Neue Lösungen, aber wie?

Mit Design Thinking Antworten finden, die das Herz erfreuen

—
DOROTHEE WIEBE

Viele Solo-Selbstständige, kleine und große Unternehmen stehen durch die weltweit veränderten Rahmenbedingungen gerade vor großen Herausforderungen: Anders muss es werden, aber wie? Welche Innovationen sind möglich, sinnvoll und wirtschaftlich interessant?

Design Thinking ist ein besonders wirkungsvoller Ansatz, wenn es darum geht, zeitgemäße Produkte, Services und Organisationsmodelle zu entwickeln. Eine Methode, die das Potential hat, eine neue Arbeitskultur in die Wirtschaft und Menschen, über fachliche Grenzen hinweg, zusammenzubringen. Und ganz neue Lösungen zu schaffen. Innovationen eben.

Henry Ford sagte einmal über die Entwicklung des Autos: »Wenn ich gefragt hätte, was die Menschen wollen, hätten sie gesagt: schnellere Pferde.«

Damit beschreibt er indirekt die Arbeitsweise des Design Thinking: Die Erkundung der Bedürfnisse der Menschen — auch die unbewussten — und wirklicher Nutzen sind Ziel des Prozesses. »Das Problem« zu verstehen und sich in die Welt der Betroffenen hineinzuversetzen, ist dabei stets der Ausgangspunkt.

Design Thinking Prinzip No. 1

»Der Mensch steht im Mittelpunkt!«

Häufig wird sie als die Methode bezeichnet, die unsere Wirtschaft menschlicher macht: Jeder Beitrag ist gleich wichtig. Jede Idee zählt. Kreativität entsteht auf Augenhöhe. Empathie ist die zentrale Qualifikation. Spaß und Ausprobieren geht vor Können und Erfahrung.

Design Thinking Prinzip No. 2

»Fail early & often!«

Lernen heißt, Erfahrungen zu sammeln — auch im Scheitern. Und nicht zuletzt ist die Umkehr des Umgangs mit Fehlern kulturverändernd: Das Erforschen und ergebnisoffene Experimentieren ist Teil der Methode. Die Erfahrung, was nicht funktioniert, ist ein genauso wichtiger Teil des Lernerfolgs wie ein ›Treffer‹.

ECHTE INNOVATIONEN FINDEN

Nicht die Verbesserung von etwas Bestehendem ist dein Ziel, sondern das Entdecken völlig neuer Möglichkeiten, ein Bedürfnis zu befriedigen oder Herausforderungen zu lösen.

Zum Beispiel könntest du, wenn dein Kleiderschrank überquillt oder du dich völlig neu einrichtest, nicht — wie üblich — nach einer optimierten Schranklösung suchen, sondern dich fragen, welche Bedürfnisse hinter der Lösung ›Kleiderschrank‹ stecken.

Ist dein Bedürfnis, aus der Fülle vieler verschiedener Kleidungsstücke schöpfen zu können und immer wieder neue Kombinationen zu entdecken? Dann könnte ein noch größerer Kleiderschrank die Lösung sein. Aber auch Dienstleister wie ›Die Kleiderei‹, ›fairnica‹ oder ›Unown‹, die dir regelmäßig verschiedene (nachhaltige bzw. ökologische) Outfits, ready to wear, leihweise zur Verfügung stellen.

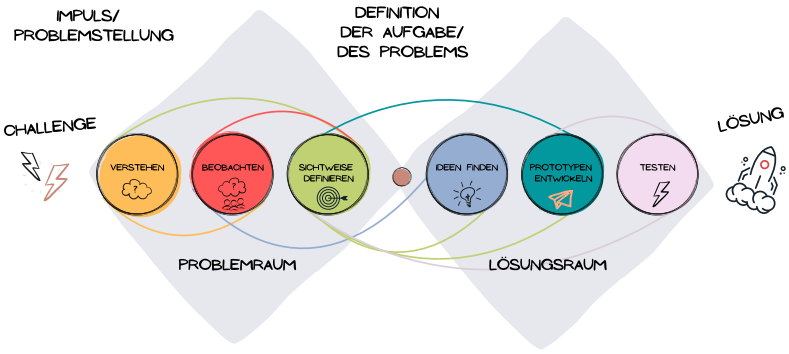
Dafür brauchst du:

People — Finde für deine Aufgabenstellung Menschen mit möglichst unterschiedlichem Ausgangspunkt. Visionäre, kühle Rechner, Organisations-Freaks, Philosophen, Musiker, Ingenieure ...

Place — Schaffe einen gemeinsamen, guten Ort und Rahmen, in dem sich alle kreativ entfalten und austauschen können.

Process — Gehe schrittweise vor und trenne die einzelnen Arbeitsphasen klar voneinander. Du kannst die zwei großen Themenblöcke: Erforschen des Problem-Raums und des Lösungs-Raums auch zeitlich trennen. Mache z. B. zwei mehrstündige Workshops oder mehrere kleinere Sessions.

WIE DU VORGEHST



Wichtig ist die klare Trennung der zwei Phasen und das Vorgehen in einzelnen Schritten. Manche Vertreter der Methode schwören auf 6 Schritte, andere auf 4. Allen gleich wichtig ist der Wechsel zwischen »Jede Idee zulassen« und »einen klaren Standpunkt einnehmen«. Copyright: Dorothee Wiebe/Jürgen Schanz

1. Phase: Das Problem verstehen — »Wenn ich eine Stunde Zeit hätte, um ein Problem zu lösen, würde ich 55 Minuten damit verbringen, über das Problem nachzudenken und 5 Minuten über die Lösung.« (Eine Aussage, die gerne Albert Einstein zugeschrieben wird)

Tauche ein in die Emotionen, die hinter der Anforderung stecken: Was ist »der Schmerz« (Pain), der hinter der (vermeintlichen) Notwendigkeit »Anschaffung eines neuen Kleiderschranks« steckt? Und welchen »Gewinn« (Gain) hast du dadurch?

Interviewt euch gegenseitig, fragt nach den besten und schlimmsten Momenten und immer wieder »warum?«.

Reisen durch eure (Alltags-)Erlebnisse und Internetrecherchen vervollständigen die Phase des Verstehens. Hilfreich sind auch Collagen. Die Wände oder Fensterscheiben dürft ihr voll mit Kernaussagen und beschriebenen Post-it's hängen. Aber Achtung: Immer nur einen (1) Aspekt auf genau ein (1) Post-it. Denn irgendwann musst du dich entscheiden: Nimm einen klaren Standpunkt ein, der die Kriterien für deine Lösung definiert. Vielleicht ist es »die beste Aufbewahrungsmöglichkeit vieler Kleidungsstücke auf möglichst geringem Raum« oder das Bedürfnis, »die komplette Garderobe aus drei Metern Entfernung auf einen Blick abscannen zu können«.

→

Design Thinking Prinzip No. 3

»Ermutige wilde Ideen!«

2. Phase: Den Raum für Lösungen öffnen —

Von diesem Punkt aus geht es wild und völlig offen weiter: Jede Lösungsidee für die größten ›Pains und Gains‹ ist erlaubt, von total verrückt bist technisch oder finanziell unmöglich. Aussortiert wird erst später. In der Kreativphase setzt du eurer Fantasie keine Grenzen. Alles ist möglich, viele Ideen müssen her und Brainstorming-Fragen wie: »Wenn Geld keine Rolle spielen würde, was wäre die perfekte Lösung?« oder: »Welche Lösung ist die Beste, wenn dir nur 5 Euro zur Verfügung stehen?« helfen, auf ganz neuen Wegen zu denken.

Design Thinking Prinzip No. 4

»Stelle den inneren Kritiker zurück!«

Gib dir und deinen Helfern immer wieder kleine 3-Minuten Zeitfenster, um Post-it's zu schreiben, schaut sie euch — ohne zu diskutieren oder zu bewerten — an und lass dich von den Ideen anderer inspirieren. Kein Limit für Kreativitätstechniken: Zeichnen, Brainwriting, Mindmapping ... Macht wilde Musik an und habt Spaß!

Im ›Gallery-Walk‹ werden später dann die Früchte betrachtet und gemeinsam für einen oder mehrere der Lösungsansätze gevotet.

Design Thinking Prinzip No. 5

»Baue auf den Ideen anderer auf!«

Wenn du das Gefühl hast, du hast eine tolle Lösung gefunden, bist du noch nicht fertig. Du brauchst einen Prototyp. Etwas, mit dem du oder andere Nutzer Erfahrungen machen können. Wie im Kinderzimmer baust du aus Allem, was ihr finden könnt, Lösungen zum Anfassen. Mit Pappkarton, Klebestreifen, Alufolie, buntem Papier kannst du alles bauen: von einer App bis hin zum innovativen Kleiderschrank.

Design Thinking Prinzip No. 6

»Denke mit den Händen!«

Und dann wird ausprobiert und gespielt. Und schnell bekommst du Feedback, ob irgendetwas zu kompliziert, einfach genial oder noch nicht das Richtige ist. Das Schöne am Prozess: Du kannst jederzeit neue Schleifen drehen!

Vielleicht merkst du erst jetzt, dass ein zugrundeliegendes, wichtiges Bedürfnis nicht in der Aufgabenstellung berücksichtigt war. Oder die Lösung »rockt« noch nicht und ihr geht noch einmal ins Brainstorming für mutige Lösungen.

WAS DABEI HERAUSKOMMT

Erst am Ende des Design Thinking Prozesses legst du Kriterien an wie: »in einem bestimmten Budget oder Zeitrahmen umzusetzen«. Hier hat sich das ›Punkte-Kleben‹ als Methode bewährt. Wandere durch die Galerie deiner, durch das Testen verbesserter, Ideen und vergib farbige Punkte. Für jedes Kriterium eine andere Farbe: für deine persönlichen Bedürfnisse vielleicht rote, z. B. für »noch nie dagewesene Innovation!« gelbe, »total nachhaltig« bekommt grüne, »in meinem Budget von ... Euro realisierbar« hat blau usw.

Und dann schau dich um, wo deine Top-Lösung liegt, genieß den Augenblick und sei stolz auf dich und deine Helfer! Feiert alle Erkenntnisse und vergleicht noch einmal, was wäre wohl die Lösung ohne ›Design Thinking‹-Umweg gewesen? Wo seid ihr jetzt gelandet?

Eine innovative Lösung entsteht aus dieser Schnittmenge von Mensch (Nutzen), Technologie (Umsetzbarkeit) und Wirtschaft (Marktfähigkeit).

Ist es die Lösung, die dein Herz höher schlagen lässt?
Ist es machbar? — Ist es finanzierbar?

WOFÜR DU DESIGN THINKING EINSETZEN KANNST

Für alle gemeinschaftlichen Projekte von »Gestaltung der WG-Küche« bis hin zum nachbarschaftlichen Stadtgartenprojekt ist Design Thinking eine wunderbare Methode, unterschiedliche Bedürfnisse zu erforschen und womöglich ganz neue Antworten zu finden.

Selbstverständlich ist Design Thinking auch ein tolles Werkzeug für deine Business-Idee. Z. B. um zu überprüfen, ob du wirklich echte Probleme löst oder Bedürfnisse befriedigst. Auch große internationale Unternehmen nutzen Design Thinking. Ein Überflieger ist der Erlebnis-Zoo Hannover. Das neue Konzept ist 1995 mit Design Thinking entstanden, hat mit 555 % mehr Umsatz aus der Krise und zur Auszeichnung »schönster Zoo Deutschlands« geführt.

Im Internet findest du viele tolle Vorlagen, z. B. bei www.design-thinkit.de.

»Im Nachhinein ist jede gute Idee logisch, aber um dorthin zu gelangen, muss man die Denkrichtung ändern.«

Edward de Bono, britischer Psychologe & Mediziner

Dorothee Wiebe ist seit 25 Jahren leidenschaftliche Moderatorin von Workshops, Team-Prozessen, Open-Space usw., Change Begleiterin, agile Organisationsentwicklerin und Design Thinking Facilitatorin. Zusammen mit Paul Weber hat sie GROOVIZ® – grooving innovation for business® gegründet und bietet darüber online und offline Workshops für Innovationen und Veränderung an. Außerdem betreibt sie einen kreativen Co-Workingspace auf dem Hausboot »Courage!«.

www.dorothee-wiebe.de
www.floating-workspace.de
www.grooviz.de

MaaS

#MUTLand Makeathon

STAAT-UP DEUTSCHLAND GEMEINWOHL WAGEN!

Zukunftssorgen, schwindende Solidarität, bedrohliche Perspektiven für den Planeten und die Pandemie. Genügend Grund zur Klage, doch Lamentieren kostet Energie und drückt die Stimmung.

Es gibt auch positive Geschichten, die berühren. Überall in Deutschland und auf der Welt. Wir, eine Handvoll Menschen aus ganz Deutschland, wollen eine weitere schaffen und einen MUTausbruch wagen, um unser Land, vielleicht sogar die Welt zu verändern.

Konkret will der Makeathon Staat-up Deutschland vom Gedankenaustausch zum Handeln führen, als Keimzelle für mehr Gemeinwohl. Ob Nachbarschaftsnetzwerke, Vereine, Initiativen in Firmen oder sogar neue Start-Ups. Es ist völlig ergebnisoffen, was dabei herauskommt.

Den Fokus könnte die Inklusion Benachteiligter wie Menschen mit Behinderung, Senioren, Menschen mit Migrationshintergrund usw. bilden oder die Förderung der durch Corona hart getroffenen Künstler…

Du hast Lust bekommen? Je mehr Menschen mitwirken, umso größer ist der Hebel! — Wir sind schon dabei: companypirates, grooviz® und viele engagierte Menschen von Wien bis Bamberg, von Saarbrücken bis nach Berlin.

www.mutlandcompanypirate.de