

Design Thinking

Design Thinking ist eine kreative und nutzerzentrierte Methode zur Entwicklung innovativer Lösungen für komplexe Fragestellungen. Im Mittelpunkt stehen die Bedürfnisse der Menschen, für die eine Lösung entwickelt wird. Durch einen strukturierten, iterativen Prozess werden Probleme zunächst verstanden, anschließend Ideen entwickelt, als Prototypen umgesetzt und gemeinsam getestet. Die Methode verbindet kreatives Arbeiten mit systematischem Vorgehen und fördert die Zusammenarbeit unterschiedlicher Akteur:innen.

Beteiligungstiefe	Mitbestimmen		
Projektphase	Einarbeitung	Konzeptentwicklung	
Ziele	Ideen entwickeln		
Format	Analog		
Zeitraumen	1 Tag		
Zielgruppe	direkte Betroffene	interessierte Öffentlichkeit	organisierte Akteur:innen
Gruppengröße	kleine Gruppe bis 15	mittlere Gruppe bis 30	
Merkmale	Strukturiert	Spielerisch	

ZIEL DER METHODE

Design Thinking unterstützt dabei, komplexe Herausforderungen aus der Perspektive der späteren Nutzer:innen zu betrachten und gemeinsam innovative Lösungen zu entwickeln. Ziel ist es, Bedürfnisse besser zu verstehen, unterschiedliche Perspektiven zusammenzuführen und Ideen schrittweise zu erproben und weiterzuentwickeln.

ABLAUF

Vorbereitung

1. Problem und Ziel definieren

Zu Beginn wird das Thema möglichst offen beschrieben. Statt bereits nach einer Lösung zu suchen, steht zunächst das Verständnis der Herausforderung im Mittelpunkt. Gleichzeitig wird festgelegt, welche Zielgruppe betrachtet wird und welches Ergebnis am Ende des Prozesses entstehen soll.

Beispiele für Fragestellungen:

1. Wie kann der Schulweg sicherer gestaltet werden?
2. Wie kann ein Marktplatz attraktiver genutzt werden?
3. Wie können Jugendliche besser in Beteiligungsprozesse eingebunden werden?
4. Wie kann der Zugang zu öffentlichen Angeboten vereinfacht werden?

2. Team zusammenstellen

Design Thinking lebt von unterschiedlichen Perspektiven. Das Team sollte möglichst vielfältig zusammengesetzt sein und verschiedene Erfahrungen, Altersgruppen und Fachrichtungen vereinen. Häufig arbeiten Gruppen mit fünf bis sechs Personen zusammen. Bei größeren Veranstaltungen werden mehrere Teams gebildet.

Je nach Thema können beispielsweise beteiligt sein:

1. Bürger:innen
2. Verwaltung
3. Politik
4. Planende
5. Vereine
6. Unternehmen
7. Fachleute
8. Betroffene

3. Ablauf und Zeitplan vorbereiten

Vor Beginn wird ein strukturierter Ablauf entwickelt. Obwohl Design Thinking kreativ ist, folgt der Prozess sechs aufeinander aufbauenden Phasen. Gleichzeitig sollte ausreichend Zeit für Diskussionen, kreative Arbeitsphasen sowie mehrere Überarbeitungsschleifen eingeplant werden.

Beispiel für einen eintägigen Workshop:

Begrüßung und Einführung

09:30–10:15 Phase 1: Verstehen

10:15–11:00 Phase 2: Beobachten

11:00–11:15 Pause

11:15–12:00 Phase 3: Definieren

12:00–13:00 Mittagspause

13:00–14:15 Phase 4: Ideen entwickeln

14:15–15:30 Phase 5: Prototypen entwickeln

15:30–16:30 Phase 6: Testen und Feedback

16:30–17:00 Zusammenfassung und Ausblick

Je nach Projekt kann sich der Prozess über mehrere Workshops oder Wochen erstrecken.

4. Materialien vorbereiten

Für Design Thinking wird eine flexible Arbeitsumgebung benötigt. Die Räume sollten Gruppenarbeit ermöglichen und genügend Platz für Visualisierungen und Prototypen bieten.

Benötigt werden beispielsweise:

1. Pinnwände oder Whiteboards
2. Moderationskarten
3. Flipcharts, Marker
4. Klebezettel, Klebepunkte
5. Papier
6. Scheren, Klebeband, Bastelmaterial
7. Bauklötze, Knete oder Karton
8. Tablets oder Laptops (bei digitalen Prototypen)

Durchführung

1. Verstehen

Zu Beginn verschafft sich das Team einen gemeinsamen Überblick über das Thema. Bereits vorhandenes Wissen wird gesammelt und offene Fragen werden sichtbar gemacht. Ziel ist es, das Problem möglichst umfassend zu verstehen, bevor erste Lösungen entwickelt werden.

Dabei helfen beispielsweise:

- kurze Fachinputs,
- Karten oder Pläne,
- vorhandene Studien, Statistiken, Erfahrungsberichte,
-

Diskussionen im Team.

Am Ende dieser Phase steht eine möglichst konkrete Fragestellung.

2. Beobachten

Im Mittelpunkt stehen nun die Menschen, für die später eine Lösung entwickelt werden soll. Ziel ist es, ihre Bedürfnisse, Erwartungen und Schwierigkeiten kennenzulernen.

Je nach Projekt können hierfür verschiedene Methoden eingesetzt werden, beispielsweise:

- Interviews,
- Aktivierende Befragungen,
- Beobachtungen,
- Spaziergänge,
- Shadowing (Begleitung einer Person im Alltag),
- Fotodokumentationen,
- Tagebücher,
- kurze Umfragen.

Beispiel:

Bei der Umgestaltung eines Schulwegs beobachten einzelne Gruppen den Verkehr, andere führen Gespräche mit Eltern oder Kindern und wieder andere dokumentieren gefährliche Stellen fotografisch.

Alle Erkenntnisse werden anschließend zusammengetragen.

3. Definieren

Die gesammelten Informationen werden gemeinsam ausgewertet und strukturiert. Ziel ist es, aus den vielen Beobachtungen die eigentliche Herausforderung herauszuarbeiten.

Dabei werden Gemeinsamkeiten, Muster und Bedürfnisse sichtbar gemacht. Unterschiedliche Perspektiven werden diskutiert und zu einem gemeinsamen Problemverständnis zusammengeführt.

Hilfreiche Methoden sind beispielsweise:

- Affinity Mapping,

- Personas,
- Storytelling,
- Empathy Maps,
- Mindmaps.

Am Ende der Phase steht eine klar formulierte Gestaltungsaufgabe, beispielsweise:

„Wie kann der Schulweg so gestaltet werden, dass sich Kinder sicher und selbstständig bewegen können?“

4. Ideen entwickeln

Nun beginnt die kreative Phase des Prozesses. Ziel ist es, möglichst viele unterschiedliche Ideen zu entwickeln, ohne diese zunächst zu bewerten.

Wichtig ist, dass ungewöhnliche oder scheinbar unrealistische Vorschläge ausdrücklich willkommen sind. Häufig entstehen gerade daraus später innovative Lösungen.

Geeignete Kreativmethoden sind beispielsweise:

- Brainstorming,
- Brainwriting,
- 6-3-5-Methode,
- Crazy 8s,
- Perspektivwechsel,
- "Was wäre wenn...?"-Fragen.

Erst nachdem viele Ideen gesammelt wurden, werden diese sortiert, zusammengeführt und anhand zuvor festgelegter Kriterien bewertet. Die vielversprechendsten Ansätze werden für die nächste Phase ausgewählt.

5. Prototypen entwickeln

Aus den ausgewählten Ideen werden nun erste Prototypen entwickelt. Ziel ist es, Lösungsideen möglichst schnell sichtbar und erlebbar zu machen. Dabei geht es nicht um Perfektion, sondern darum, Ideen greifbar zu machen und frühzeitig zu überprüfen.

Ein Prototyp kann sehr unterschiedlich aussehen. Beispiele sind:

- Skizzen oder Storyboards,
- Modelle aus Papier, Karton oder Lego®,
- Rollenspiele oder nachgestellte Alltagssituationen,
- digitale Klick-Dummys oder einfache Visualisierungen,
- umgestaltete Pläne oder Karten,
- räumliche Modelle.

Je einfacher und schneller ein Prototyp erstellt werden kann, desto leichter lassen sich mehrere Varianten ausprobieren und weiterentwickeln.

Beispiel:

Für die Neugestaltung eines Schulhofs wird ein Modell aus Karton gebaut. Bewegliche Elemente zeigen unterschiedliche Anordnungen von Sitzgelegenheiten, Spielbereichen und Wegen. Alternativ können Flächen direkt auf einem großformatigen Lageplan mit Papier oder Klebezetteln verändert werden.

6. Testen

Die entwickelten Prototypen werden anschließend mit der Zielgruppe oder weiteren Beteiligten getestet. Ziel ist es, herauszufinden, welche Elemente funktionieren, welche Schwierigkeiten auftreten und welche Verbesserungen notwendig sind.

Mögliche Testformate sind:

- Präsentationen mit Feedbackrunden,
- kurze Interviews,
- Beobachtungen während der Nutzung,
- Begehungen,
- Probeaufbauten,
- Simulationen,
- digitale Tests,
- kleine Verkehrs- oder Nutzungsexperimente.

Dabei sollten möglichst konkrete Rückmeldungen gesammelt werden.

Beispielfragen:

- Was funktioniert bereits gut?
- Was fehlt noch?
- Welche Schwierigkeiten entstehen?
- Was sollte verändert werden?
- Würde diese Lösung im Alltag genutzt werden?

Die Rückmeldungen werden dokumentiert und gemeinsam ausgewertet. Häufig entstehen daraus neue Ideen oder Verbesserungen. Design Thinking versteht diesen Schritt bewusst nicht als Abschluss, sondern als Beginn einer neuen Entwicklungsrunde. Erkenntnisse aus dem Test können dazu führen, dass einzelne Phasen erneut durchlaufen werden – beispielsweise werden Prototypen angepasst, neue Ideen entwickelt oder die ursprüngliche Problemdefinition überarbeitet.

Auswertung

1. Ergebnisse dokumentieren und auswerten

Alle Arbeitsergebnisse werden nach Abschluss des Workshops zusammengeführt und dokumentiert. Dazu gehören beispielsweise Notizen, Skizzen, Fotos der Prototypen, Karten, Modelle sowie die Rückmeldungen aus der Testphase.

Anschließend werden die Ergebnisse systematisch ausgewertet. Dabei wird untersucht,

- welche Bedürfnisse besonders häufig genannt wurden,
- welche Ideen von der Zielgruppe positiv bewertet wurden,
- welche Schwierigkeiten weiterhin bestehen,
- welche Verbesserungen vorgeschlagen wurden,
- welche Prototypen weiterentwickelt werden sollen.

Je nach Projekt können hierfür Methoden wie [Themen Mapping](#), [Sensemaking](#) oder [Inhaltsanalyse](#) eingesetzt werden.

2. Ergebnisse weiterentwickeln

Die Erkenntnisse aus der Testphase fließen direkt in die Weiterentwicklung der Ideen ein. Nicht jede Lösung muss sofort umgesetzt werden – häufig werden Prototypen mehrfach angepasst und erneut getestet.

Dabei wird festgelegt,

- welche Ideen weiterverfolgt werden,
- welche angepasst werden müssen,
- welche verworfen werden,
- welche offenen Fragen bestehen,
- welche nächsten Entwicklungsschritte notwendig sind.

Design Thinking versteht Innovation als iterativen Prozess. Mehrere Entwicklungs- und Testschleifen sind ausdrücklich erwünscht.

3. Ergebnisse kommunizieren

Die Ergebnisse werden in einer verständlichen Dokumentation zusammengefasst und den Beteiligten zur Verfügung gestellt. Dabei sollte deutlich werden,

- wie der Prozess ablief,
- welche Erkenntnisse gewonnen wurden,
- welche Prototypen entstanden sind,
- welches Feedback eingegangen ist,
- wie die Ergebnisse weiter genutzt werden.

Eine transparente Rückmeldung zeigt den Teilnehmenden, wie ihre Beiträge in den weiteren Entwicklungsprozess einfließen.

Quelle: <https://partizipation.at/partizipation-anwenden/methoden/>

WANN SINNVOLL?

- Zur gemeinsamen Entwicklung neuer Ideen und innovativer Lösungen.
- Bei komplexen Fragestellungen mit vielen unterschiedlichen Anforderungen.
- Wenn die Bedürfnisse der späteren Nutzer:innen im Mittelpunkt stehen sollen.

- Für Projekte, in denen verschiedene Fachrichtungen und Perspektiven zusammenarbeiten.
- Zur Entwicklung und Erprobung erster Lösungsansätze oder Prototypen.

WANN NICHT SINNVOLL?

- Bei Vorhaben mit bereits feststehenden Lösungen.
- Für Fragestellungen, die ausschließlich fachlich oder gesetzlich vorgegeben sind.
- Bei sehr engem Zeitrahmen ohne Möglichkeit zum Testen und Weiterentwickeln.
- Wenn keine Bereitschaft besteht, Ideen mehrfach zu überarbeiten.
- Für Projekte, die ausschließlich auf Datensammlung oder Informationsvermittlung abzielen.

TIPPS

- Heterogen zusammengesetzte Teams führen häufig zu kreativeren Lösungen.
- Bedürfnisse der Zielgruppe sollten konsequent im Mittelpunkt stehen.
- Ideen während der Kreativphase zunächst nicht bewerten.
- Lieber mehrere einfache Prototypen entwickeln als einen aufwendigen.
- Rückmeldungen der Zielgruppe möglichst früh einholen.
- Fehler und Veränderungen als Bestandteil des Entwicklungsprozesses verstehen.
- Ergebnisse kontinuierlich visualisieren und dokumentieren.
- Eine erfahrene Moderation unterstützt den iterativen Prozess und sorgt dafür, dass alle Beteiligten ihre Perspektiven einbringen können.

UNGEEIGNET FÜR

- Vorhaben mit bereits feststehenden Lösungen oder Entscheidungen.
- Prozesse ohne ausreichenden Gestaltungsspielraum oder Ergebnisoffenheit.
- Projekte mit sehr engem Zeitrahmen, in denen keine Entwicklung oder Erprobung von Prototypen möglich ist.
- Fragestellungen, die ausschließlich fachlich oder gesetzlich vorgegeben sind.
- Gruppen ohne Bereitschaft zur kreativen Zusammenarbeit oder zum wiederholten Überarbeiten von Ideen.
- Vorhaben ohne Zugang zur Zielgruppe oder ohne Möglichkeit, entwickelte Lösungen zu testen.

Online ansehen: <https://methoden.urbankit.de/de/methods/design-thinking>