

**BY LINA &  
CAMILLA**



# Design Thinking

*all rights reserved:*

© Präsi by Lina Ewert &  
Camilla Rackelmann

# Das sind wir...



**Lina Ewert**

(she/her)

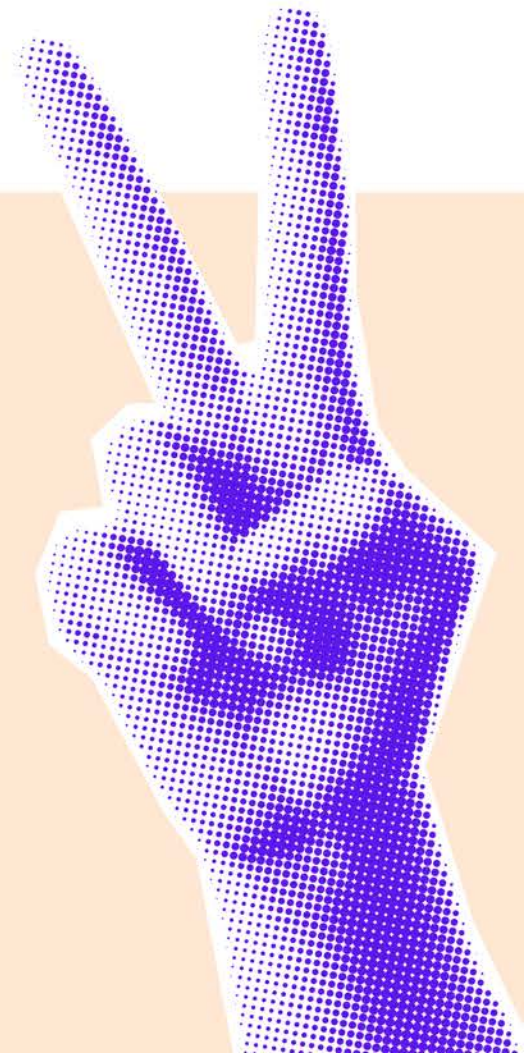
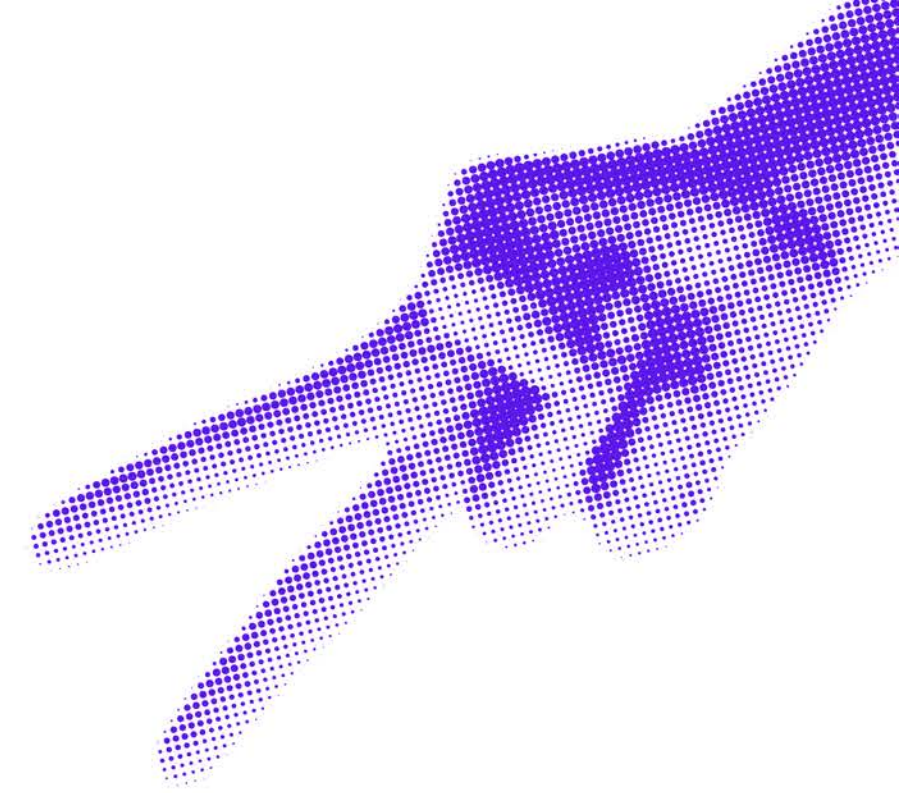
User Research +  
Service Design



**Camilla Rackelmann**

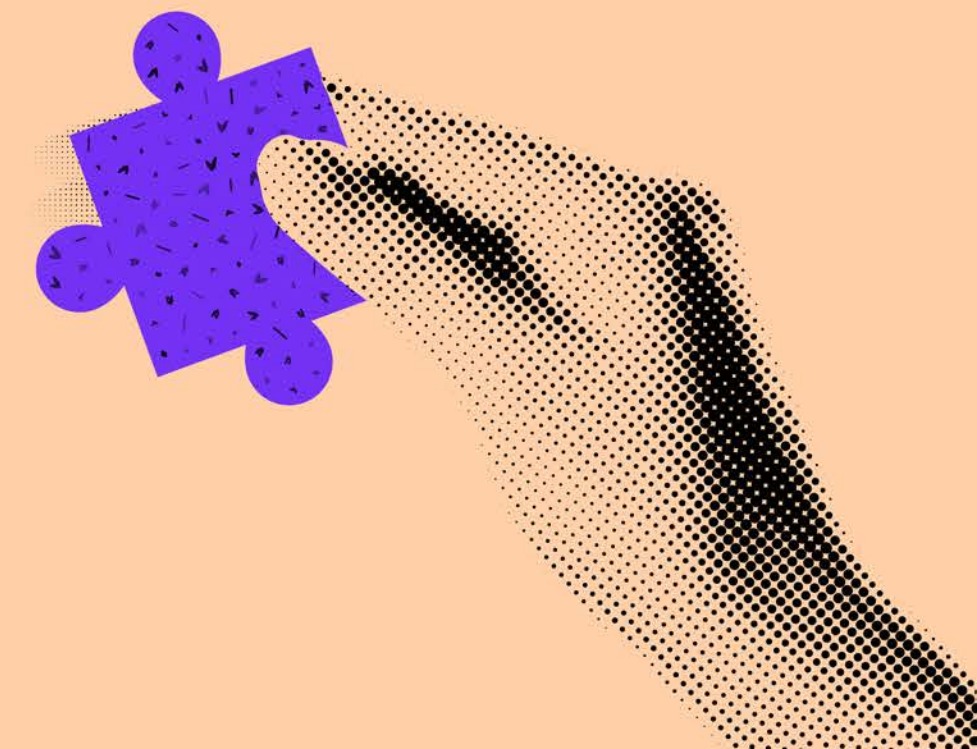
(she/her)

Kommunikationsdesign +  
Transformationsdesign

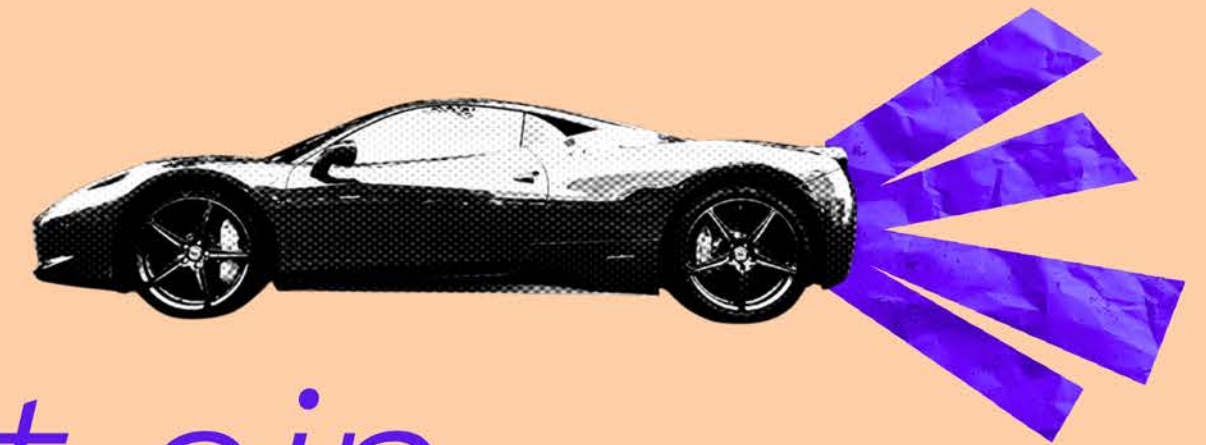


# Agenda

- |                    |                                 |
|--------------------|---------------------------------|
| <b>9:30-10:40</b>  | <b>Intro + Team Building</b>    |
| <b>10:40-11:15</b> | <b>Empathize</b>                |
| <i>11:15-11:30</i> | <i>Kaffeepause</i>              |
| <b>11:30-12:30</b> | <b>Observe</b>                  |
| <i>12:30-13:30</i> | <i>Mittagspause</i>             |
| <b>13:30-14:10</b> | <b>Define</b>                   |
| <b>14:10-14:40</b> | <b>Ideate</b>                   |
| <i>14:40-14:55</i> | <i>Kaffeepause</i>              |
| <b>14:55-15:50</b> | <b>Prototyping</b>              |
| <b>15:50-16:30</b> | <b>Gallery Walk + Abschluss</b> |



# Be aware!



*Dies ist ein*  
**Fast Track.**



# Warm-up

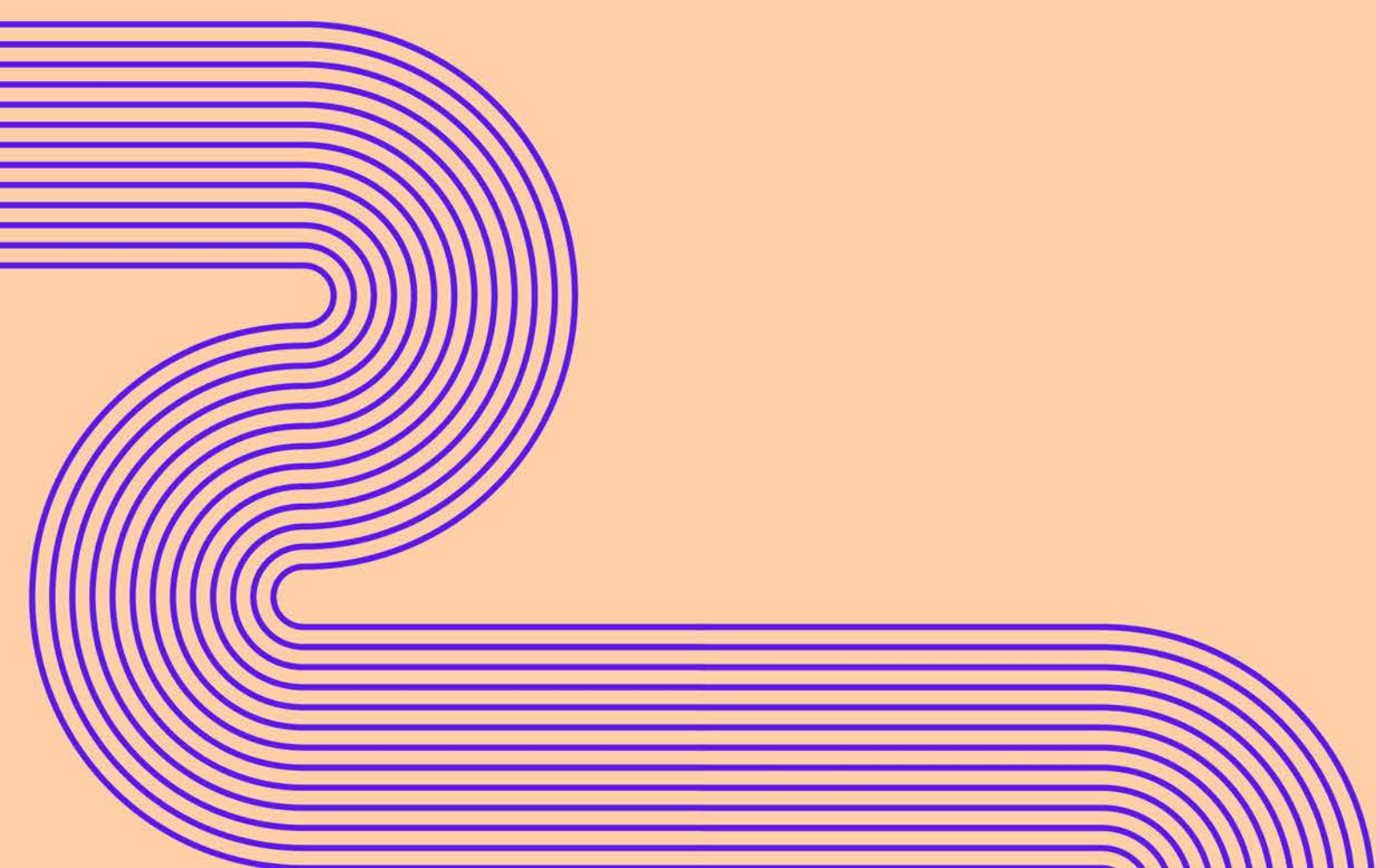
**Kartesisches Profil**

*Welcome to*

**Human**

**Centered**

**Design**



# Was ist Human Centered Design?

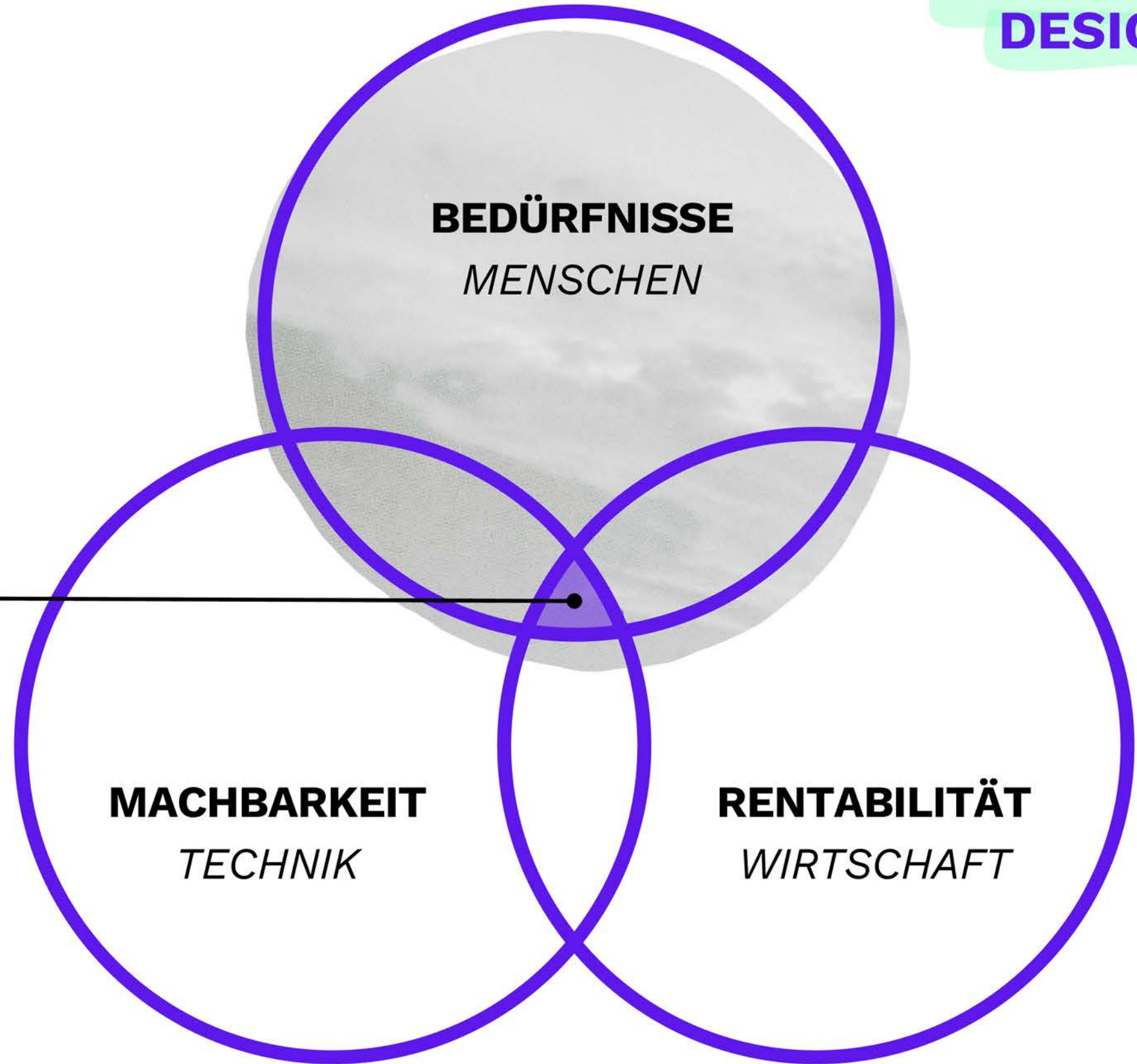
- Fokus auf Menschen und Lebenswelten
- Einbezug von Menschen und dessen Bedürfnisse in den gesamten Prozess
- Es gibt auch »Planet-Centric Design«



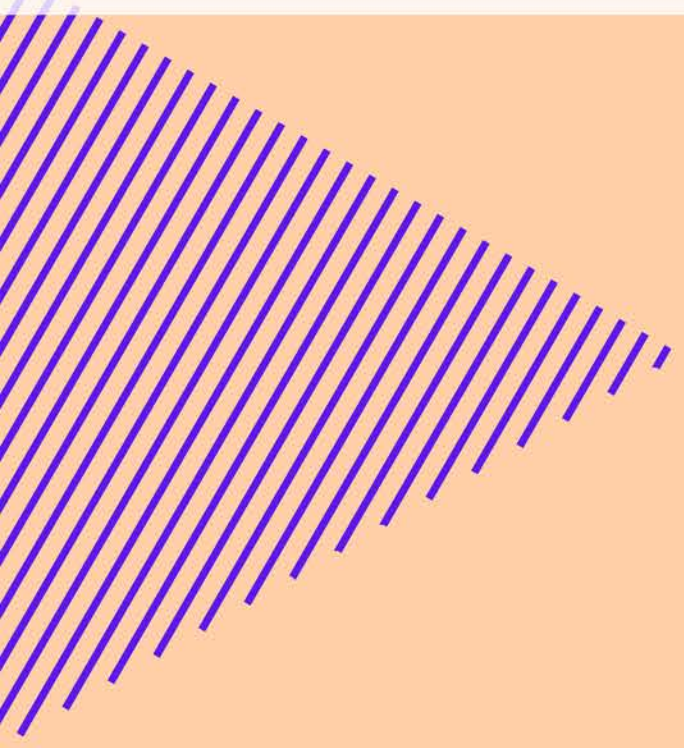
# Treiber von Innovation

*INNOVATION*

---







*Intro to*

**Design**

**Thinking**

# Was ist Design Thinking?

- Kreativitätsmethode, Arbeitsweise, Mindset
- Entwickelt nutzer\*innenzentrierte Lösungen
- Fördert Experimentieren und Scheitern

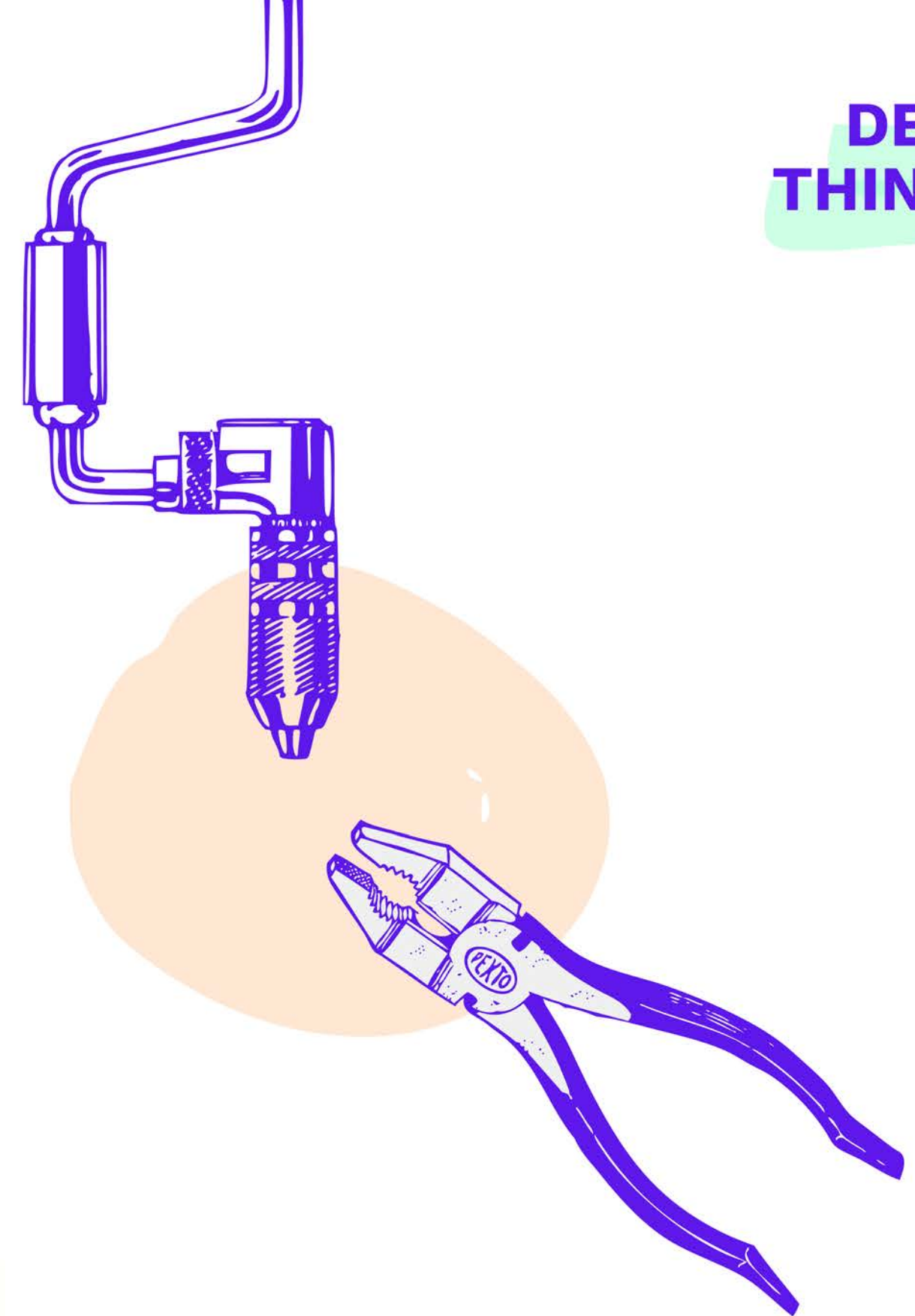


# Was ist Design Thinking?

*≠ Design*

# Eure Tools

- Check-ins + Check-Outs
- Warm-ups
- Team-Vertrag
- ...



**DESIGN  
THINKING**

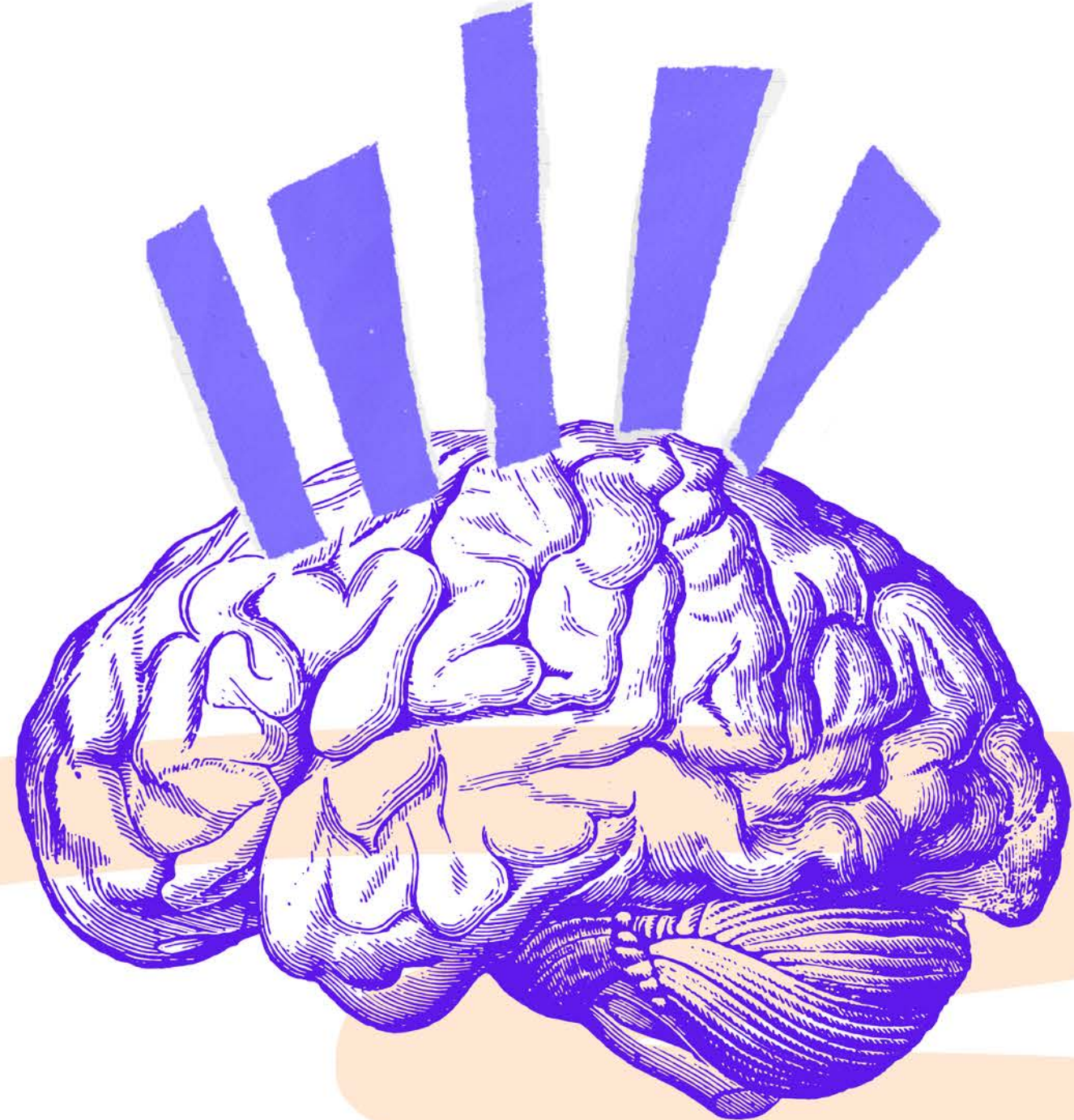
# Mindset

## DESIGN THINKING

**MAKER MINDSET**

**MEHRDEUTIGKEIT AKZEPTIEREN**

**ITERATE, ITERATE, ITERATE!**



**LEARN FROM FAILURE**

**OPTIMISMUS**

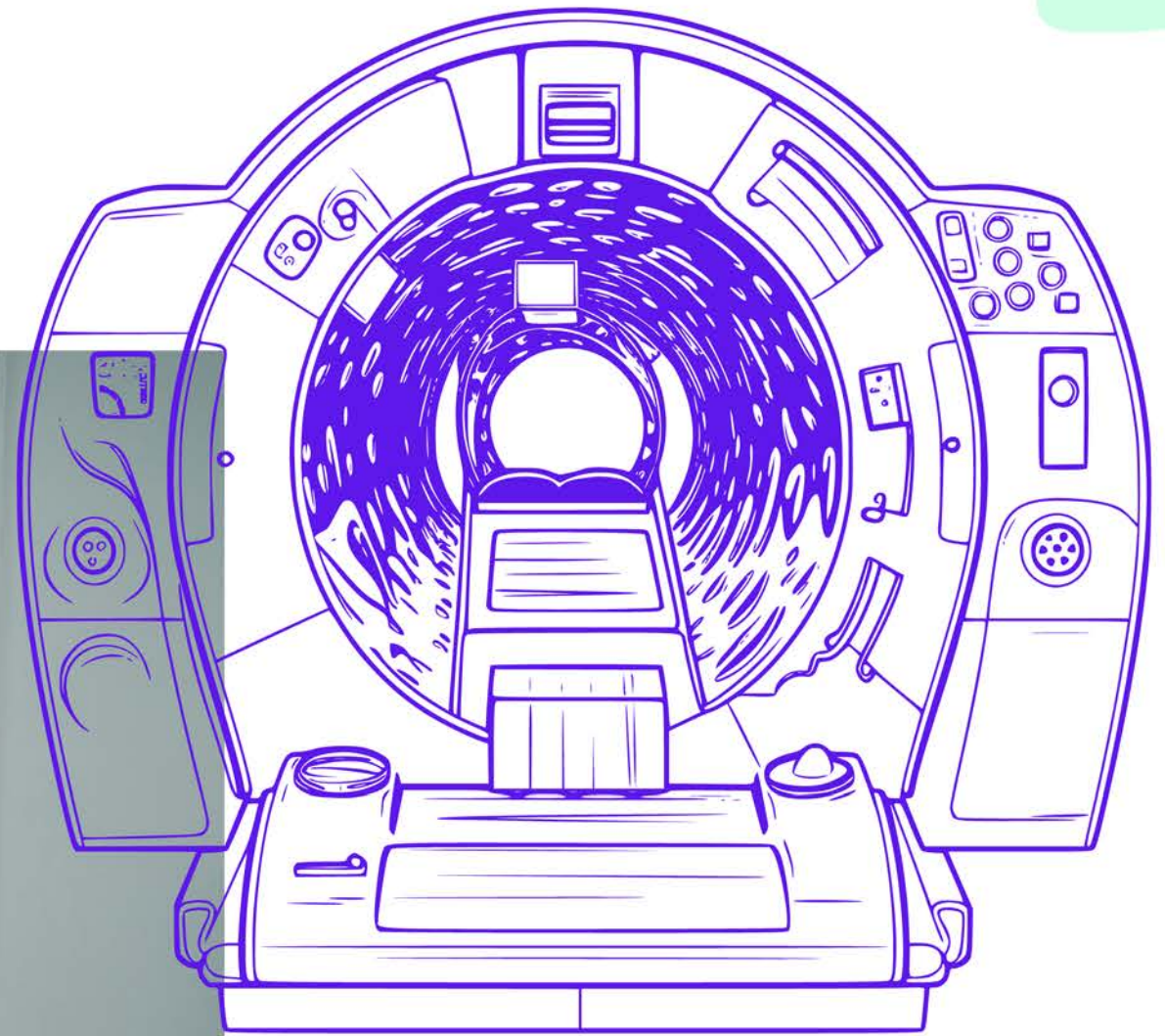
**EMPATHIE**

**CREATIVE CONFIDENCE**

# Case Study



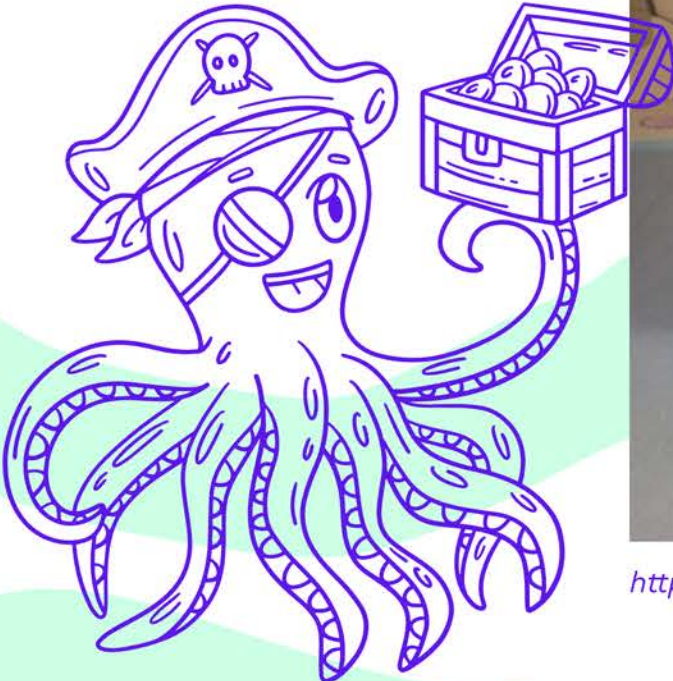
→ **MRT-Gerät**





# MRT-Gerät

**DESIGN  
THINKING**



[https://4.bp.blogspot.com/-q\\_ORy5XAm84/UmaHWc2dQoI/AAAAAAAAAajgo/RQAZwibebfA/s1600/pirate+mri.jpg](https://4.bp.blogspot.com/-q_ORy5XAm84/UmaHWc2dQoI/AAAAAAAAAajgo/RQAZwibebfA/s1600/pirate+mri.jpg)



# Weitere Beispiele

## **The MRI Adventure (IDEO )**

<https://www.ideo.com/blogs/inspiration/from-design-thinking-to-creative-confidence>, 28.03.2023

## **Embrace (Baby-Schlafsack)**

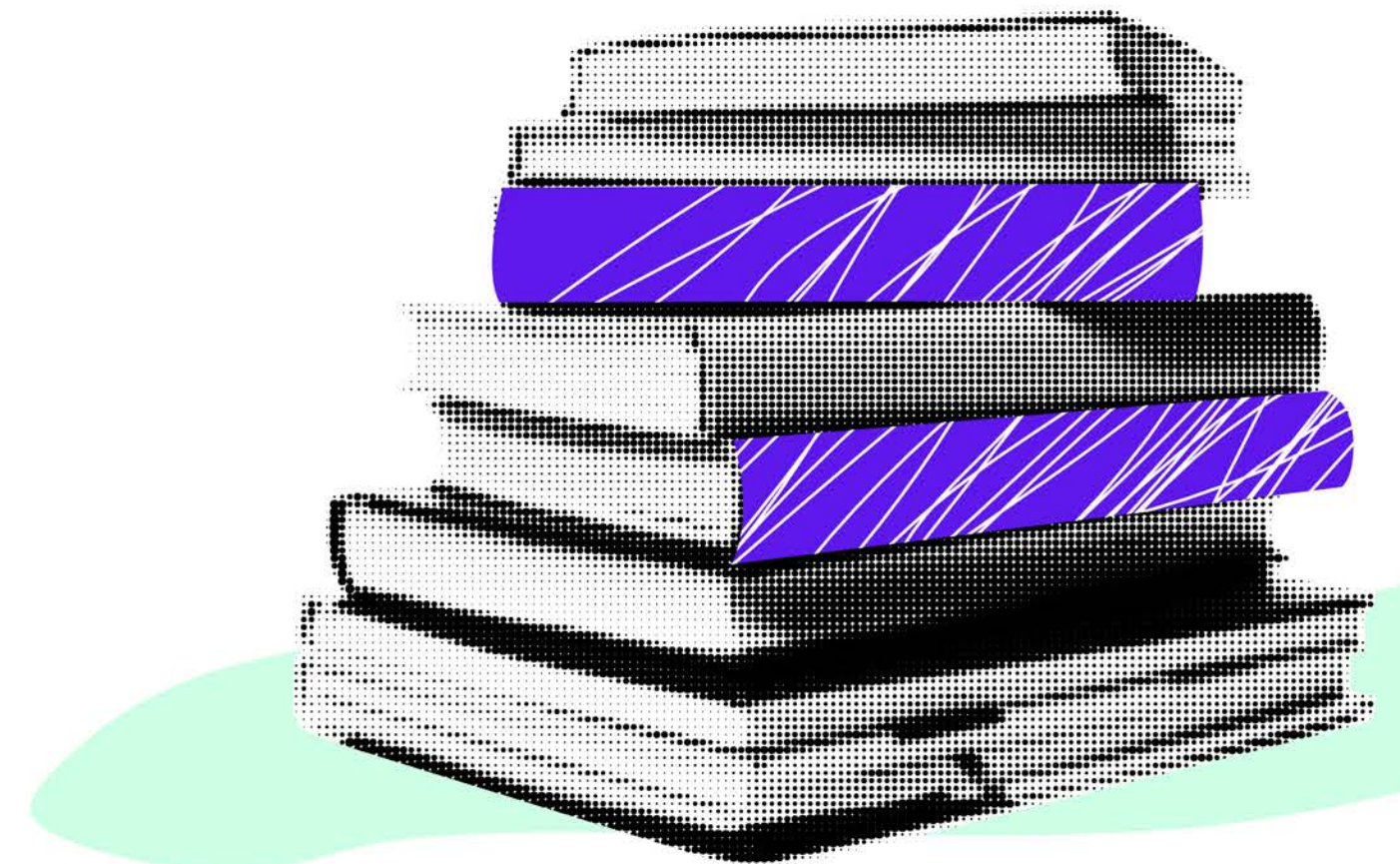
[https://www.ted.com/talks/jane\\_chen\\_a\\_warm\\_embrace\\_that\\_saves\\_lives](https://www.ted.com/talks/jane_chen_a_warm_embrace_that_saves_lives), 28.03.2023

## **Design Thinking für Produkte und Services (11 Beispiele)**

<https://www.ideo.com/blogs/inspiration/11-products-made-using-design-thinking>, 20.04.2023

## **Design Thinking in Organisationen (8 Beispiele)**

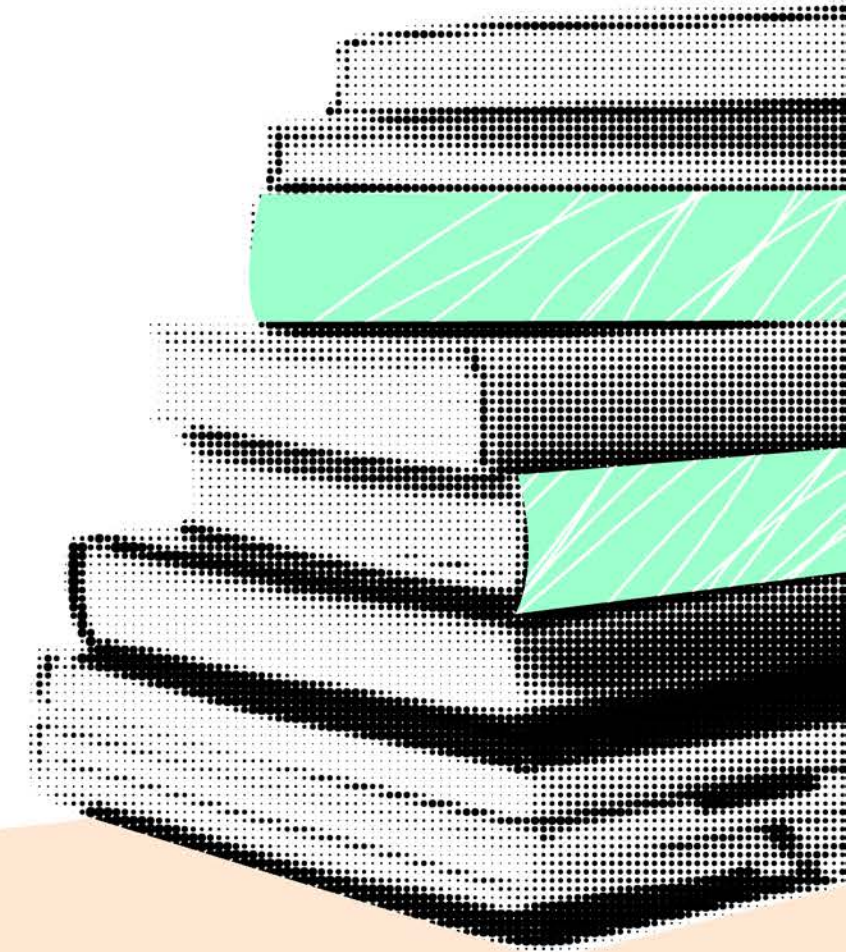
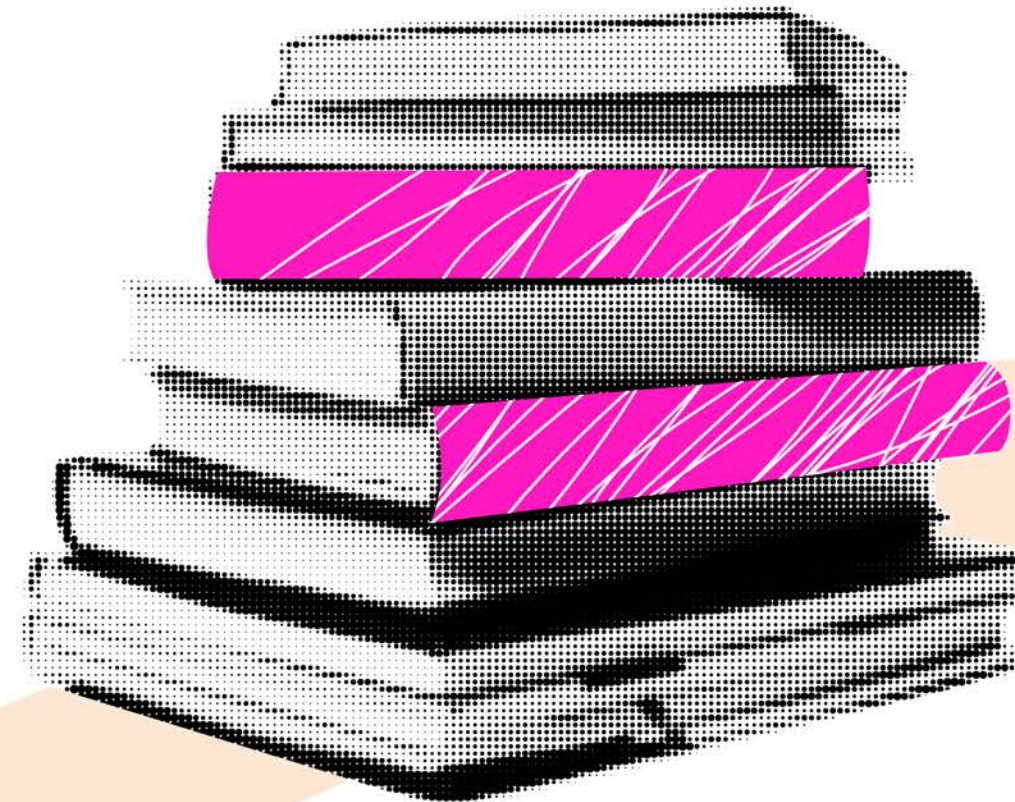
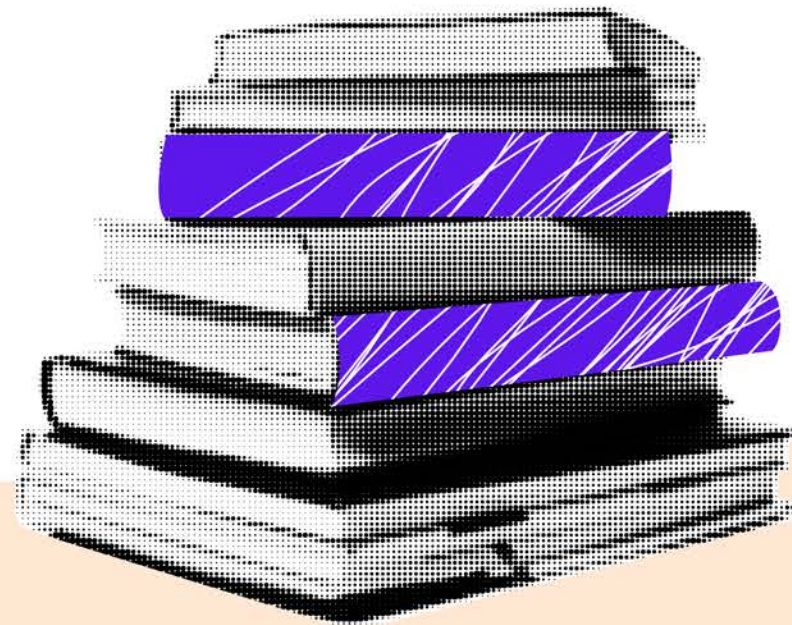
<https://www.ideo.com/blogs/inspiration/8-ideo-u-learners-using-design-thinking-to-transform-their-organizations>, 20.04.2023



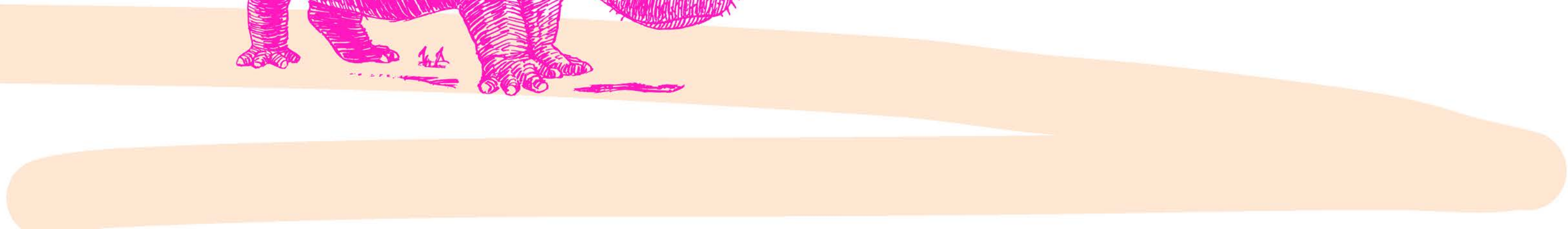
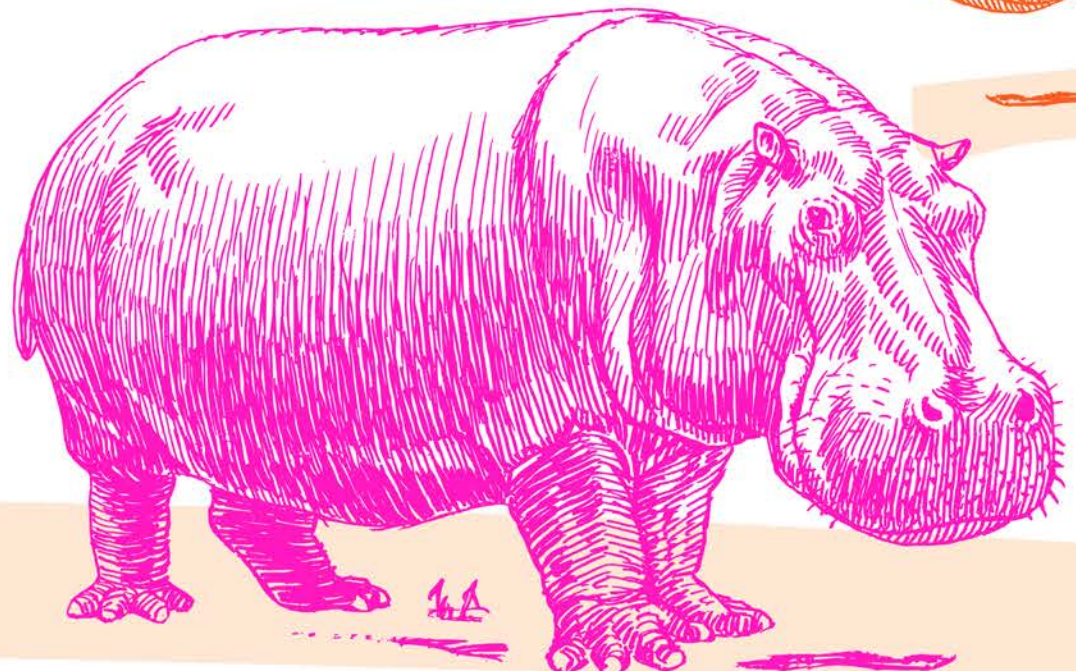
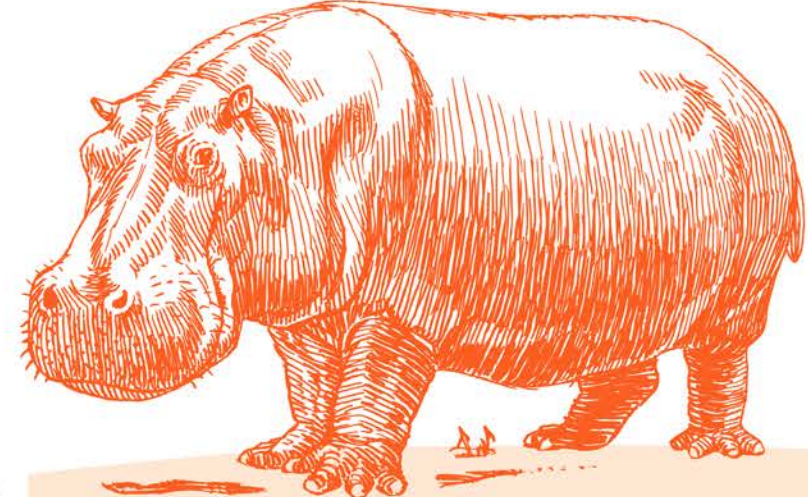
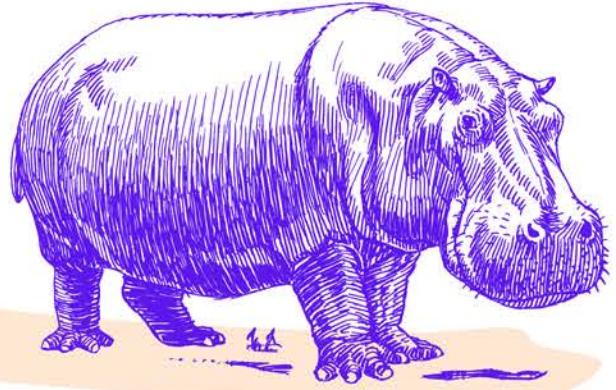
# 3 Pfeiler des Design Thinking



- 1 | Das Team
- 2 | Der Raum
- 3 | Der Prozess

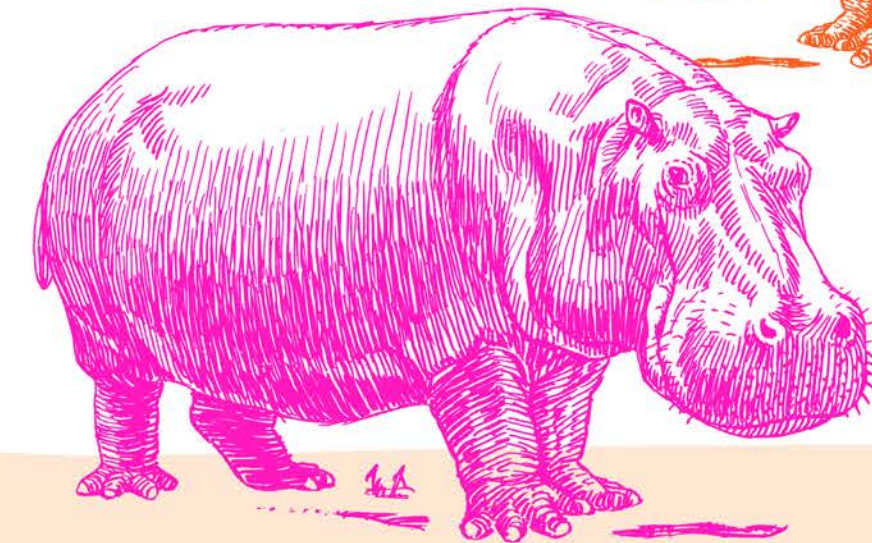
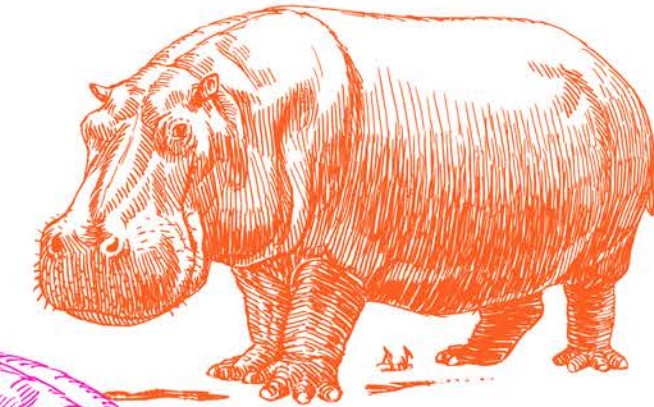
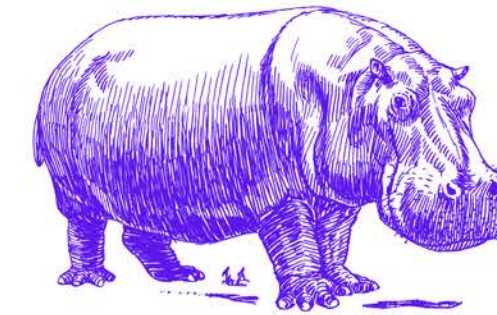


→ **1 | Das Team**



# Team-Anforderungen

- **Interdisziplinarität & Heterogenität !**
- **Hands-on** Mentalität
- Wertschätzende **Fehlerkultur**
- Eure Meinung zählt
- Ihr tragt **inhaltliche Verantwortung**
- Schlüpft immer wieder in die **Nutzer\*innenperspektive**
- Ihr seid **selbstorganisiert** mit klaren Rollen



# Teamrollen



**FACILITATOR**



**TIME  
KEEPER**



**FOCUS  
KEEPER**

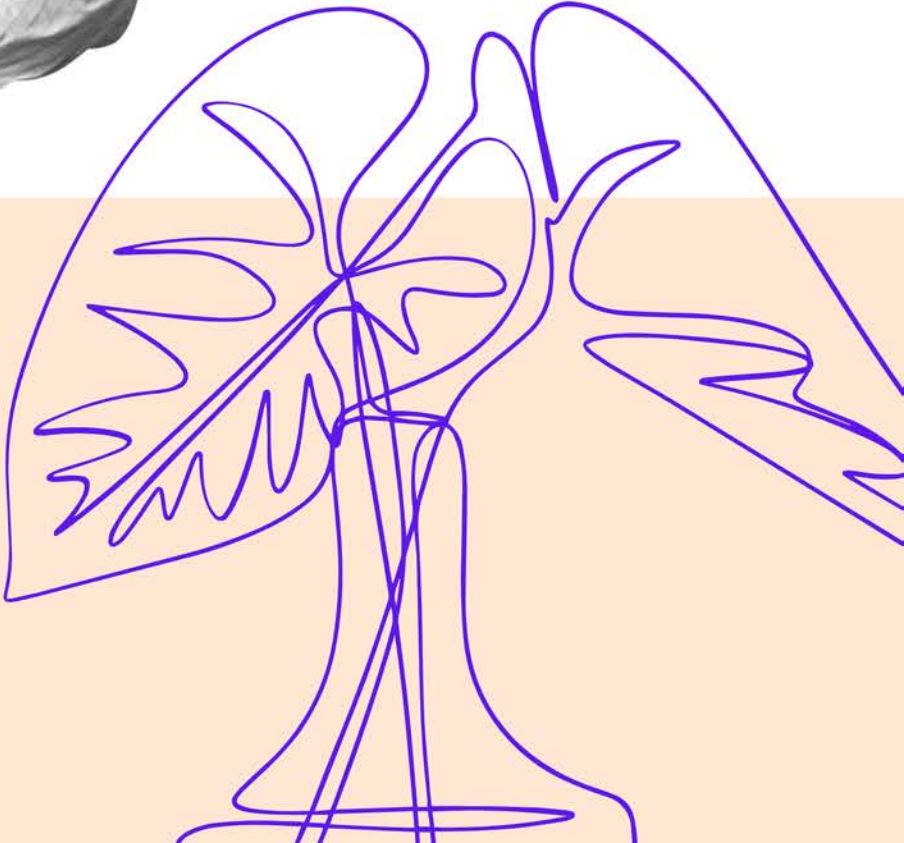
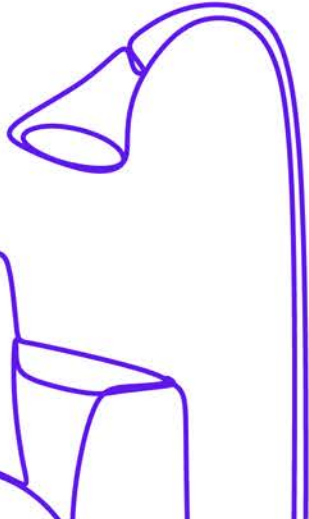
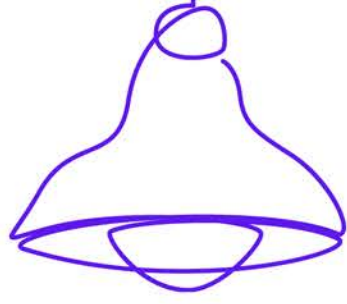
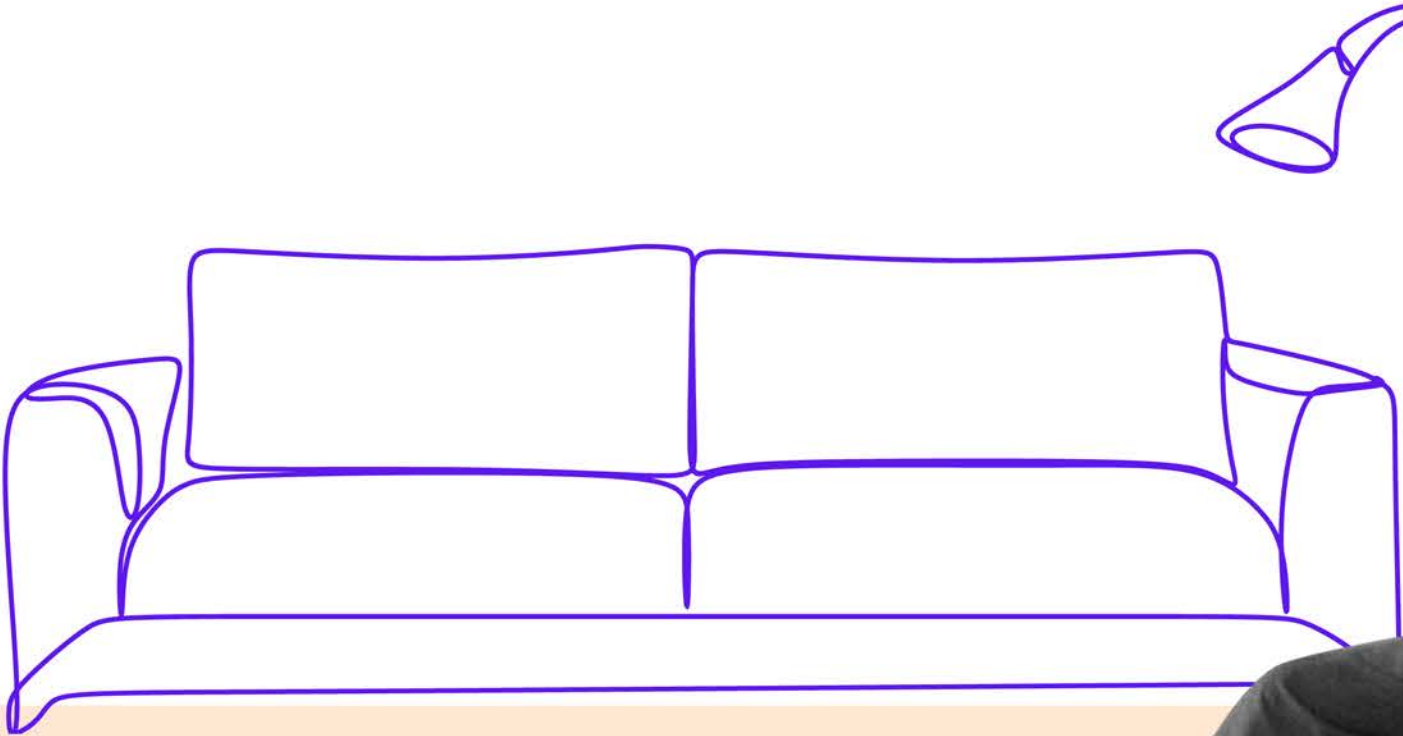
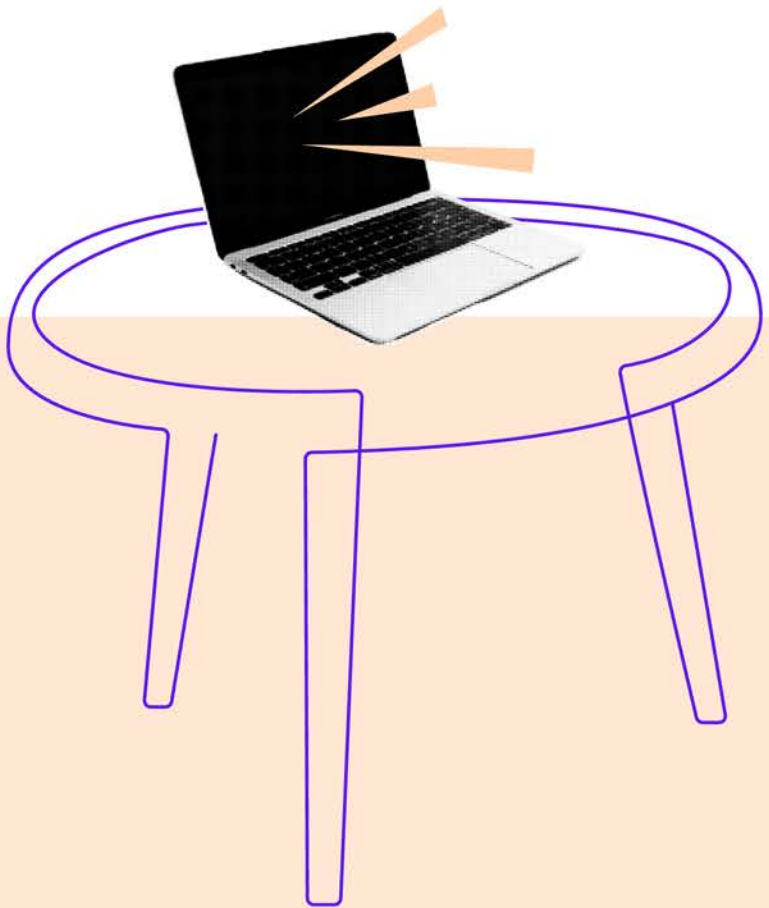


**FEEL GOOD  
MANAGER**



**DOCUMENTATOR**

→ **2 | Der Raum**



# Raum-Anforderungen

Kreativität fördern durch  
**Flexibilität**

Anpassung an Bedürfnisse  
des kreativen Zusammen-  
arbeitens in verschiedenen  
Phasen



System 180

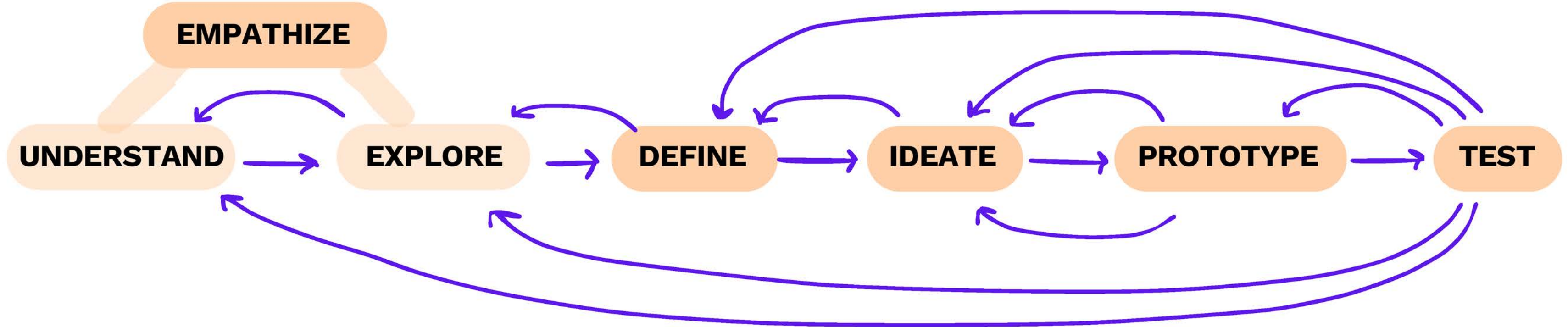
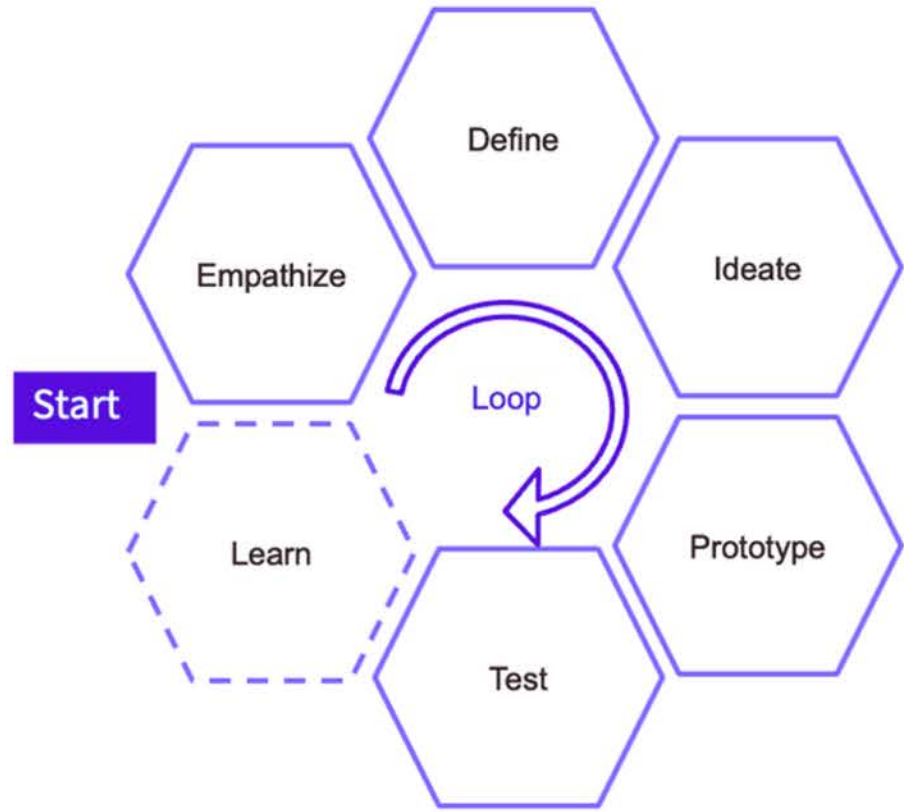


→ **3 | Der Prozess**

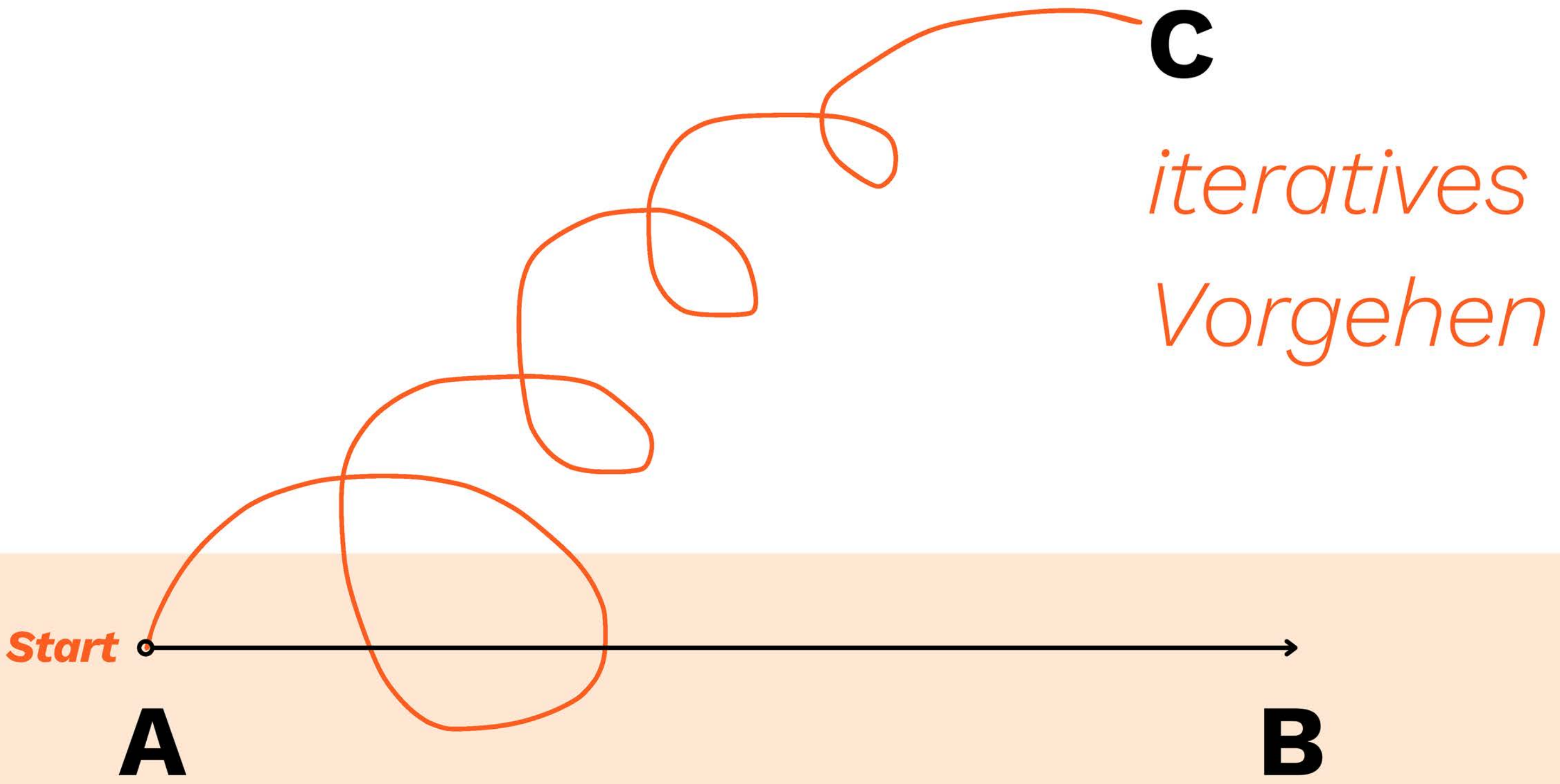
*Alles nur*  
**eine Phase...?**



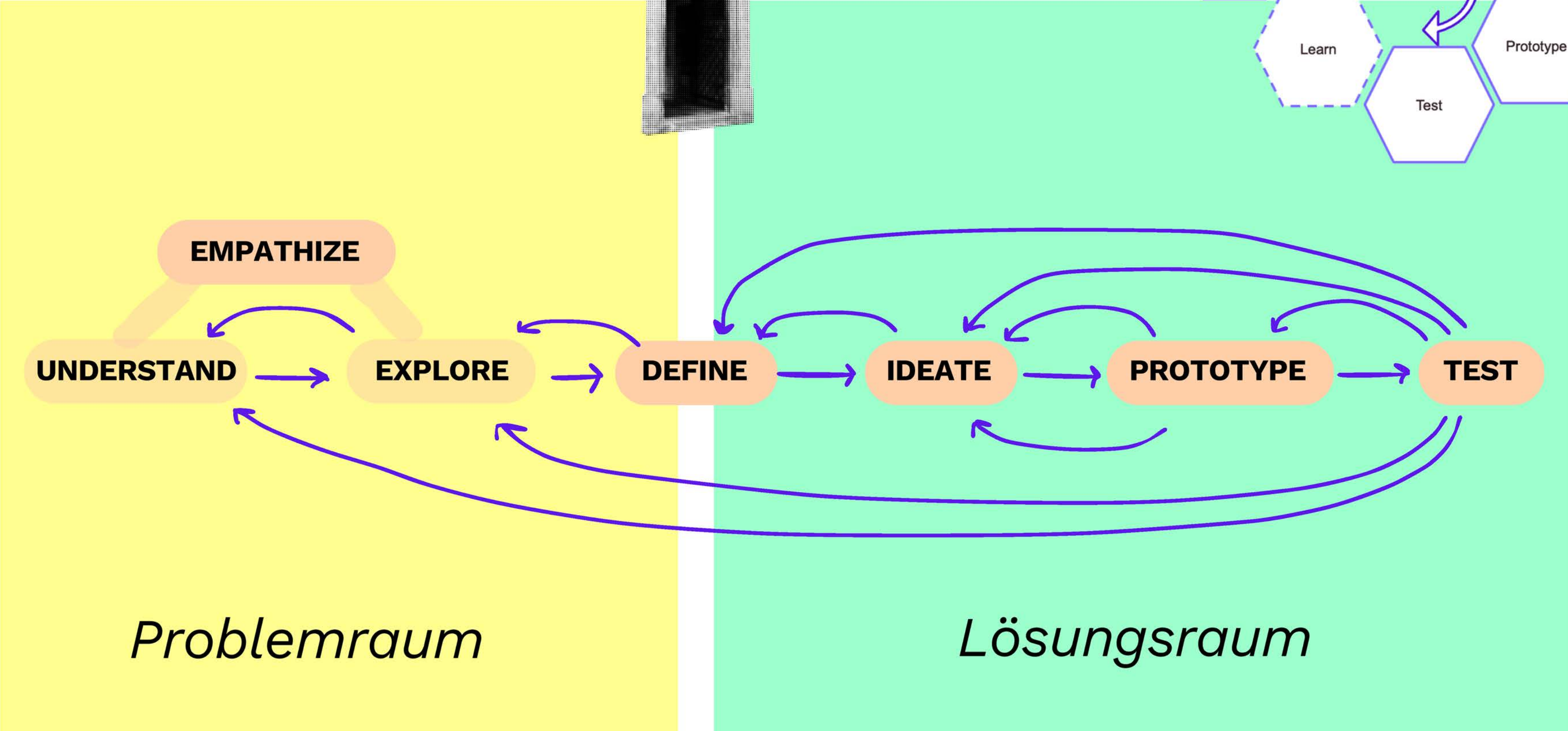
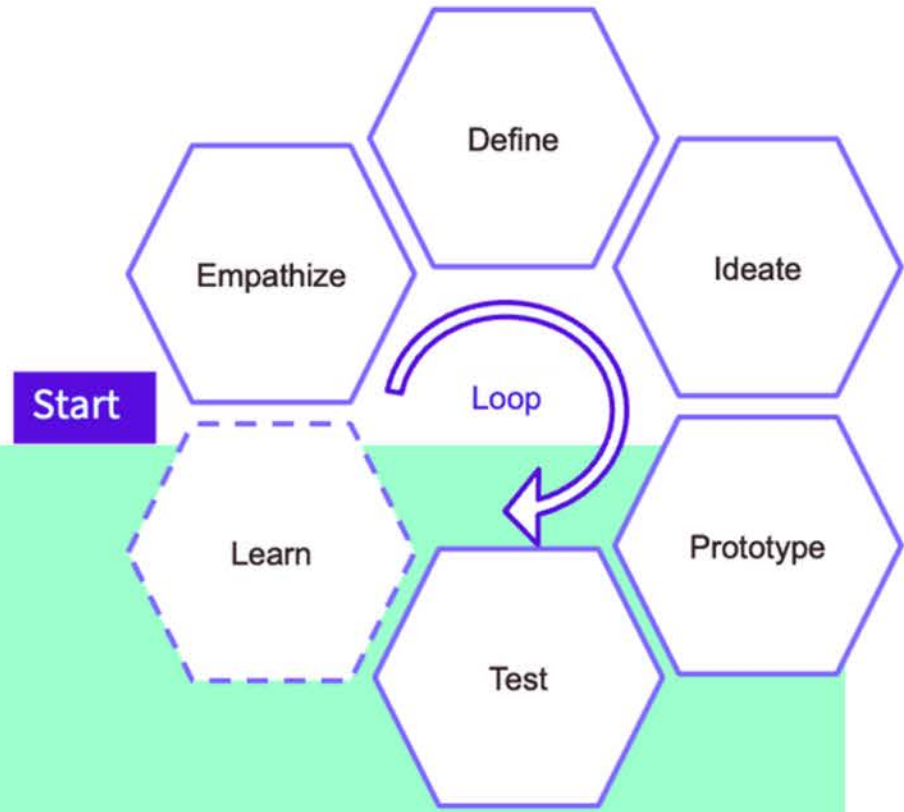
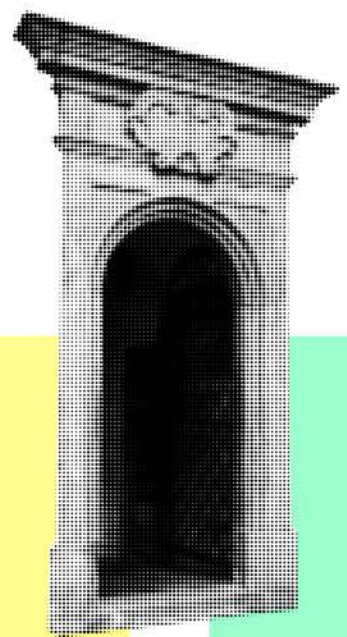
# Prozess



# Prozess



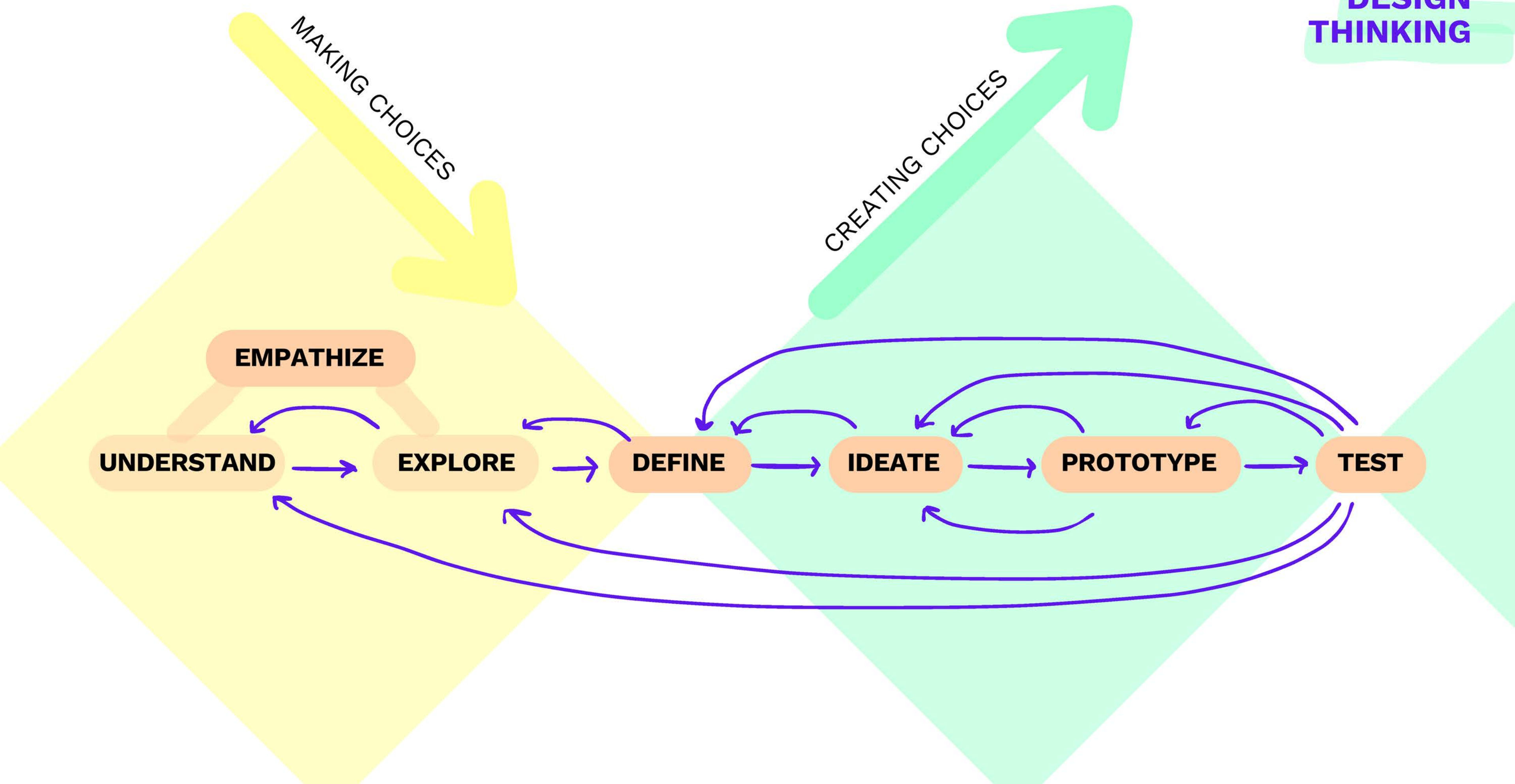
# Prozess



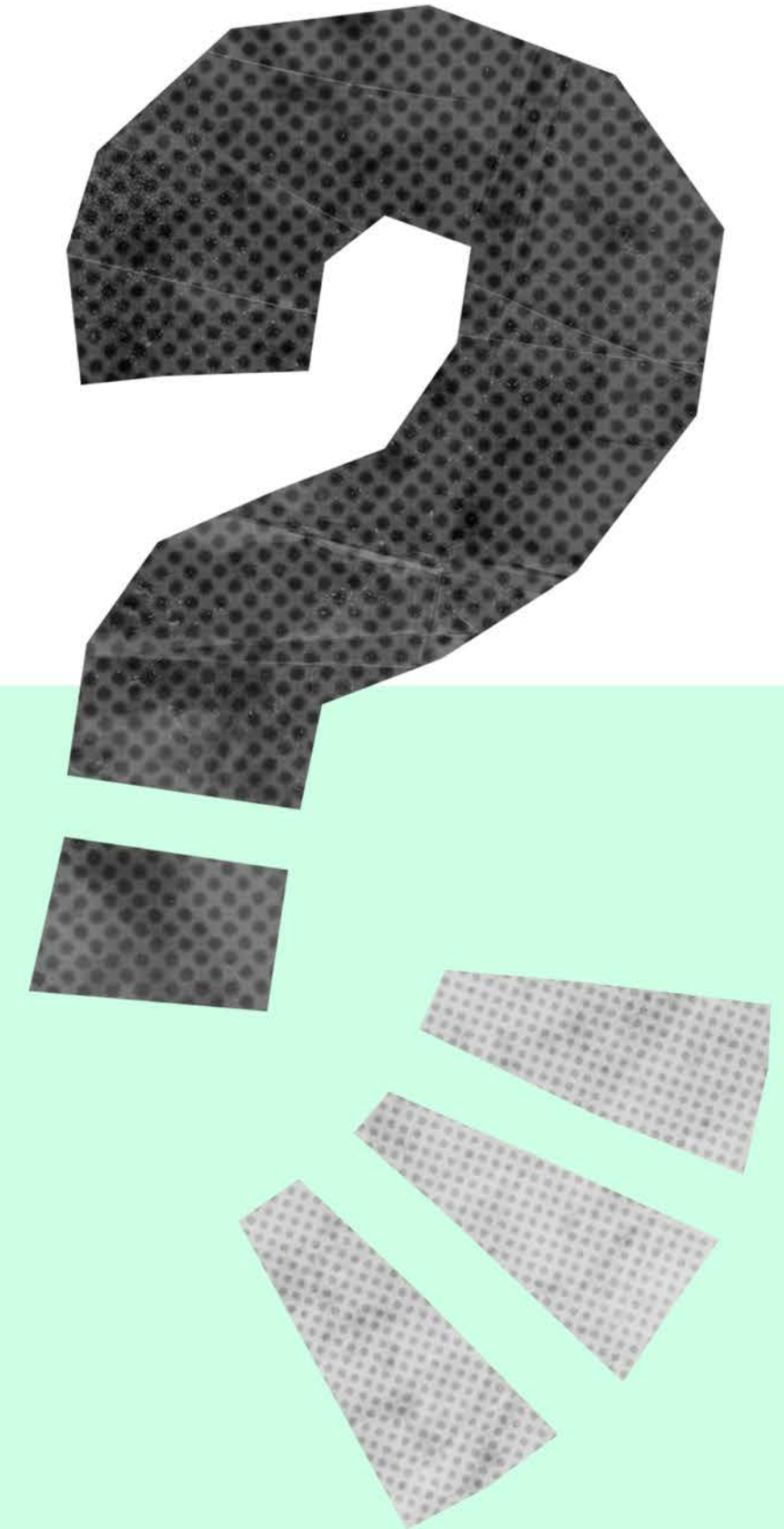
*Problemraum*

*Lösungsraum*

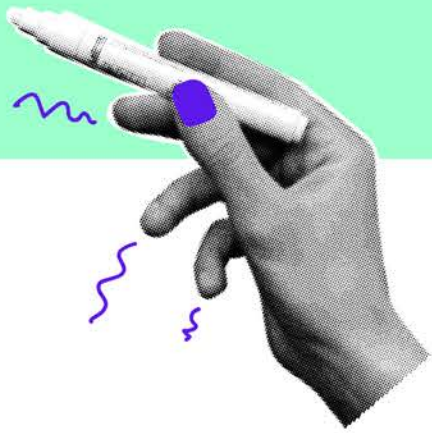
# DESIGN THINKING



**Habt ihr bis hier hin  
Fragen?**



# Team Building Check-in



**15 min**

## To Do

- 1.** Kurze Check-in-Runde:  
*Was hält dich davon ab zu 100% zu hier zu sein?*
- 2.** Legt die Team-Rollen fest. Schneidet hierfür die Buttons aus und klebt sie euch, entsprechend eurer Rolle, gut sichtbar an die Kleidung.
- 3.** [Wenn noch Zeit ist] Legt ein Team-Namen fest und entwerft im Schnelldurchgang ein Logo.

## Legt Team-Rollen fest.

**Facilitator:** Du achtest darauf, dass alle zu Wort kommen und eure Teamarbeit strukturiert abläuft.

**Time Keeper:** Du hast die Zeit im Blick und achtest darauf, dass die Zeitslots eingehalten werden.

**Focus Keeper:** Du achtest darauf, dass ihr beim Thema bleibt und euch nicht in Diskussionen verliert.

**Feel Good Manager:** Du achtest darauf, dass niemand auf der Strecke bleibt und setzt dich bei Bedarf für Pausen ein.

**Documentator:** Bei dir geht nichts verloren. Du achtest darauf, dass alle wichtigen Arbeitsschritte festgehalten werden.



**FACILITATOR**

**Facilitator**



**TIME  
KEEPER**

**Time Keeper**



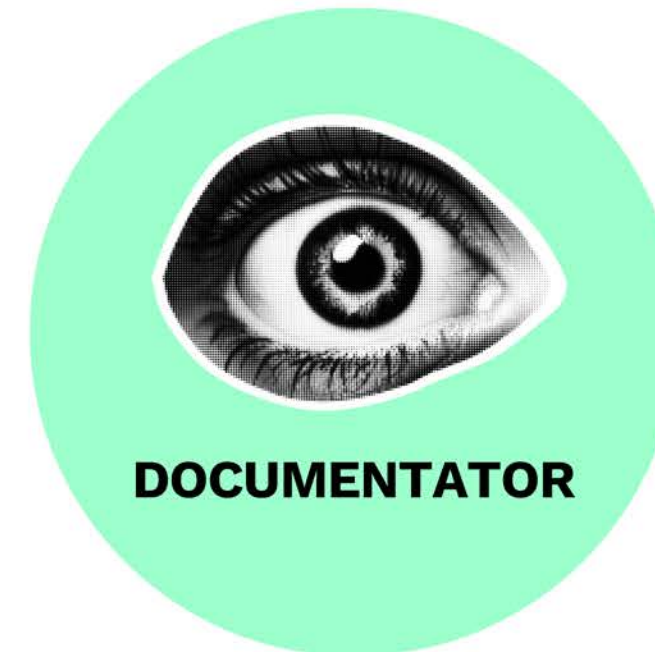
**FOCUS  
KEEPER**

**Focus Keeper**



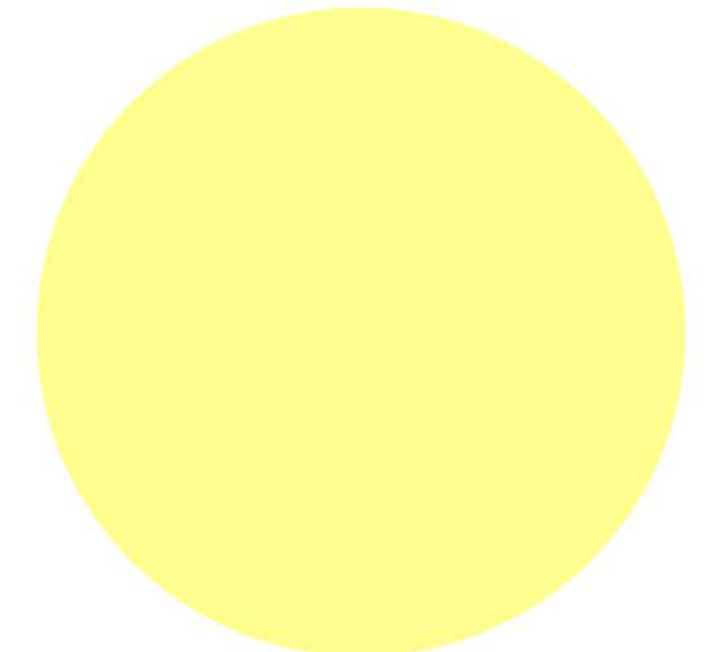
**FEEL GOOD  
MANAGER**

**Feel Good Manager**



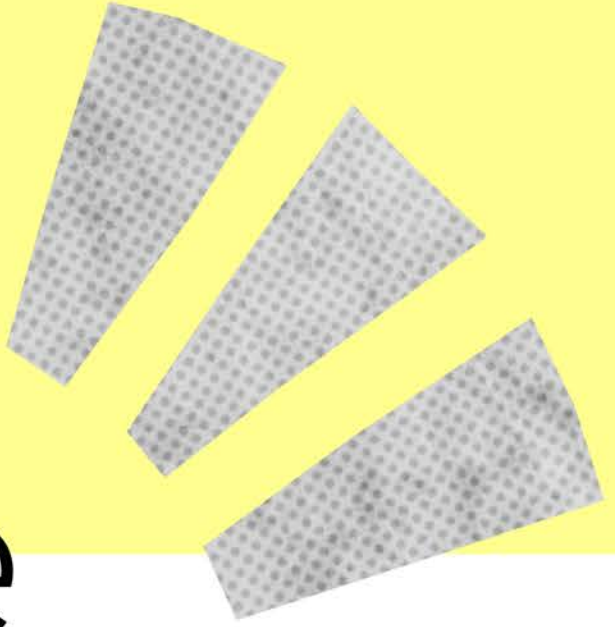
**DOCUMENTATOR**

**Documentator**



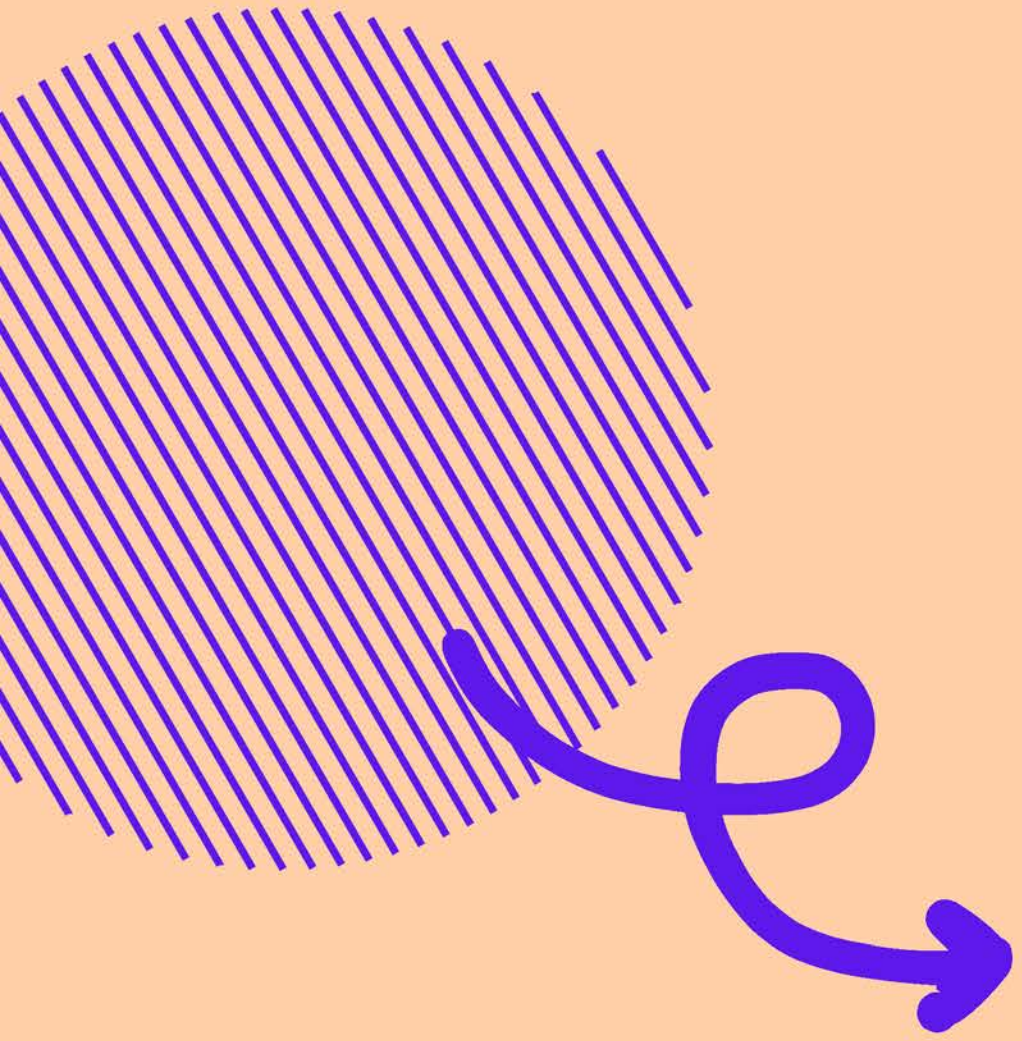
**XXX**

# Challenge



*Gestalte die*  
**Geschenke-**  
**Schenk-**  
**Erfahrung** *neu.*

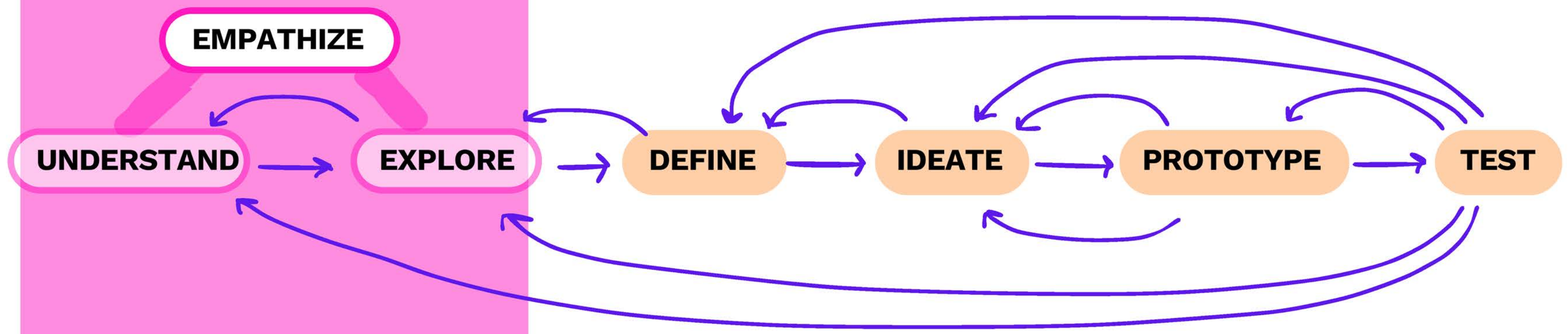




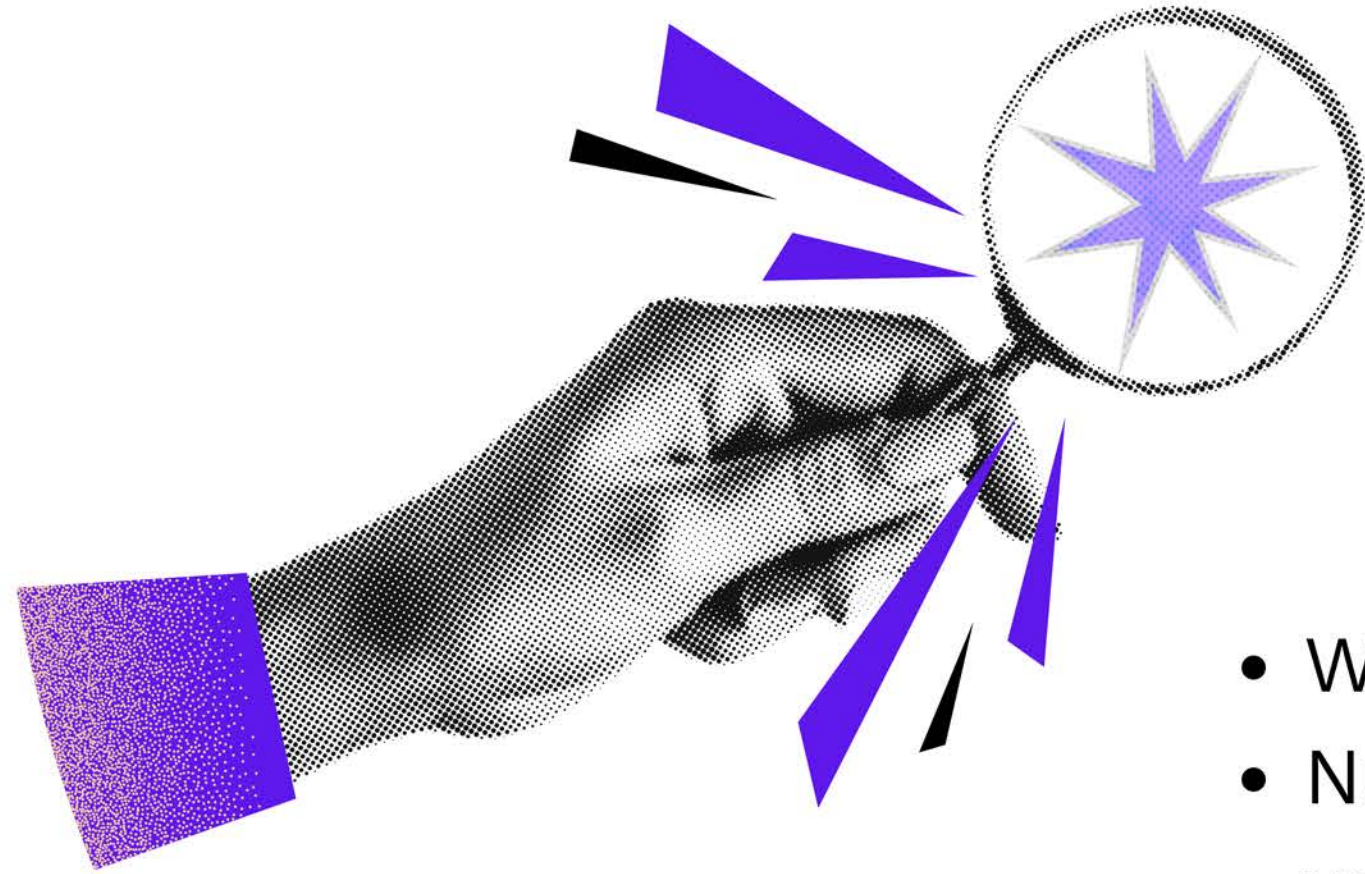
# Empathize

*Understand + Explore*

**EMPATHIZE**



# Ziele



- Wissensstand synchronisieren
- Nutzer\*innen + Nutzungskontexte verstehen
- Unerfüllte Bedürfnisse aufdecken

# Stolpersteine



- Selektive Wahrnehmung
- Unreflektierte Vorannahmen
- Ungeduld und zu viel Zeitdruck

# User vs. Stakeholder



*Beispiel:*

## **Digitale Klinik-Anwendung**

**User** = Tatsächliche Nutzer\*innen



Patient\*in & Ärzt\*in

**Customer** = zahlender Kunde

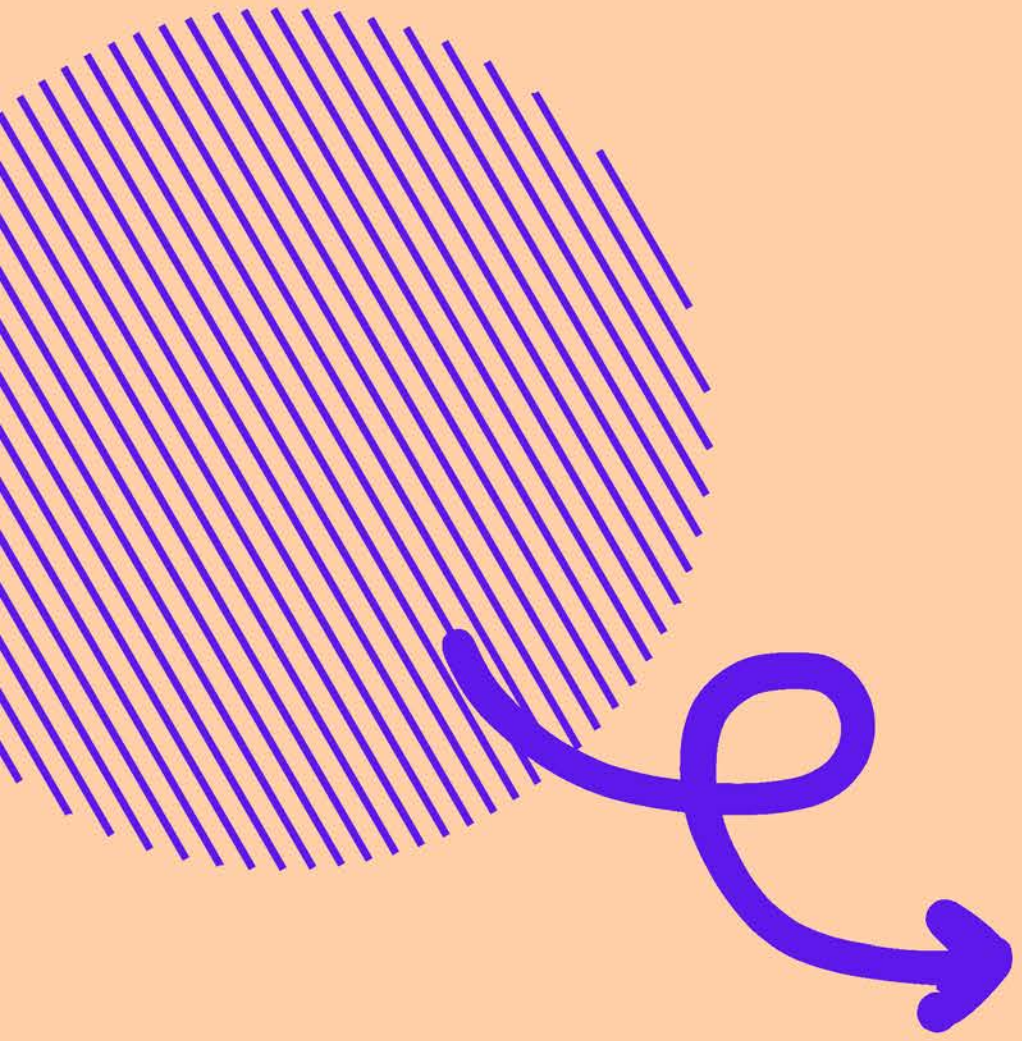


Klinik

**Stakeholder** = Interessenvertreter, die zum Gelingen des Produktes/ Dienstleistung (in)direkt beitragen.



Gesetzgeber,  
Versicherung,  
Hausärzt\*in etc.



# Empathize

*Understand + Explore*

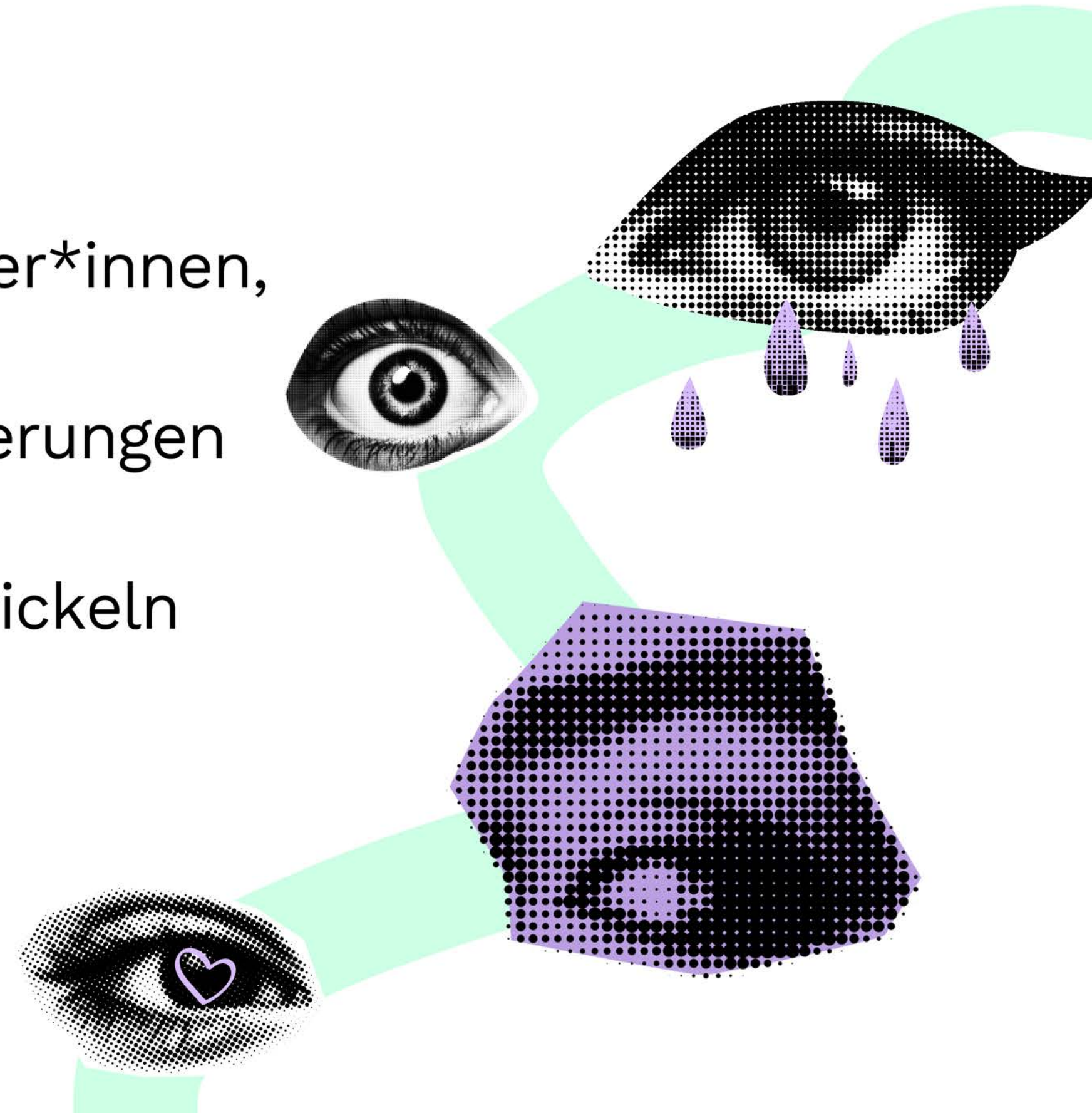
# Team Standpunkt definieren



# Kontext verstehen

## Ziel:

- **Vorkenntnisse** über Kontext, Nutzer\*innen, Stakeholder\*innen etc. teilen
- Eigene **Vermutungen**, Stereotypisierungen etc. bewusst machen
- **Gemeinsamen Wissensstand** entwickeln
- **Offene Fragen** sammeln



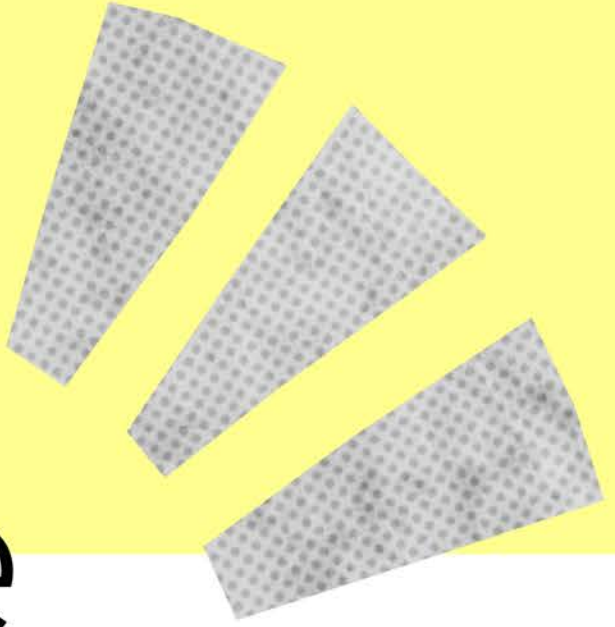


**Methode:**

# KEYWORD ANALYSIS



# Challenge



*Gestalte die*  
**Geschenke-**  
**Schenk-**  
**Erfahrung** *neu.*

# Arbeitsauftrag

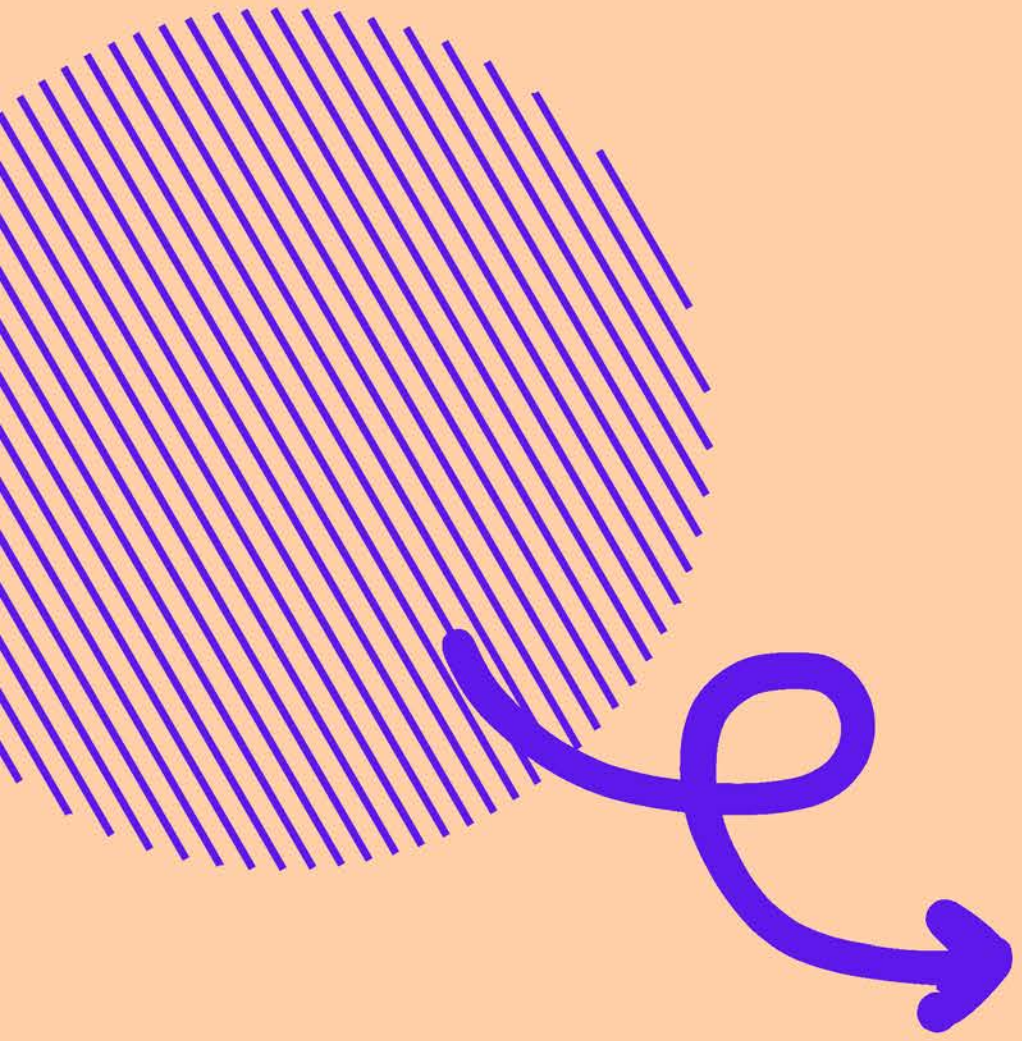
## Keyword Analysis



**15 min**

### To Do

- 1.** Markiert / unterstreicht Wörter, die ihr im Team diskutieren wollt.
- 2.** Sprecht über Annahmen z.B. zur kulturellen/ sozialen/emotionalen Bedeutung
- 3.** Was für Fragen kommen euch? Sammelt sie. (noch keine Interviewfragen)



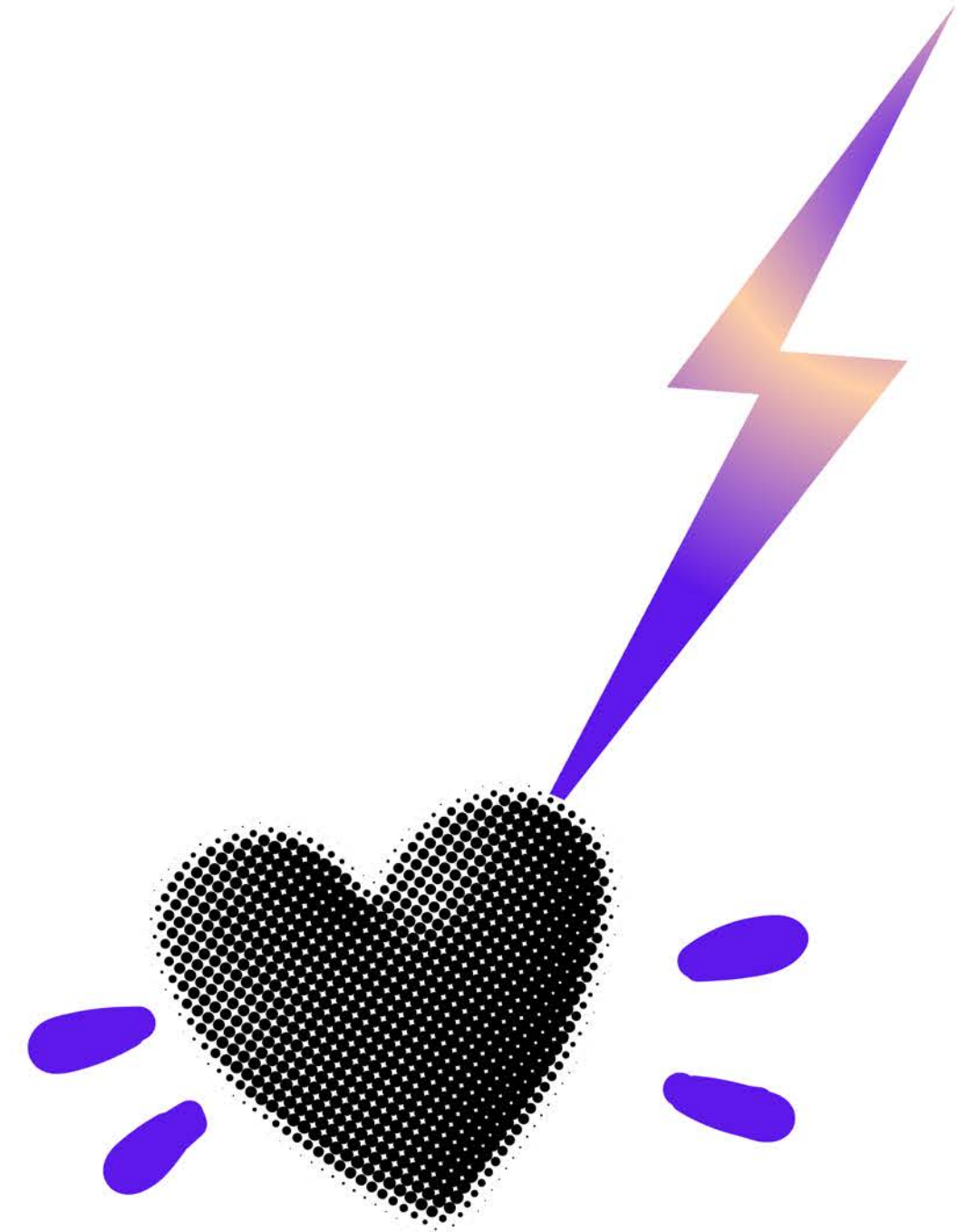
# Empathize

*Understand + Explore*

# Explore

**OBERSTES ZIEL:**

*Wir wollen  
**Schmerzpunkte  
und Bedürfnisse**  
ermitteln.*



# Nutzer\*innen verstehen

*Was könnte hinter dem  
Kaffee trinken für ein  
**‘Bedürfnis’** stehen?*

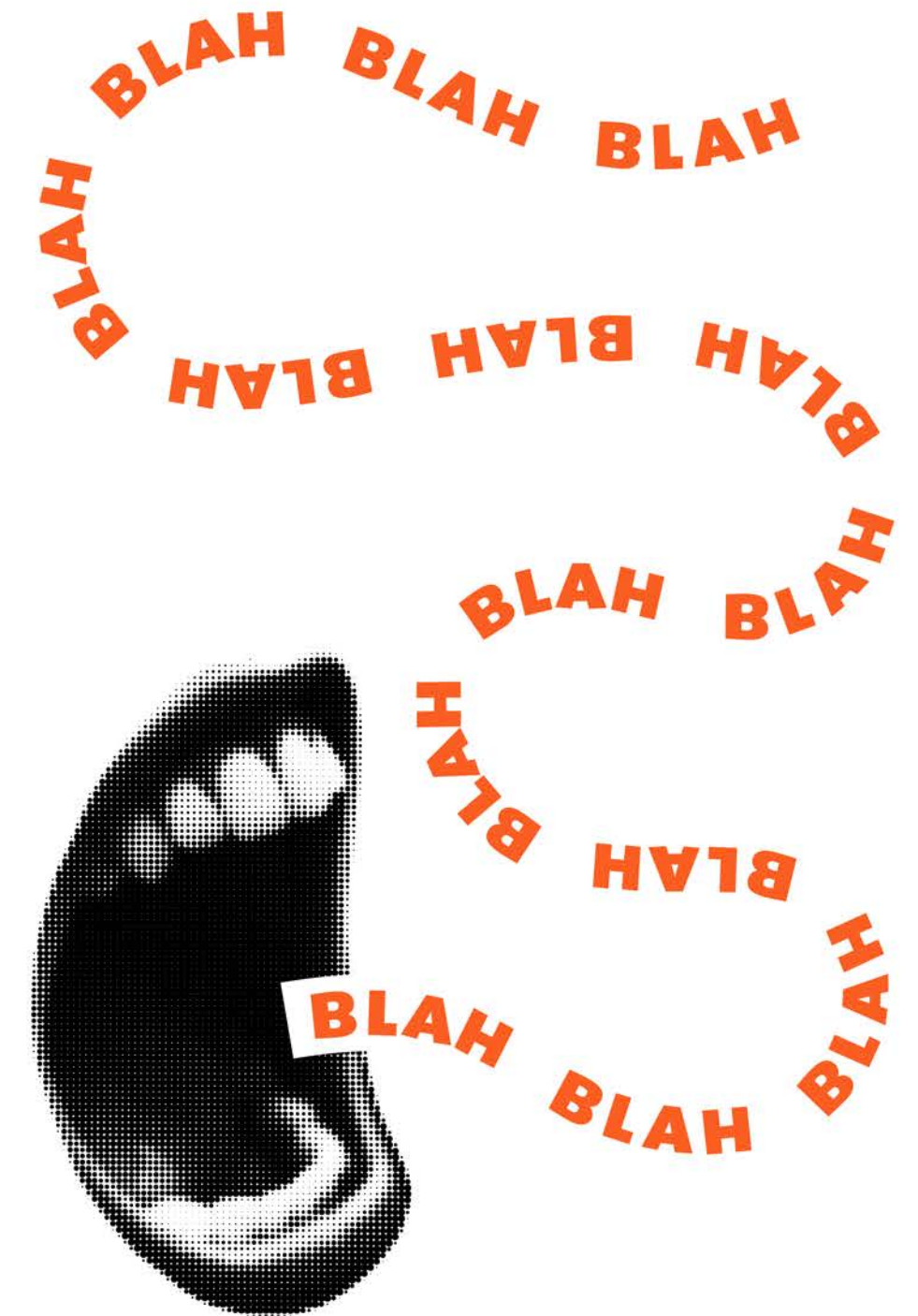


# Nutzer\*innen verstehen

Die **beste Vorhersage** für zukünftiges Verhalten ist **vergangenes Verhalten**.

**ABER:** Das **Erinnerungsvermögen** ist **selektiv**.

**Krücke:** Hineinversetzen in vergangene Kontexte durch **Geschichten** und **Kombination** von Methoden wie **Interviews + Beobachtungen**.



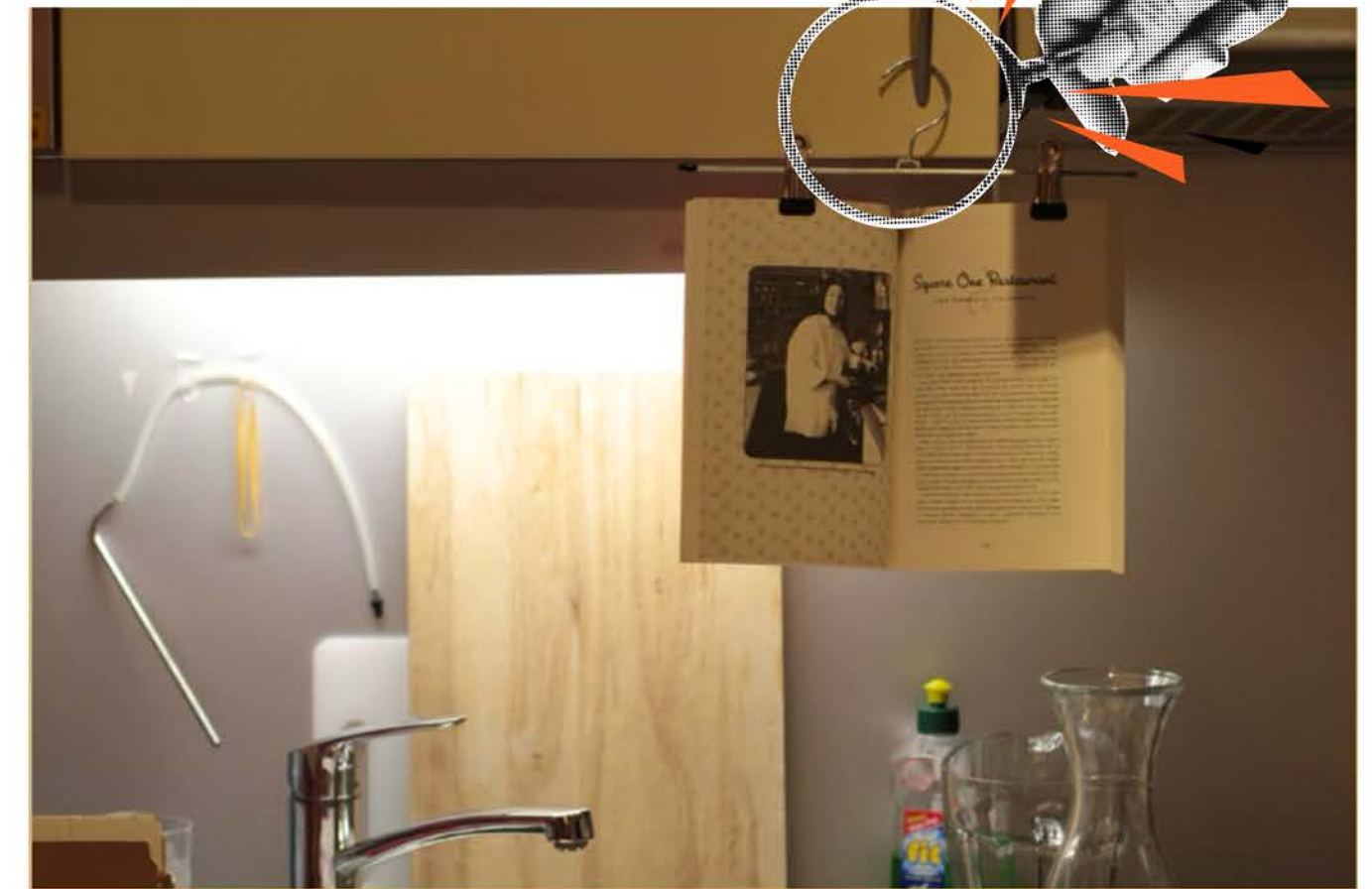
# Beobachtungen

- Tatsächliches, **teils unbewusstes Verhalten**
- Aktuelle **Umgehungslösungen**

Achtet auf:

- **Nutzende** (Wer?),
- **Aufgabe** (“macht was?”)
- **Nutzungskontext** (“Unter welchen Bedingungen?”)

! Umgehungslösungen (workarounds) weisen auf einen unerfüllten Bedarf hin.



Quelle: HPI d-school, by Mana Taheri, Karen von Schmieden and Lena Mayer



# Methode:

# INTERVIEW

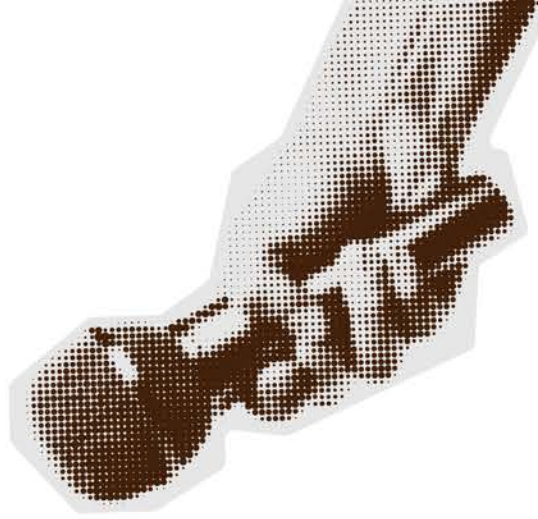




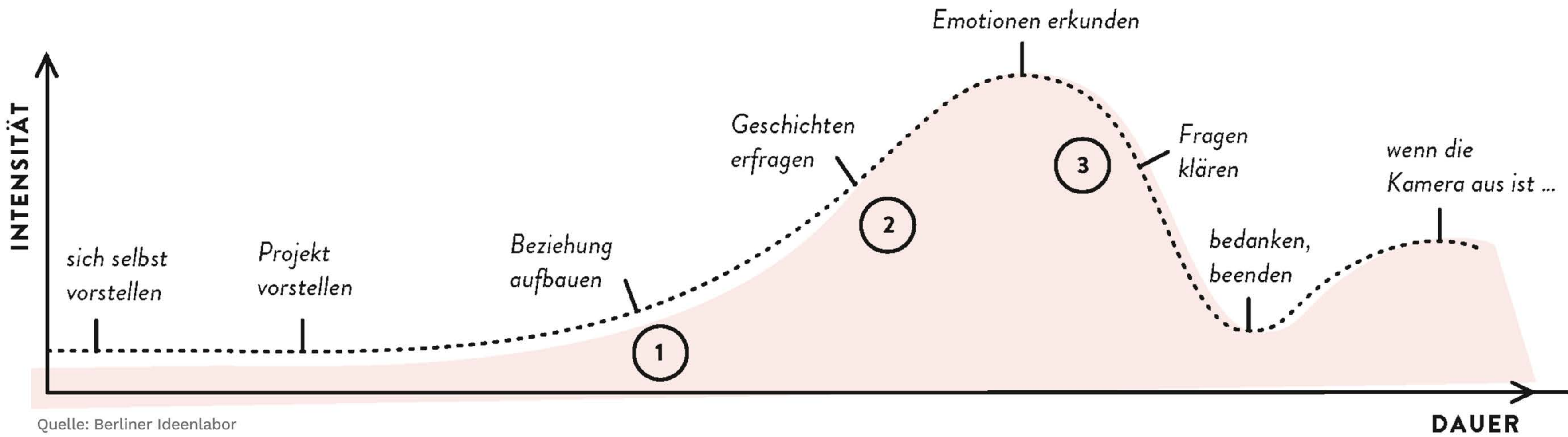
»*The first rule of user research:  
**never** ask anyone what they want.*«

ERIKA HALL

# Interview Verlauf



**EMPATHIZE**

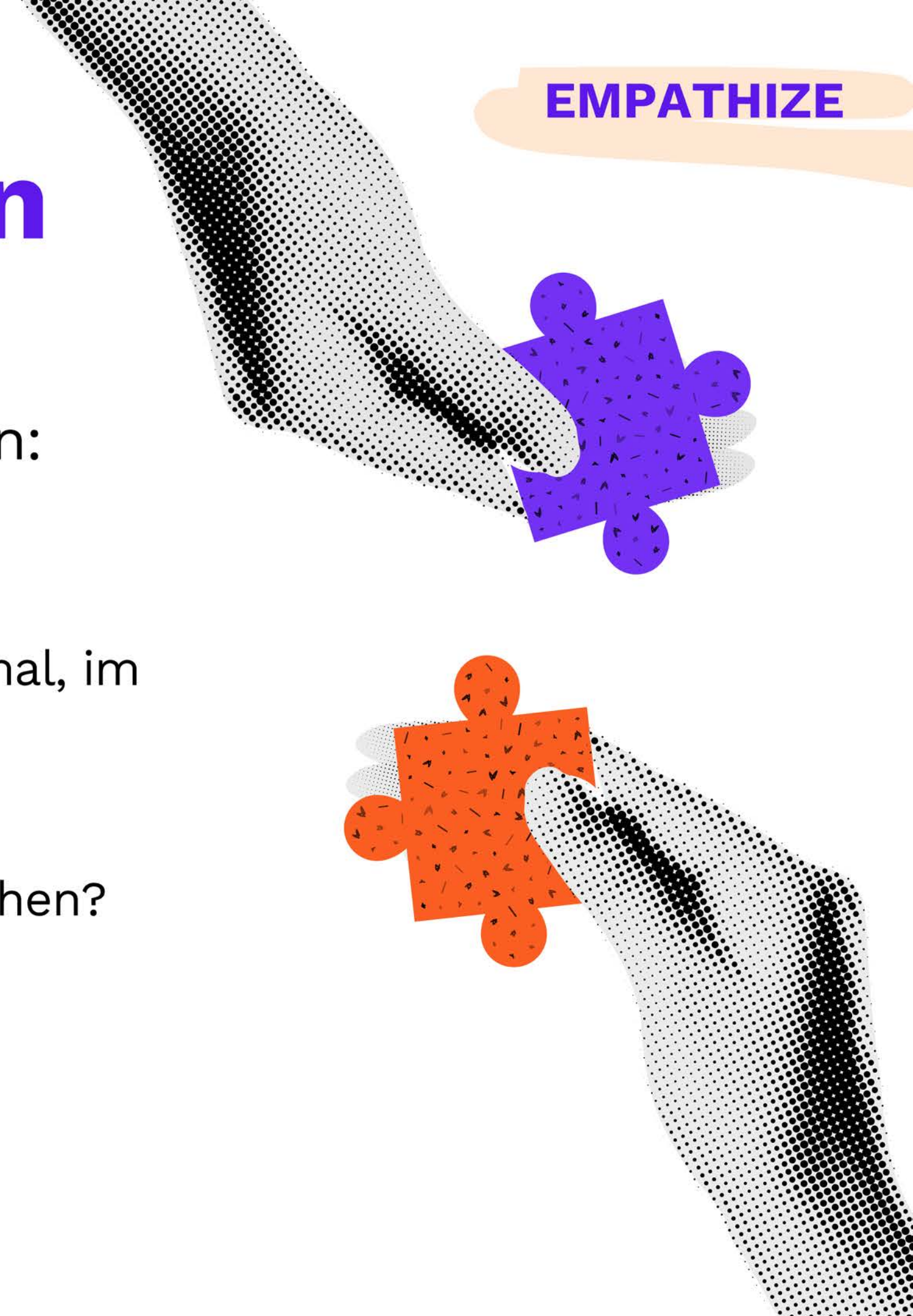


Quelle: Berliner Ideenlabor

# Nutzer\*innen verstehen

Danach wollt ihr eindeutig beantworten können:

- **Was frustriert** eure Interviewpartner momentan?
- Was haben sie da **beispielsweise einmal erlebt**? (Einmal, im Ferienlager ...)
- Wie würden sie sich **eigentlich gern fühlen**? Warum?
- Was ist das **größere Ziel**, dass sie versuchen zu erreichen?



# Interview Tipps

- **80% zuhören**, 20% sprechen
- **Offene** Fragen
- Frage **wiederholt 'Warum?'** (Kinder-Modus)
- Hak ein bei Widersprüchen **ohne zu werten**
- **Halte Stille** aus
- Stelle sicher, dass dein **Verständnis stimmt**



# Interview Tipps

Fragen nach ...

... **Beispielen & greifbaren Geschichten**

... **Frustrationsmomenten**

... **Motivationen**

... **Zielen**

... **Emotionen**

→ *“Was verbindest du mit ...?”*

→ *“Kannst du mir ein Beispiel geben?”*

→ *“Erzähl mir vom letzten Mal...”*

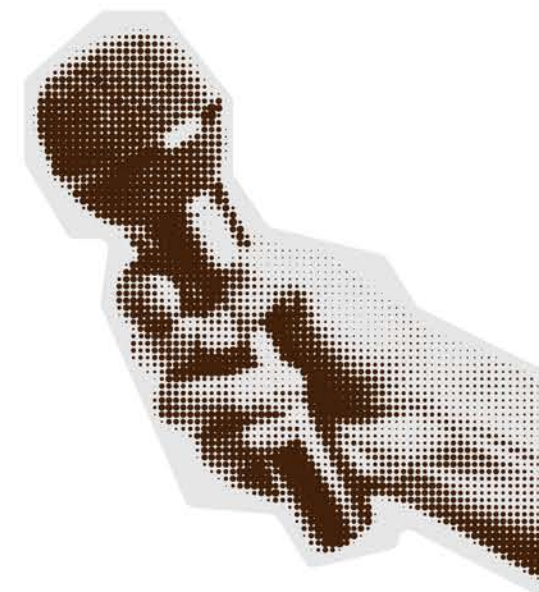
→ *“Was ist dann passiert?”*

→ *“Wie hast du ... erlebt?”*

→ *“Wie hast du dich bei ... gefühlt?”*

→ *“Was genau war/ist daran schwierig?”*

EMPATHIZE



# Interview-Rollen

S  
W  
I  
T  
C  
H

## Runde 1:

Interviewer:

Protokollant:

Zitate/ Körpersprache:

Interview-Partner (verlässt team):

## Runde 2:

Interviewer:

Protokollant:

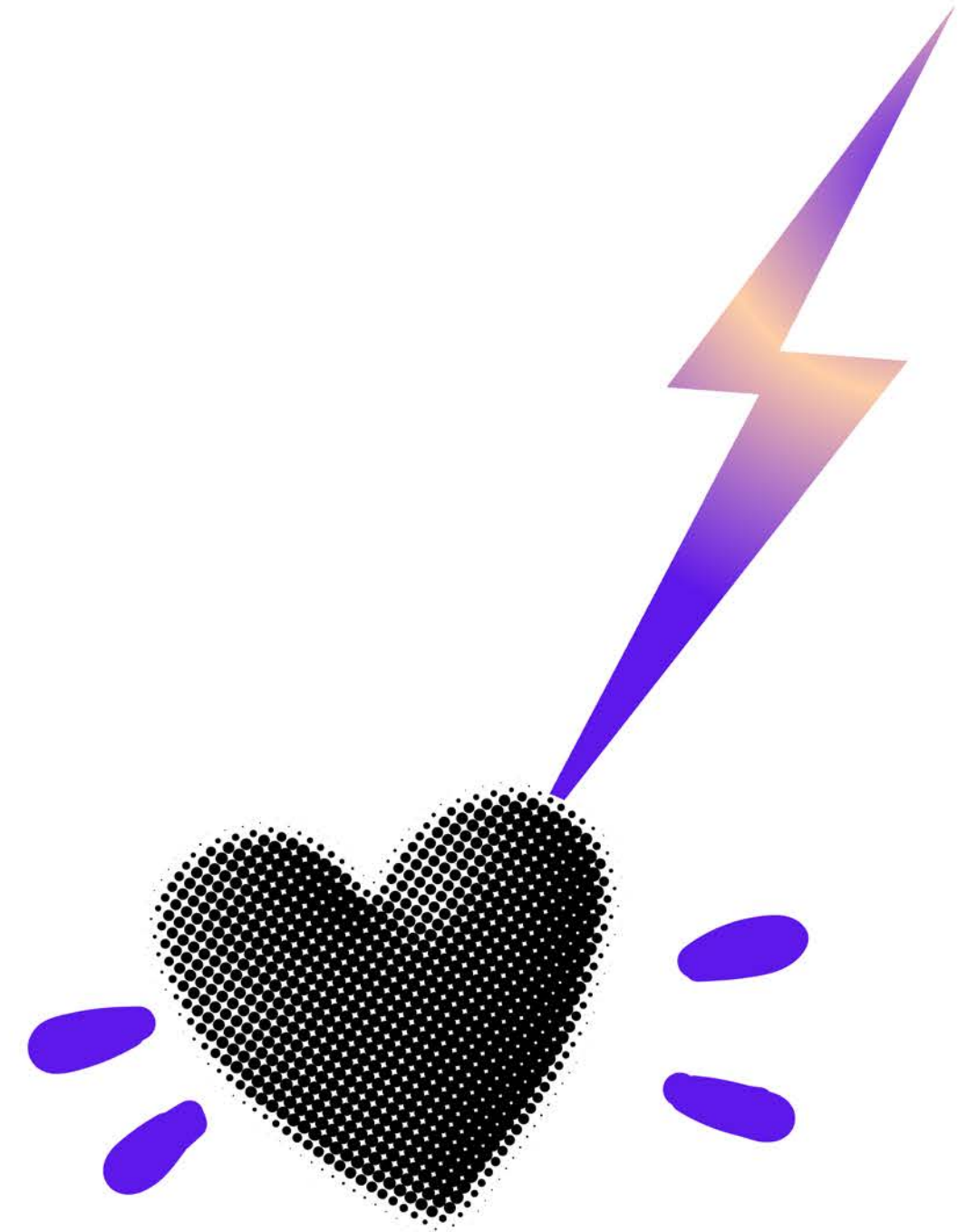
Zitate/ Körpersprache:

Interview-Partner (verlässt team):

# Interview Tipps

## OBERSTES ZIEL:

*Wir wollen  
**Schmerzpunkte**  
und **Bedürfnisse**  
ermitteln.*





# Arbeitsauftrag

## Interviews vorbereiten



**10 min**

### To Do

1. Fragen überlegen (Vorlage)
2. Interview-Rollen festlegen

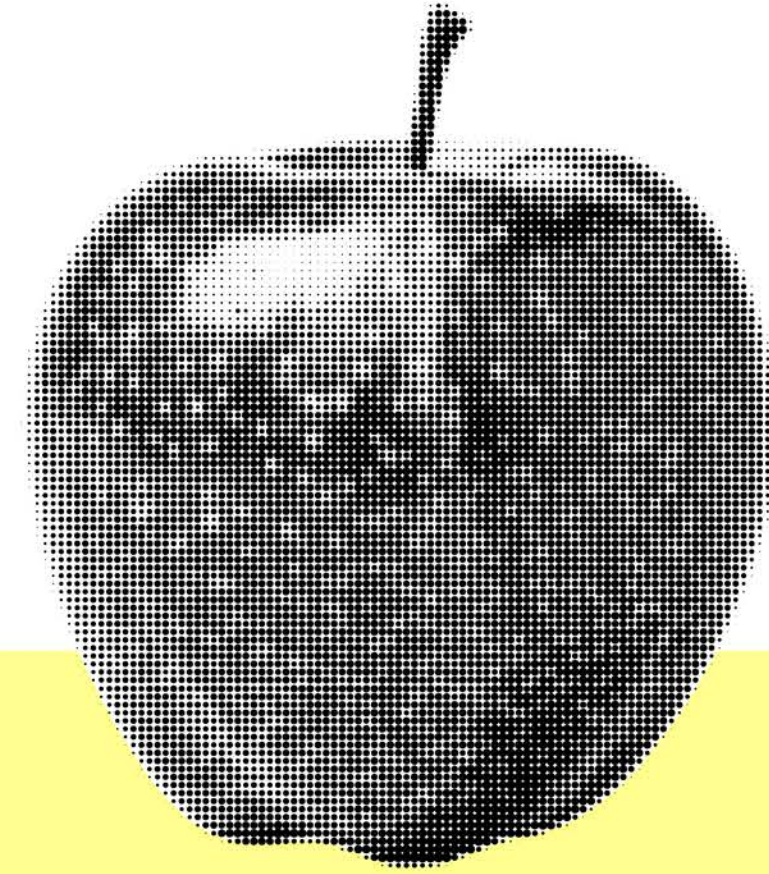
### Rollen Pro Runde (1+2)

Interviewer:

Protokollant:

Zitate/ Körpersprache:

Interview-Partner (verlässt team):



*kurze  
Pause*

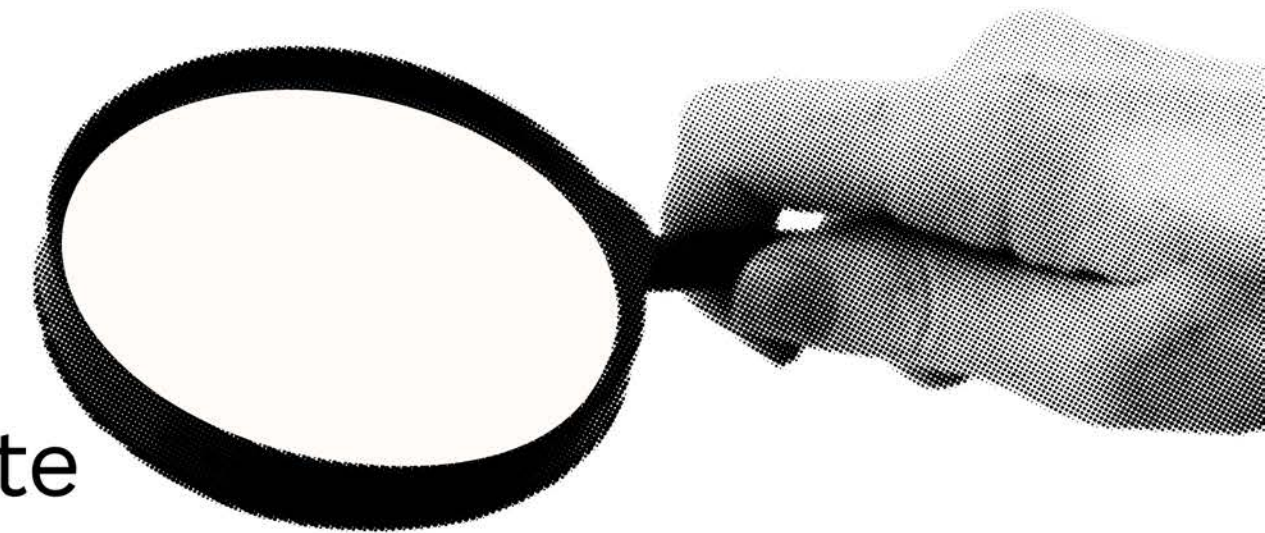
**Nach dem  
Interview ist vor  
der Analyse.**

**Entpacken!**



# Tipps zum Entpacken

- Geht eure Notizen durch nach **Interessantem/ Überraschendem/ Widersprüchlichem**.
- 1 Farbe pro Interview-Partner / Reihe
- Teilt Erkenntnisse und “Zitate” im Team.
- *“I wonder if this means...”* - Entwickelt informierte **Vermutungen** über die **tieferere Bedeutung** einer Aussage oder Beobachtung.

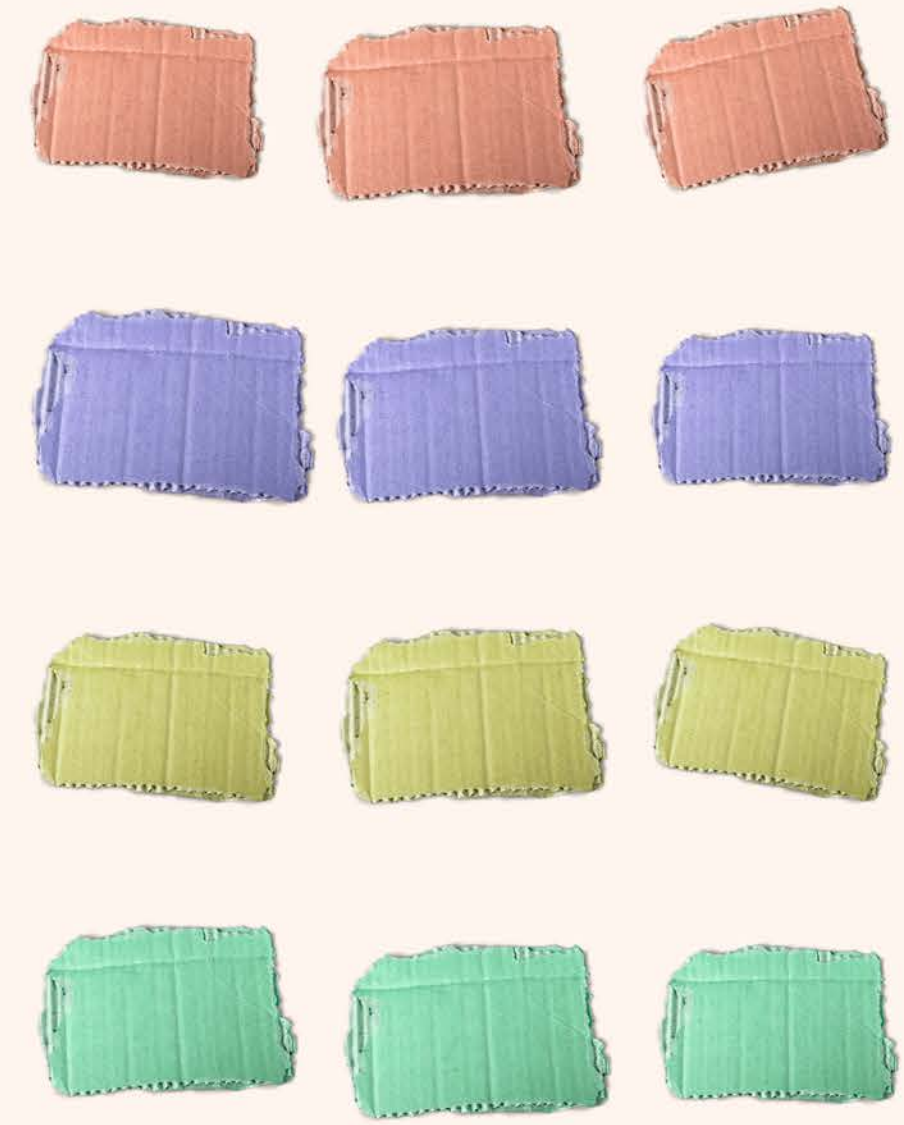
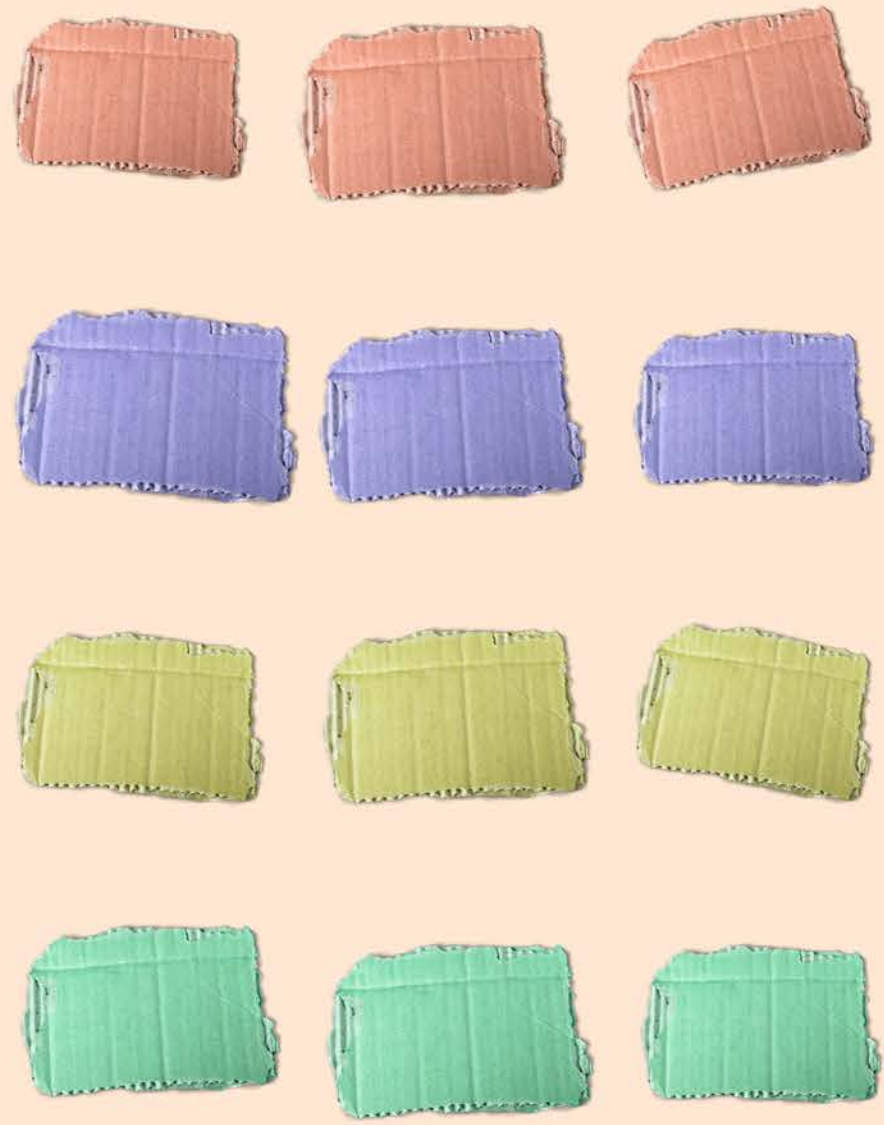


# Entpacken

**Zitate**

**Frustrationen, unerfüllte Bedürfnisse, Motivation etc.**

**I wonder if this means...**  
(Vermutungen, Fragen)



# Entpacken – Golden Nuggets

Findet die **Goldnuggets**  
und markiert diese!













Ein Goldnugget ist ein  
relevantes spannendes  
Bedürfnis oder Problem,  
mit dem du weiter-  
arbeiten möchtest.



# Entpacken – Golden Nuggets

Findet die **Goldnuggets** und markiert diese!

Ein Goldnugget ist ein **relevantes spannendes Bedürfnis oder Problem**, mit dem du weiterarbeiten möchtest.

Zitate	Frustrationen, unerfüllte Bedürfnisse, Motivation etc.	I wonder if this means... (Vermutungen, Fragen)
		
		
		
		

# Arbeitsauftrag

## Interviews durchführen



**30 min**

### To Do

**Interview 1** á 12 min (ca. 7 min Durchführung + 5min Recap)

*Wechsel*

**Interview 2** á 12 min (ca. 7 min Durchführung + 5min Recap)

### Achtung:

1 Farbe pro Interview-Partner



# Arbeitsauftrag

## Interviews Entpacken



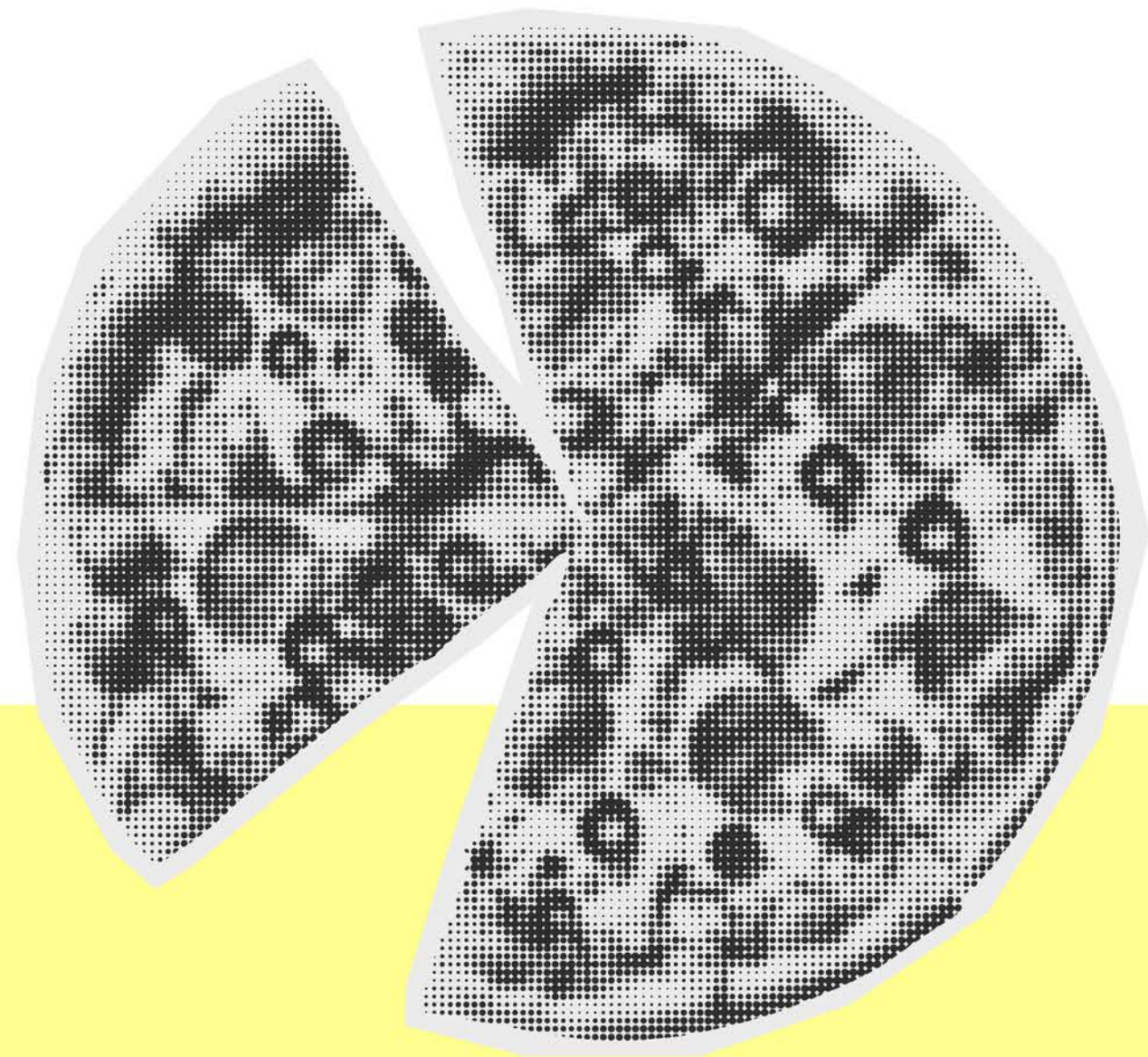
**20 min**

### To Do

1. Eine Kleingruppe geht zum Board und startet:  
Teilt eure Interview-Notizen im Team, fokussiert euch auf die **spannendsten / interessantesten Aspekte**. Teilt auch erste Vermutungen über Bedürfnisse, Probleme, Motivationen.
2. Jede\*r wählt ein **Goldnugget (Pains/Gains)** als spannendste Erkenntnis aus.

Zitate	Frustrationen, unerfüllte Bedürfnisse, Motivation etc.	I wonder if this means... (Vermutungen, Fragen)

1 Stunde

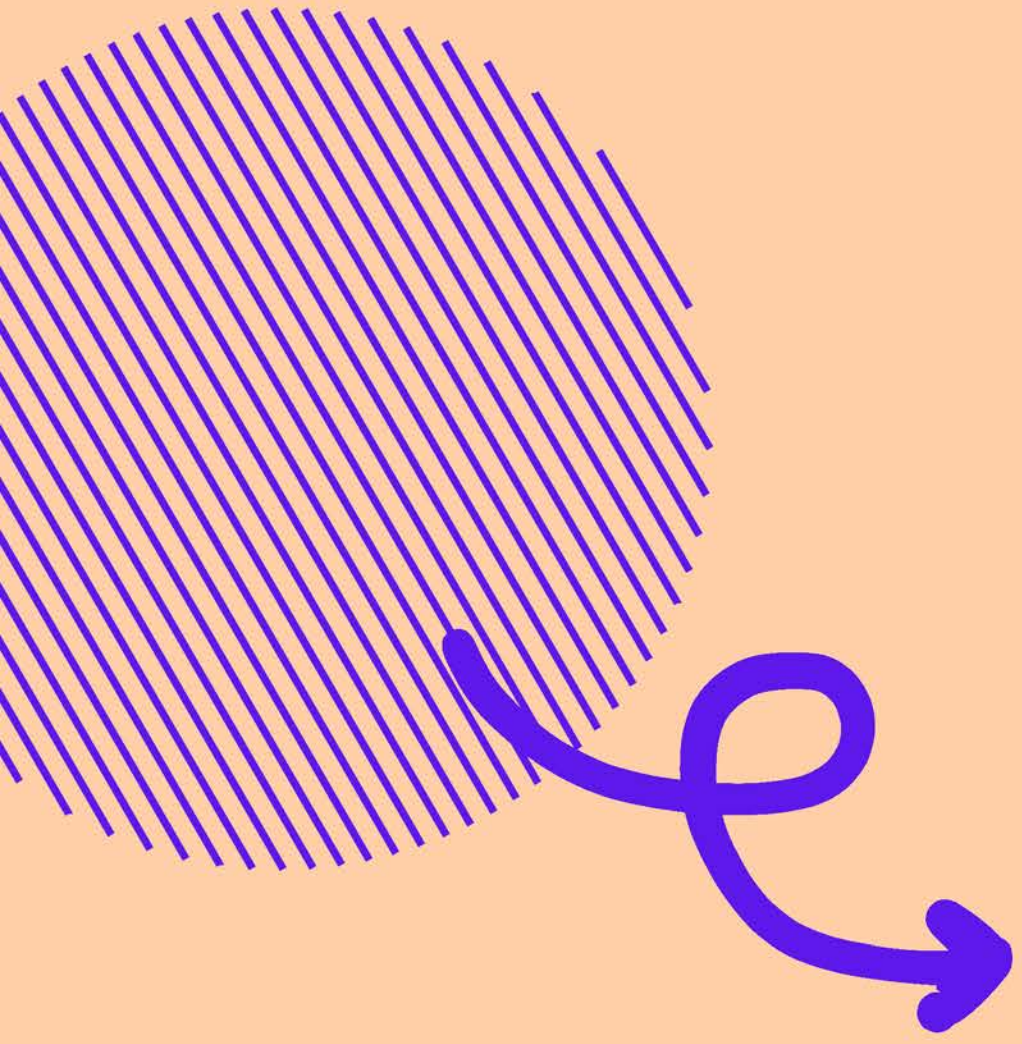


# Mittags- Pause



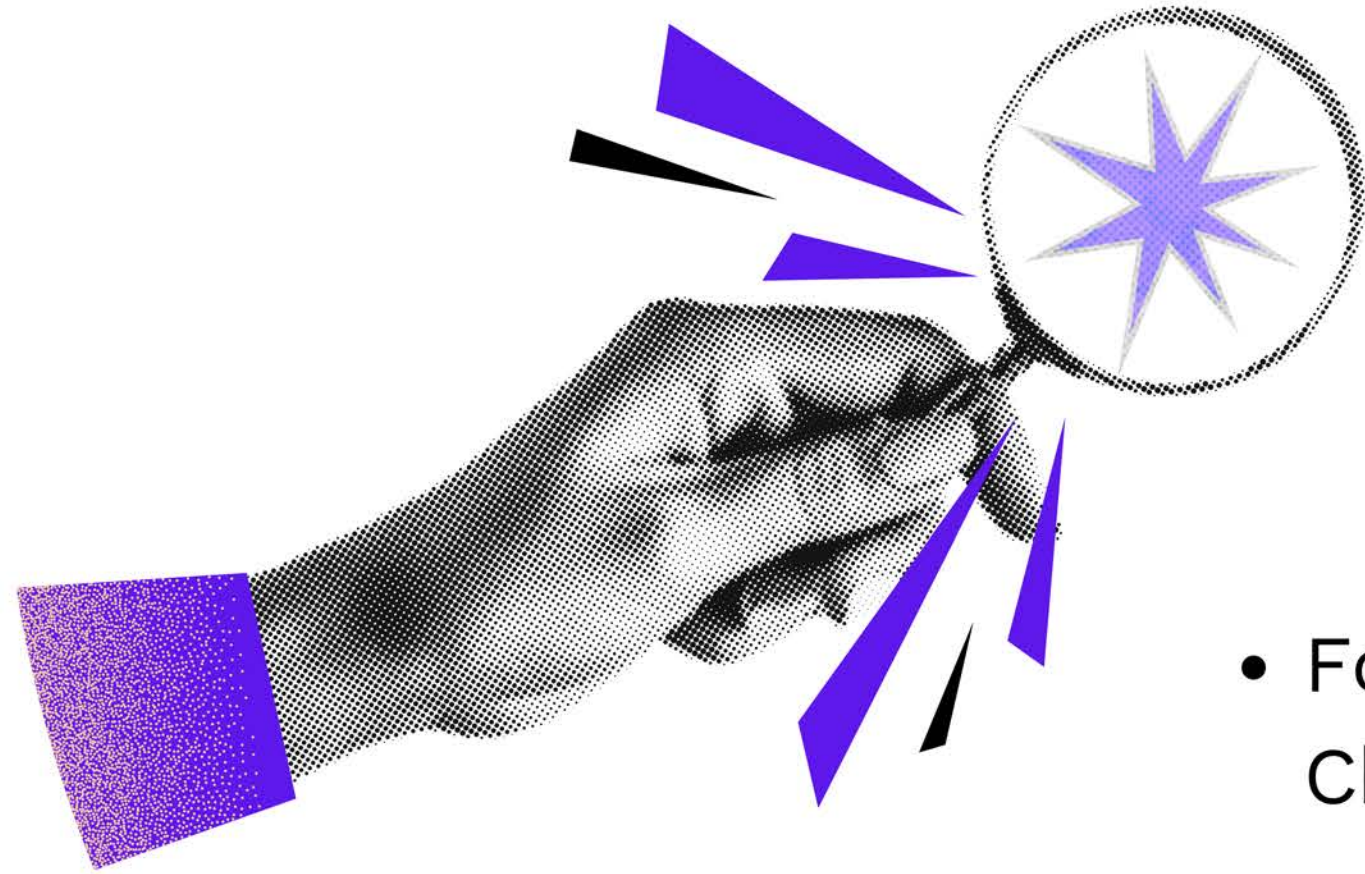
# Warm-up

Machine Guessing



**Define**

# Ziele



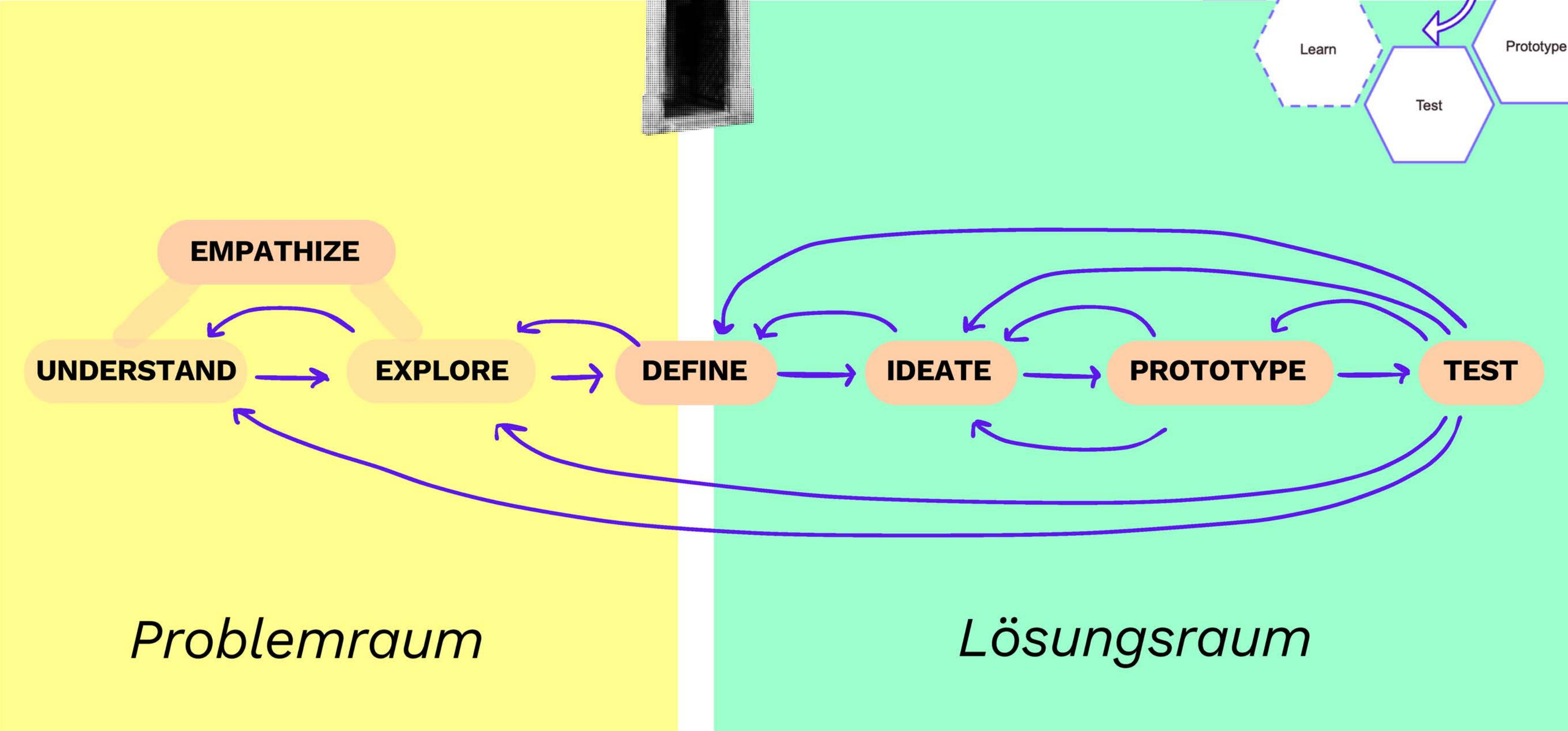
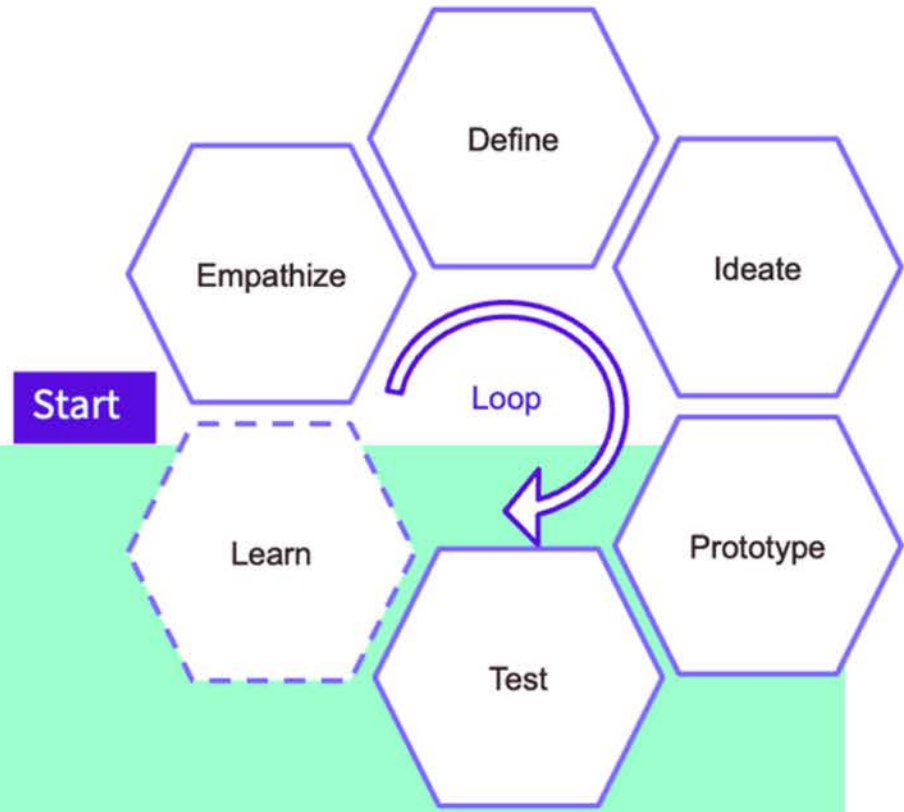
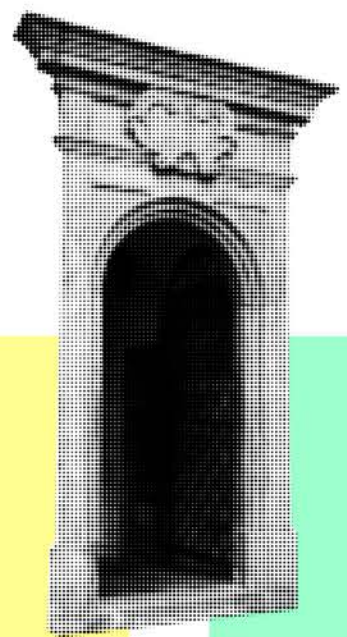
- Fokus des Themenfelds schärfen und Challenge bei Bedarf “reframen”

# Stolpersteine



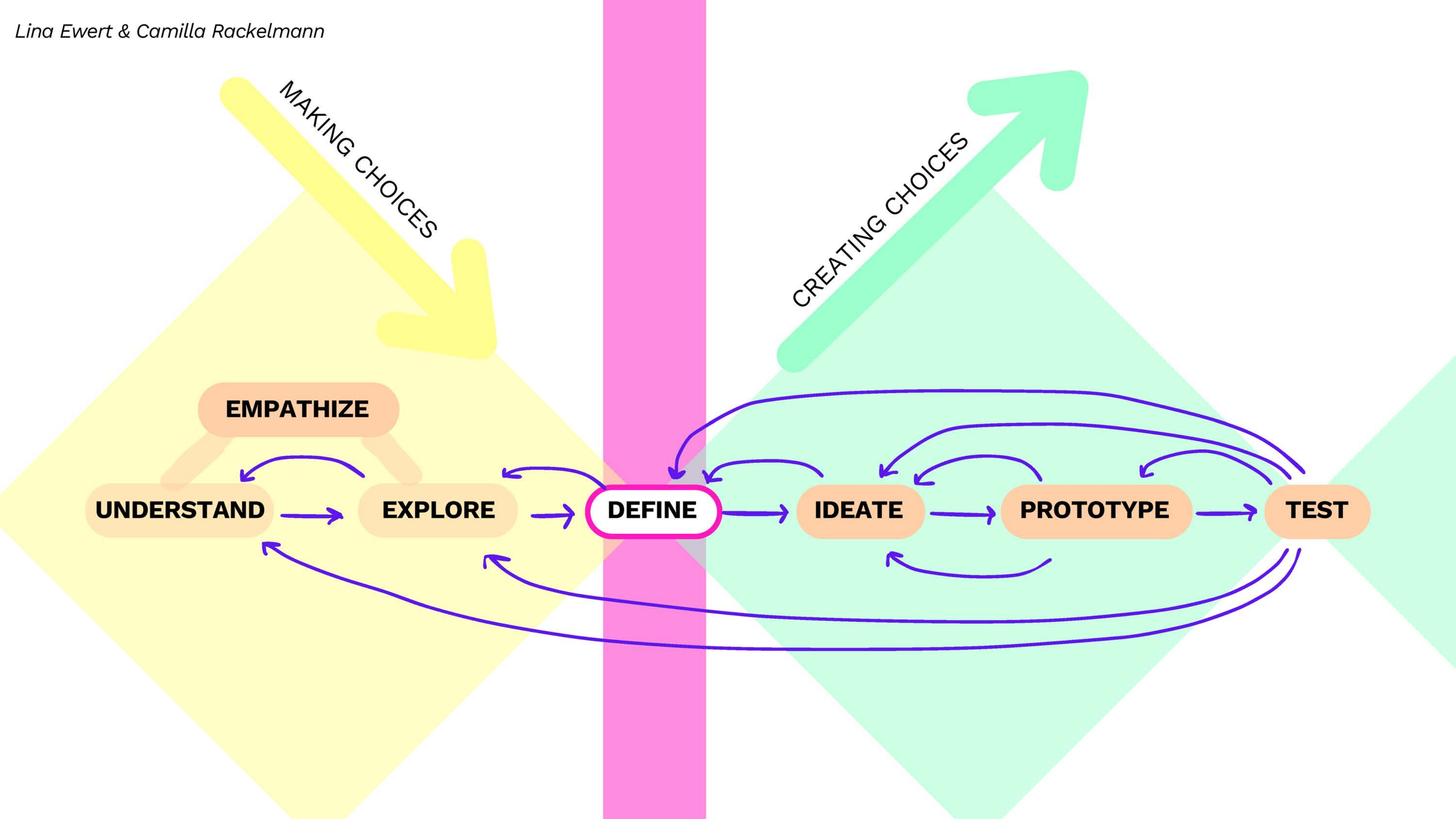
- zu vage Formulierungen
- Eierlegende Wollmilchsau (zu viel auf einmal wollen)
- Frustration im Team

# Prozess



*Problemraum*

*Lösungsraum*



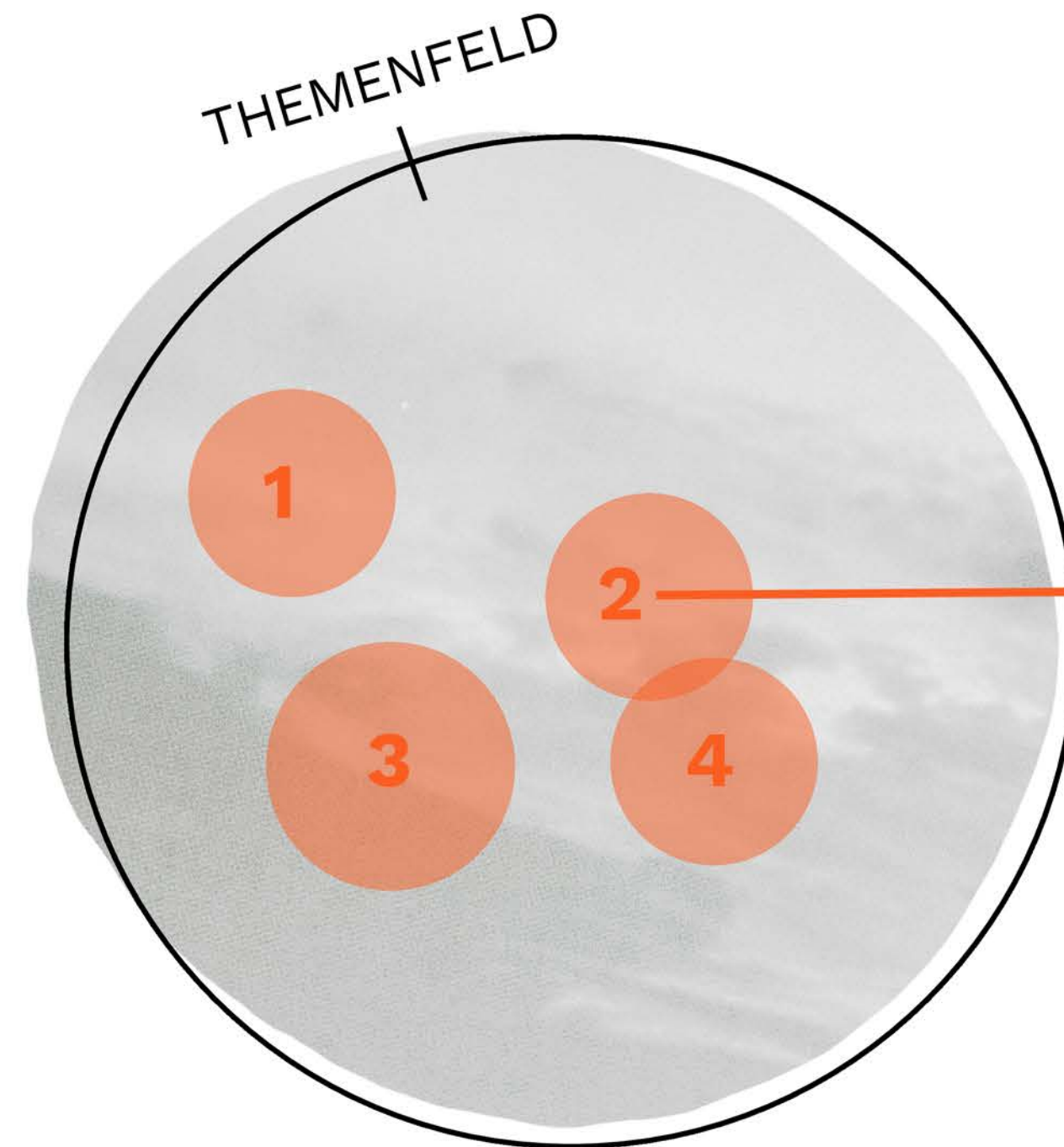


# Methode:

» *WIE KÖNNEN*  
*WIR*«-FRAGE



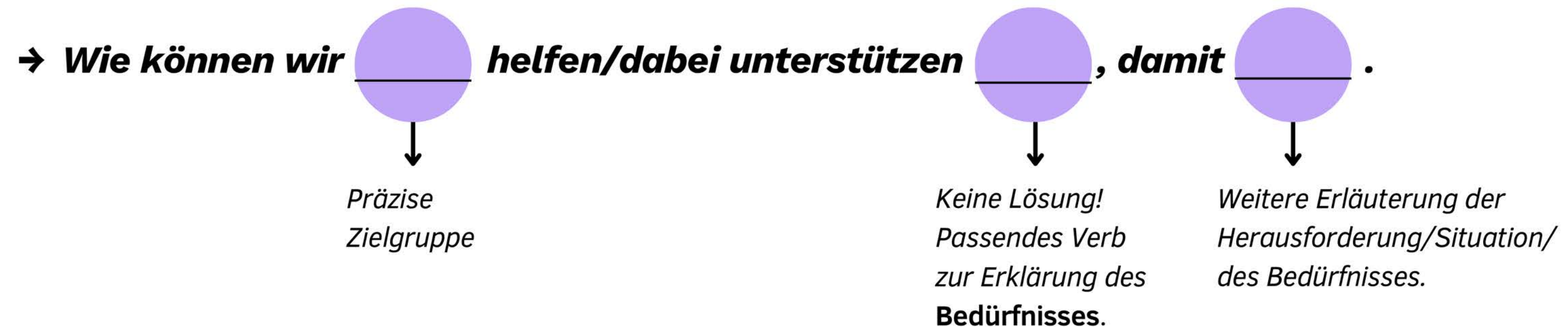
# Fragen im Prozess



*Jede Frage eröffnet einen **Lösungsraum.***

# “Wie können wir”-Frage

## AUFBAU:



# “Wie können wir”-Frage

## Beispiel:

Gisela (83) hat Schwierigkeiten die Straße zu überqueren.

Der Verkehr ist zu schnell. Auf der anderen Seite gibt es einen Supermarkt.

Sie unterhält sich gerne mit anderen Menschen im Supermarkt.



# “Wie können wir”-Fragen

## Beispiel:

Gisela (83) hat Schwierigkeiten die Straße zu überqueren.

Der Verkehr ist zu schnell. Auf der anderen Seite gibt es einen Supermarkt.

Sie unterhält sich gerne mit anderen Menschen im Supermarkt.



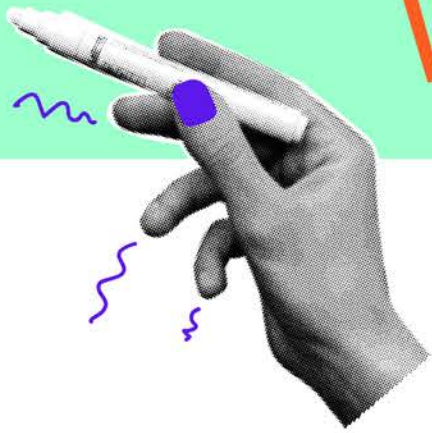
→ **Wie können wir** Gisela **helfen/dabei unterstützen** die Straße zu überqueren, **damit** sie eigenständig einkaufen gehen kann?

→ **Wie können wir** Gisela **helfen/dabei unterstützen** einzukaufen, **damit** sie keine gefährlichen Einkaufswege mehr hat?

→ **Wie können wir** Gisela **helfen/dabei unterstützen** Zugang zu sozialen Orte zu haben, **damit** sie sich mit anderen austauschen kann?

# Arbeitsauftrag

## WKW-Frage

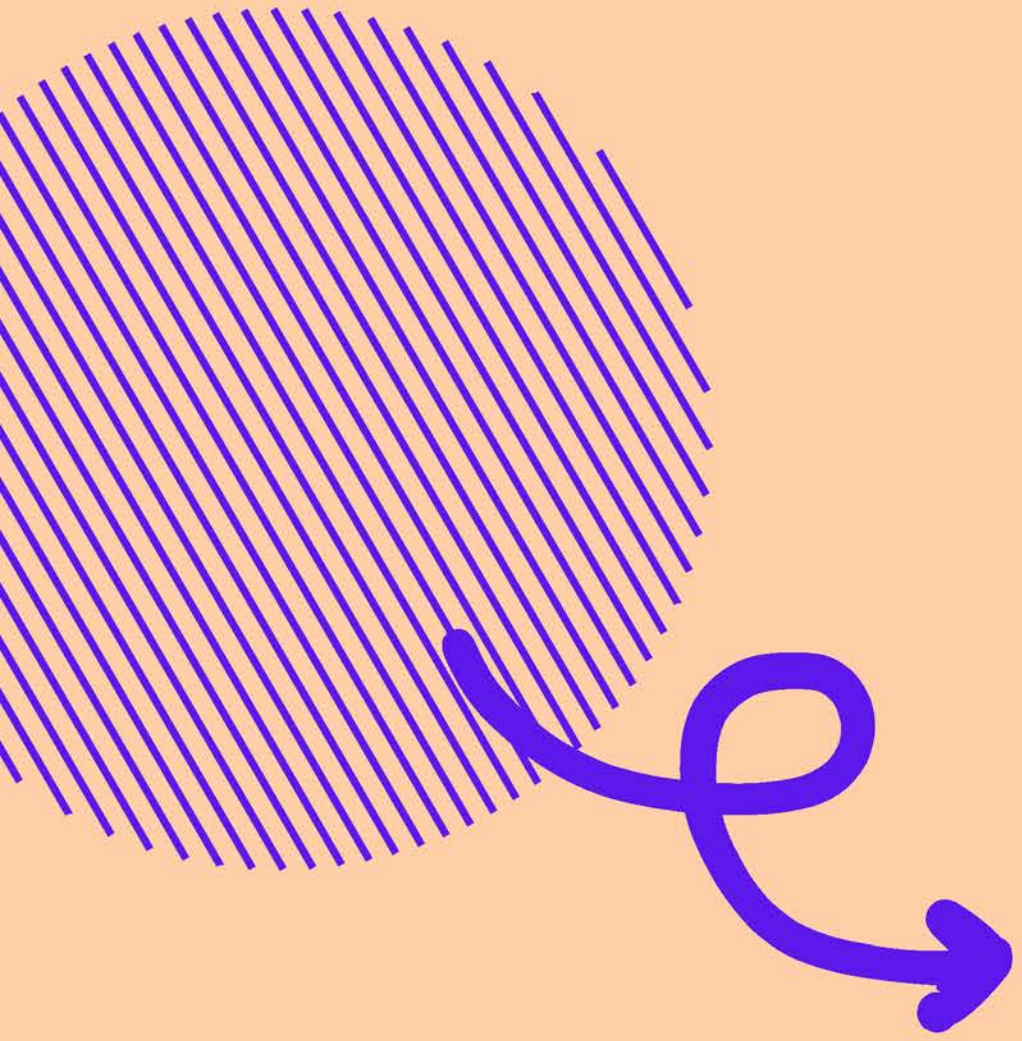


**20 min**

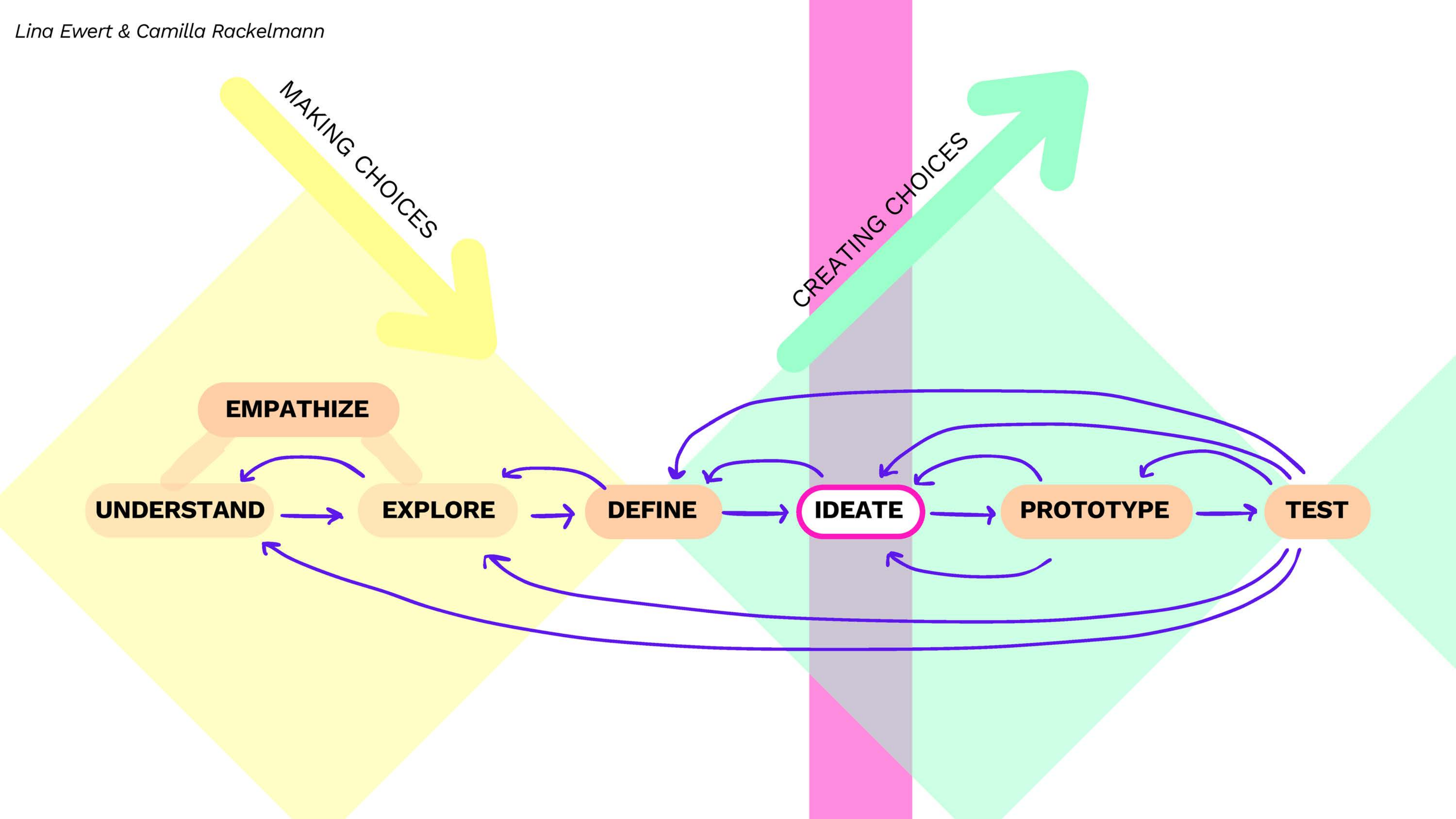
### **To Do**

Werft erneut einen Blick auf eure Gold Nuggets. Welche unerfüllten Bedürfnisse oder Herausforderung werden hier deutlich? Wählt als Gruppe eine Erkenntnis aus und entwickelt hierzu “Wie können wir-Fragen”. Entscheidet euch zum Schluss für eine “WKW-Frage”.

(5 min stille Einzelarbeit, restliche Zeit im Team)

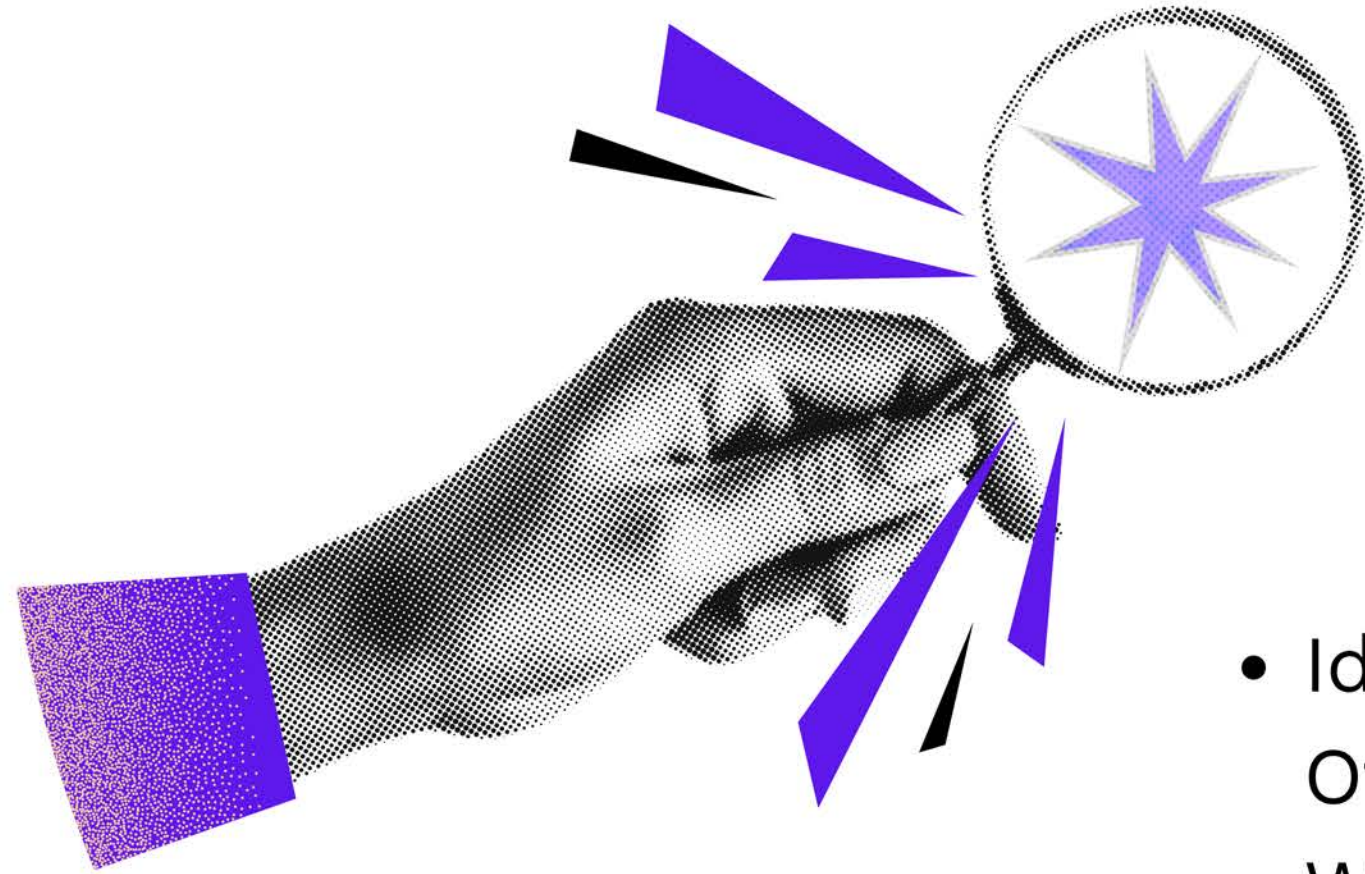


**Ideate**





# Ziele



- Ideenvielfalt generieren, mehr als das Offensichtliche
- Wertungen zurückhalten
- Erstmal haben!

# Stolpersteine



- Wertungen + Bedenken als Blocken im Kopf
- Zu Meta gedachte Konzepte
- zu frühe Selektion

# Ideen entwickeln

**Zielt auf Ansätze**, keine ausgereiften Ideen!

Innovation kann sein ...

... eine komplett **neue Erfindung**

... eine **Weiterentwicklung**



IDEATE

***DESIGN***

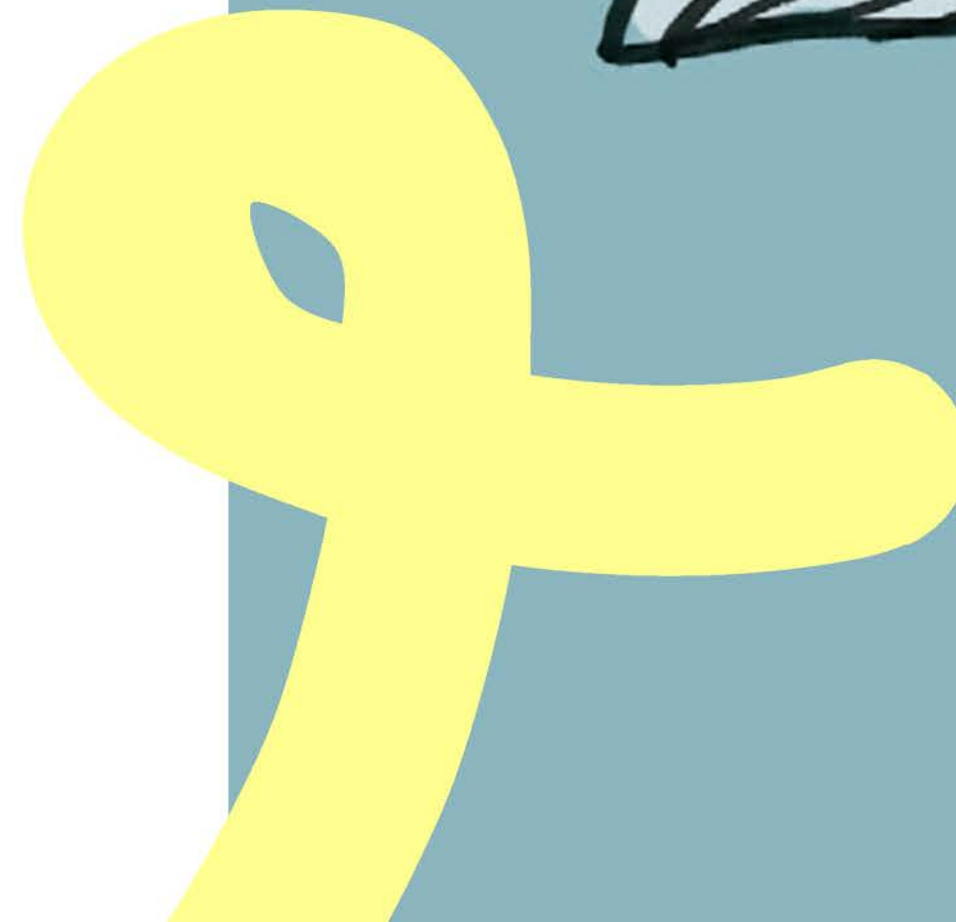
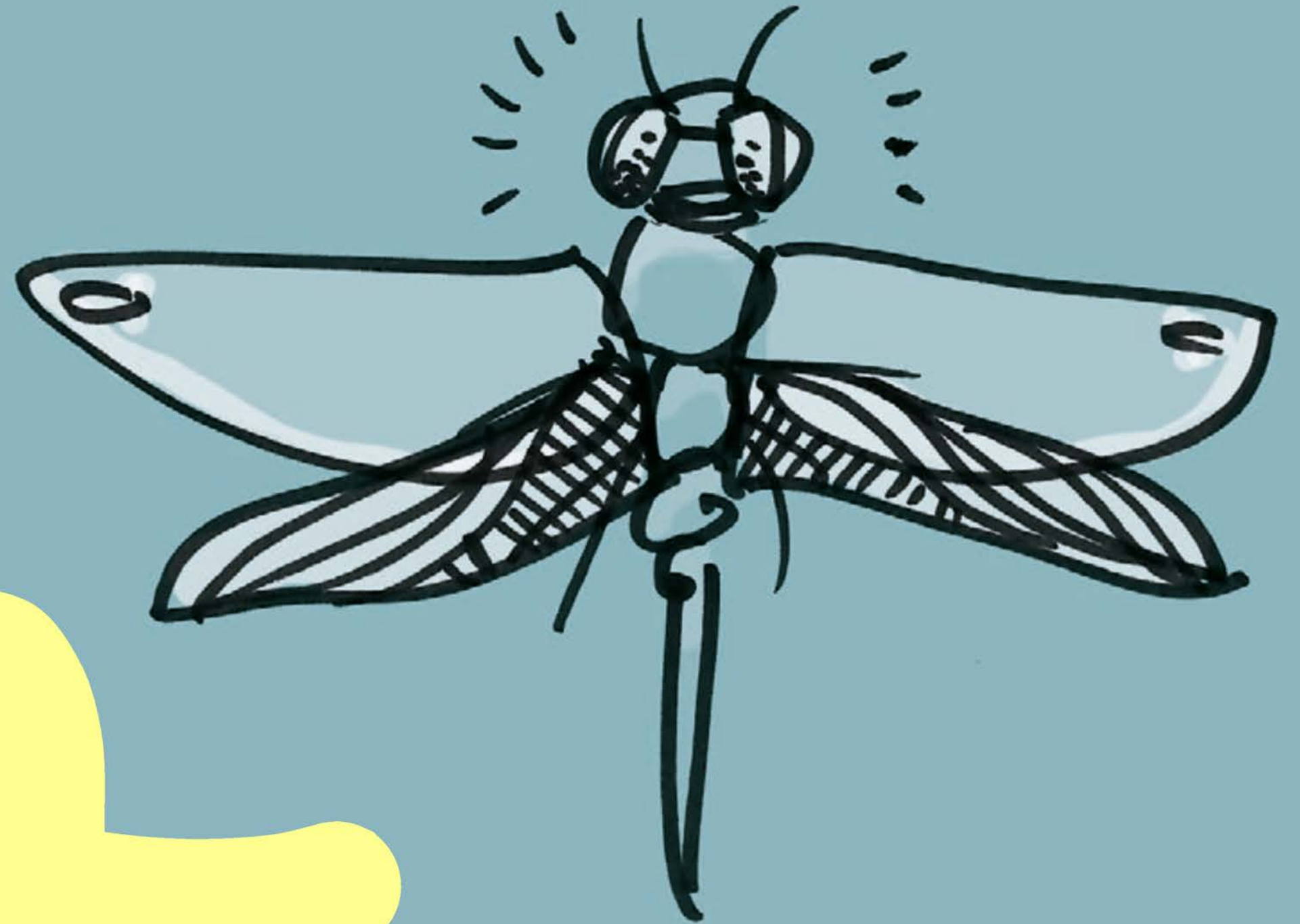
***THINKING***

LEITSÄTZE

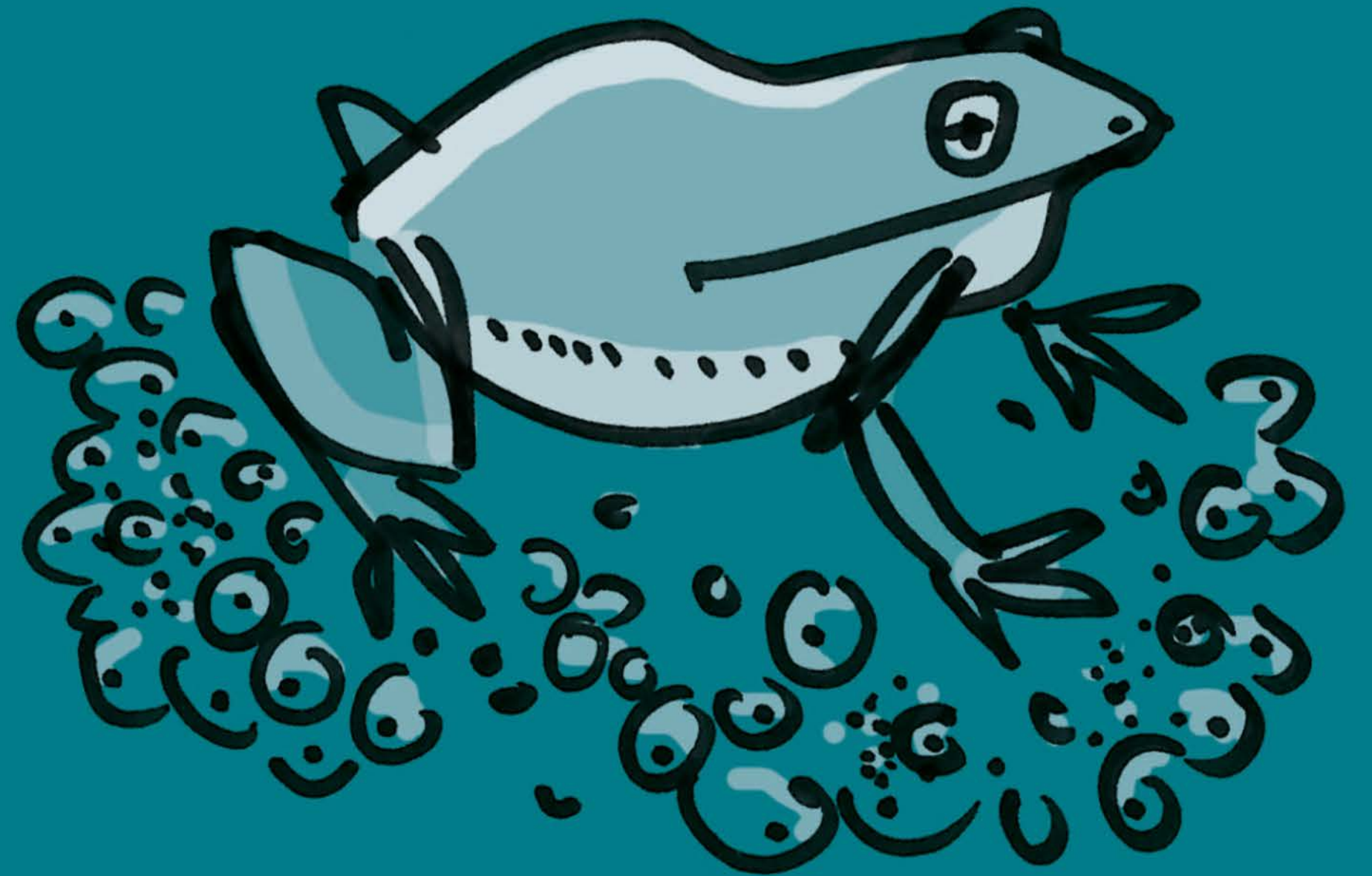


# Arbeitsweise Visuell

IDEATE

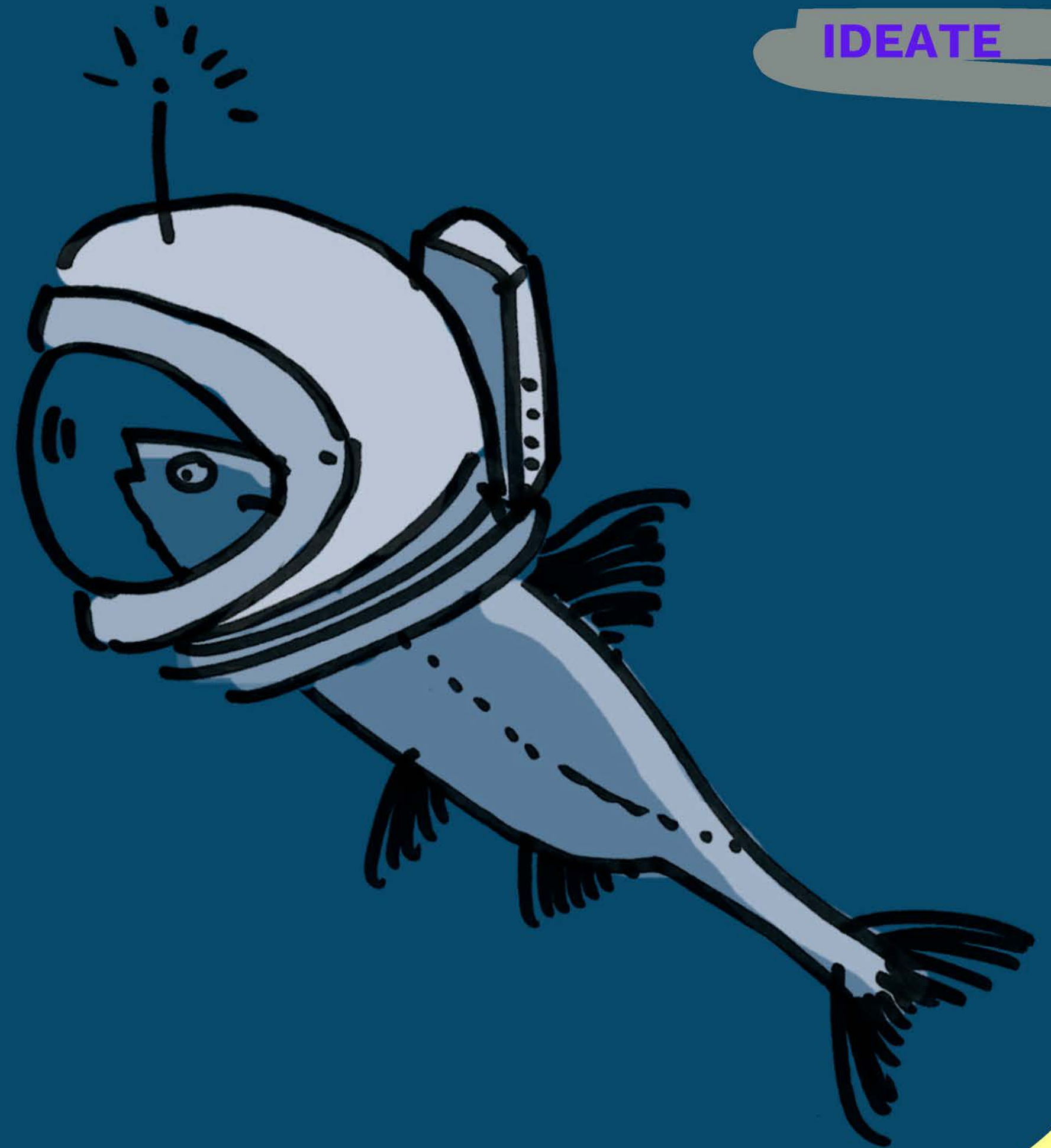


Schaffe  
**Quantität**



# Ermutige **Wilde Ideen**

IDEATE



# Baue auf Ideen anderer auf

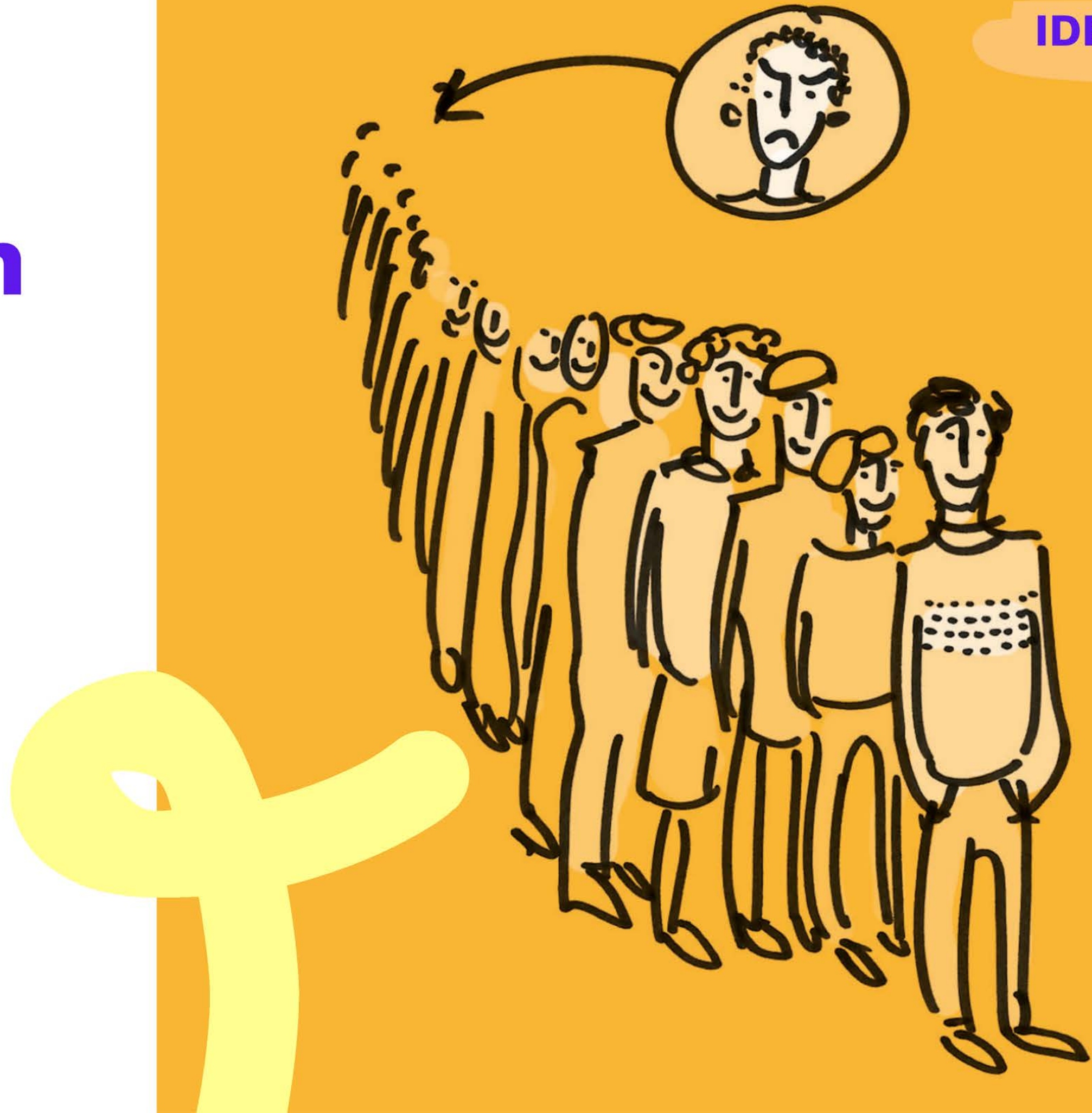
IDEATE





Stelle  
**Kritik hinten**  
an

IDEATE



**Keine Angst  
vorm Scheitern**



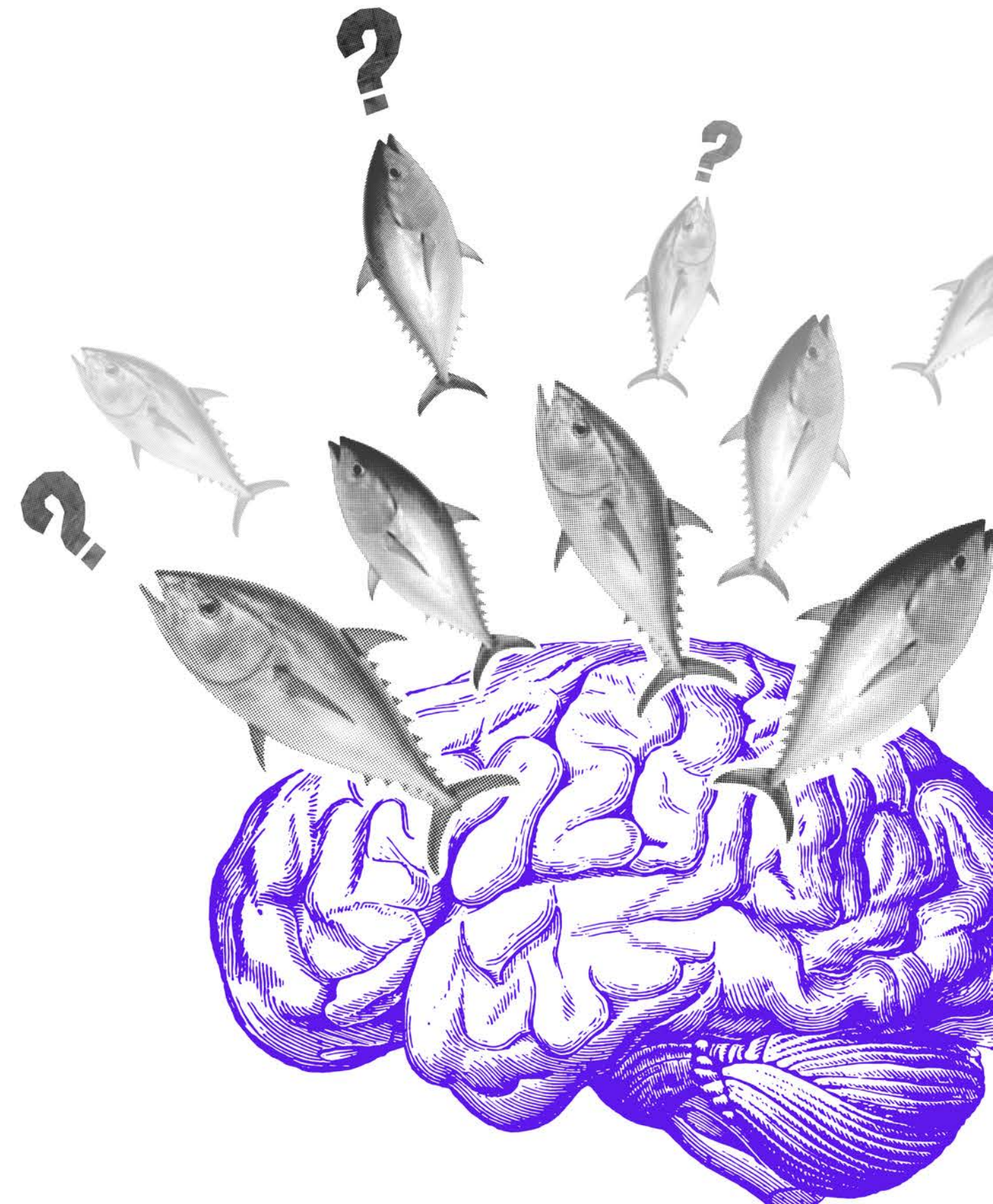
# Höre Aktiv zu

IDEATE



**Methode:**

# BRAIN- STORMING



# Silent Brainstorming

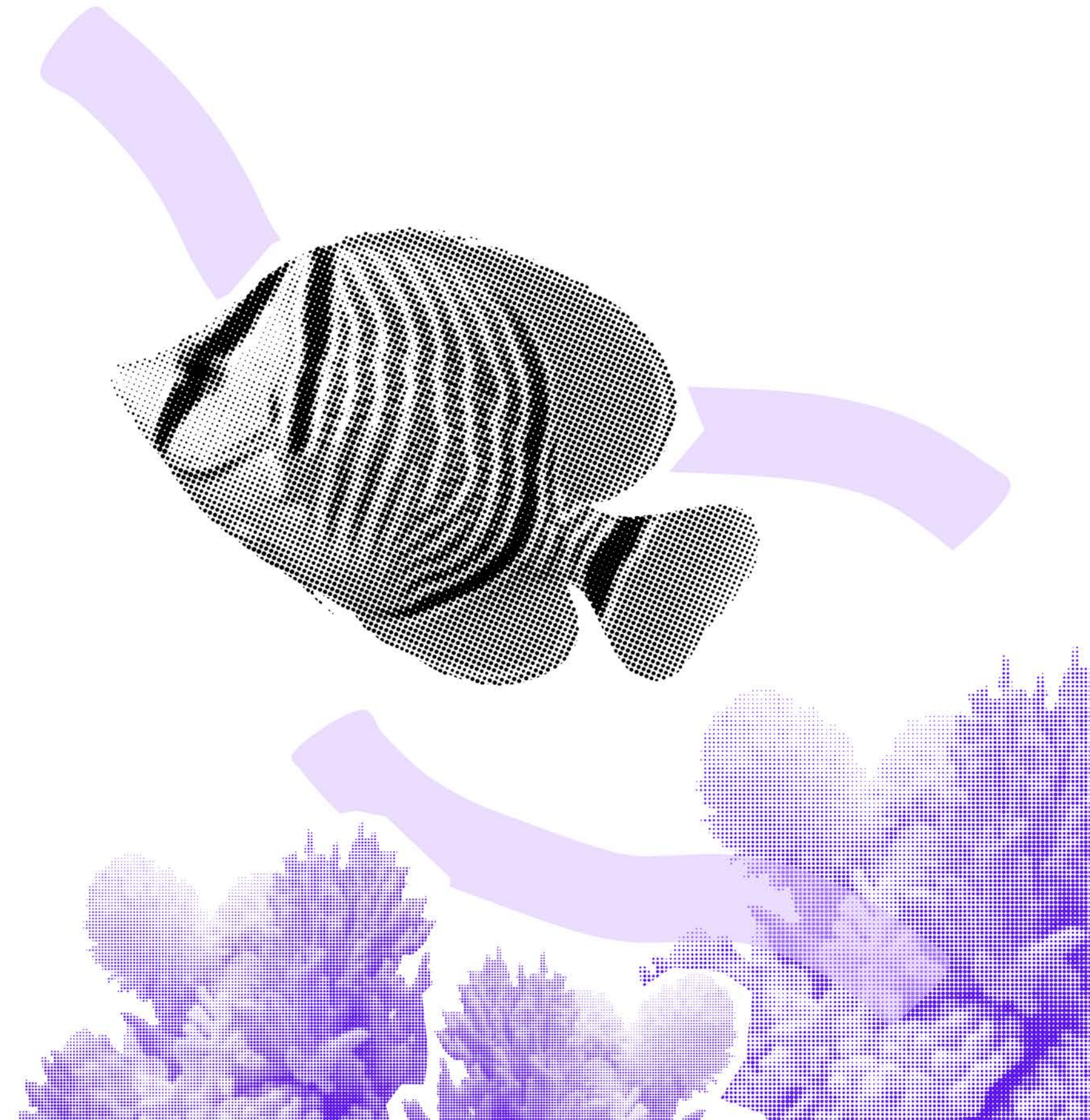
**Lasst alle eure [08/15] Ideen raus!**

In Einzelarbeit - so viele Ideen wie rauswollen.

Teilt eure Ideen im Team auf dem Whiteboard.

Gelegenheit sowohl lauten als auch leise

Perspektiven Gehör zu schenken.

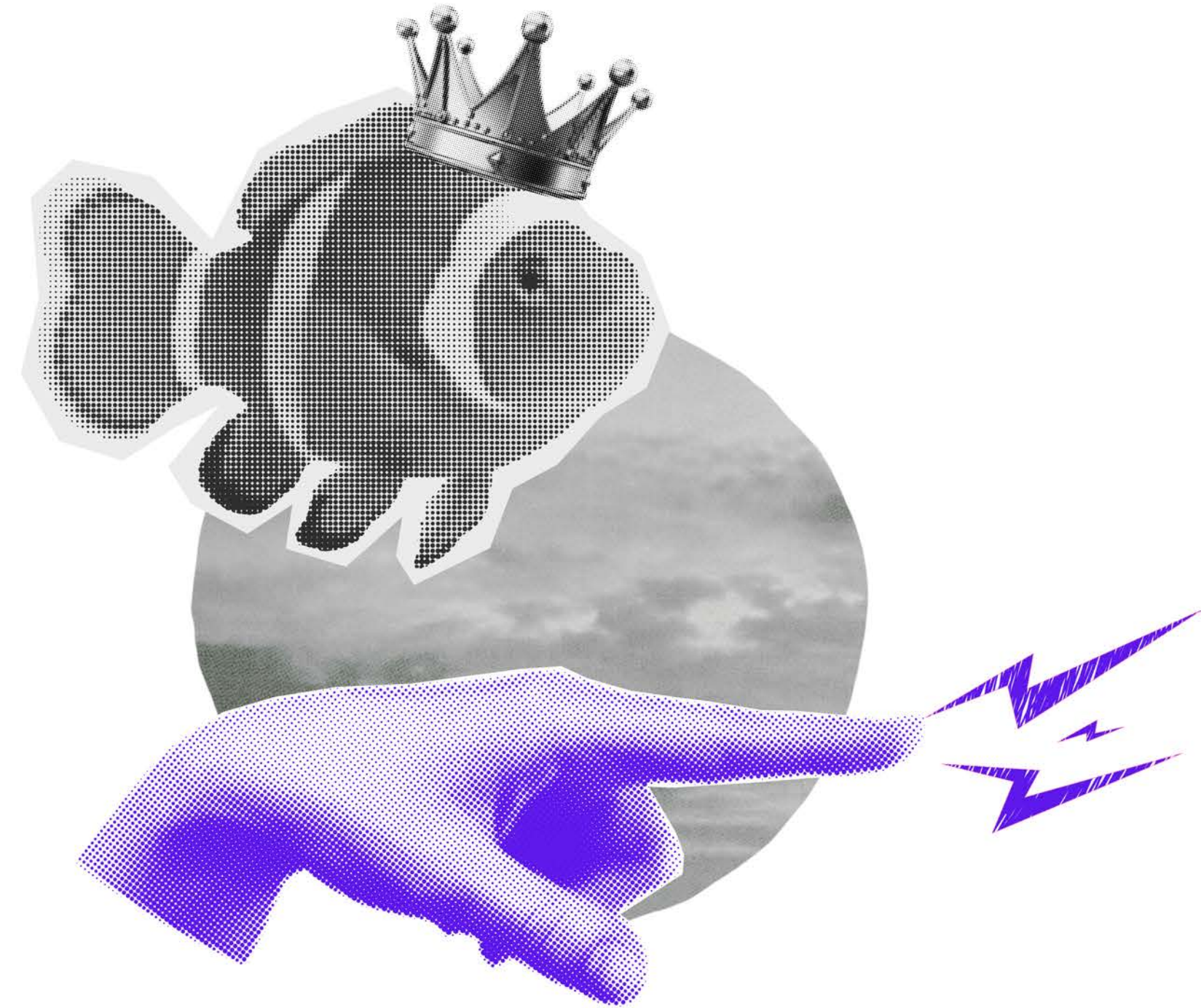


# Superhelden Brainstorming

**Welche Eigenschaften hat der/die Held\*in?**

**Wie würden sie das Problem lösen?**

Lasst eurer Fantasie freien lauf & holt die Ideen erst im zweiten Schritt auf den Boden der Tatsachen zurück.



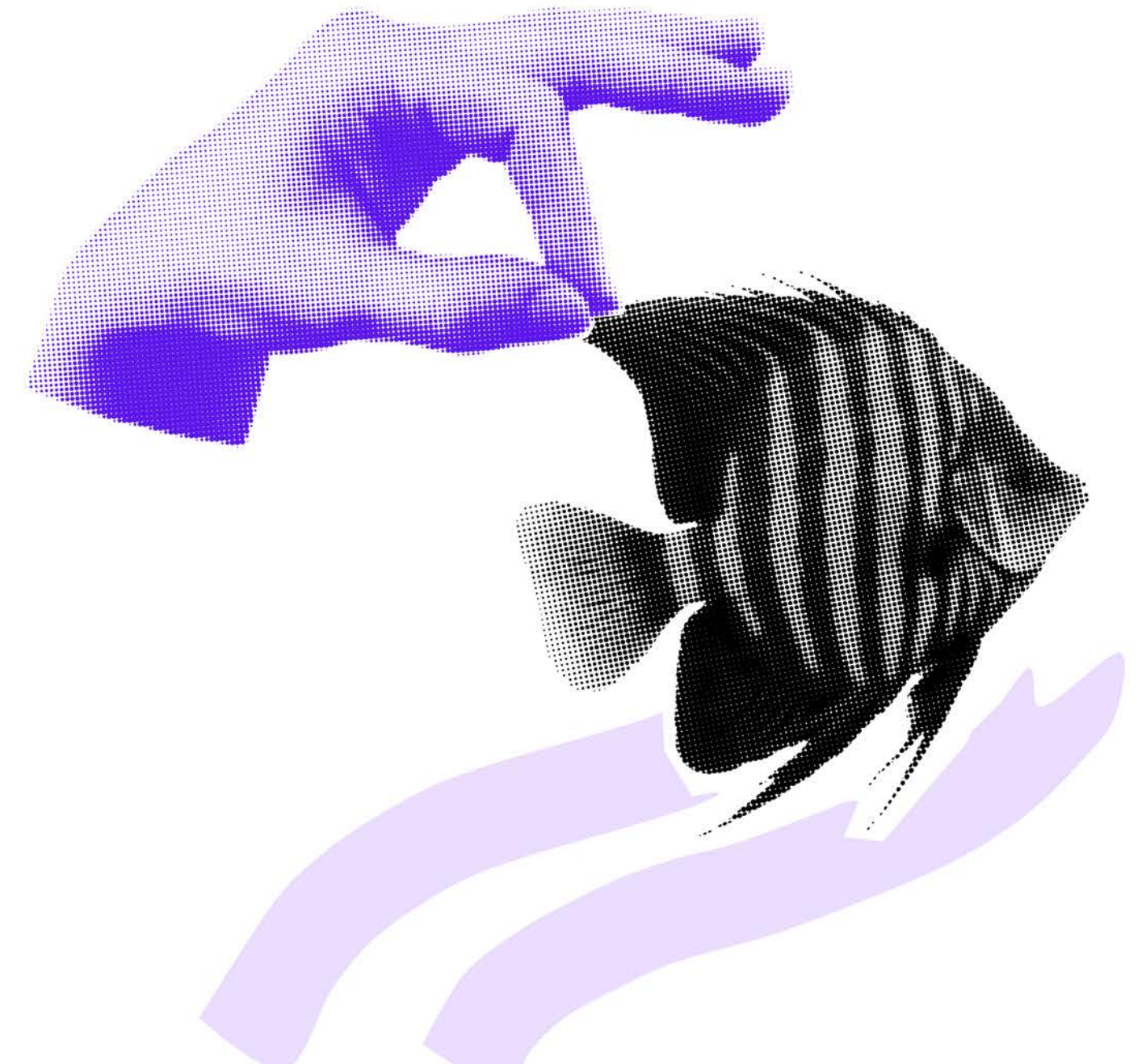
# Dot Voting

**Wählt schnell & einfach die besten Ideen aus !**

Pro Person bekommt ihr **3 farbige Klebepunkte.**

- Lieblingsidee
- Innovationspotential
- Nachhaltig

Die Idee mit den meisten Punkten gewinnt!



# Arbeitsauftrag

## Silent Brainstorming



**10 min**

### To Do

1. Einzelarbeit: Schreibt 1 Idee = 1 Haftnotiz [ 3 min]
2. Teilt eure Ideen zackig miteinander und klebt sie ans Board. [7 min]



# Arbeitsauftrag

## Superhelden Brainstorm



**10 min**



### To Do

1. Wählt als Team zackig Pippi oder Harry als eure Held\*in.
2. Überlegt laut als Team, mit welchen Eigenschaften würde eure Held\*in euer Problem lösen und wie? [7 min]
3. Boden der Tatsache: Wie könntet ihr diese Ansätze in der Realität umsetzen? [3 min]

# Arbeitsauftrag

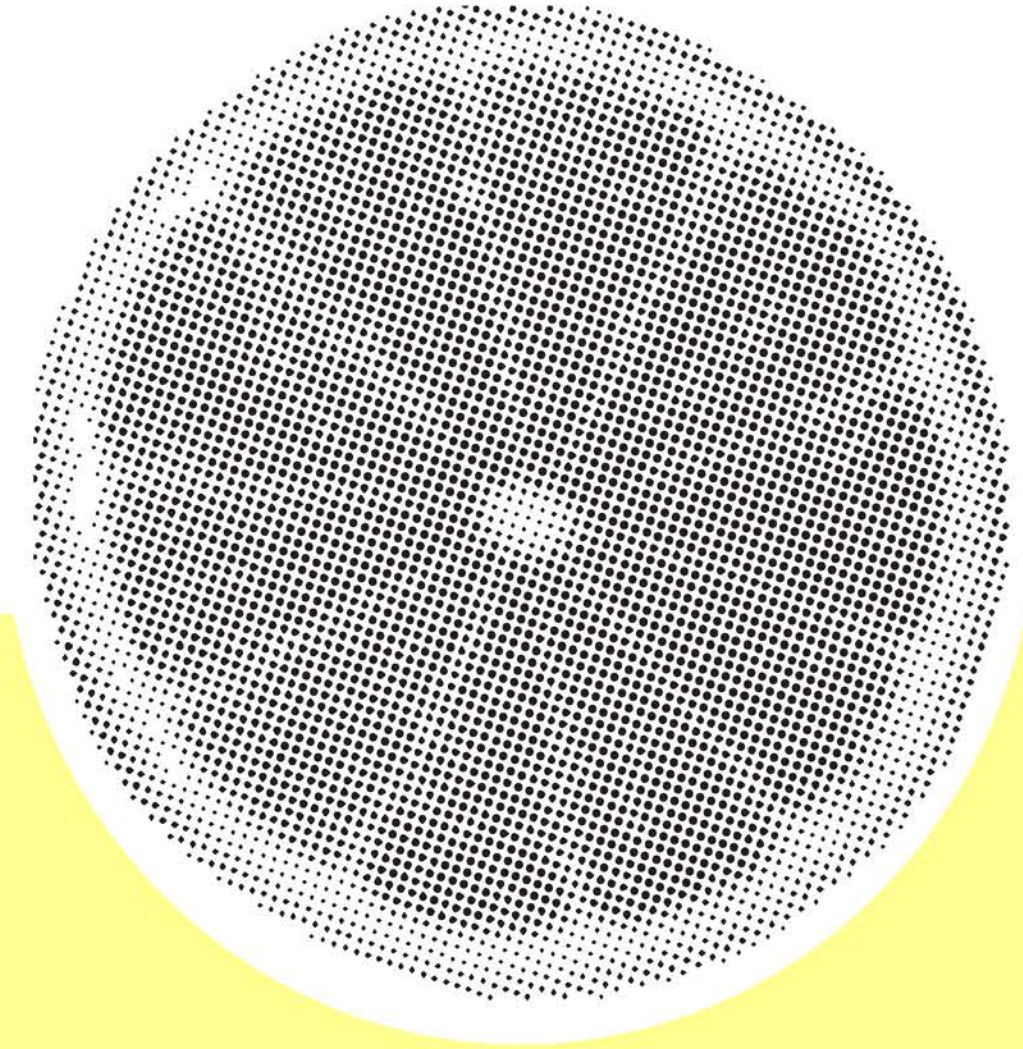
## Clustern + Dot Voting



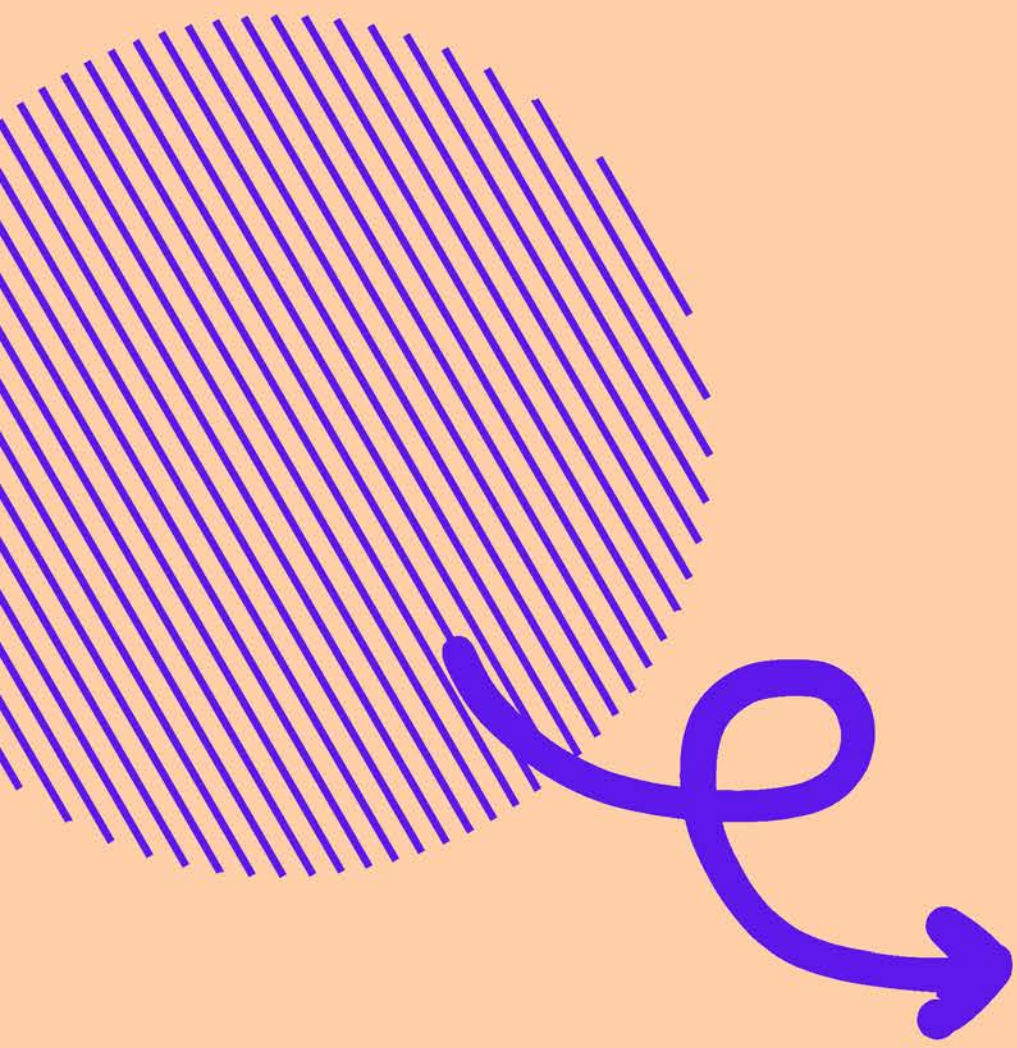
**10 min**

### **To Do**

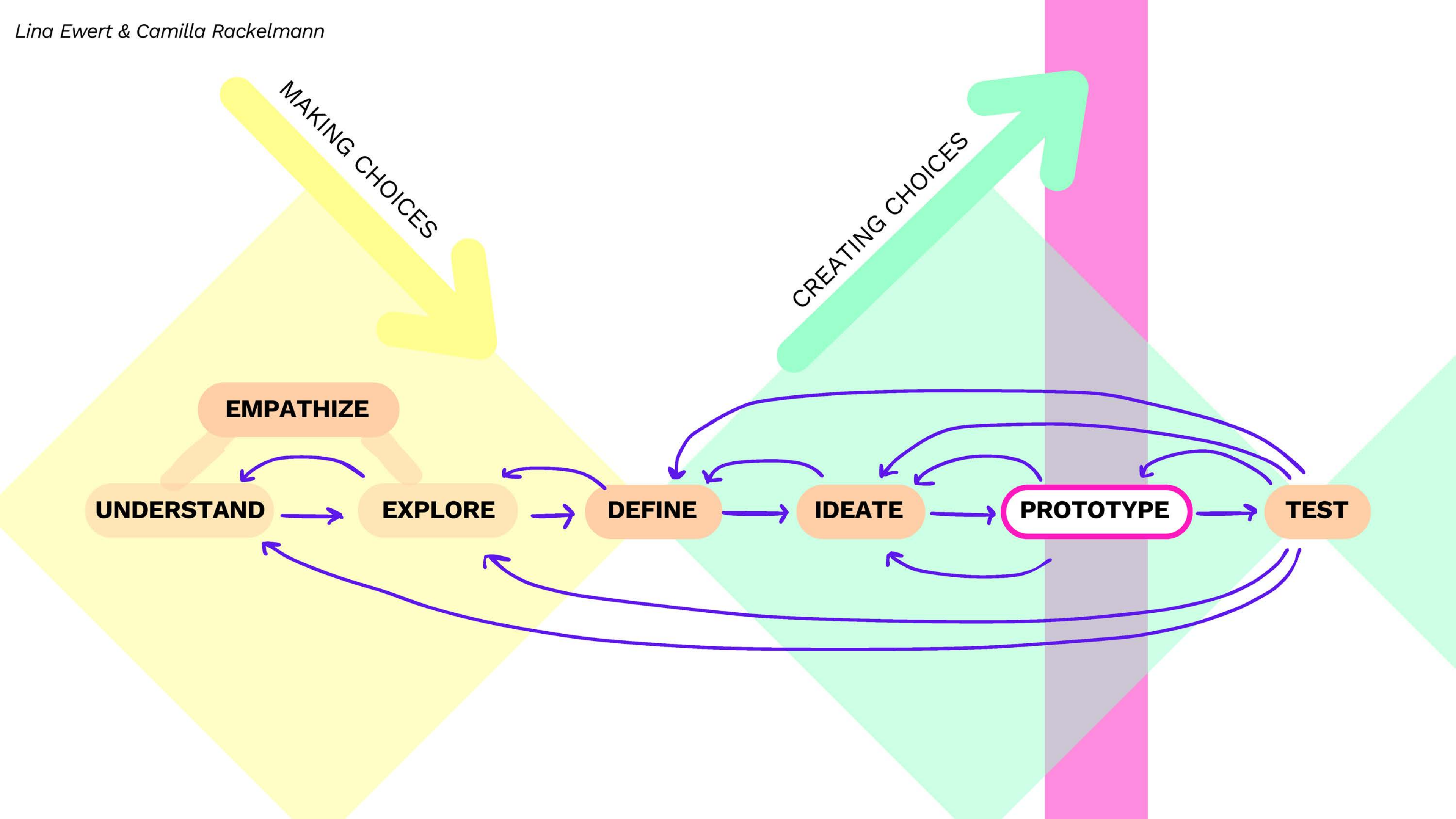
1. Clustert eure Ideen am Board.
2. Jede Person bekommt 3 Klebepunkte und wählt Ideen aus (heute ohne Kriterien)



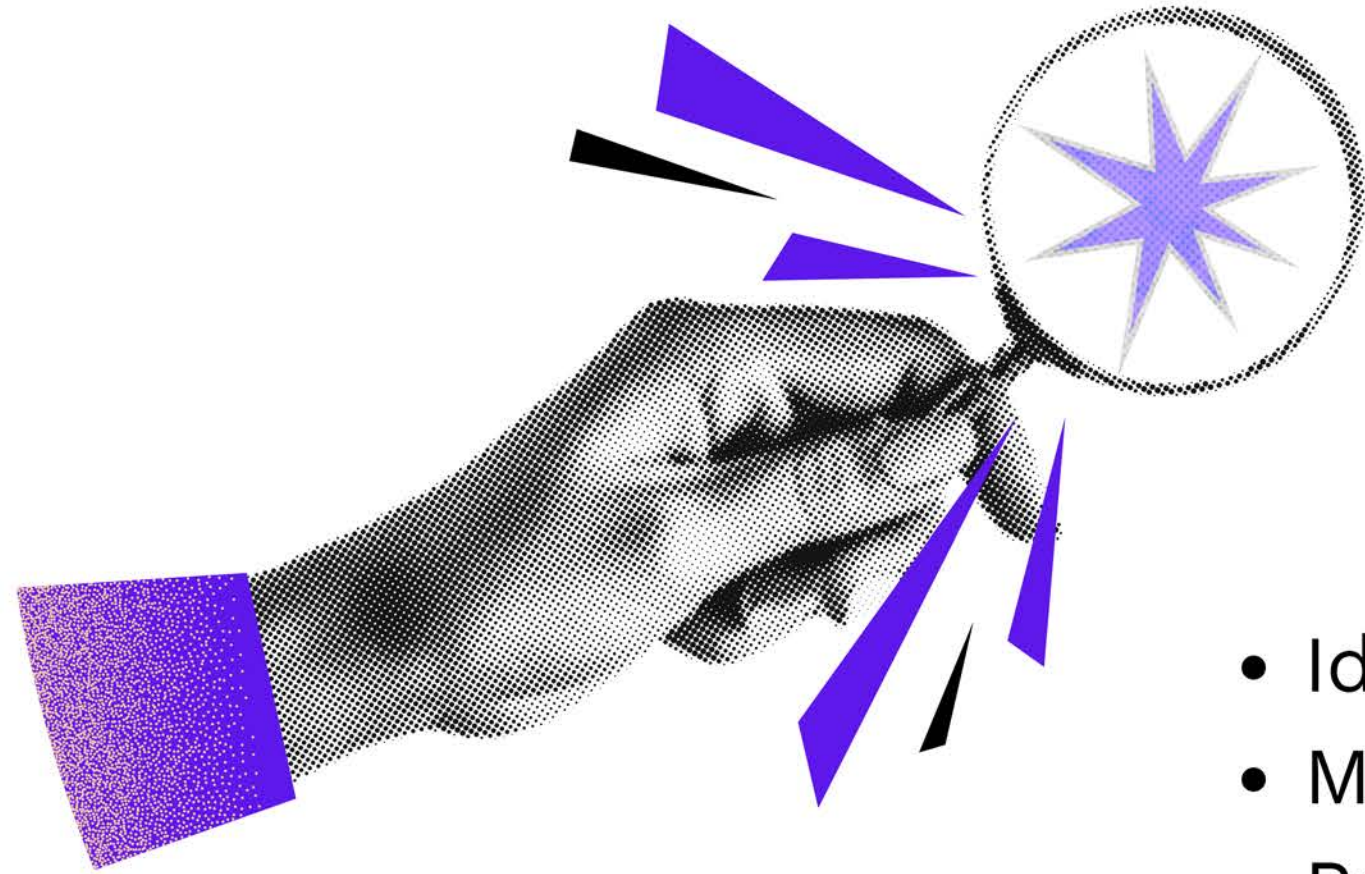
*kurze  
Pause*



# Prototype



# Ziele



- Ideen greifbar machen
- Mit den Händen denken
- Prototyp als Kommunikationsmittel

# Stolpersteine



- Präsentation statt testbaren Prototyp
- Perfektionismus
- Plattform / App als Lösung

**PROTOTYPE**

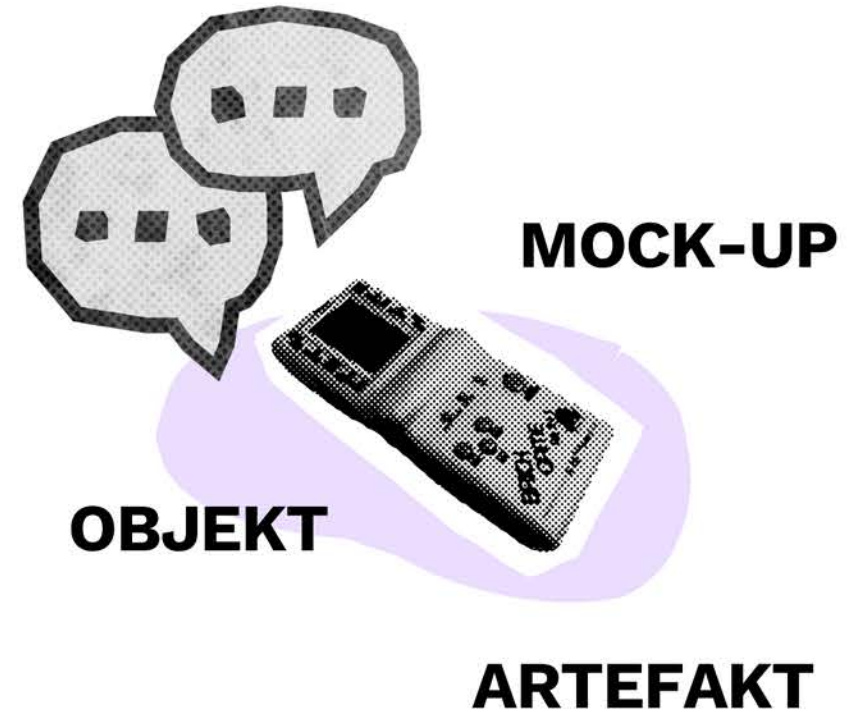
# Verschiedene Formen



**SKIZZE**



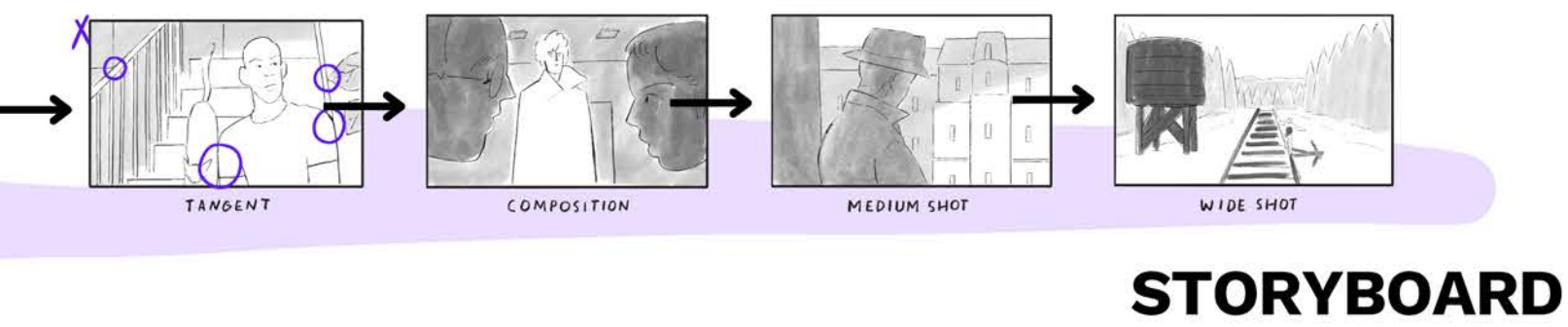
**MOOD-BOARD**



**MOCK-UP**

**OBJEKT**

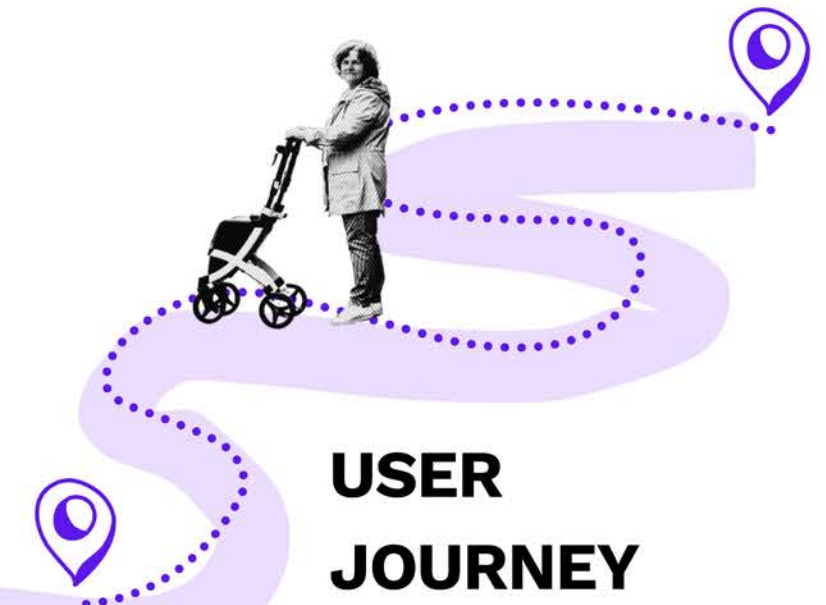
**ARTEFAKT**



**STORYBOARD**



**WIZARD OF OZ**



**USER JOURNEY**



**CLICK-DUMMY**



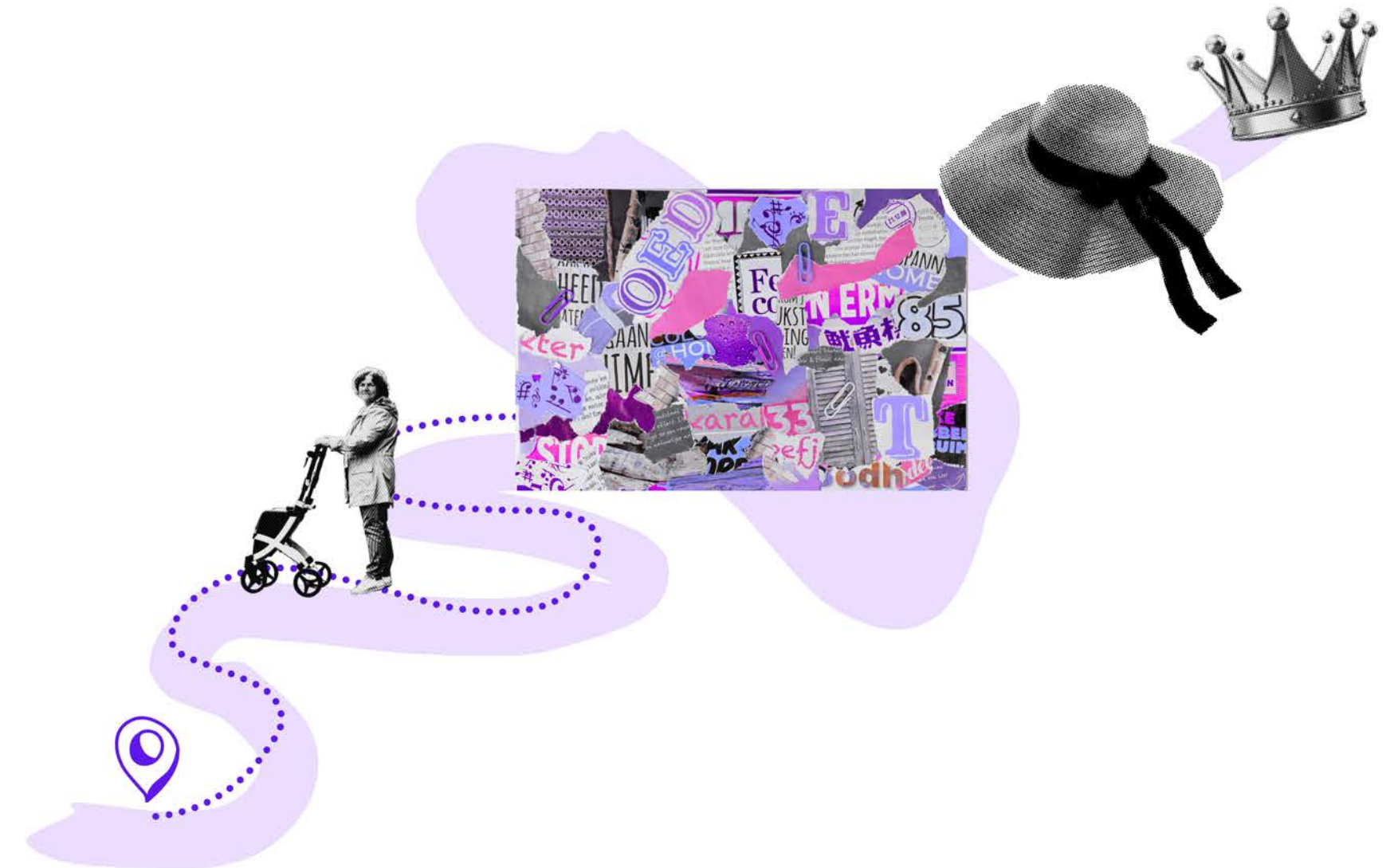
**ROLLENSPIEL**

*Podcast, Nachrichten-Bericht, Nutzer\*innen in Aktion*

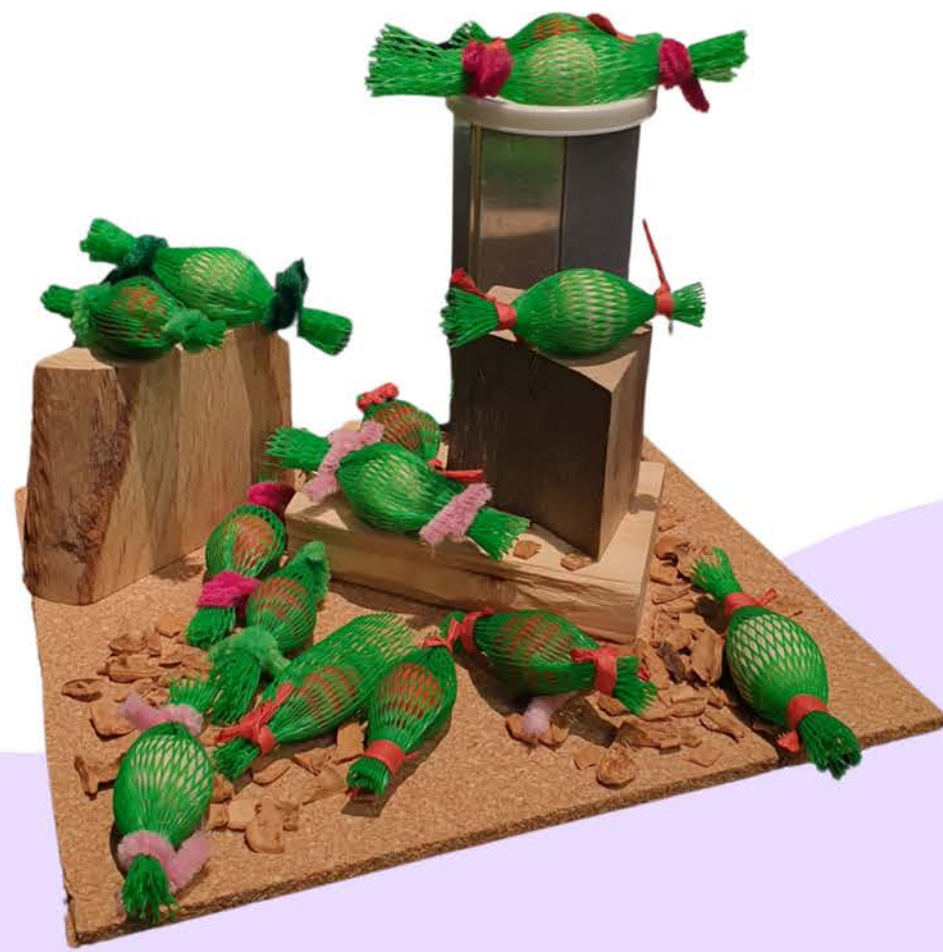


# Verschiedene Formen

*PROTOTYPEN  
KÖNNEN  
**KOMBINIERT**  
WERDEN.*



# Prototypen in Aktion



# Prototypen in Aktion



[Prototyping an App \[IDEO\]](#)

# Prototypen in Aktion



»Jackpot Maschine«  
[Görlitzer Park 2023]

# Prototypen basteln

**IMMER FRAGEN:**

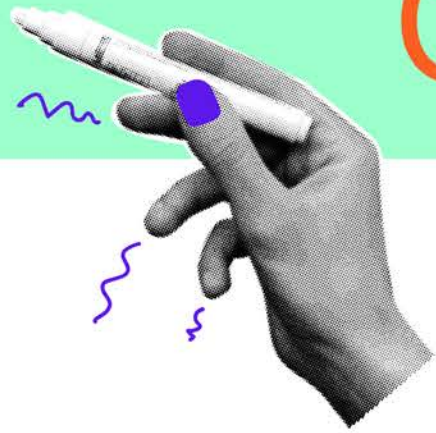
*Was ist die*  
**kritische**  
**Funktion?**

*Was wollen*  
*wir* **testen?**



# Arbeitsauftrag

## Clustern + Dot Voting



**40 min**

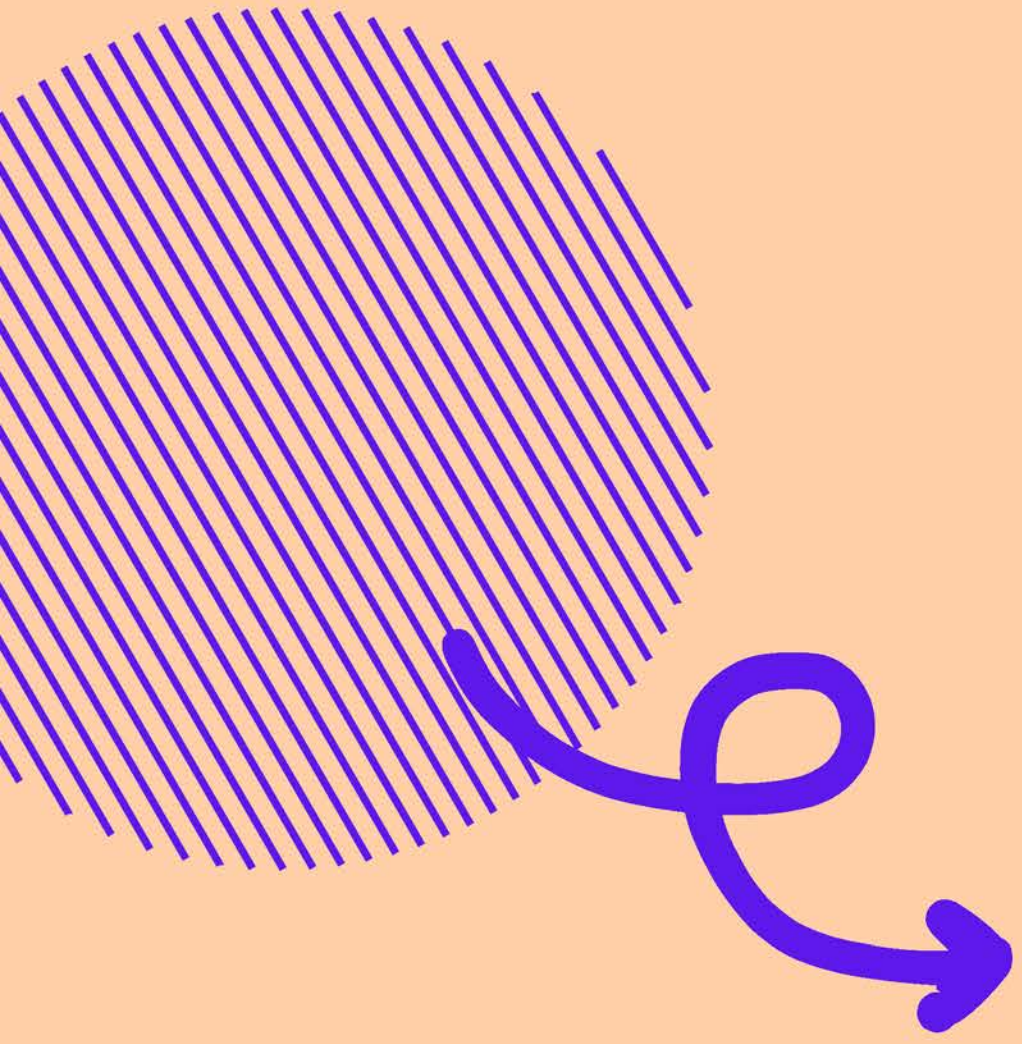
### **To Do**

1. Macht eure Idee durch Prototyping greifbar (30min).
2. Bereitet euch auf den Gallery Walk vor (5min).



# Präsi

Gallery Walk

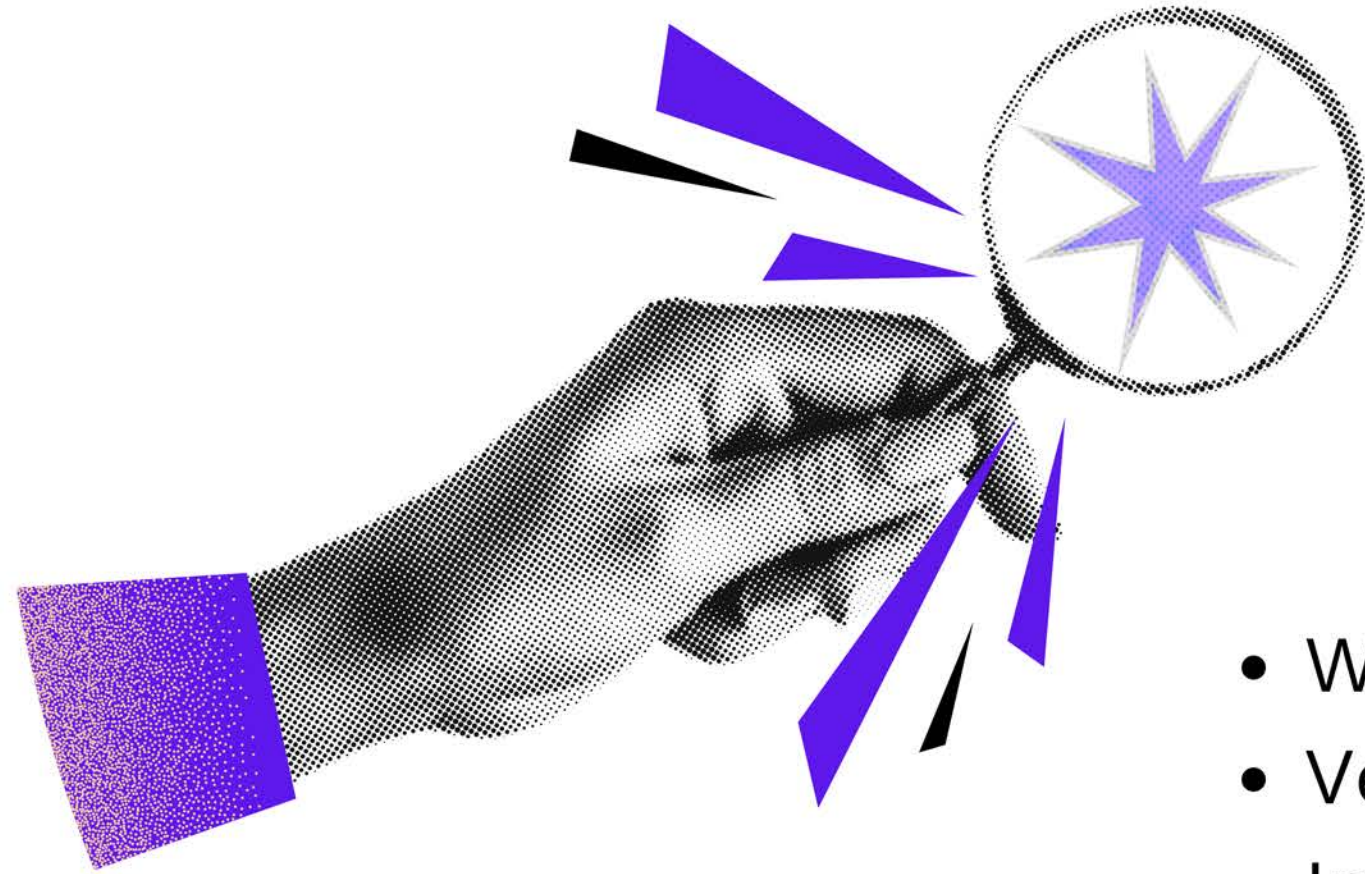


**Test**

*Ausblick*



# Ziele



- Wir wollen lernen, nichts verkaufen.
- Vermutungen überprüfen
- Impulse für Iteration sammeln

# Stolpersteine



- Ideen verteidigen
- Erklären statt Erfahren lassen
- Stark leitende Hinweise

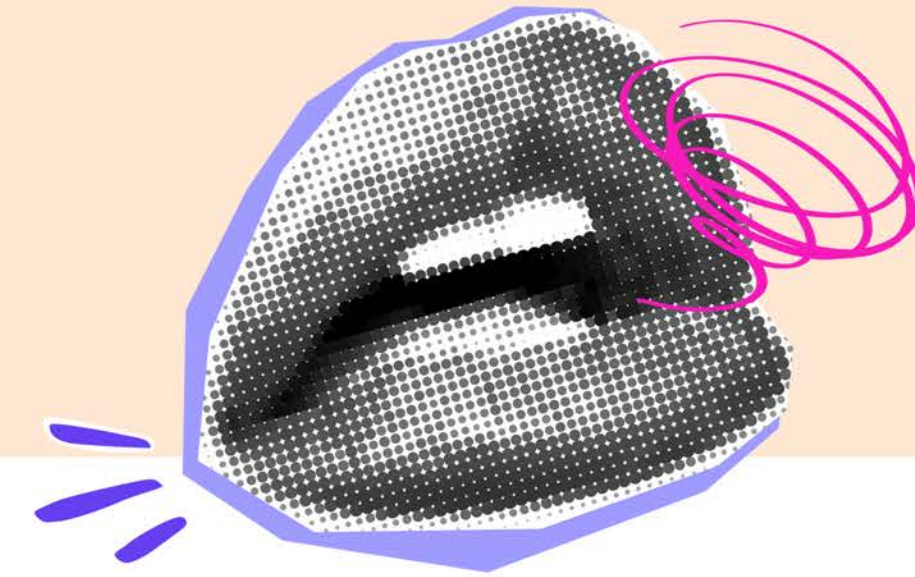
# Test Grid

PROTOTYPE

## TESTPERSON

<i>Info</i>	
<i>I like ...</i>	<i>I wish ...</i>
<i>Neue Ideen</i>	<i>Offene Fragen</i>
<i>Eigene Beobachtungen</i>	

# Methoden im Prozess



## BASICS

Check-in  
Check-out  
Warm-up  
Fast Forward

## EMPATHIZE

STEEP-Analyse  
Desk Research  
5 W-Fragen  
Interview  
Stakeholder-Map  
Linear Unpacking

## DEFINE

Empathy Map  
Persona  
User Journey  
Möglichkeitsfelder  
WKW..?-Frage

## IDEATE

Brainstorming  
Idea-Filter  
Dot-Voting

## PROTOTYPE / TEST

Idea Napkin  
Roadmap  
Prototyping  
Testing



**Lina Ewert**

*lina.ewert@posteo.de*



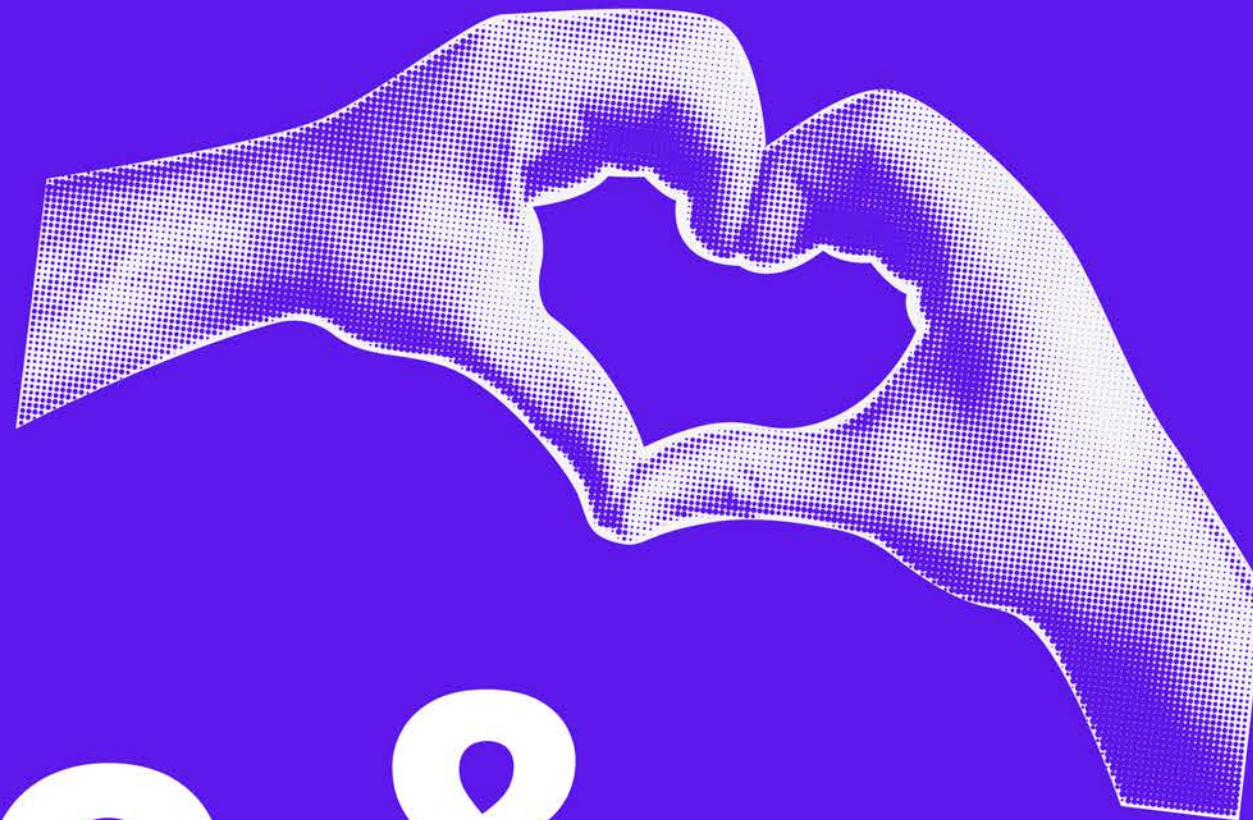
**Camilla Rackelmann**

*rackelmann.c@gmail.com*



→

# Danke & Tschüssie



# Beratungstermine

mit Lina und Camilla am 01. April 2025

## HALLO AGAIN!

Wir freuen uns auf die Einblicke in eure Projekte und das Wiedersehen.

Da wir die 45 Min. Zeit pro Team möglichst effektiv nutzen wollen, bereitet bitte Folgendes vor:

### Intro zu eurem Projekt.

[3-5 Minuten]

- Worum geht's?
- Was wollt ihr erreichen?
- Was sind die Rahmenbedingungen?
- Was müssen wir über euer Projekt wissen, um euch gut beraten zu können?

Was ist bisher geschehen?

Was sind eure nächsten Schritte?

Wo seht ihr (zukünftige) Herausforderungen in der Weiterarbeit am Projekt?

Falls ihr vorab Fragen habt, meldet euch gerne:  
[lina.ewert@posteo.de](mailto:lina.ewert@posteo.de), [rackelmann.c@gmail.com](mailto:rackelmann.c@gmail.com)

Liebe Grüße

Lina & Camilla

