

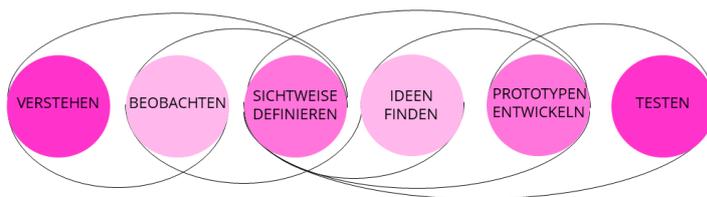
# Fact Sheet

## Kapitel 2 | Design Thinking Prozess

Design Thinking ist ein weiteres agiles Rahmenwerk. Es hilft dabei, innovative Produkte mit einem Mehrwert für eine bestimmte Zielgruppe zu schaffen. Der Design Thinking Prozess besteht aus 6 Phasen. Iterationen (der Rückblick auf den vorherigen Schritt und die Anpassung dieser Phase) sind deutlich erwünscht.

### Design Thinking Prozess

Überblick



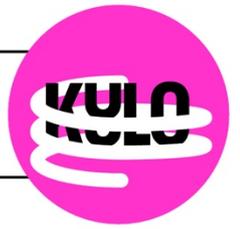
Quelle: dHRI School of Design Thinking

#### 1. **Verstehen**

Es geht um das vertiefte Verständnis des zugrundeliegenden Problems, das durch Design Thinking gelöst werden soll. Über das Problem stellt ihr ein gemeinsames Verständnis her und formuliert euer Ziel, die sogenannte Design Challenge.

#### 2. **Beobachten**

In dieser Phase findet ihr mittels Recherche und Feldbeobachtungen heraus, wie sich das Problem aus der Perspektive eurer Zielgruppe(n) darstellt, und entwickelt Empathie für sie.



### 3. Sichtweise definieren

Eure Feldbeobachtungen bündelt ihr in einer Persona. Eine Persona ist ein:e typische:r Vertreter:in eurer Zielgruppe. Sie hilft euch dabei, unbefriedigte emotionale Bedürfnisse eurer Zielgruppe herauszuarbeiten, die ihr eventuell selbst nicht bewusst sind. Auf Basis der Erkenntnisse aus dieser Phase präzisiert ihr die Design Challenge und formuliert einen neuen Zielsatz: Wie können wir Persona XY helfen, dass ..., damit ...?

### 4. Ideenfindung

Für das neu formulierte Ziel sammelt ihr so viele Ideen zur Zielerreichung wie möglich. Es gilt: Quantität vor Qualität. Jede Idee ist erwünscht. Alle Ideen werden notiert und visualisiert. Kritik ist nicht erwünscht. Vielmehr baut ihr auf den Ideen der anderen auf. Die besten Ideen werden ausgewählt. Dafür werden Kriterien festgelegt, z.B. Machbarkeit, Wirtschaftlichkeit, Wünschbarkeit.

### 5. Prototypen entwickeln

Aus den ausgewählten Ideen werden aufwandsarme Grobkonzepte entwickelt, die die wesentlichen Leistungsmerkmale für die Zielgruppe erlebbar machen. Prototypen können Skizzen sein, Comicstrips, Rollenspiele oder Modelle aus Lego oder anderen Materialien. Wichtig ist, dass Sie möglichst selbsterklärend sind.

### 6. Testen

Die Prototypen werden der Zielgruppe gezeigt und Feedback eingeholt. Auf Basis der durch die Prototypen gewonnenen Einsichten werden Ausgangshypothesen (Problem, Persona) überprüft und das Konzept weiter verbessert und solange verfeinert, bis ein optimales, nutzerorientiertes Produkt entstanden ist. Dieser Iterationsschritt kann sich auf alle bisherigen Schritte beziehen.

Quellen:

**Osterwalder, A. & Pigneur, Y.** (2011). *Business Model Generation. Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer.* Campus Verlag.

**Erbeldinger, J. & Ramge, T.** (2014). *Durch die Decke denken. Design Thinking in der Praxis.* Redline Verlag.

