

# DESIGN THINKING

---

INNOVATION MIT METHODE

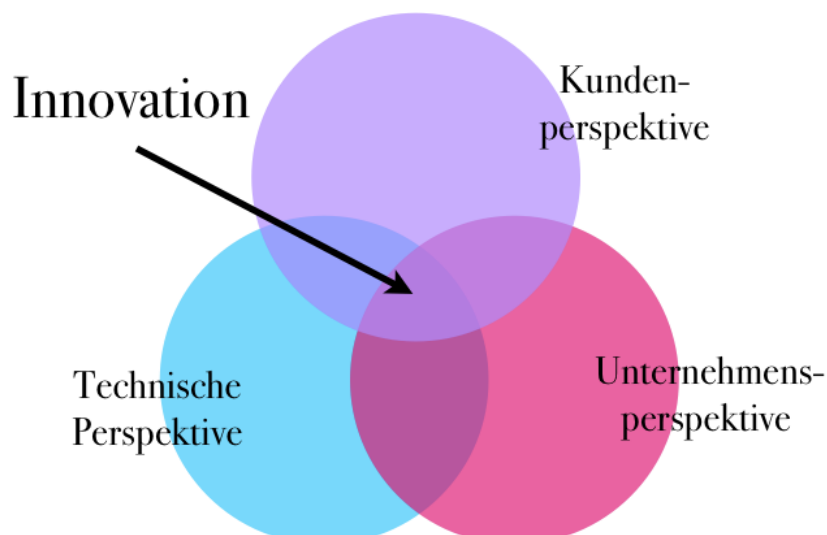


# Was ist Design Thinking ?

Um Innovationen zu schaffen und komplexe Probleme zu lösen nutzen viele Organisationen analytische Denkmodelle, deren Belastbarkeit stark von der Anwesenheit objektiver und eindeutiger Fakten abhängt. In Zeiten turbulenter Umfeldler werden eindeutige Fakten Mangelware und analytische Denkmodelle stoßen an Ihre Grenzen.

Design Thinking nutzt Strategien und Methoden von Designern, um innovative Produkte und Dienstleistungen zu schaffen und vielschichtige Probleme in allen möglichen Lebensbereichen zu lösen. Im Gegensatz zur analytischen Herangehensweise liefert Design Thinking einen interpretierenden Ansatz, der Mehrdeutigkeiten nicht als Gefahr sieht, sondern als Quelle für Innovationen nutzt.

Das Trilemma eines jeden Innovators besteht darin die Faktoren Wirtschaftlichkeit, technische Umsetzbarkeit und die Konsumentenbedürfnisse erfolgreich zu verbinden. In den letzten Jahrzehnten standen vor allem die Faktoren Wirtschaftlichkeit und technische Machbarkeit im Fokus von Innovationsbemühungen. Wirklich nachhaltig sind Lösungen aber nur dann, wenn sie ein konkretes Bedürfnis des Nutzers befriedigen können. Deshalb stehen beim Design Thinking die Bedürfnisse des Nutzers oder des Konsumenten an erster Stelle.





# Dark Horse & Design Thinking

---

## # 1 Innovationskultur

- **Möglichkeitsraum schaffen** - Flexibler Raum für flexible Gedanken
- **Wertschätzung** - Seinem Team und sich selbst vertrauen
- **Spielerisches Arbeiten** - Kreative Umwege als Abkürzung





# Dark Horse & Design Thinking

## # 2 Multidisziplinäre Teams

- Multidisziplinäre, **hierarchiefreie**, flexible Teams
- **360°** Blick auf jedes Thema durch Kombination unterschiedlicher Blickwinkel
- Verbindung verschiedener **Expertisen** führt zu überraschenden und innovativen Ideen
- **Vertrauen** in die eigenen Fähigkeiten und in die der anderen als entscheidender Faktor



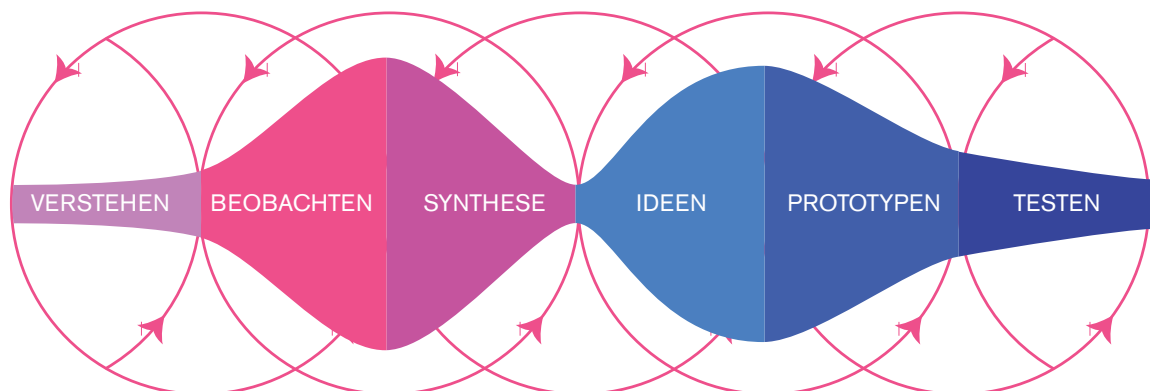


# Dark Horse & Design Thinking

## # 3 Sechstufiger iterativer Prozess

Design Thinking ist ein iterativer, induktiver und flexibler Prozess, der in sechs Stufen unterteilt ist. Ausgehend von einem bestimmten Problem werden in den Phasen Verstehen, Beobachten und Synthese in einer sehr breiten Recherche Informationen gewonnen, Bedürfnisse aufgespürt und in einem kohärenten Rahmen verdichtet.

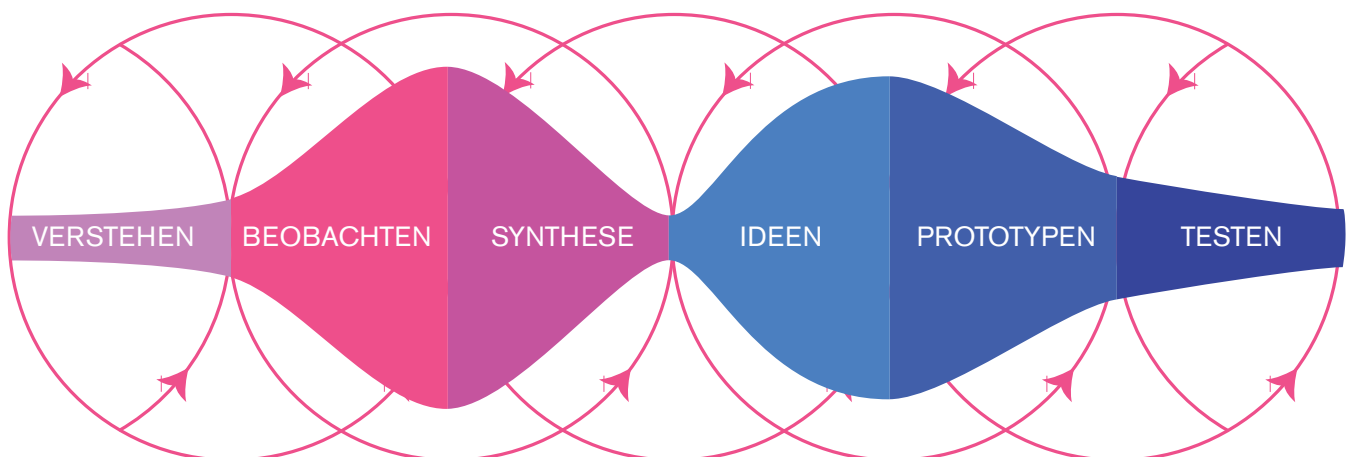
Aufbauend auf dieser Synthese generieren die Design Teams in der zweiten Prozesshälfte verschiedene Lösungsideen, die in Prototypen realisiert und am Nutzer getestet werden, um Stärken und Schwachstellen der Ideen schnell aufzudecken. Zwischen den einzelnen Phasen des Prozesses werden iterative Schleifen gedreht und einzelne Phasen wiederholt, um das Ergebnis weiter zu verbessern. Am Ende eines jeden Projektes steht dann ein verfeinerter Prototyp, der auf die Nutzerbedürfnisse optimiert ist.





# Design Thinking Prozess

- **Verstehen:** Das “richtige” Problem definieren, sich mit dem Problemfeld und den involvierten Menschen vertraut machen. Durch Absprachen, Recherche, erste Gespräche.
- **Beobachten:** Latente Nutzerbedürfnisse ergründen, Überraschendes entdecken, Empathie entwickeln. Durch Interviews, Beobachtungen und Selbsterfahrung.
- **Synthese:** Gemeinsames Sinn-machen, Perspektiven vereinen und daraus Erkenntnisse gewinnen. Durch analytisches verdichten und auf einen Nutzer (Persona) fokussieren.
- **Ideen:** Empathie und Analyse in Inspiration verwandeln. Alles zulassen, außer Kritik. Durch wildes, unkritisches Brainstorming mit möglichst vielen Ideen.
- **Prototyp:** Ideen für das Team und für Nutzer kommunizierbar und erlebbar machen. Durch bauen, skizzieren und spielen statt diskutieren
- **Testen:** Früh, oft, risikoarm und billig scheitern. Durch Feedback der Nutzer einholen und Prototyp, Ideen, Analyse oder Recherche entsprechend iterieren





# Literatur

## **Literatur zu Design Thinking und mehr:**

**Thomas and David Kelley**

Creative Confidence: Unleashing the Creative Potential within us all

Harper Collins Publ. UK

ISBN-10: 0007517971

ISBN-13: 978-0007517978

**Tim Brown**

Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation

HarperBusiness

ISBN-10: 0061766089

ISBN-13: 978-0061766084

**Alexander Osterwalder, Yves Pigneur**

Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers and Challengers

John Wiley & Sons

ISBN-10: 0470876417

ISBN-13: 978-0470876411

**Alexander Osterwalder, Yves Pigneur, Gregory Bernarda, Alan Smith**

Value Proposition Design: How to Create Products and Services Customers Want

John Wiley & Sons

ISBN-10: 1118968050

ISBN-13: 978-1118968055



# Literatur

**Richard H. Thaler, Cass R. Sunstein**

Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth and Happiness

Penguin

ISBN-10: 0141040017

ISBN-10: 978-0141040011

**Mike Rohde**

The Sketchnote Workbook: Advanced Techniques for Taking Visual Notes You Can Use Anywhere

Pearson Ptr.

ISBN-10: 01338317X

ISBN-10: 978-0133831719

**Tina Seelig**

What I Wish I Knew When I Was 20: A Crash Course on Making Your Place in the World

HarperOne

ISBN-10: 0062047418

ISBN-13: 978-0062047410

**Dark Horse Innovation**

Thank god it's monday. Wie wir die Arbeitswelt revolutionieren.

Econ Verlag

ISBN: 978-3-430-20171-1





---

# KONTAKT

---

**Lisa Zoth**

**Greta Konrad**

Dark Horse GmbH & Co. KG

Aufgang IV

Ritterstr. 12-14

10969 Berlin

+49 (0)178 33 91 671

+49 (0)176 23 50 44 56

[l.zoth@thedarkhorse.de](mailto:l.zoth@thedarkhorse.de)

[g.konrad@thedarkhorse.de](mailto:g.konrad@thedarkhorse.de)

[www.thedarkhorse.de](http://www.thedarkhorse.de)

