



Design Thinking in Schülerfirmen – Eine Einführung für Schülerinnen und Schüler



Design Thinking in Schülerfirmen – Eine Einführung für Schülerinnen und Schüler

Was ist Design Thinking?

Design Thinking ist eine iterative Methode für die Entwicklung neuartiger Ideen und Lösungsansätze. Iterativ beschreibt einen Prozess, indem ähnliche Handlungen mehrfach wiederholt werden, um sich an eine bestimmte Lösung oder einem Ziel anzunähern. Ausgangspunkt und Fokus sind dabei die Bedürfnisse der Nutzer:innen, für welche die Lösung entwickelt wird. Das heißt konkret: Der Nutzer oder die Nutzerin muss von der Idee überzeugt sein bzw. das bestehende Problem soll mit der Idee gelöst.

Woher kommt der Begriff „Design Thinking“?

Vorab sollte noch eine begriffliche Eingrenzung des Wortes „Design“ erfolgen: In der deutschen Sprache steht das Wort eher im Zusammenhang mit Ästhetik, Aussehen und „etwas verschönern“. Im englischen Sprachgebrauch meint „Design“ auch die Funktion und Wirkung von bestimmten Dingen. Auch wenn Design Thinking ein kreativer Prozess ist, steht die Funktionsweise im Vordergrund: Eine Lösung wird so lange entwickelt, bis sie am besten funktioniert und den Nutzerbedürfnissen entspricht.

Der Ursprung des Begriffs „Design Thinking“, so wie wir ihn heute verwenden, geht in die 1990er Jahre und auf die drei amerikanischen Professoren Terry Winograd, Larry Leifer und David Kelley von der Stanford University in Kalifornien zurück. Ausgehend von der These, dass sich eigentlich alle Lebenslagen gestalten bzw. „designen“ lassen, adaptierten sie das Design Thinking als Innovationsmethode für kreative Prozesse, um komplexe Probleme und Herausforderungen jeglicher Art zu lösen. Kern des Prozesses ist die Nutzer:innenperspektive.

Heute wenden viele Unternehmen wie z.B. Apple, SAP, Amazon, Google und Lego die Methode des Design Thinking an.

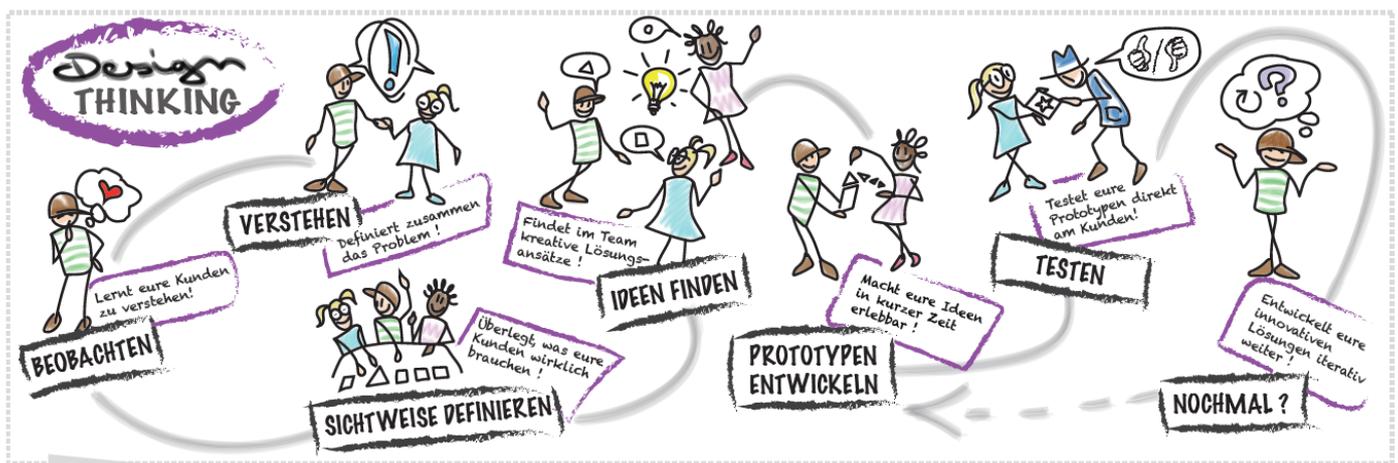
Design Thinking in der Schule

Im Schulalltag gibt es ständig neue Herausforderungen und Probleme zu lösen und oft kommt man mit den standardisierten Lösungsansätze nicht weiter. Mit Design Thinking habt ihr einen gut gepackten Methodenkoffer an der Hand, mit dem ihr die vorhandenen Ressourcen in der Schule nutzen und auf kreative Weise Herausforderungen lösen könnt. Zudem entwickelt ihr im Design Thinking Prozess ein tiefes Verständnis für komplexe Problemlagen und könnt damit im Team innovative Lösungsansätze entwickeln, welche den Bedürfnissen der Betroffenen bzw. der Zielgruppe entsprechen.

Auch in der Schülerfirmenarbeit kann die Methode des Design Thinking in vielen Bereichen hilfreich sein:

1. Geschäftsideefindung in der Gründungsphase: Design Thinking geht stets von der Nutzerperspektive aus. Bevor ihr eine Geschäftsidee festlegt, solltet ihr aus Sicht der potenziellen Kundschaft den Problemraum intensiv erkunden und analysieren. Mit dem Design Thinking Prozess entwickelt ihr eure Geschäftsidee mit dem Ziel, die beste Lösung für die Probleme und Bedarfe eurer Kundschaft zu finden.
2. Neue Produktideen entwickeln: Manche Geschäftsideen bewähren sich über einen langen Zeitraum und andere machen immer wieder Veränderungen, etwa in der Anpassung der Produktpalette oder des Angebots, erforderlich. Zum Beispiel kann es sein, dass es Produkte gibt, die eure Schülerfirma bis zu einem bestimmten Zeitpunkt gut verkauft hat und plötzlich geht der Umsatz zurück. In den meisten Fällen haben sich die Bedürfnisse der Kundschaft verändert. Mit Design Thinking könnt ihr herausfinden, was sich aus Sicht der Nutzer:innen verändert hat und euer Angebot entsprechend anpassen.
3. Komplexe Probleme systematisch lösen: Theoretisch lassen sich alle Probleme der Schülerfirmenarbeit mit Hilfe des Design Thinking lösen. Allerdings sollten hier der Aufwand und Nutzen im Verhältnis stehen, da der Design Thinking Prozess zeitintensiv ist.

Mit der Methode des Design Thinking durchläuft ihr einen Prozess in sechs Phasen.



Einzelne Phasen können dabei wiederholt oder sogar losgelöst vom Prozess eingesetzt werden. Grundsätzlich empfiehlt es sich aber, wenn ihr dem Ablauf folgt. Ihr werdet sehen, die Ideen kommen von allein und jede gefundene Idee ist in jeder Hinsicht wertvoll!

Bevor ihr beginnt, lest euch das **Infoblatt 1** zu den Regeln des Design Thinking durch! Diese erleichtern den Prozess und verbessern die Kommunikation im Team!

Die Phasen des Design Thinking

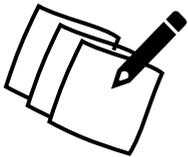
Phase 1: Verstehen

Im Wesentlichen geht es in dieser Phase darum, den Problemraum abzustecken. Ihr sollt also genau verstehen, warum es dieses Problem gibt und warum es so wichtig ist, es zu lösen.

Wenn ihr ein neues Produkt entwickeln oder eine neue Dienstleistung anbieten wollt, wird genau auf die Bedarfe der Kundschaft geschaut. Fragt euch also zunächst: Was sind Probleme eurer Kundschaft und wie könntet ihr das Leben eurer Kundinnen und Kunden erleichtern?



Definiert zusammen das Problem!



Spontane Beobachtungen, interessante Fakten und unerwartete Probleme, die im Laufe der Schülerfirmenarbeit auftauchen, können jederzeit auf Klebezetteln notiert werden.

Phase 2: Beobachten



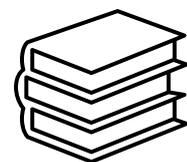
Lernt eure Kundschaft zu verstehen!

In dieser Phase sollt ihr Empathie zur Kundschaft aufbauen.

In den meisten Fällen gelingt dies am besten mit Interviews (**Infoblatt 2**). Durch gezielte Fragen werden die Wünsche, Interessen, Sorgen und auch Bedürfnisse der potenziellen Kundinnen und Kunden in den Blick genommen. Ziel ist es, möglichst viel von der Sichtweise des Interviewten zu verstehen und auch Überraschendes zu entdecken. Auf der **Vorlage 1** werden die wichtigsten Interviewergebnisse festgehalten.

Falls im ersten Schritt Notizen auf Klebezetteln entstanden sind, werden sie gesammelt und nach Inhalt sortiert. Besonders interessante Fakten werden hervorgehoben.

Auch eine Recherche und das Sammeln von Informationen zu gewählten Herausforderungen kann euch helfen, den Problemraum weiter einzugrenzen und Handlungsfelder zu definieren.



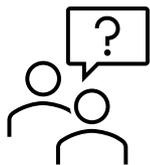
Phase 3: Sichtweise definieren

Nun wird geklärt, aus wessen Perspektive das Problem bearbeitet werden soll. Geht es um die Entwicklung neuer Produktideen für die Schülerfirma, ist die Kund:innenperspektive am spannendsten.

Um die Sichtweise der Kundschaft zu definieren, solltet ihr Personas anfertigen. Anhand der Personas sollen die Bedürfnisse der Interessengruppen personifiziert werden. Man haucht der Persona Leben ein, indem man ihr einen Namen gibt, festlegt wie alt sie ist, wo sie wohnt und welche Hobbies sie hat. Versucht euch mit viele detaillierten Infos, die ihr im vorherigen Schritt gesammelt habt, so gut wie möglich in die Lebenssituation des fiktiven Profils hineinzusetzen. In Form von Stichpunkten werden sie in die **Vorlage 2** zur Persona aufgeschrieben. Die interessantesten oder überraschendsten Informationen des Profils werden hervorgehoben.



Überlegt, was eure Kundschaft wirklich braucht!



Versucht am Ende dieser Phase eine sogenannte „Wie-könnten-wir-Fragen“ zu formulieren. Mit dieser Frage wird die Sichtweise der Kundschaft auf das bestehende Problem eingenommen. Nutzt hierfür die **Vorlage 3**.

Phase 4: Ideen finden



Findet im Team kreative Lösungsansätze!

In dieser Phase ist eure Kreativität gefragt! Ausgehend von der entwickelten Persona und der Wie-könnten-wir-Frage werden in diesem Schritt in hohem Tempo eine Vielzahl von Ideen entwickelt. In erster Linie gilt: Quantität geht vor Qualität! Es geht hier nicht in erster Linie um die Umsetzbarkeit der Ideen, sondern um eine möglichst hohe Anzahl! Auch hier können Klebezettel wieder sehr nützlich sein. Notiert einfach jeweils eine Idee auf einen Zettel und klebt diese auf eine Ideenwand – so habt ihr immer die Übersicht und könnt die Ideen besser sortieren.

Das Bewerten und Sortieren nach Wirkung und Machbarkeit erfolgt im Anschluss. Ihr müsst nicht unbedingt nur eine Idee, als die Beste auswählen. Gerne könnt ihr euch auch auf eine kleine Auswahl einigen.



Ideenfindung funktioniert am besten im Team und mit ausgewählten Kreativmethoden. Einigt euch in der Gruppe auf eine Methode und legt einfach los!

Phase 5: Prototypen entwickeln

In dieser Phase macht ihr eure Lösungsansätze für die Zielgruppe erlebbar!

Ein Prototyp stellt ein funktionsfähiges, aber vereinfachtes Versuchsmodell eurer geplanten Lösung dar. Ein Prototyp muss immer zweckmäßig, aber nicht unbedingt perfekt sein. Die Hauptsache ist, dass eure Kundschaft die Möglichkeit hat, sich in eure Lösung hineinzusetzen, um euch dazu eine Rückmeldung geben kann.



Macht eure Ideen in kurzer Zeit erlebbar!

Wie und mit welchen Materialien ihr den Prototypen erstellt, bleibt euch überlassen. Einfach loslegen könnt ihr mit einem Stift und Papier. Fertig zusammen eine grobe Skizze des Prototypen in der dafür vorgesehenen **Vorlage 4** an. Danach geht es an die konkrete Umsetzung!



Bei der Auswahl der Materialien sind der Fantasie keine Grenzen gesetzt. Nutzt Bastelmaterialien, Holz oder Lego. Auch ein Rollenspiel oder ein Flyer können die Ideen lebendig werden lassen.

Phase 6: Testen



Testet eure Prototypen direkt an der Kundschaft!

In dieser Phase ist ein echter Test des Prototypen an potentiellen Kunden vorgesehen.

Erst mithilfe einer kritischen Rückmeldung kann der Prototyp dann immer weiterentwickelt und verbessert werden. Insofern ist eine unkritische Rückmeldung in Form einer Präsentation ohne Feedback kein Test im Sinne des Design Thinking.

Versucht euren Prototypen vor Expert:innen oder Mitschüler:innen zu präsentieren und holt euch anschließend schriftliches oder mündliches Feedback. Auf der Grundlage der gesammelten Rückmeldungen entwickelt ihr eure Lösungen iterativ weiter!



Möchtet ihr eine Geschäftsidee entwickeln, euer Angebot anpassen oder eine Herausforderung angehen bzw. ein Problem mit Hilfe des Design Thinking Prozesses lösen? Das müsst ihr nicht allein tun? Meldet euch einfach beim Projekt GRÜNDERKIDS – Schülerfirmen Sachsen-Anhalt! Wir passen die Methode auf eure Bedingungen an der Schule an und begleiten euch durch den gesamten Prozess. Gerne bringen wir euch mit geeigneten Expert:innen zusammen, welche euch bei der Prototypenerstellung helfen oder euch ein kritisches Feedback zur Prototypenpräsentation geben.

www.gruenderkids.de



Infoblatt 1: Regeln des Design Thinking*



Beim Thema bleiben

In einem kreativen Prozess können die Ideen gerne mal übersprudeln. Unterstützt euch gegenseitig beim Thema zu bleiben und euch auf die Aufgabe zu konzentrieren.

Nur einer spricht

Im Design Thinking ist es üblich, auch mal eine lebendige Diskussion zu führen. Fokussiert auch aber stets darauf, dass immer eine Person das Wort hat und der Rest der Gruppe aufmerksam zuhört.

Wilde Ideen ermutigen

„Geht nicht – gibt es nicht!“. Erlaubt euch verrückt und wild zu denken. Manchmal müsst ihr von der Norm abweichen, um Neues zu entdecken.

Kritik zurückstellen

Jede Idee zählt! Im Prozess ist es wichtig zunächst jede Idee wertfrei anzunehmen. Ihr Wert wird sich im Prozess ganz automatisch herausstellen.

Bildlich arbeiten

Ein Bild sagt mehr als tausend Worte. Wenn euch der richtige Begriff für eine Idee fehlt, dann malt sie einfach auf. Visuelles Arbeiten ist im Design Thinking ein wesentlicher Bestandteil.

Quantität ist wichtig

Quantität geht vor Qualität! Eine gute Idee findet ihr am besten, wenn ihr zuvor sehr viele Ideen aufs Papier bringt.

Auf den Ideen anderer aufbauen

Lasst euch von den Ideen eurer Teammitglieder inspirieren und führt sie weiter! Jede Idee ist ein Baustein im gesamten Prozess.

Früh und oft scheitern

Scheut euch nicht vor Fehlern! Nur aus Fehlern könnt ihr lernen und eure Lösungsansätze verbessern.

Infoblatt 2: Ein Interview führen und festhalten

VORBEREITUNG

- Sucht euch in erster Linie Beteiligte, die von der Herausforderung oder dem Problem akut betroffen sind, als Interviewpartner:innen aus.
- Wenn es euch möglich ist, dann bereitet ein paar gute Interviewfragen zum Thema vor.
- Es ist ratsam eine Person aus eurem Team für das Protokoll und eine Person für die Befragung einzuteilen. So gelingt es euch die Informationen besser aufzunehmen und festzuhalten.
- Zur Dokumentation des Interviews nehmt ihr am besten das vorbereitete Protokollblatt.

VORGABEN

- Stellt keine Ja/Nein-Fragen:
NICHT: Gehst du gern zur Schule?
SONDERN: Was denkst du über die Schule?
- Stellt keine Suggestivfragen:
NICHT: Du magst doch Äpfel, oder?
SONDERN: Welches Obst isst du gern?
- Fragt nach konkreten Ereignissen, Erlebnissen bzw. Geschichten, nicht nach Gewohnheiten:
NICHT: Was machst du normalerweise am Wochenende?
SONDERN: Erzähl mir von deinem letzten Wochenende!
- Fragt WARUM, auch mehrfach:
Warum hast du das getan?
Warum hast du dich so gefühlt?
Warum wolltest du das (nicht)?

DAS INTERVIEW STARTEN

- Stellt euch selber vor und gebt einen Einblick in euer Vorhaben.
- Teilt dem Gegenüber mit, wie lange das Interview dauern wird.
- Betont, dass es keine falschen Antworten gibt und ihr an der echten Meinung des Gegenüber interessiert seid.
- Ein kleines "Dankeschön" für die Bereitschaft für das Interview sollte auch nicht fehlen.

Vorlage: Interviewprotokoll



Name:
Alter:
Beruf:
Interessen, Hobbies:
Weitere Eigenschaften:

Das hat die Interviewpartnerin/ der Interviewpartner gesagt:

Two speech bubbles are located in the top right corner of the first large box. One is green and the other is purple.

Das fanden wir spannend /widersprüchlich:

A purple lightning bolt icon is located in the top right corner of the second large box.

Das hat uns wirklich überrascht:

A green starburst icon is located in the top right corner of the third large box.

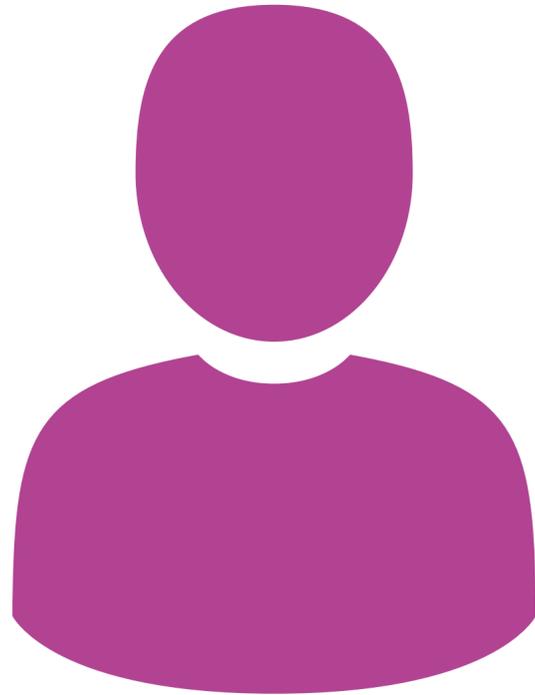
Vorlage 2: Persona



NAME: _____

ECKDATEN: _____

MOTIVATION:



PROBLEME:

BIOGRAFIE:



Vorlage 3: "Wie könnten wir..."-Frage!*

WAS IST
EINE "WIE
KÖNNTEN
WIR..."-
FRAGE?

Die "Wie könnten wir..."-Fragen helfen euch Probleme und Herausforderungen in inspirierende Fragen zu formulieren!

WIE STELLEN
WIR EINE
"WIE
KÖNNTEN
WIR..."-
FRAGE?

Steigert das Positive: Formuliert eine Frage, die das Positive hervorhebt!
Beispiel: Wie könnten wir.....(wen?) besser dabei unterstützen.....(was?) zu tun?

➔ Wie könnten wir Kim noch besser zum Lernen motivieren?

Minimiert das Negative: Wodurch könnte das Problem aufgehoben werden?
Beispiel: Wie könnten wir.....(wen?) vor.....(was?) bewahren?

➔ Wie könnten wir Kim vor Misserfolgen in der Schule bewahren?

UNSERE "WIE
KÖNNTEN
WIR..."-
FRAGE?

Wie könnten wir...

Vorlage 4: Zeichnet eure Idee!



UNSERE LÖSUNG:

A large, empty rectangular box with a purple border occupies the central and right portions of the page. It is intended for students to draw their solution to the problem presented in the sticky note.