

Design Thinking Kompakt

Erfolgreich innovativ denken und handeln

Einführung für Führungskräfte und Entscheider:innen

Design Thinking ist, wie im Namen der Methodik angedeutet, vor allem eine andere Art zu denken. Design Thinking richtet das unternehmerische Handeln konsequent an realen Problemstellungen aus, die für andere (potentielle und bestehende Kunden) zu lösen sind. Dadurch sinkt das Risiko für Innovationen, am Markt vorbei entwickelt worden zu sein oder in der entscheidenden Zielgruppe auf zu wenig Resonanz und Kaufbereitschaft zu stoßen.

Design Thinking adressiert eins der größten Probleme in der Kreation von Innovationen: Die Gefahr, sich zu früh in die eigene Idee zu verlieben, ohne sinnvolle und smarte Alternativen zum anvisierten Vorhaben ausreichend durchdacht zu haben. **Erste Ideen mögen ad hoc elektrisierend sein, doch Ideen nach dem Durchlaufen des Design Thinking Prozesses sind ausgereifter, marktfähiger, effektiver umzusetzen und zeichnen sich durch eine relevantere Innovationshöhe aus.**

Der Design-Thinking Prozess in diesem Praxisseminar richtet sich nach den Vorgaben von IDEO aus. Die internationale Design- und Innovationsberatungsagentur IDEO hat Design Thinking maßgeblich mitentwickelt und folgende sechs Prozessschritte definiert:

1. Eine Problemstellung identifizieren:

Was braucht die Welt?
Welche Herausforderungen sind akut sichtbar?

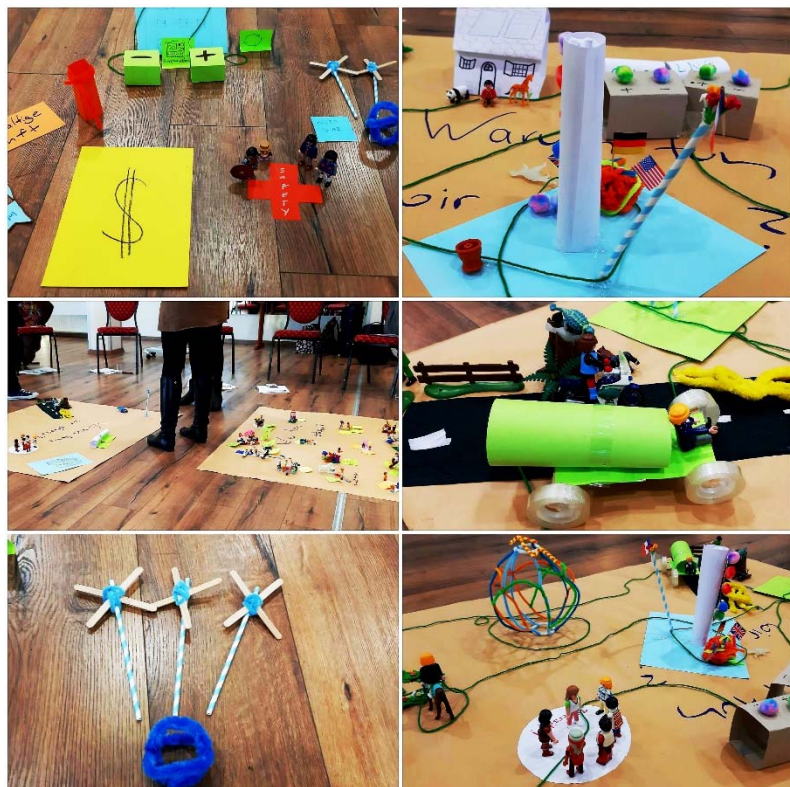
2. Inspiration sammeln:

Betreiben Sie Feldforschung für Rahmenbedingungen, Bedürfnisse und Optionen.

3. Ideen generieren: Lassen Sie sich auf ein wirklich innovatives Mindset ein!

4. Ideen sichtbar machen:

Erstellen Sie erste Prototypen, um zu lernen,



1



wie Sie die Lösung so verbessern können, dass Menschen sie wirklich einsetzen wollen.

5. Testen, um zu lernen: Optimieren Sie Ihre Idee, indem Sie durch praktische Experimente Feedback und Erfahrungen sammeln. Entwickeln Sie die Lösungen kundenzentriert weiter.

6. Share the story: Verbreiten Sie den Purpose Ihrer Innovation durch Storytelling, um potentielle Nutzer:innen zum Handeln zu aktivieren:

Was macht Ihre Innovation aus?

Welches gravierende Problem wird dadurch gelöst?

Wie genau hilft die Lösung im Alltag?

Was hat Sie veranlasst, die Innovation voranzutreiben?

Vermittelte Inhalte im 2-Tageworkshop:

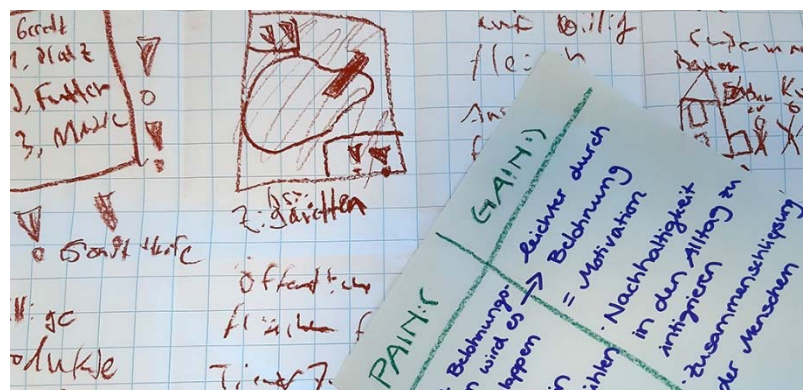
- Design Thinking: Warum, wozu, wie gelingt es, was sind mögliche Grenzen?
- Basisbausteine: Empathy-Map, Pain/Gain Map, PoV und Personas
- Ideationtools: Scamper, Crazy 8`s und Plussing
- Ideen präsentieren: Napkin-Pitch und Rapid Prototyping
- Unterschiede zwischen B2B Kunden, B2C Kunden, Entscheidern und Endnutzern
- Nutzungsverhalten und Kaufverhalten von relevanten Zielgruppen
- Wizard of Oz: Prototypen in der Zielgruppe testen und Erkenntnisse auswerten
- Projektanalyse nach Edward de Bonos „6 Thinking Hats“
- Storytelling für Business

2

Als 2-Tageworkshop für Teams bis zu 16 Personen buchbar, die Durchführung ist sowohl online als auch als Inhouse oder externe Veranstaltung möglich.

Für Inhouse oder Extern bringe ich Material zum Gestalten mit, online kann normales Bastel-

und Verpackungsmaterial für das Rapid Prototyping eingesetzt werden.



Anna Hoffmann Consulting

Consultant und Prozessberaterin für die digitale Transformation, Agilität und Zukunftsfähigkeit
KI-Trainerin im Programm "Mittelstand digital" der deutschen Mittelstand 4.0 Kompetenzzentren
Consultant im Programm „Innovationen brauchen Mut“ der Wirtschaftsförderung Brandenburg
Dozentin für agiles Innovationsdesign LSWI Universität Potsdam
Innovationsmanagement KMU (IHK)

