

Design Thinking Booklet



Dark Horse
Innovation



» **Wenn ich die Menschen gefragt hätte, was sie wollen, hätten sie gesagt: schnellere Pferde.** «



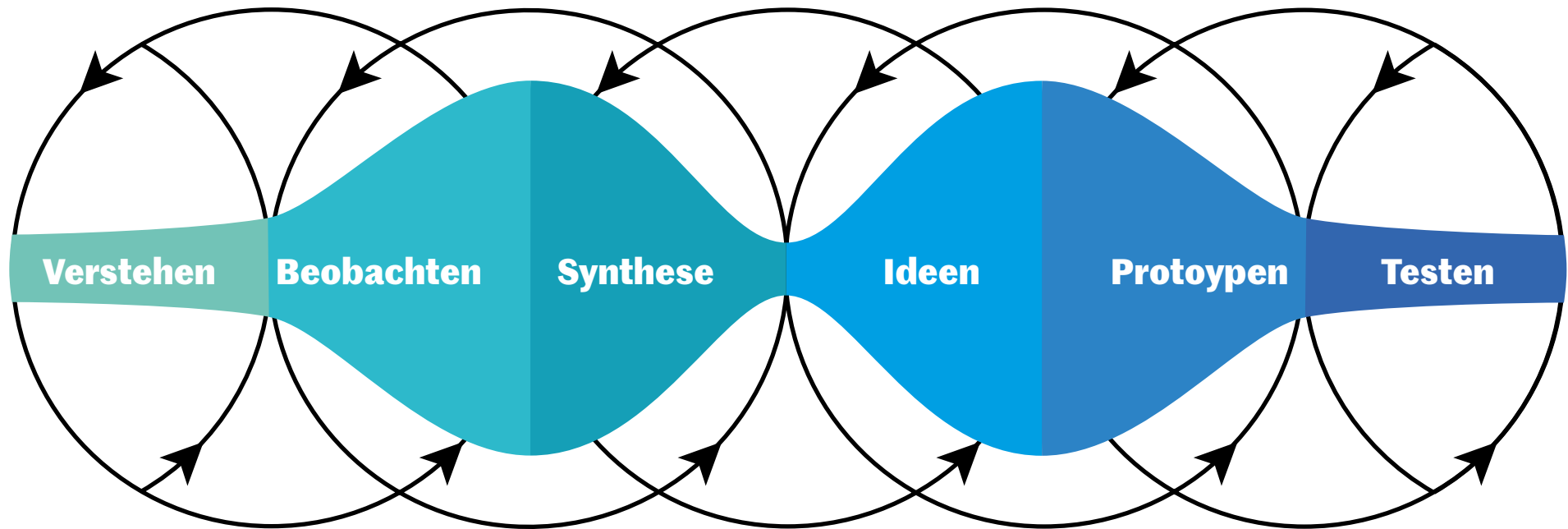
— Henry Ford*

DER DESIGN THINKING PROZESS

Der mehrstufige Design Thinking-Prozess trennt die umfassende Problemidentifikation und die kreative, praktische Lösungsfindung voneinander. Es ist hochgradig iterativ und das Scheitern gehört unbedingt dazu: Frühzeitig scheitern, um schneller Erfolg zu haben. Im Design Thinking ist das Tun das Entscheidende (anstatt darüber zu reden was getan werden muss). Schnelles Lernen und Testen führen zu Verbesserungen oder einer völlig neuen Richtung (Pivot). Indem wir uns nach Bedarf in den Prozessphasen vor- und zurückbewegen, können wir ein Produkt oder eine Dienstleistung entwickeln, die für die NutzerInnen höchst relevant und für uns erfolgreich ist.

Wir nehmen den Prozess nur als Orientierung, als Richtung im Ungewissen. Wir interpretieren ihn nicht als Prozess im klassischen Sinne, denn Innovation lässt sich nicht standardisieren! Vielmehr müssen wir ein Gespür dafür entwickeln, wann welche Phase Sinn macht und wann der nächste Schritt zu gehen ist oder ein Schritt zurück zielführender sein kann. Dieses Gespür erreichen wir nur durch „machen“ und Erfahrung sammeln.

*Es gibt keine verbriefte Originalquelle für dieses Zitat. Wir finden es trotzdem gut, auch wenn es vielleicht nur eine Erfindung ist: bit.ly/1SGCT7v



VERSTEHEN

Interdisziplinäre Verbreitung von Wissen und Projektplanung

BEOBACHTEN

Ethnographische und empathische Nutzerforschung, nicht geäußerte Bedürfnisse zu entdecken

SYNTHESE

Analyse der Feldrecherche mit Frameworks

IDEEN

Entwicklung und Auswahl von Produkt- und Dienstleistungsideen

PROTOTYPEN

Schnelle Umsetzung der ausgewählten Ideen in anfassbare Prototypen

TESTEN

Test der Prototypen mit UserInnen, Lernen und Iterieren

PHASE VERSTEHEN

ZIELE

- Problemdimensionen abstecken
- Mit dem Team in das Thema eintauchen
- Austausch von Wissen, Verständnis und Standpunkten

METHODEN

- *Semantische Analyse: Hinter jedes Wort blicken*
- Wir erkunden verschiedene Sichtweisen in der Interaktion

PHASE SYNTHESE

ZIELE

- Bedürfnisse und Hindernisse definieren
- Gemeinsame Muster und Abhängigkeiten herausarbeiten
- Möglichkeitsräume beschreiben
- Ein Thema für die Ideation auswählen

METHODEN

- Informationen clustern
- Frameworks verwenden
- Jobs to be Done

PHASE BEOBACHTEN

ZIELE

- Perspektive der NutzerInnen einnehmen
- Versteckte Bedürfnisse der NutzerInnen erkennen & Empathie entwickeln
- Konzentration auf reale Bedürfnisse und Probleme

METHODEN

- *Qualitative Interviews* mit NutzerInnen und ExpertInnen
- Card Sorting
- Selbstversuch
- Interaktionsbeobachtung
- Zusätzlicher Desk Research

PHASE IDEEN

ZIELE

- So viele Ideen wie möglich entwickeln
- Lösungen für spezifische Probleme entwickeln
- Idee mit dem größten Potential auswählen
- Unser Team für die Idee begeistern

METHODEN

- Verschiedene Brainstorming- & Kreativitätstechniken
- verschiedene Ideenselektionsprozesse oder -frameworks

BÜCHER

- *Sprint: Wie man in nur fünf Tagen neue Ideen testet und Probleme löst* | Autor: Jake Knapp
- *Value Proposition Design: Entwickeln Sie Produkte und Services, die Ihre Kunden wirklich wollen* | Autor: Alexander Osterwalder und Yves Pigneur
- *Change by Design: Wie Design Thinking Organisationen verändert und zu mehr Innovationen führt* | Autor: Tim Brown
- *Business Model Generation: Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer* | Autor: Alexander Osterwalder und Yves Pigneur
- *The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses* | Autor: Eric Ries
- *Digital Innovation Playbook | Das unverzichtbare Arbeitsbuch für Gründer, Macher und Manager* | Autor: Dark Horse
- *This is Service Design Thinking.: Basics - Tools - Cases* | Autor: Marc Stickdorn, Jakob Schneider
- *101 Design Methods: A Structured Approach for Driving Innovation in Your Organization* | Autor: Vijay Kumar

ONLINE-QUELLEN

- Von den Design Thinking Erfindern IDEO > Blog, Fallstudien, Wissenswertes: www.ideo.com/eu
- Der IDEO Feldleitfaden zum Human-Centered Design (kostenloser PDF download): www.designkit.org/resources/1
- Die d.school Methoden zum Downloaden: dschool.stanford.edu/use-our-methods/
- Fallstudien: www.designkit.org/case-studies
- Sachen von uns: www.thedarkhorse.de und www.facebook.com/thedarkhorse.de
<http://team-timer.org/>

Version 1.0

Illustrationen S.28–30: Claire Vogt, www.instagram.com/clairegrizzly

Illustrationen S. 21–23; 26–27; 31; 37; 38: Henriette Rietz,
www.herzette.de

Gestaltung: Marie Leidinger

Inhalte:

Dark Horse GmbH

Glogauer Straße 6, 10999 Berlin

Fon: +49 30 284 391 35

hello@thedarkhorse.de

