

# Methoden-Set

## Design Thinking Anwender



## Was ist Design Thinking?

---

Design Thinking ist ein kreativer Ansatz, um menschenzentriert Produkte, Services oder Prozesse neu zu gestalten.

Menschenzentriert bedeutet, dass der Mensch mit seinen **Bedürfnissen, Sorgen und Schmerzpunkten** im Mittelpunkt des Gestaltungsprozesses steht.

Wir entwerfen unsere Produkte nach dessen Bedürfnissen und nicht auf Annahmen basierend.

Ob unser Produkt diese Bedürfnisse erfüllt, wird immer wieder während der Entwicklung gemeinsam mit den Nutzern validiert. Es ist ein **iterativer Prozess**.

# Verstehen



## Was bedeutet Verstehen?

---

Wenn wir uns einer Herausforderung annehmen, müssen wir als erstes unsere **Problemstellung** verstehen, indem wir diese in einem interdisziplinären Team **diskutieren, analysieren, und ggf. umstellen oder gar verwerfen**.

Um dieses Verständnis noch zu vertiefen ist es am besten, wenn jeder Teilnehmer danach die **Beobachten Phase** durchläuft.

Hierfür führen wir **Interviews** mit unseren Nutzern, um ein tieferes Verständnis für ihre **Bedürfnisse und Schmerzpunkte** zu bekommen.



## Territory Mapping



Teamgröße: 3-6 Personen



Dauer: max. 40 Minuten

**1** | Beginnt mit einem **Braindump**: Jeder schreibt still für sich auf Post-its in **10 Minuten** alle Aspekte, Faktoren, Personen, Gegebenheiten und Fallstricke auf, die wichtig für das Thema sind.

**2** | Jeder stellt **1 Minute** seine Gedanken vor: Nun fasst ihr ähnliche Stichworte zu **Clustern** zusammen (**10 Minuten**)



### Leitfrage:

Was dürfen wir auf keinen Fall vergessen, wenn wir das Thema bearbeiten wollen?



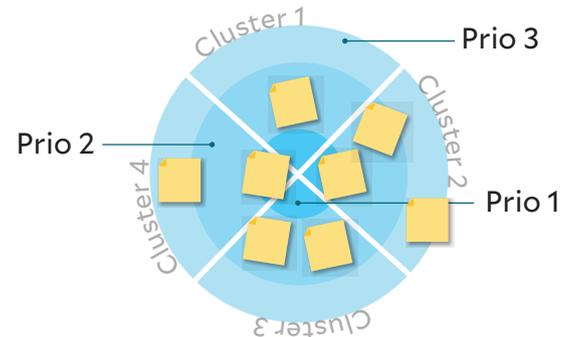
Schreibt noch **KEINE Lösungen** auf. **Es wird nur der Ist-Zustand** erfasst.



## Territory Mapping

**4** | Gebt jedem Cluster eine thematische Überschrift.

Malt eine Zielscheibe mit 3 Kreisen auf das Whiteboard und teilt diese in so viele Stücke auf, wie ihr Cluster habt. Schreibt die Cluster-Überschriften an jede Seite.



**5** | Ordnet eure PostIts je nach Priorität in die Karte ein (**10 Minuten**)



# Beobachten



## Was bedeutet Beobachten?

---

Wenn wir das **Verhalten unserer Nutzer** oder Kunden in bestimmten Situationen begreifen möchten, müssen wir uns als erstes in die Nähe von ihnen begeben, sie beobachten sowie aktiv Fragen stellen (z.B. durch **qualitative Interviews**).

Unsere Nutzer und Anwendungsfälle sollten immer nach unserer Intention ausgewählt werden. *Möchte ich einen Wanderschuh entwickeln, sollte ich den Wanderer in den Bergen beobachten.*

Während des Interviews dokumentieren wir **Zitate, Interaktionen, Emotionen, Abläufe und Gespräche**. Dieses Vorgehen nennt man **User Research**.



# Qualitative Interviews

 Teamgröße: 2-4 Personen

 Dauer: pro Interview 10 min. - 1 h

**1** | Schreibt einen Interviewleitfaden/  
Checkliste auf einen A4 Bogen:

Wen interviewen wir & wo? 

---

---

Was möchten wir untersuchen? 

---

---



Unsere Kernfragen (offene W-Fragen) 

Wie verbringen Sie am liebsten Ihren Morgen?

Was machen Sie morgens nach dem Aufwachen?

Warum sieht ihr Aufwachritual so aus?



# Qualitative Interviews

**2** | Legt folgende Rollen fest:

• 1 Interviewer 

• 1 Note Taker 

• 1-2 Beobachter 

**3** | Das Interview beginnen:

 Ruhiger Ort  Timer stellen

Wann haben Sie zum letzten Mal [...]?  
Erzählen Sie mal, wie das ablief [...]

**Nach Geschichten, Erlebten fragen**

5x **Warum** fragen #tiefgraben 

- |   |                       |   |                         |
|---|-----------------------|---|-------------------------|
|  | Offene Körperhaltung  |  | Suggestiv Fragen        |
|  | Oft „Wieso“ fragen    |  | Bewertungen             |
|  | Antworten wiederholen |  | Störfaktoren, Zeitdruck |



## Downloading

 Teamgröße: 3-6 Personen

 Dauer: max. 15 Minuten

**1** | Jedes Teammitglied schreibt still für sich in **5 Minuten** alle gesammelten *Erkenntnisse/Geschichten/Aha-Momente* aus den **Nutzer-Interviews** auf.

**2** | Jeder klebt seine Post-its unter folgende Kategorien:

Wer?

Was?

Überraschungen?

Junger  
Pfleger

3 Monate auf  
Bewerb.gespräch  
gewartet

Mag keine  
Online  
Bewerbung

**3** | Jeder stellt **1 Minute** kurz seine Post-its vor.



## Downloading

**4** | Innerhalb **5 Minuten** werden die Post-its gemeinsam geclustert, d.h. ähnliche Erkenntnisse & Themenfelder werden zusammengefasst & Dopplungen aussortiert.

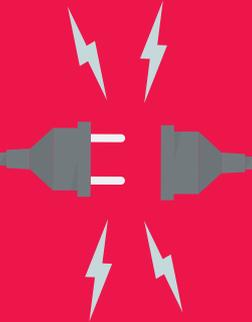


**2** | Die 3 *wichtigsten Erkenntnisse* werden **gemeinsam als Team** zusammengefasst & aufgeschrieben.

1. \_\_\_\_\_ 2. \_\_\_\_\_ 3. \_\_\_\_\_



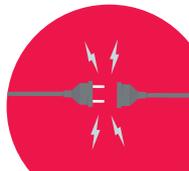
# Synthese



## Was bedeutet Synthese?

Sobald wir alle Erkenntnisse über das Verhalten unserer Nutzer gesammelt haben und unser Wissen (**Faktoren, Gegebenheiten, Fallstricke...**) zum Thema erörtert haben, wird es Zeit einen gemeinsamen Standpunkt zum Thema zu definieren = **Point of View**.

Diesen Standpunkt erarbeiten wir in Form einer „Wie können wir...“ Fragestellung = **Design Challenge**, welche uns als Ausgangsfragestellung dienen soll, um unser Problem, von einem gemeinsamen Standpunkt, aus lösen können.



## Persona



Teamgröße: 3-6 Personen



Dauer: max. 15 Minuten

- 1 | Gebt eurer Persona ein Gesicht, fügt ihr ein **Zitat/Aussage/Meinung** hinzu, für die sie/er steht & beschreibt ihr Umfeld und Interessen etc.

**Persona**



.....

.....

.....

Name _____	Interessen/Motivation	Ziele
Alter _____ Beruf _____	_____	_____
Persönlichkeit	Frustrationen/Schmerzpunkte	_____

Helios

A3 Template „Persona“

## Persona

- 2 | Erstellt **mehrere Personas**, wenn eure Interviewpartner zu unterschiedliche Bedürfnisse haben oder Meinungen vertreten.



### Achtung:

Eine Persona ist eine **fiktive Person**, welche mehrere Eigenschaften eurer zuvor interviewten Nutzer vereinen kann. Sie steht stellvertretend für eure **Nutzerguppe**, für die ihr designt.



### Tipp:

Ihr könnt eure Persona als Grundlage für eure „**User Journey**“ nutzen. Anhand dieser Nutzergruppe fällt es euch leichter ohne lange Diskussionen einen bestimmten Prozess zu mappen.

## User Journey Mapping

-  Teamgröße: 3-6 Personen
-  Dauer: max. 60 Minuten

**1** | Befragt im Vorfeld dieser Übung die Nutzer, welche in der User Journey dargestellt werden sollen (**siehe Interviewführung**) und notiert ihre Erlebnisse eines bestimmten Prozesses.

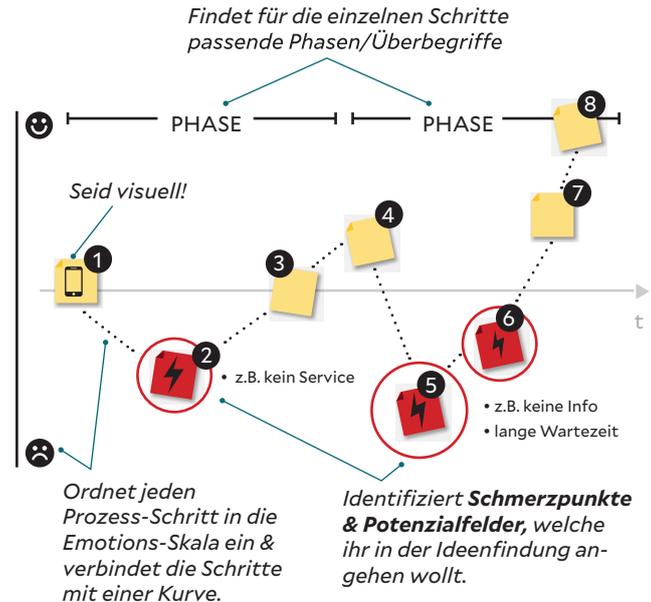
**2** | Der **Notetaker** notiert auf PostIts:

- die einzelnen Schritte der Reise 
- die dazugehörigen Emotionen 
- das **Warum** hinter den Emotionen 

**Tipp:** Falls ihr während des Workshops eine User Journey anlegen wollt, achtet darauf, dass in jeder Gruppe die zu interviewenden Personen vor Ort sind. Plant dafür **30 Minuten** ein.

## User Journey Mapping

**4** | Zeichnet eure User Journey in **30 Minuten** an.



## Creative Reframing



Teamgröße: 3-6 Personen



Dauer: max. 30 Minuten

- 1** | Schreibt eure „**Wie können wir**“ Fragestellung ans Whiteboard.

*Beispiel:*

» **Wie können wir Obdachlosen eine adäquate medizinische Versorgung in unseren Krankenhäusern bieten?**

- 2** | Unterstreicht nun in **10 Minuten** alle Wörter, die **unklar, schwammig oder mehrdeutig** sind mit einer **Farbe**.

Unterstreicht ebenfalls alle Wörter, **die bereits eine Lösung enthalten** mit einer **Farbe**.



## Creative Reframing

**3**

Schreibt nun alle **unklaren** Wörter in eine Liste untereinander und sucht **10 Minuten** nach **Synonymen und Bedeutungsalternativen**.

Obdachlose = Wohnungslose, [...]

adäquat = dem Zustand gerecht

....

**4**

Formuliert nun in **10 Minuten** eure Fragestellung um, indem ihr die Wörter durch eure Synome ersetzt:

» **Wie können wir Wohnungslosen eine ihrem Zustand gerechte medizinische Wund-Versorgung bieten?**



### Tipp:

Nutzt **Creative Reframing** um eure Fragestellung im Laufe eines Projekts immer wieder zu hinterfragen, besonders, wenn das Team wechselt.



# Brainstorming

-  Teamgröße: 3-6 Personen
-  Dauer: max. 60 Minuten

**1** | Beginnt mit einem „**Silent Brainstorming**“: Jeder schreibt **15 Minuten** still für sich alle seine Ideen zur „**Wie können wir... Fragestellung** auf?

**2** | Teilt eure Ideen in **10 Minuten** miteinander und clustert ähnliche Ideen:



**Tipp:**  
Denkt ungewöhnlich & in die Zukunft!



Bewertet noch nicht nach Qualität, Umsetzbarkeit & Kosten!



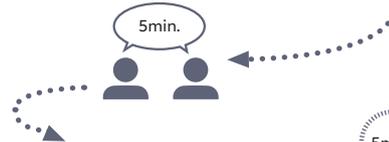
# Brainstorming

**3** | Brainstormt nun weiterhin still Ideen unter folgenden Constraints:



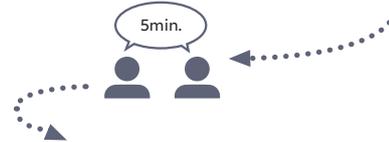
**Negativ Brainstorming:**

Findet Ideen, die eure Ausgangssituation **verschlimmern** würden!



**Future Brainstorming:**

Brainstormt Ideen, welche **im Jahr 2050** Anwendung finden würden.



Clustert nun alle Ideen zu Themenfeldern und verfährt weiter mit der „**Impact Map**“.



# Ideenfindung



## Was ist Ideenfindung?

---

Durch die Entwicklung erster Ideen auf Basis unserer erarbeiteten Fragestellungen betreten wir nun den **Lösungsraum**.

Wir können jedoch auch nach der Ideenfindung jederzeit einen Schritt zurückgehen, falls unser Problem ein anderes ist, als wir angenommen haben.

Bei der Ideenfindung gibt es **kein richtig oder falsch** und wir denken nicht in Grenzen. **Hürden oder Gewohnheiten blenden wir aus**. Die Ideen anderer werden nicht hinterfragt, sondern viel mehr ergänzt. Je verrückter eine Idee ist, desto besser. Die Umsetzbarkeit wird zu einem späteren Zeitpunkt geprüft.



## „Wie können wir...“ Frage



Teamgröße: 3-6 Personen



Dauer: max. 20 Minuten

- 1 | Nach eurer **User Research (Beobachten Phase)** formuliert ihr gemeinsam eure **Design Challenge** in Form einer „Wie können wir...“ Frage:

Wie können wir             *Unser Nutzer*  
welche/r             *Erkenntnis/se* , sodass  
sein/ihr             *Bedürfnis* befriedigt wird?



Ihr gewinnt viele **Erkenntnisse** schnell durch qualitative Interviews; **Bedürfnisse** könnt ihr hingegen nur durch mehrmaliges Stellen der Frage **Warum** ergründen.



# Impact Map

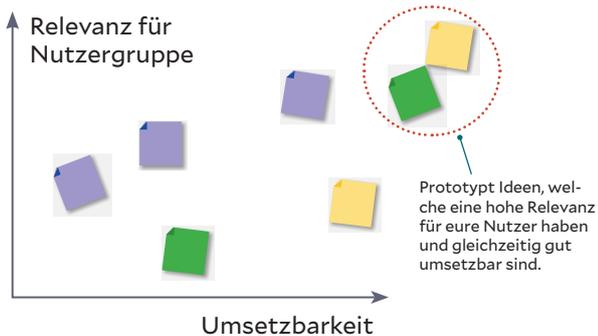


Teamgröße: 3-6 Personen



Dauer: max. 15 Minuten

- 1 | Ordnet alle Ideen-Postlts in folgende Matrix ein:



## Tipp:

Diese Übung hilft euch zur Priorisierung und Selektion von Ideen; Falls ihr euch uneinig seid, votet zusätzlich mit Klebepunkten auf Ideen.



# Round Robin

- 1 | Wählt nun Ideen aus der **Impact Map** aus, die ihr weiter ausarbeiten wollt. Teilt jedem Teammitglied bestenfalls ein Ideencluster zu, damit sich Ideen nicht thematisch überschneiden.

<p>Fragestellung: Wie können wir...</p> <input type="text"/>
<p>Idee: Skizziere hier eine Lösung zur Fragestellung</p> <input type="text"/>
<p>Kritik: Notiere Aspekte, die der Implementierung im Weg stehen.</p> <input type="text"/>
<p>Finales Konzept: Überlege wie man die Kritik auflösen kann.</p> <input type="text"/>

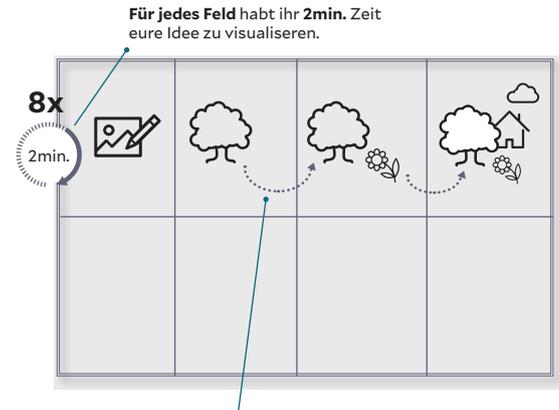
A4 Template „Round Robin“

- 6min. Nach dem 1. Abschnitt wird das Blatt an den **Nachbarn** weitergereicht.
- 6min. Der Nachbar äußert nun Kritik an der Idee.
- 6min. Das Blatt wechselt erneut und eine 3. Person beschreibt das finale Konzept.



# Magic 8!

- 1 | Faltet jeder ein **A4 Blatt in 8 gleiche Teile**. Teilt jedem Teammitglied bestenfalls ein Ideencluster zu.



In jedem neuen Feld baut ihr auf der vorherigen Idee auf und fügt pro Feld immer mehr Details hinzu.



Falls euch die Details ausgehen, um auf einer Idee aufzubauen, kreiert eine ganz Neue.



# Prototyping



## Was bedeutet Prototyping?

---

Prototyping ist ein Mittel, um unsere Idee **zu visualisieren, für andere greifbar und erlebbar zu machen**. Wir bauen diesen Prototypen nicht allein, sondern **im Team**. Das deckt ggf. Schwachstellen frühzeitig auf, spart damit Kosten und macht dazu noch viel Spaß.

Hierbei kommt es nicht darauf an, dass wir ein perfektes, funktionales Modell bauen, sondern viel mehr eine erste Vision unserer Idee in den Händen zu halten, welche von unseren Nutzern **testbar sein muss**.

Der Fantasie sind hier keine Grenzen gesetzt; ob Lego, Bastelpapier, Rollenspiel oder Mockup, alles ist erlaubt.



# Testing



## Was bedeutet Testing?

---

Nachdem wir einen Prototypen gebaut haben, wollen wir nun ehrliches **Feedback unsere Nutzer/Zielgruppe** erhalten. Hierfür gehen wir bestenfalls an den Ort, wo unsere Idee später angewendet wird.

Zuvor überlegen wir uns Fragen, die wir durch das Testen beantwortet haben wollen z.B.: *Wie lange braucht unser Nutzer, um die neue Startseite zu finden?*

Es ist hierbei wichtig, unserem Nutzer einen **erlebbaeren und nutzbaren** Prototypen zu übergeben. Wir stellen ihm nun konkrete Aufgaben und geben ihm, bis auf eine kurze Einführung, keine Hilfestellung.



## Testing



Teamgröße: 2-6 Personen



Dauer: max. 90 Minuten

- 1** | Bereitet euch **30 Minuten** auf das Testing mit euren Testnutzern vor. Hierfür erstellt ihr einen Testleitfaden, wie z.B.:



### • Testfall

*Um unsere Idee zu verifizieren, werden wir [...]*



### • Aufgaben

*Logge dich ein und gehe zum Menüpunkt XY [...]*



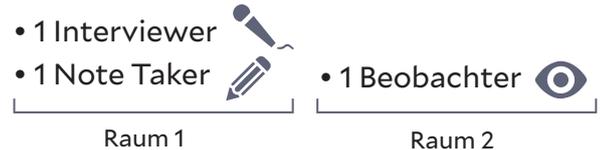
### • Messung

*Wir messen, wie lange der Nutzer braucht, um den Menüpunkt XY zu finden.*



## Testing

- 2** | Sucht euch einen ruhigen Raum, in dem ihr das Testing durchführen könnt. Ein Teil des Teams schaut **per Videostream** zu und beobachtet. Teilt hierfür folgende Rollen auf:



- 1 Einleitung**  
Erklärt eure Herausforderung und erläutert knapp euren Prototypen.
- 2 Beobachtung/Interview (qualitativ)**  
Lasst eure Tester ohne eure Hilfe intuitiv den Prototypen testen; **Bittet sie dabei laut zu denken & stellt Fragen.**
- 3 Aufgaben (quantitativ)**  
Lasst eure Tester bestimmte Aufgaben erfüllen; Hierbei könnt ihr **Erfolgsrate, Zeit und Fehlerquoten** messen.

