

Design Thinking

Andrea Schlager
Donau-Universität Krems
@AnSchlager



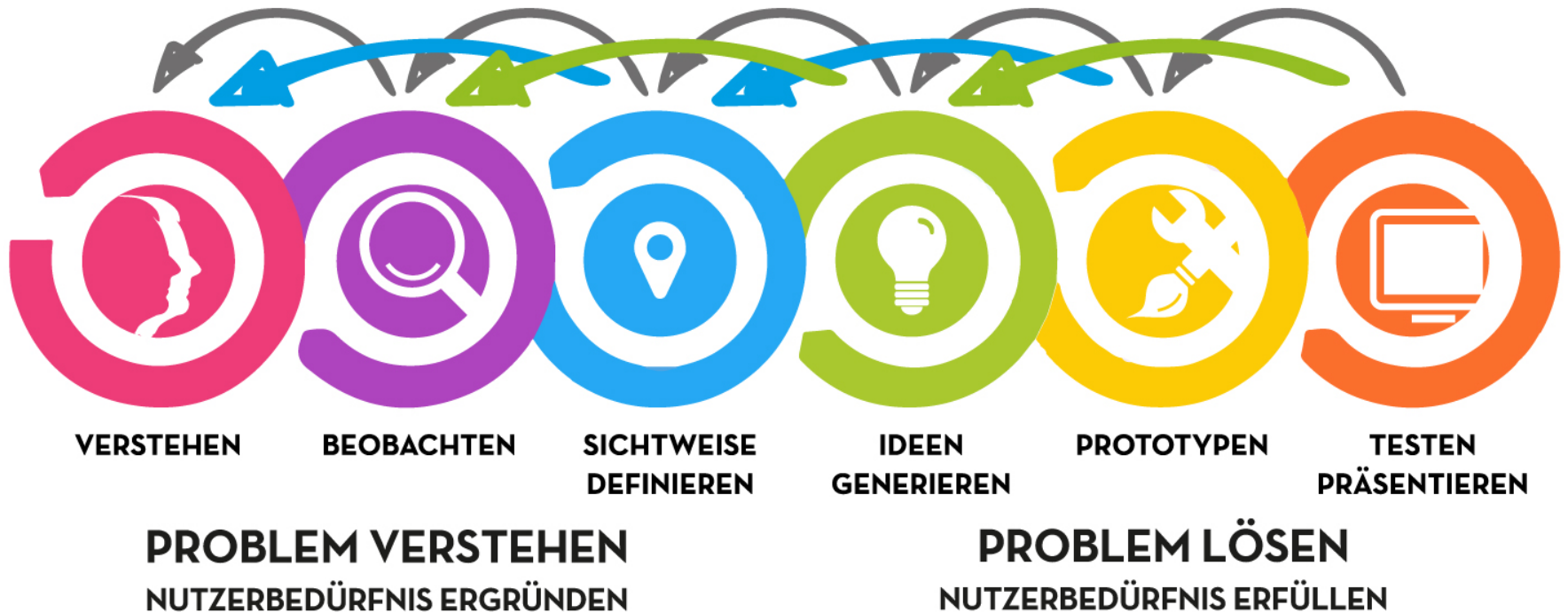
1. DESIGN THINKING



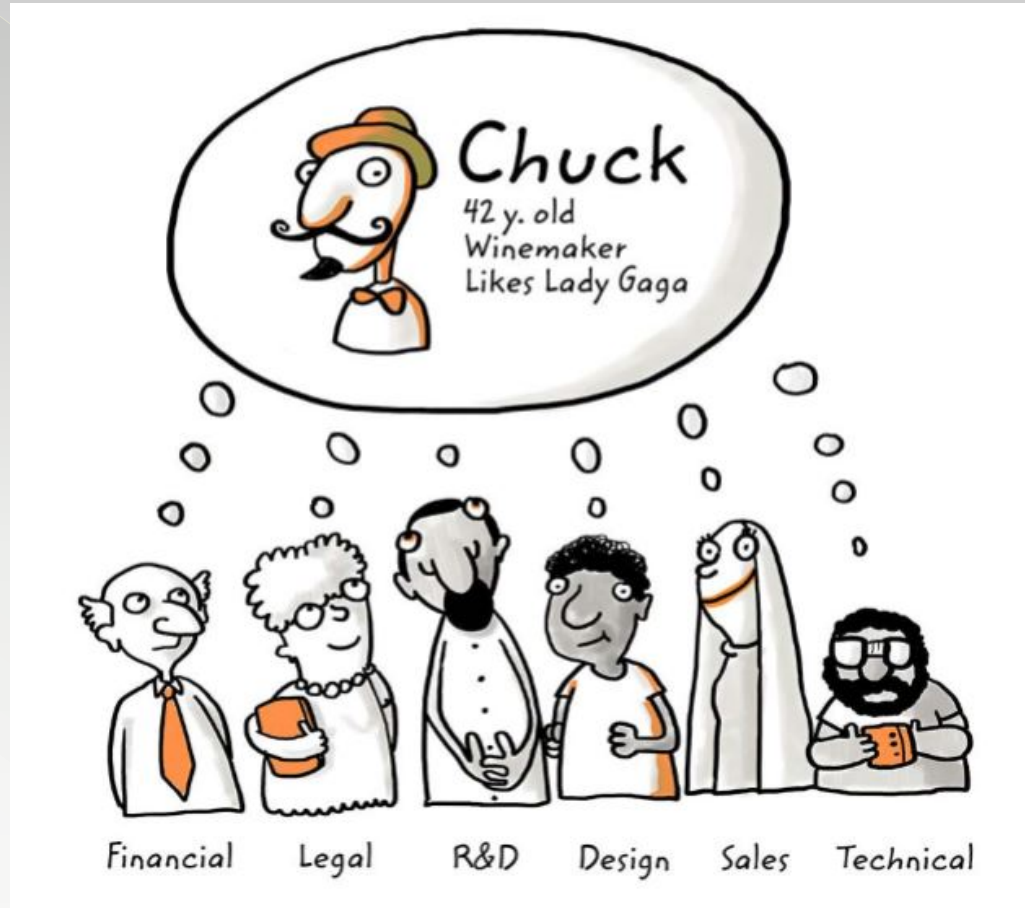
IDEO

- Design Thinking wurde Mitte der 1980er Jahre von der Innovationsagentur IDEO entwickelt, um Innovationen hervorzubringen, die sich an den Bedürfnissen der Nutzer orientieren.
- Design Thinking ist eine **systematische Herangehensweise an komplexe Problemstellungen** aus allen Lebensbereichen.
- Design Thinker schauen durch die Brille des Nutzers auf das Problem und begeben sich dadurch in die Rolle des Anwenders.

2. DESIGN THINKING SCHRITTE



3. NUTZUNG VON PERSONA



4. DESIGN THINKING PROZESS

- Design Thinking ist ein offener Prozess mit unbekanntem Ausgang.
- In der ersten Hälfte des eDesign Thinking-Prozesses liegt dabei der Fokus ganz klar auf der Nutzerperspektive: Durch Verstehen, Beobachten und Analysieren werden die wahren Bedürfnisse des Nutzers offengelegt.
- Die zweite Hälfte des eDesign Thinking Prozesses hingegen konzentriert sich darauf neue Lösungswege zu finden und diese auch zu testen. Wobei es immer wieder zu Schleifen zu vorangegangenen Prozessen kommt (kommen kann)

Schritt 1 -Verstehen

Im ersten Schritt geht es darum, das Problem der Zielgruppe zu definieren.

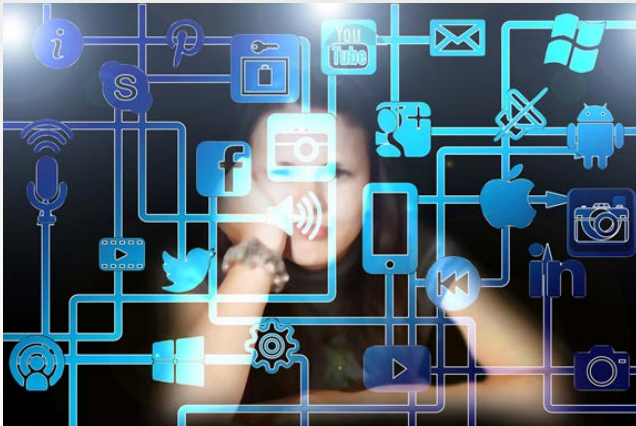


- Was genau ist das Problem, der Konflikt bzw. die Zielsetzung?
- Was sind die Herausforderungen?
- Was genau das Problem?
- Wie sieht das gemeinsame Ziel aus?



Schritt 2 – Beobachten, Befragen

Setzen Sie sich mit den Personen auseinander, die Ihr Problem bestimmen. Bestimmen Sie die typische Persona , die dieses Problem hat

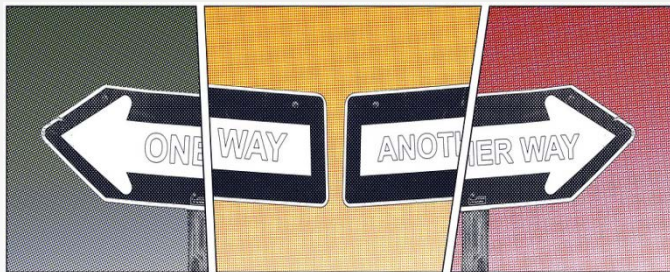


Es empfiehlt sich auch, mit „**extremen**“ Personen aus der Zielgruppe zu sprechen und sie zu beobachten. Gerade „Extreme“ bringen wertvolle Impulse und helfen bei der späteren Ideenfindung und Umsetzung



Schritt 3 –Sichtweisen definieren

Die gesammelten Beobachtungen und Einsichten verdichtet man, um eine 360-Grad-Ansicht der Zielgruppe zu bekommen.



- ◉ Man entwickelt sogenannte Einsichten - **Insights**.
- ◉ Diese Einsichten werden mittels **Storytelling** formuliert und festgehalten.
- ◉ Daraus dann Muster und Schemata entwickeln, die die Grundlage für die Problemlösung dann bilden.
- ◉ Eine Geschichte rund um das Ziel bilden mit den Problemfeldern

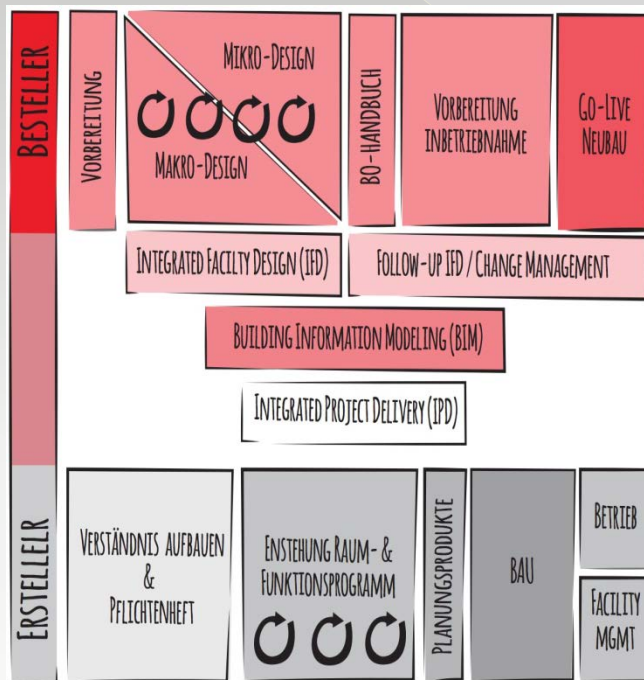
Schritt 4 –Ideen finden

- Sind die Sichtweisen definiert, versucht man unter zu Hilfenahme verschiedenster Kreativitätstechniken, Ideen zu finden.
- Eine geeignete Technik für die Ideensammlung auswählen, oft sind mehrere Sessions notwendig um eine Idee zu verfeinern bzw. weiter zu entwickeln

Brainstorming	ABC-Liste	Provokationstechnik	Tilmag Methode
Negativkonferenz	Mind-Mapping	Biosoziation	CATWOE
Kopfstandtechnik	KJ-Methode	Analogietechnik	Force-Fit-Spiel
Kreatives Schreiben	NM-Methode	Zufallstechniken	Kartenabfrage
Brainwriting	Cluster	Superpostion	Galeriemethode
6-3-5 Methode	Ideen-Marathon	Bionik	Metaplanteknik
Brainwriting Pool	Progressive Abstraktion	Syentktik	Usw.



Schritt 5 – Prototyp erstellen



- Ein wichtiger Aspekt ist das Erstellen von Prototypen. Prototypen kann man auch für Abläufe und dgl. erstellen.



- Prototypen helfen, die Ideen zu veranschaulichen und innerhalb der Zielgruppe zu testen.

Schritt 6 – Testen

- Die Prototypen werden direkt mit der Zielgruppe getestet / verworfen.



- Es wird so lange getestet und es werden so lange neue Prototypen erstellt, bis die Kunden von einer Idee überzeugt sind.



VERSTEHEN

BEOBACHTEN

**SICHTWEISE
DEFINIEREN**

**IDEEN
GENERIEREN**

PROTOTYPEN

**TESTEN
PRÄSENTIEREN**

PROBLEM VERSTEHEN

NUTZERBEDÜRFNIS ERGRÜNDEN

PROBLEM LÖSEN

NUTZERBEDÜRFNIS ERFÜLLEN

Workshop Vorbereitung

- Bilden Sie Gruppen von 3 Personen

Schritt 1 -Verstehen

Wie kann man alle Kolleginne und Kollegen dazu inspirieren, dass Sie digitale Medien im Unterricht einsetzen

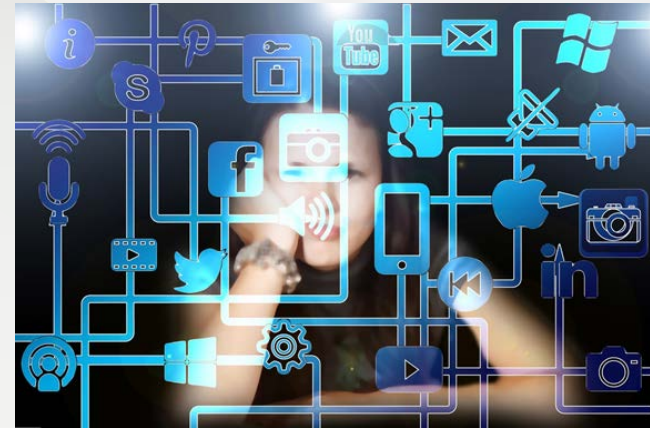
Tipp: Hier könnte man ein Padlet auch verwenden



Schritt 2 –Beobachten, Befragen

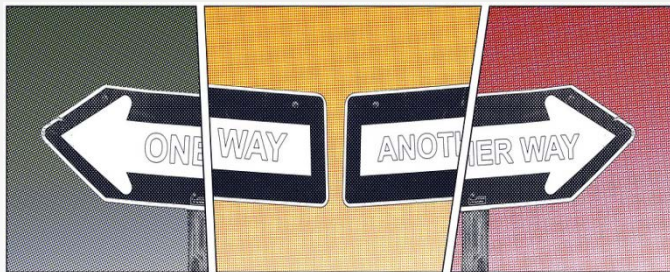
Es empfiehlt sich auch, mit „**extremen**“ Personen aus der Zielgruppe zu sprechen und sie zu beobachten. Gerade „Extreme“ bringen wertvolle Impulse und helfen bei der späteren Ideenfindung und Umsetzung

Welche Kolleginnen und Kollegen setzen sehr viel bzw. gar keine Medien um Unterricht ein. Und warum schon bzw. warum nicht?



Schritt 3 –Sichtweisen definieren

Die gesammelten Beobachtungen und Einsichten verdichtet man, um eine 360-Grad-Ansicht der Zielgruppe zu bekommen.



- Ansichten der jeweiligen betroffenen Kollegiums sogenannte Einsichten - **Insights**.
- Persönlicher Hintergrund dieser Personen wird mittels **Storytelling** formuliert und festgehalten.
- Daraus dann Muster und Schemata entwickeln, die die Grundlage für die Problemlösung dann bilden.
- Eine Geschichte rund um das Ziel bilden mit den Problemfeldern

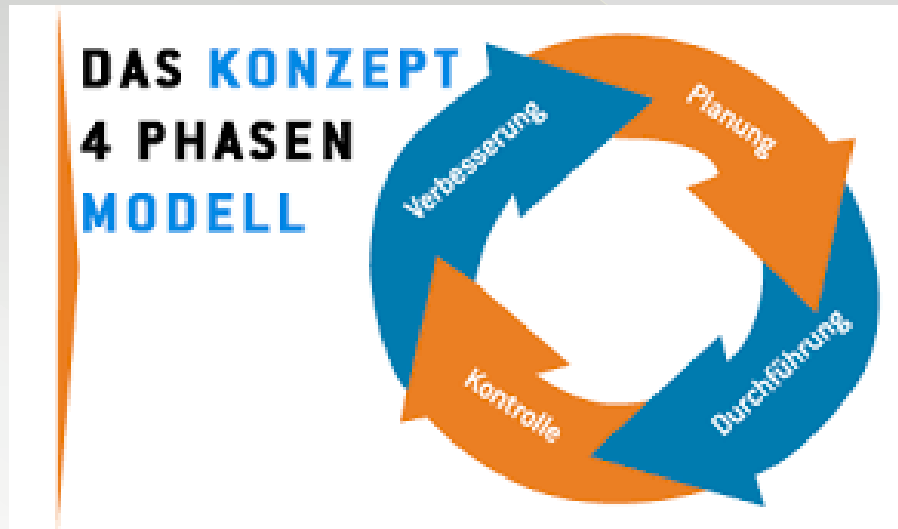
Schritt 4 –Ideen finden

- Sind die Sichtweisen definiert, versucht man unter zu Hilfenahme verschiedenster Kreativitätstechniken, Ideen zu finden.
- Eine geeignete Technik für die Ideensammlung auswählen, oft sind mehrere Sessions notwendig um eine Idee zu verfeinern bzw. weiter zu entwickeln

Brainstorming	ABC-Liste	Provokationstechnik	Tilmag Methode
Negativkonferenz	Mind-Mapping	Biosoziation	CATWOE
Kopfstandtechnik	KJ-Methode	Analogietechnik	Force-Fit-Spiel
Kreatives Schreiben	NM-Methode	Zufallstechniken	Kartenabfrage
Brainwriting	Cluster	Superpostion	Galeriemethode
6-3-5 Methode	Ideen-Marathon	Bionik	Metaplantchnik
Brainwriting Pool	Progressive Abstraktion	Syentktik	Usw.



Schritt 5 –Konzept erstellen



- Ein wichtiger Aspekt ist das Erstellen von Prototypen. Prototypen kann man auch für Abläufe und dgl. erstellen.



- Prototypen helfen, die Ideen zu veranschaulichen und innerhalb der Zielgruppe zu testen.

Schritt 6 – Testen



- Umsetzung und Testung des Konzeptes -> direkt mit der Zielgruppe getestet / verworfen.



- Es wird so lange getestet und es werden so lange neue Prototypen erstellt, bis die Kunden von einer Idee überzeugt sind.

Lehrgang eEducation

Lehrgangstart: 2. Mai 2019



Mag.^a Andrea Schlager
Donau-Universität Krems

 andrea.schlager@donau-uni.ac.at



@AnSchlager