auf und vergleicht eure Angaben.

Kopfstandmethode

Als Gruppe kommt ihr einfach nicht weiter? Ihr meint, keine Ideen zu haben oder seid mit euren bisherigen Erkenntnissen noch nicht ganz zufrieden? Hier eignet sich die Kopfstandmethode. Die Problemstellung wird in das Gegenteil gedreht und entsprechende Antworten werden gefunden.

Ein Beispiel: *Wie können wir verhindern, dass mehr Jugendliche auf öffentliche Verkehrsmittel umsteigen oder sich mit dem Fahrrad fortbewegen?* Alle gefundenen negativen Aussagen könnt ihr in einem weiteren Schritt ins Positive wenden.

Persona-Methode

Irgendwie ist das Problem bisher für euch ziemlich abstrakt und wenig greifbar geworden. Hier unterstützt die Personamethode. Überlegt euch eine konkrete Person.

Beispiel: *Das ist Pia. Sie ist Schülerin und hat ihr Taschengeld häufig bereits am Beginn des Monats ausgegeben. Entsprechend häufig bittet sie ihre Eltern, sie mit dem Auto am Nachmittag zu Freund:innen zu fahren und auch wieder abzuholen. Pia ist ihre CO₂-Bilanz durchaus wichtig, allerdings sieht sie keine andere Möglichkeit zu ihren Freund:innen zu gelangen, denn auch der Bus fährt lediglich dreimal am Tag. Etc.*



Während ihr euch in die imaginierte Person hineingedacht und hineingefühlt habt, umschreibt ihr die Bedürfnisse und Wünsche der Person und bekommt damit auch das Problem aus der Perspektive der Person besser zu fassen. Bezieht dabei auch euer möglicherweise bereits zuvor recherchiertes Wissen mit ein.

Persona:

- Vorstellung der Person (Alter, Wohnort, Beruf, Hobbys etc.)
- kurze Beschreibung von Alltagsroutinen, in denen Person evtl. Problemstellung begegnet

Bsp.:

Auftretende (Folge-) Problem(e):

-
- ...

Ziele für Person X (Kurzfristig – langfristig)

-
- ...

Lösungsansätze für X (Kurzfristig – langfristig)

-
- ...

6-Hüte-Methode

Ihr seid in der Gruppe bereits an dem Punkt, eine konkrete Lösung vorstellen zu können? Mit der 6-Hüte-Methode könnt ihr das Konzept zuvor noch einmal innerhalb der eigenen Gruppe evaluieren. Dazu bekommt jede/r von euch einen bestimmten „Hut“, also eine Art Rolle oder Aufgabe und vertritt eine konkrete kritische Denkweise:



- Der **analytische Hut** konfrontiert euer Konzept mit unausweichlichen Tatsachen.
- Der **emotionale Hut** gibt seine Meinungen oder Gefühle preis, nachdem ihm das Konzept vorgestellt wurde.
- Der **kritische Hut** äußert skeptische Bedenken gegenüber der Idee und die damit verbundenen Ängste oder Risiken.
- Der **optimistische Hut** betont die Vorteile, das Best-Case-Szenario des Konzeptes.
- Der **kreative Hut** liefert innovative oder ergänzende Ideen, die möglicherweise auf den ersten Blick verrückt erscheinen.
- Der **moderierende Hut** behält den Gesamtüberblick, sorgt für Ordnung und Struktur während der Konzeptvorstellung und der anschließenden Rückmeldungen.

Literaturhinweise

„Design-Thinking“, Hasso-Plattner-Institut, online unter: <https://hpi-academy.de/design-thinking/was-ist-design-thinking.html> (Stand: 21.12.21).

Gerling, Ansgar; Gerling, Godehard (2018): Der Design-Thinking-Werkzeugkasten. Eine Methodensammlung für kreative Macher. Heidelberg: dpunkt.verlag.