

Design Thinking-Methode

Prozess zur Generierung von erfolgreichen Innovationen!

Sie wollen als Verein kreative Ideen entwickeln, die für den langfristigen Erfolg des Vereins wichtig sind oder ein neues Angebot implementieren bevor es die Konkurrenz tut? Dann probieren Sie die Design-Thinking-Methode aus!

Beim Design-Thinking durchläuft man einen sechsstufigen Prozess. In sich wiederholenden (iterativen) Schleifen setzt sich ein Team (idealerweise abteilungsübergreifend/interdisziplinär) mit einem Themengebiet (z. B. den Vereinsangeboten oder Ehrenamt) auseinander.

Was passiert in den 6 Phasen?

Phase 1: "Verstehen"

Die Teammitglieder einigen sich auf ein gemeinsames Ziel (was ist die zu lösende Aufgabe? Wer ist die Zielgruppe?).

Phase 2: "Beobachten"

Die Teilnehmer*innen beschreiben Ihre Beobachtungen, was die Zielgruppe (z.B. Vereinsmitglieder) bewegt bzw. auf was sie Wert legt.

Phase 3: "Sichtweise beschreiben"

Es werden die gewonnenen Erkenntnisse über die Zielgruppen zusammengetragen und verdichtet.

Phase 4: "Ideen finden"

Es werden unter Berücksichtigung der Zielgruppenbedürfnisse möglichst viele Ideen/Lösungen gesammelt.

Phase 5: "Prototyp entwickeln"

Aus der Vielzahl der entwickelten Lösungsmöglichkeiten wird eine Auswahl getroffen. Es werden Ideen (z. B. ein neues Angebot) mit allen Merkmalen (Uhrzeit? Raum? Preis? Übungsleiter*in? Bewerbung etc.) erarbeitet.

Phase 6: "Testen"

Die erarbeitete Lösung(en) wird (werden) getestet und ein Feedback der Zielgruppe eingeholt: Kommt die Lösung/die Idee an? Hat die Zielgruppen Verbesserungsideen?

Die Testphase kann wiederholt werden bis die Idee/Lösung den Kunden "passt".

Autor: Dirk Schröter
Lektoriert: Dietmar Fischer
Stand Februar 2024