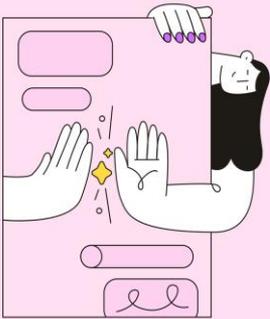




Design Thinking Wirkbook



Create teams



Gebt euch einen Namen und schreibt ihn auf das Flip Chart

3 Min

Verteilt die Rollen & macht ein Team Check-in

3 Min | Jede*r sammelt für sich im Stillen
2 Min | Teilen pro Person

15 Min insgesamt

Name	Super Kraft	Krypto-nite	Rolle(n) im Team	Liebungsbeschäftigung im Sommer
			Timekeeper	

Verstehen

Stage 01

Mind Map/ Semantische Analyse



Sammeln
im Stillen

3 Min

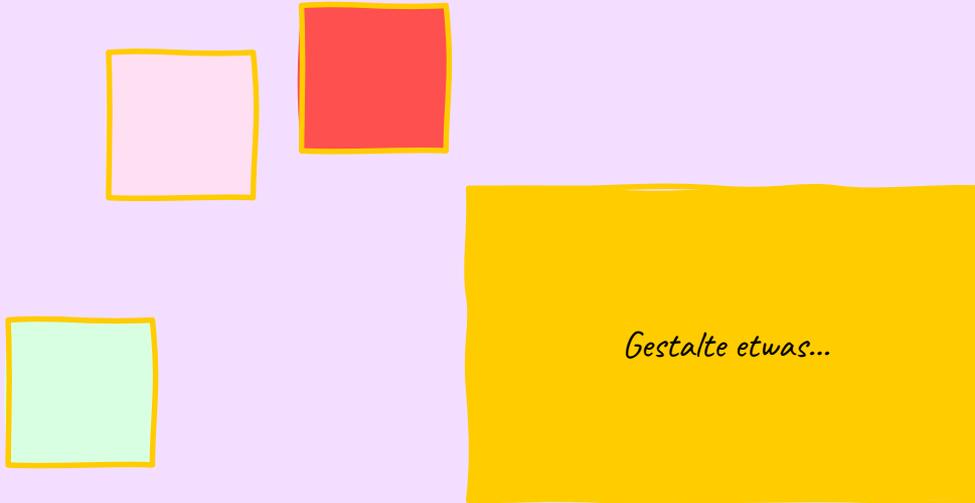
Teilen

1 Min |
Pro Person

Austausch

3 Min

12 Min insgesamt





Beobachten

Stage 02

Interviews Ablauf



Interview

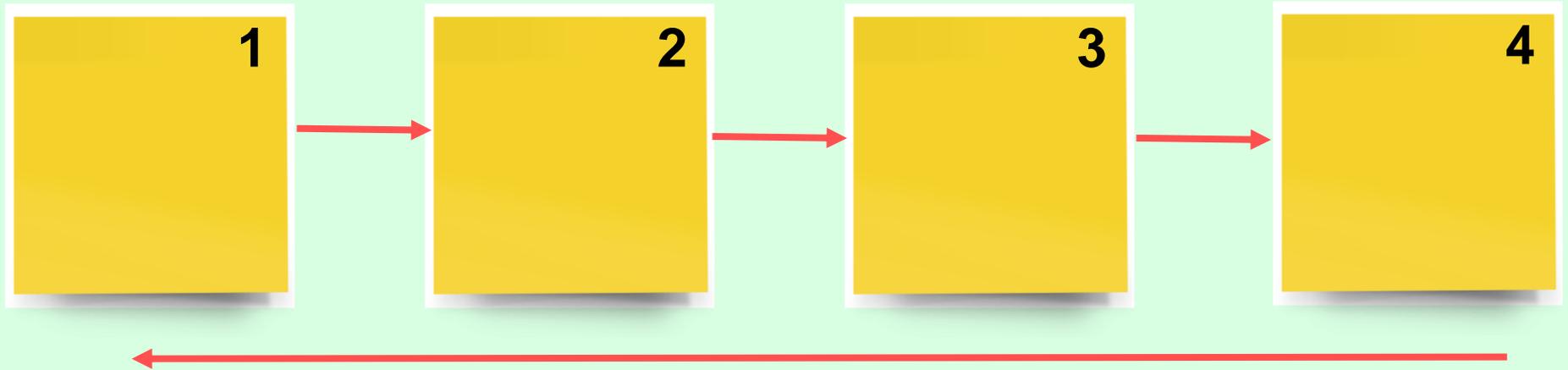
60 Min Gesamt

1. Interviews vorbereiten 15'
 2. Rollenverteilung 5'
- Zusammenkommen**
3. Interview I 10'
 4. Nachbereitung Interview I & reflektieren 10'
- Mittagspause (45 Minuten)**
5. Interview II 10'
 6. Nachbereitung Interview II & reflektieren 10'

Insg. 60 Min -> dazwischen Mittagspause (45 Min)

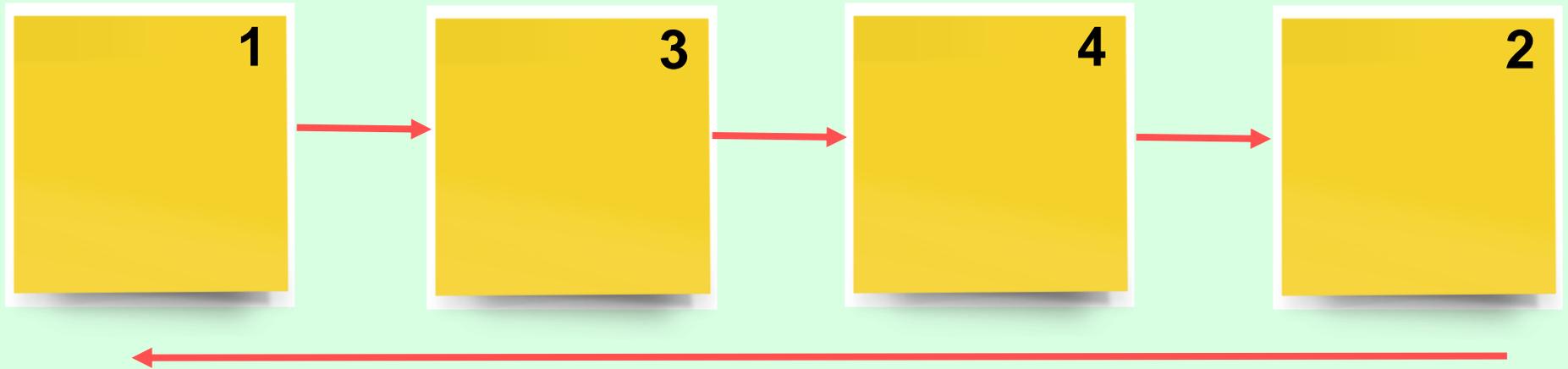
Umsetzen der Interviews

1. Runde



Umsetzen der Interviews

2. Runde





Beobachten

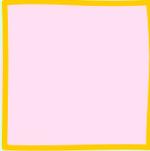
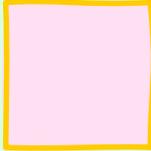
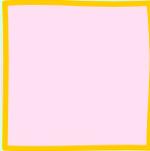
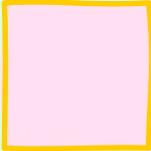
Stage 02

1. Interviews vorbereiten



Interviews
vorbereiten

15 Min

Intro/ Ice Breaker	Einstiegsfrage	Fragen nach Geschichten	Warum? Wie genau?	Abschied & Danke
				
				



Beobachten

Stage 02

2. Interviews Rollenverteilung

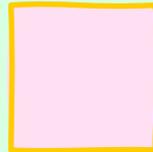
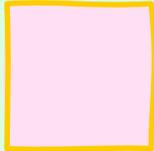


Interviews
Rollenverteilung

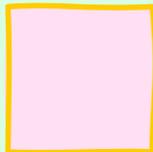
5 Min

Interview 1

Interviewer*in	Mitschreiber*in	Beobachter*in (ggf.)
----------------	-----------------	-------------------------

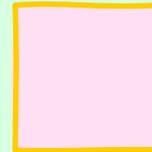
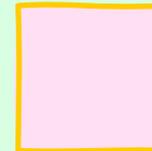
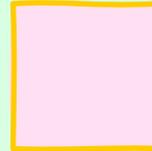


Interviewte Person

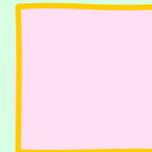


Interview 2

Interviewer*in	Mitschreiber*in	Beobachter*in (ggf.)
----------------	-----------------	-------------------------



Interviewte Person





Beobachten

Stage 02

3. & 5. Interviews durchführen



Interviews 1&2
durchführen

10 Min | pro
Interview

- ✓ Ziel besteht darin, so viele Erkenntnisse wie möglich zu gewinnen - und nicht, eine vorgefasste Meinung zu bestätigen oder zu negieren.



20% Fragen – 80% zuhören

Interviews

- ✓ Stelle alles in Frage
- ✓ Sei spezifisch
- ✓ Ermutige dazu Geschichten zu erzählen
- ✓ Suche nach Widersprüchen
- ✓ Suche nach Emotionen & Beispielen
- ✓ Was ist ungesagt?
- ✓ Ohren auf für Bedürfnisse!
- ✓ **Frage nach Wie und Warum**
- ✓ Ziel besteht darin, so viele Erkenntnisse wie möglich zu gewinnen - und nicht, eine vorgefasste Meinung zu bestätigen oder zu negieren.



20% Fragen – 80% zuhören

The key to effective interview is not in understanding the stated needs but also the 'unstated needs.' What is it that the user needs but does not know it yet.



Beobachten

Stage 02

4. & 6. Interviews nachbereiten



Interviews 1&2
nachbereiten

10 Min | pro
Interview

- ✓ Markiert die wichtigsten Zitate
- ✓ Reflektion im gesamten Team: Was macht ihr beim nächsten Interview anders?

Wichtigste Zitate/
Aussagen

Was würden wir
beim nächsten mal
anders machen

Interview Cheat Sheet

WHY DO WE INTERVIEW?



- develop empathy
- get inspiration
- find relevant needs
- identify opportunity fields
- explore innovation potential
- question your own prejudices

ATTITUDE

- naive & curious
- respectful & non-judgemental
(your interview partner is the expert for himself)
- relaxed
- be open
- smile!

PREPARATION

WHAT TO PREPARE?



- brief questionnaire, not as a checklist, only for soft guidance to keep in mind
- ice-breaker question
- what- & how-questions on specific, concrete experiences & opinions
- hypotheses on the problem
(know what you need to find out)
- agree on roles (lead-interviewer & observer)
- items for the interviewee to interact with

WHO TO INTERVIEW?



- extreme users
- non-users
- experts
- "average" users
- "analogy users"

INTERVIEW TECHNIQUES

DOs



- introduce yourself and your project
- ask why & how questions
- dig deeper: repeat questions & paraphrase to clarify
- rather go for a few deep than many short interviews
- 80% listening - 20% talking
- improvise

GO FOR...



- examples
- stories
- emotions
- bugs

WHAT TO CAPTURE?



- quotes
- surprises
- contradictions/tensions
- pictures
- emotions
- personal details

- interaction with people/object

DON'Ts



- ask yes/no questions
- provide answer options
- ask general questions they can't answer
- break into private space
- take pictures without asking
- prepare a too long & detailed questionnaire
- ask long & complex questions
- ask only for objective facts

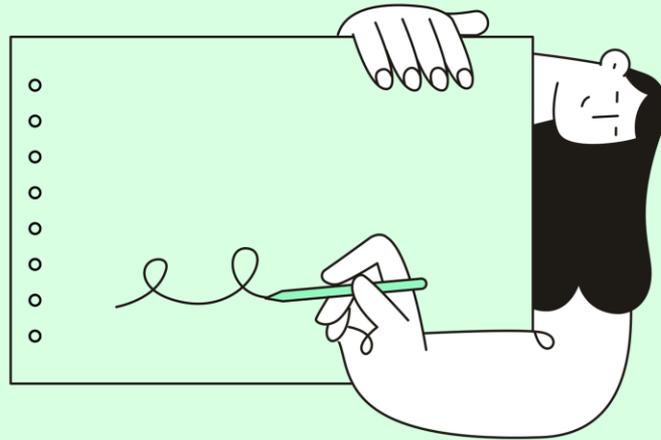
- sell your prototype
- communicate the effort you put into it
- defend your idea

WHAT CAN HAPPEN?



- emotional reactions
- people who speak forever and go off topic
- people with very short answers
- people who want to know what /who you do this project for
- people who want to be informed about the results / follow-up

Sharing

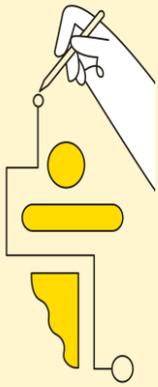




Stage 04

Synthese

Zusammenschmelzen der Informationen & Erkenntnisse



Synthese

Stage 03

Auspacken

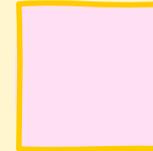


Interviews
auspacken

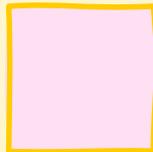
10 Min

Name & Bild der interviewten Person	Wichtige Erkenntnisse und Zitate	Interpretation & Zusammenfassung
-------------------------------------	----------------------------------	----------------------------------

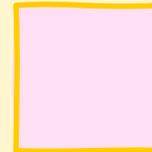
Interview I



Interview II



Eine Aussage gilt als besonders relevant, wenn sie entweder **überraschend, emotional oder widersprüchlich** ist.



Synthese

Stage 03

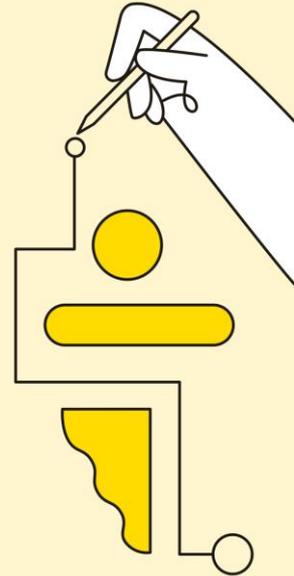
Persona Erstellen

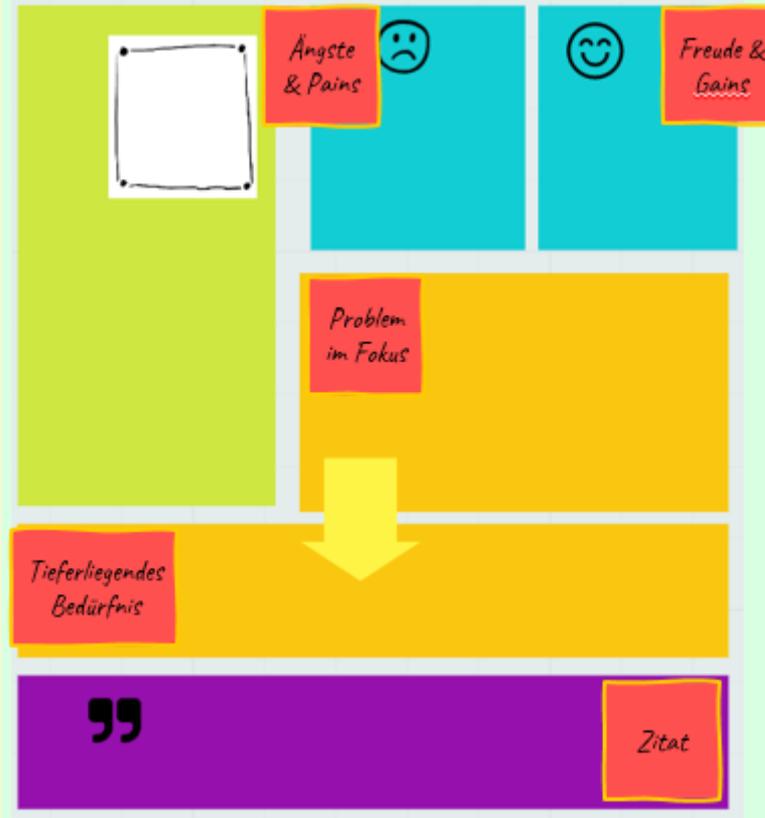


Persona
erstellen

25 Min Gesamt

1. 2 Teammitglieder erstellen gemeinsam einen Persona-Vorschlag 7'
2. Gegenseitiges Vorschlag vorstellen jeweils 2'
3. Diskussion und Anpassung von Problem/Bedürfnissen 10'
4. Auswahl EINER Persona (kann auch eine Kombination aus beiden sein) 5'





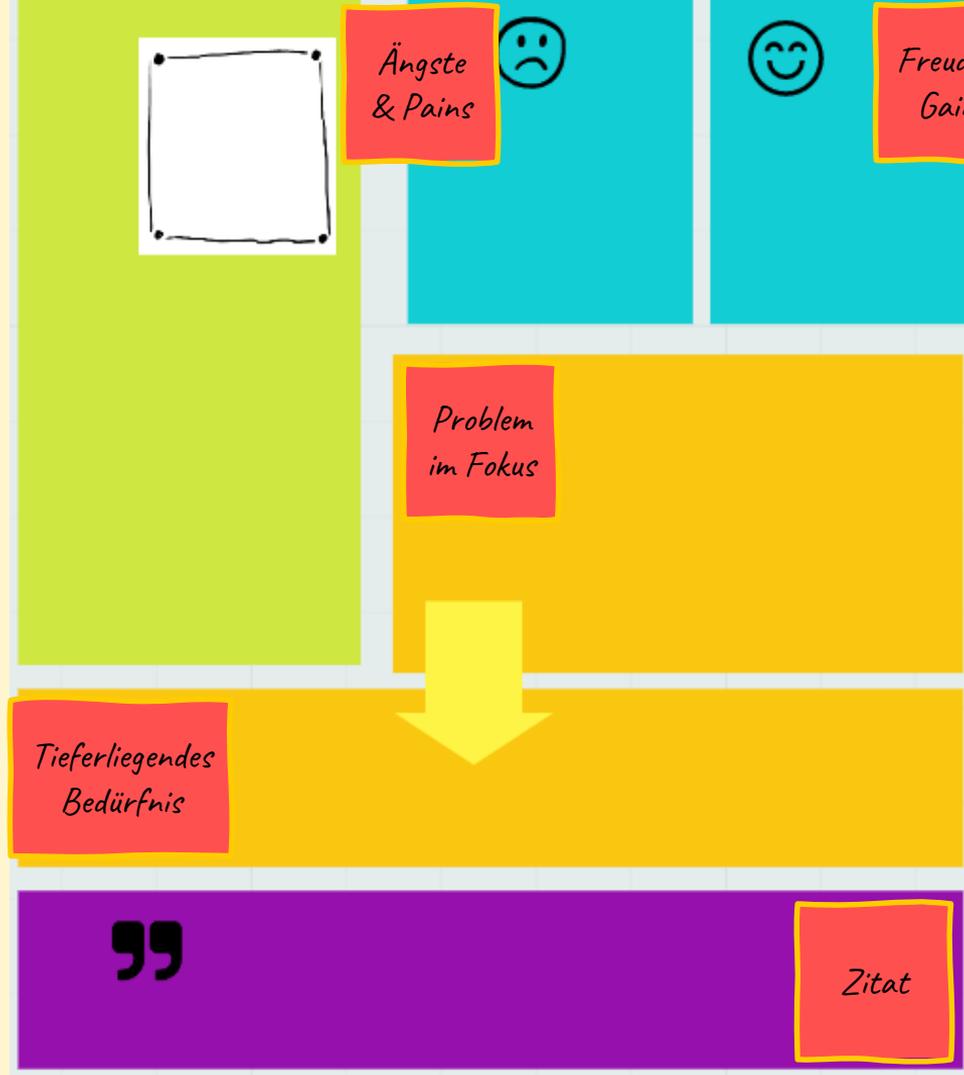
Persona

Die Persona bildet eine fiktive Vertreterin der Zielgruppe ab

- Mithilfe einer Persona wird der zugrunde liegende Nutzer genauer beschrieben, damit sich das Innovationsteam so gut wie möglich in ihn hineinversetzen kann.
- Eine fiktive Person, die eine Gruppe von Menschen vereint, die eine ähnliche Meinung vertreten und ähnliche Bedürfnisse haben
- Bilden unterschiedliche tatsächliche Lebensrealitäten ab
- Basieren auf den Ergebnissen aus dem Interview: Zitate, Motivationen, Bedürfnisse, Ängste, Wünsche...
- Ermöglicht nutzerzentriertes Denken im weiteren Prozess: Was würde xy dazu sagen? Würde ihr das gefallen?

Synthese

Persona Vorlage



Team Check-out

Team Check-out 10 Min



Sammeln
im Stillen

3 Min

Teilen

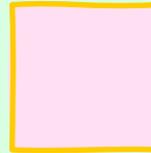
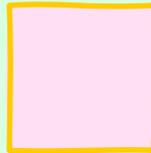
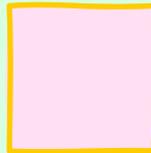
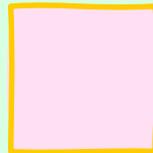
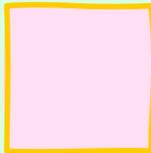
1 Min |
Pro Person

Austausch

3 Min

10 Min insgesamt

Was nimmst du mit?





Design Thinking Workshop

Tag 2

Team Check-in

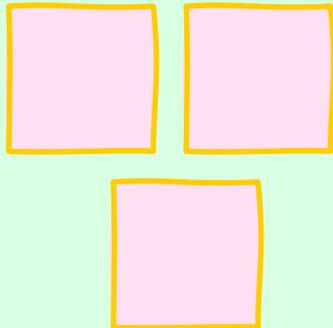


Sammeln auf Post-it 2 Min

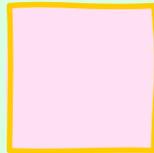
Teilen in der Gruppe 1 Min | Pro Person

8 Min Gesamt

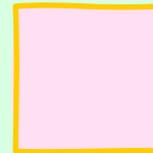
Wie geht es mir heute?



Meine Wünsche an das Team



Das würde ich heute gerne mitnehmen





Synthese

Stage 03

WKW Frage



Erstellen einer
neuen WKW Frage

10 Min

Wie können wir....

**Ergebnis ist eine neue,
definierte Aufgabenstellung mit
der ihr in die Ideation-Phase
geht!**

METHODEN-TEMPLATE:

WIE KÖNNEN WIR-FRAGE

Beachten Sie Folgendes bei der Formulierung von WKW-Fragen:

1. Eine gute Frage nennt eine präzise Zielgruppe. Mit Hilfe der Frage möchten wir uns eine Nutzerin so detailliert wie möglich vorstellen, das unterstützt die fokussierte Ideenentwicklung. Deshalb definieren wir die adressierte Zielgruppe präzise. Negativbeispiel: Wir können wir die ideale Lösung für alle Kunden entwickeln?

2. Eine gute Frage beschreibt ein nutzerzentriertes Problem und nicht dessen Lösung. Die Frage bietet eine größtmögliche Offenheit bei der Ideenentwicklung. Um die Ideenvielfalt zu fördern, vermeiden wir es bereits Lösungsansätze zu nennen oder suggestiv in eine bestimmte Richtung zu leiten. Negativbeispiel: Wie können wir das Problem mit Hilfe einer Smartphone-App lösen?

3. Eine gute nutzerzentrierte Frage verweist auf den entstehenden Mehrwert, der durch die Lösung für die Zielgruppe entsteht, und nicht für das Unternehmen. Oft basiert dieser Mehrwert auf einer echten Erkenntnis aus der Nutzerrecherche. Negativbeispiel: Wie können wir mehr Produkte an unsere Zielgruppe verkaufen, so dass der Umsatz steigt?

Wie können wir

1. Ergänzen Sie präzise die adressierte Zielgruppe bzw. den/die Nutzer*in der Lösung.

dabei unterstützen / sensibilisieren / helfen

2. Wählen oder ergänzen Sie ein passendes Verb und die Herausforderung. Gehen Sie auch auf die Situation ein, in der diese Herausforderung auftritt.

, so dass

3. Ergänzen Sie den Mehrwert, der durch die Lösung für die Zielgruppe entsteht. Bauen Sie auf einer Erkenntnis aus der Nutzerrecherche auf.

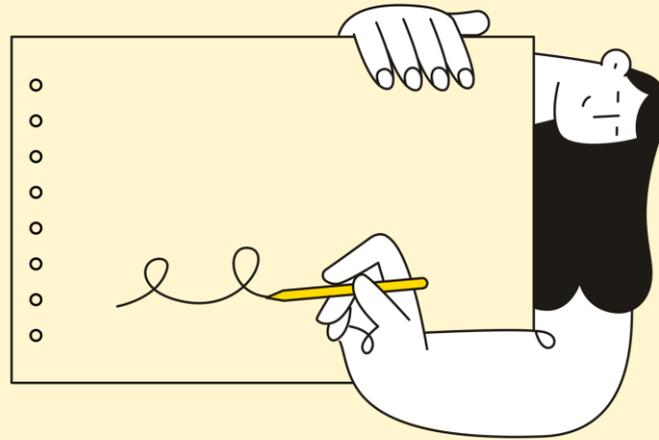
?

Beispiel:

Wie können wir Touristen ohne Deutschkenntnisse dabei unterstützen beim Berlin-Besuch den Öffentlichen Nahverkehr zu nutzen, sodass sie die passende Fahrkarte für Ihren Aufenthalt auswählen, und so weniger Probleme bei der Nutzung (z.B. Fahrkartenkontrolle) auftreten?

Präsentieren

5 Min/Gruppe





Ideenfindung

Stage 04

Silent Brainstorming & Ideenblume



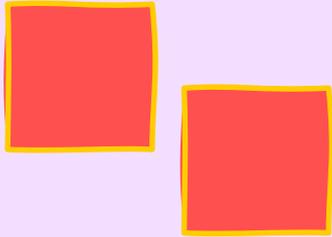
Stilles Brainstroming	12 Min
Ideen wählen	5 Min
Ideenblume	10 Min
Ideen wählen	5 Min

1. Silent Brainstorming



Stilles Brainstroming **3 Min**
Teilen & Austausch **9 Min**

12 Min insgesamt



2. Auswählen

3 Favoriten-Ideen wählen via vbd, in Ideenblumenfeld ziehen und darauf weitere Ideen/ Details / Element aufbauen

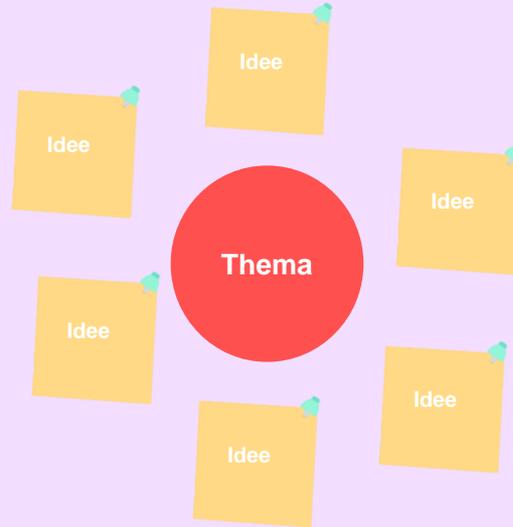
5 Min

3. Ideenblume



Gemeinsam weitere Ideen generieren

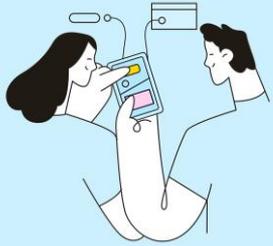
10 Min



4. Auswählen

Favoriten-Idee wählen via vbd
5 Min

Zielgruppe: Junior (ÜN) & Senior (ÜG), die in den Nachfolgeprozess eingestiegen und im Handwerk tätig sind



Prototyping

Stage 05

Prototyp entwickeln



Prototypen
entwickeln

40 Min Gesamt

1. Individuellen Prototypen



Individuellen
Prototypen
überlegen &
skizzieren

5 Min

2. Individuellen Prototypen vorstellen, mit „Ja, und...“ - Runde



Individuellen
Prototypen
vorstellen

2 Min | Pro
Person

3. Gemeinsame Ideenserviette ausfüllen & Prototypen bauen



Ideenserviette
ausfüllen &
Prototypen
bauen

25 Min

**Wie würde eure
Idee für dich
aussehen/
funktionieren?
FOKUS AUF
KERNFUNKTION!**

Prototyping

Stage 05

Prototyp entwickeln - Ideenserviette



Name der Idee

Kurzbeschreibung

Zugrunde Erkenntnis (auf welcher Einsicht über die Nutzerin basiert die Idee)

Wertversprechen (Wert der Idee für den Nutzer)

Das WOW (Was begeistert den Nutzer besonders?)

Lebendige Präsentation

vorbereiten



Präsentation
vorbereiten

10 Min

Struktur

- Design Challenge
- Persona
- WKW Frage
- Vorstellung eures Prototyps/Lösung in mitnehmender Form

• ...

Präsentation

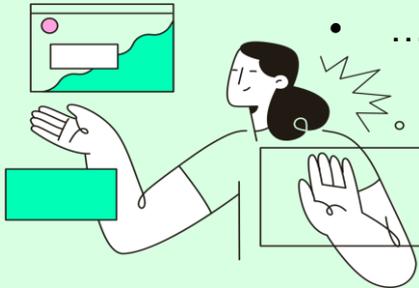
6 Min

Feedback

3 Min

9 Min

insgesamt





Testen

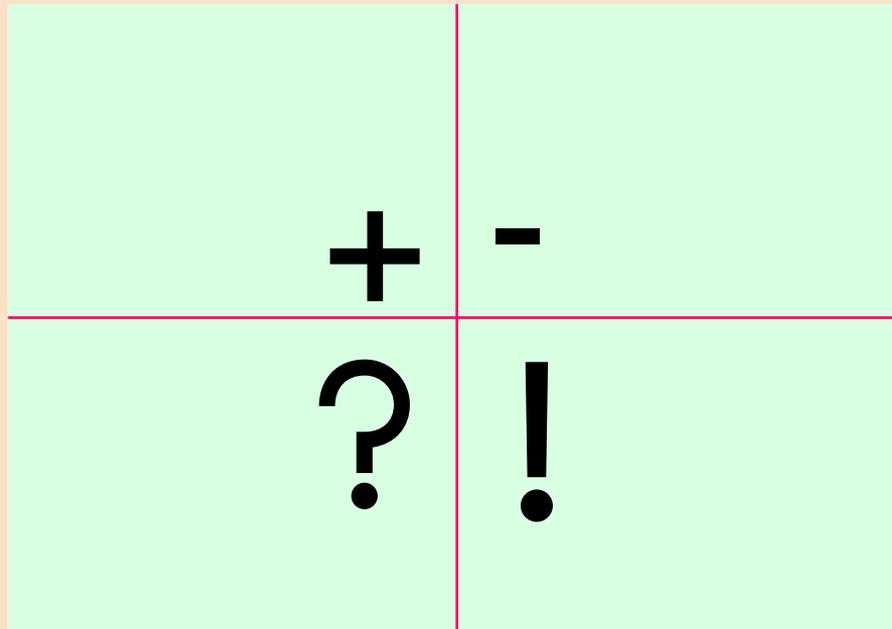
Stage 06

Feedback Matrix



Feedback
unpackaging

10 Min





Präsentation
Feedback

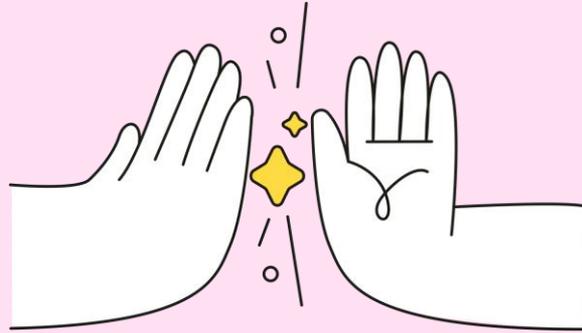
5 Min

3 Min

8 Min
insgesamt

Präsentation

Zeige deine Ergebnisse!



Team Check-out

Team Check-out I



Reflektieren &
Kurve malen

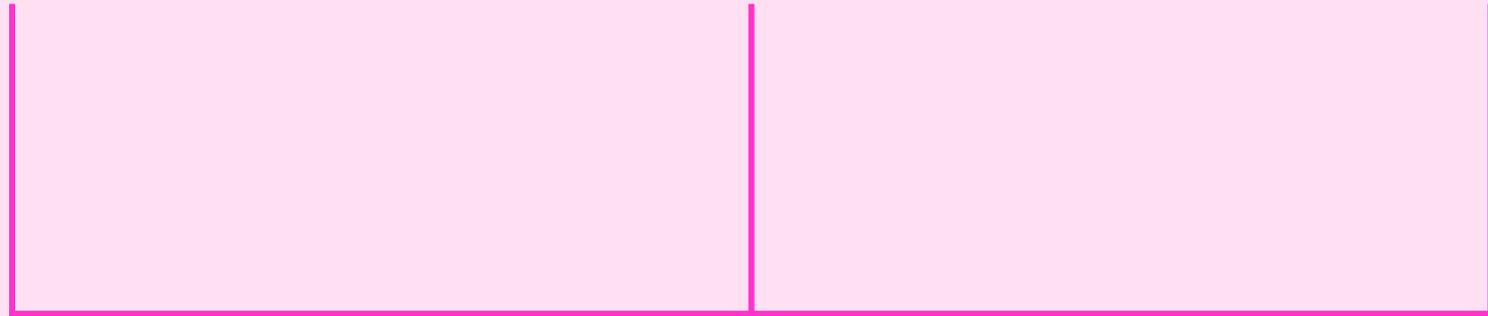
2 Min

2 Min Gesamt

Meine Stimmung (-skurve)

- Highs
- Lows

Stimmung



TAG 1

TAG 2

Zeitverlauf

Team Check-out II



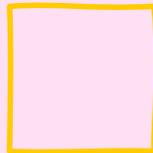
Reflektieren im
Stillen 1 Min

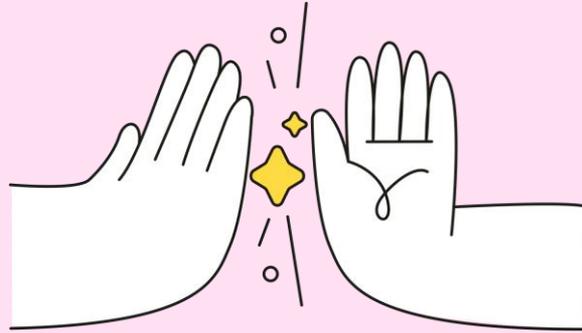
Teilen 1 Min/Person

Austausch 3 Min

8 Min Gesamt

An unserer
Teamzusammenarbeit
mochte ich besonders,
dass...





Congratulations!