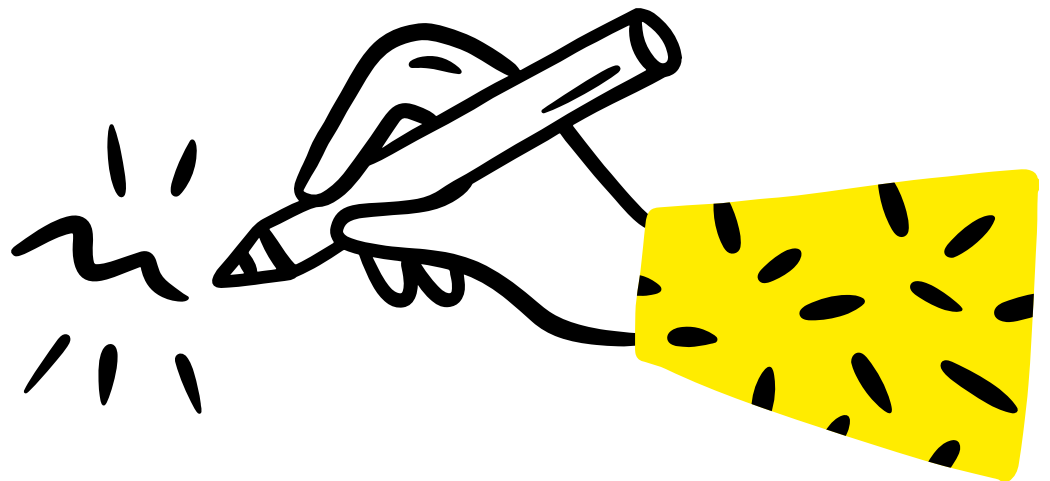
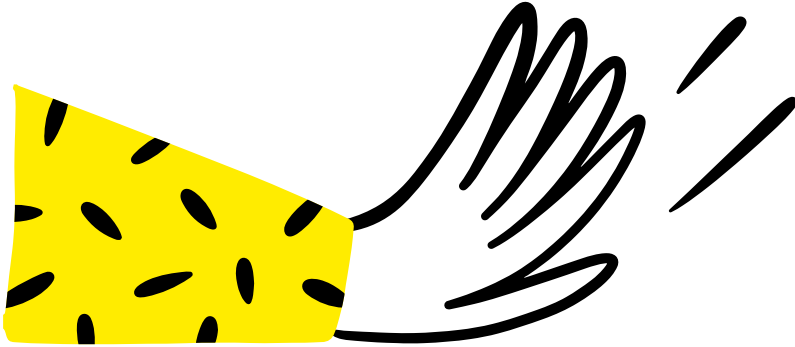




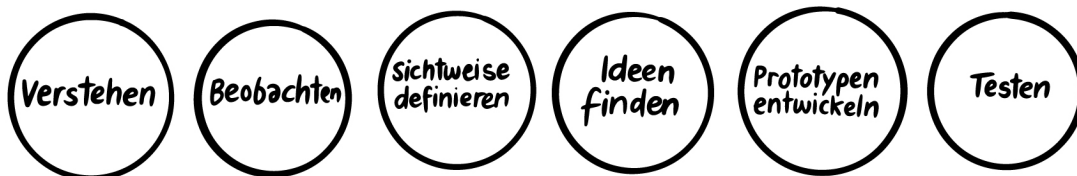
Design Thinking



Ideen können besser entwickelt und Probleme optimaler gelöst werden, wenn Menschen unterschiedlicher Disziplinen in einem kreativitätsfördernden Umfeld zusammenarbeiten, gemeinsam eine Fragestellung entwerfen, die Bedürfnisse und Motivationen von Menschen berücksichtigen und dann Konzepte entwickeln, die mehrfach geprüft werden. Das Verfahren orientiert sich an der Arbeitsweise von Designern. Das Wort Thinking steht dafür, dass der Nutzen, die Umsetzbarkeit und die Wirtschaftlichkeit der neuen Idee gleichgewichtig systematisch untersucht werden.



Die sechs grundlegenden Schritte beim Design Thinking



METHODISCHES VORGEHEN

1. Verstehen

Das Problem wird in einem Team, das auf demselben Stand sein soll, definiert.

2. Beobachten

Zentral ist, sich in die Perspektive der Nutzenden hineinzuversetzen. Deren Wünsche werden durch Interviews offensichtlich. Ausschlaggebend sind dabei offene Fragen und gutes Zuhören. Die Bedürfnisse der Nutzenden stehen immer im Vordergrund. Weitere Methoden sind (teilnehmende) Beobachtungen vor Ort, Rollenspiele sowie Daten- und Faktenrecherchen (vgl. Sozialraumanalyse I und II).

3. Sichtweise definieren

Die gesammelten Ergebnisse werden herangezogen, interpretiert und gewichtet. Erlebte Geschichten werden erzählt, Bilder gezeigt, Reaktionen und Emotionen beschrieben. Für die bildliche und schriftliche Synthese werden Visualisierungstechniken wie die Darstellung mittels Persona, Storyboard und Empathy Map angewendet.

4. Ideen finden

Zu Beginn steht ein zeitlimitiertes, allgemeines Brainstorming oder Brainwriting. Es geht um Quantität und nicht um Qualität, um Mut zur Kreativität und um keine Kritik an den Ideen. Es folgt die Auswahl der Ideen, die strukturiert und nach Prioritäten sortiert werden. Dabei sind Fragen nach der menschlichen Wünschbarkeit, der Umsetzbarkeit oder der Wirtschaftlichkeit der einzelnen Ideen von Bedeutung.

5. Prototypen entwickeln

Nun wird die Idee als greifbares Modell zur leichteren Veranschaulichung erstellt. Es muss nicht perfekt sein – je einfacher, desto besser. Der Kreativität wird freier Lauf gelassen. U. a. mit

Visualisierungen, Post-its, Rollenspielen, Storyboards, Legosteinen, Papierkarton usw. Ausgerichtet wird der Prototyp stets auf die Nutzendenbedürfnisse. Die Problemlösung soll für sie daraus klar ersichtlich werden.

6. Testen

Prototypen werden validiert. Nutzende werden zum Ausprobieren eingeladen, dabei beobachtet und danach zum potenziellen Nutzen befragt. Funktioniert eine Idee nicht, wird sie verworfen. Anhand der Reaktionen und Feedbacks entwickeln sich weitere Ideen und Verbesserungen. Design-Thinker sind offen: Sie verwerfen, entwickeln, testen, verbessern immer wieder neue Ideen – so wird möglichst wenig Zeit in «nicht-funktionierende» Lösungen gesteckt.

Stelle einfache und offene Fragen beim Testen. Gestalte die Tests nicht zu lang. Dokumentiere die Tests und plane genug Zeit für eine Verbesserung des Prototyps ein. Hole Unterstützung in Test- und Feedback-Communities.

Iteratives Arbeiten im Prozess

Die einzelnen Phasen werden immer wieder – kreisend – durchlaufen, um so die Lösung Schritt für Schritt zu verfeinern. Möglich ist auch, dass man wieder zurück zum Anfang geht, um die Eingangsfrage nochmals neu zu definieren.

Erfolgsfaktoren für Design Thinking

- Flexible Kreativräume mit Materialfundgruben
- Multiprofessionelle Teams
- Visualisieren und Skizzieren – Mut zum Strich – Bilder bleiben im Gedächtnis
- Storytelling – Golden Circle – Geschichten
- Fähigkeiten, Methoden von Veränderung anwenden können
- Bereitschaft der Kirchgemeinde ist bereit für eine neue Art der Arbeits- und Problemlösungskultur

Literatur

Michael Lewrick, Patrick Link, Larry Leifer: Das Design Thinking Playbook, 2017.
Jochen Gürtler, Johannes Meyer: Design Thinking II, 30 Minuten Design Thinking, 2013.

Kontakt

Evangelisch-reformierte Landeskirche des Kantons Zürich.

Die Abteilung für Kirchenentwicklung unterstützt diesen Prozess in den Kirchgemeinden und bietet für die eigenständige Durchführung ein Methodencoaching an.

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an Agnes Joester: agnes.joester@zhref.ch oder besuchen Sie die Website <https://www.in7tagen.ch/>

