

ERSTE AUFLAGE / ZWEITAUSENFÜNFZEHN

ERSTE AUFLAGE

**DESIGN THINKING
FÜR BIBLIOTHEKEN
ÜBUNGS-
HANDBUCH**

**EIN WERKZEUGKASTEN FÜR KUNDEN-
ZENTRIERTES DESIGN**



DEUTSCHE ÜBERSETZUNG: JULIA BERGMANN
WWW.JULIA-BERGMANN.DE

WWW.DESIGNTHINKINGFORLIBRARIES.COM

Inhalts- verzeichnis

KAPITEL 1
ERSTE SCHRITTE S. 3

KAPITEL 2
INSPIRATION S. 15

KAPITEL 3
IDEENFINDUNG S. 27

KAPITEL 4
TESTPHASE S. 41

KAPITEL 5
WIR WEITEN DIE SACHE AUS S. 52

KAPITEL 1

Erste Schritte

Um wirklich etwas zu lernen, braucht man praktische Erfahrungen. Deshalb finden Sie in jedem Kapitel zu den dargestellten Methoden auch Vorschläge für eine praktische Umsetzung. Wenn Sie das Team leiten, können Sie die Team-Aktivitäten fördern, indem Sie Material gemäß der folgenden Liste bereitstellen.

Die Dauer der jeweiligen Aktivitäten sind nur Schätzungen, so dass Ihr Team auch mehr oder weniger Zeit benötigen mag, als hier aufgeführt ist. Achten Sie darauf, wie Sie im Vergleich zu diesen Schätzungen vorankommen und planen Sie entsprechend Zeit für Ihre Sitzungen ein.

BENÖTIGTE MATERIALIEN

- Eine Ausgabe dieses Werkzeugkastens (1 pro Person)
- Notizpapier oder -blöcke
- Dicke Stifte oder ähnliches
- Post-its oder ähnliches

AKTIVITÄT 1

VORSTELLUNGSRUNDE *S. 4*

15 Minuten

AKTIVITÄT 2

EISBRECHER: STILLE POST *S. 5*

15 Minuten

AKTIVITÄT 3

ROLLENVERTEILUNG *S. 6*

15 Minuten

AKTIVITÄT 4

REGELN & PROCEDERE *S. 9*

15 Minuten

AKTIVITÄT 5

AUFWÄRMÜBUNG: VERBESSERN SIE DEN MORGENDLICHEN ARBEITSWEG

S. 10

50 Minuten

AKTIVITÄT 6

NACHDENKEN ÜBER DESIGN THINKING *S. 13*

15 Minuten



AKTIVITÄT 1

VORSTELLUNGSRUNDE

15 Min.



Für einen “Design Thinker” ist es wichtig, mit einer Anfängerhaltung an die Dinge heranzugehen, selbst wenn Sie schon eine Menge über diese Dinge wissen. In Ihrer Anfängerhaltung zeigen Sie die Bereitschaft, Neues zu lernen und zu experimentieren. Nehmen Sie sich ein paar Minuten Zeit, die unten stehenden Fragen zu beantworten und diskutieren Sie die Antworten innerhalb des Teams. Achten Sie besonders bei der letzten Frage auf Ihre Anfängerhaltung.

Wie heißen Sie?

Wo arbeiten Sie?

Warum interessieren Sie sich für den “Werkzeugkasten”?

Was möchten Sie von dieser Werkzeugkiste lernen?

Was möchten Sie in fünf Jahren tun?

Erzählen Sie eine Geschichte darüber, wie Sie zuletzt eine Sache das erste Mal ausprobiert haben. War es aufregend oder beängstigend? Auf welche Art hat es geholfen, ein Anfänger zu sein?



AKTIVITÄT 2

EISBRECHER: STILLE POST

15 Min.

Während des Design Thinking Prozesses ist es wichtig, visuell zu denken. Visuelles Denken kann auch dabei helfen, an bestimmten Schlüsselstellen Blockaden zu lösen. Diese "Eisbrecher"-Übung wird dazu beitragen, die anderen Teammitglieder besser kennenzulernen und wird außerdem Ihre Fähigkeit zur visuellen Interpretation weiterentwickeln.

NOTE: Beachten Sie: Sie brauchen mindestens drei Teammitglieder für diese Aktivität. Jedes Teammitglied benötigt ein leeres Blatt Papier und einen Stift.

SCHRITT 1

- Jeder in der Gruppe schreibt einen Satz (ernst oder albern) auf den oberen Rand des Papiers.
- Falten Sie den Rand so, dass der Satz verborgen ist.
- Reichen Sie das Papier an den rechten Nachbarn weiter.

SCHRITT 2

- Entfalten Sie das Papier, das Sie gerade erhalten haben, um sich den Satz anzusehen.
- Malen Sie ein Bild von dem, was Sie da lesen.
- Falten Sie das Blatt um den oberen Satz zu verdecken, dann falten Sie es noch einmal, um Ihr Bild zu verdecken.
- Reichen Sie das Papier nach rechts weiter.

SCHRITT 3

- Entfalten Sie das Papier, das Sie gerade erhalten haben, um sich nur das Bild anzusehen (nicht den Satz!).
- Schreiben Sie einen neuen Satz unter das Bild, mit dem Sie beschreiben, was Sie sehen.
- Falten Sie das Papier zum dritten Mal, um den ersten Satz, das Bild und den letzten Satz zu verdecken.
- Reichen Sie das Papier nach rechts weiter.

SCHRITT 4

- Entfalten Sie das Papier, das Sie gerade erhalten haben, um sich nur den letzten Satz anzusehen.
- Zeichnen Sie ein Bild von dem, was Sie sehen.
- Falten Sie das Papier vier Mal.
- Reichen Sie das Papier nach rechts weiter.

Wiederholen Sie das so lange, bis Ihr ursprüngliches Papier wieder bei Ihnen ist.

Falten Sie es ganz auseinander, um zu sehen, wie stark sich die Geschichte verändert hat!



AKTIVITÄT 3

VERTEILEN SIE TEAMROLLEN 15 Min.

Seite 1 von 3

Diese Aktivität kann dabei helfen festzulegen, wer in Ihrem Team in Zukunft zuständig ist für welches der unterschiedlichen Projektteile. Wenn jemand eine bestimmte Aufgabe übernimmt, soll das nicht heißen, dass andere Teammitglieder nicht dabei helfen können, aber es ist gut in etwa zu wissen, wer für eine bestimmte Aufgabe verantwortlich ist.

Nutzen Sie diese Rollenkarten, um eine Diskussion über die Teamaufgaben in Gang zu bringen. Ihr Team mag nicht alle diese Rollen brauchen oder ausfüllen und manche Mitglieder können auch mehr als eine dieser Aufgaben übernehmen.

Führen Sie die folgenden Schritte aus:

1. Lassen Sie alle Teammitglieder alle Rollenkarten ausschneiden.
2. Lesen Sie jeder für sich jede der Karten durch und ordnen Sie die Karten in der Reihenfolge, in der jede dieser Rollen

Ihrer Persönlichkeit, Ihren Fähigkeiten und Qualitäten entgegenkommt.

3. Kommen Sie als Team zusammen und diskutieren Sie die Resultate. Was hat jede Person an die erste Stelle gesetzt? Einige Mitglieder werden unterschiedliche Wahrnehmungen der anderen haben, was dabei hilft, eine tiefergehende Diskussion in Gang zu setzen. Nutzen Sie die Zeit, um zu einer Übereinkunft über die Aufgabenverteilung zu gelangen.

* Mehr über die beschriebenen Teamrollen finden Sie in "The Ten Faces of Innovation" (Literaturhinweise Kapitel 1)



DER PLANER

AUFGABEN

Der Planer kann dieselbe Person sein wie der Teamleiter oder jemand anderes aus dem Team. Diese Person ist dafür verantwortlich, die Zeitpläne des Teams zu vergleichen und zusammenzuführen um sicherzustellen, dass die einzelnen Teamaktivitäten rechtzeitig durchgeführt und abgeschlossen werden.

EIGENSCHAFTEN

Sie mögen effiziente Aufgabenbearbeitung. Sie mögen Projektkoordination, um das Projekt und das Team in der Spur zu halten. Sie haben außerdem eine klare Vorstellung vom Zeitplan und -bedarf der anderen Teammitglieder und damit vom besten Ort und Zeitpunkt, an dem das Projekt vollendet werden kann.

DER DOKUMENTAR

AUFGABEN

Der Dokumentar ist dafür verantwortlich, den Teamfortschritt bei allen Zwischenschritten festzuhalten. Das kann alles heißen - z.B. Teammitglieder zu ermutigen, ihre Gedanken auf Zetteln oder Post-its festzuhalten, Fotos von Interviews zu machen oder einen Blog zu führen, falls das gewünscht ist. Es ist eine ganz essenzielle Rolle für das Team - jeder wird sich viel organisierter und produktiver vorkommen.

EIGENSCHAFTEN

Sie sind sehr organisiert und machen gerne Notizen. Ihre Akten und Notizen sind in schlüssiger Form archiviert, und es ist Ihr besonderes Talent, die unterschiedlichsten Informationen jederzeit im Auge zu behalten. Außerdem haben Sie ein Talent für multimediale Aufnahmen - immer eine Kamera zur Hand, falls Sie zu einem Bild inspiriert werden.



AKTIVITÄT 3

VERTEILEN SIE TEAMROLLEN

15 Min.

Seite 2 von 3

DER NETZWERKER

AUFGABEN

Der Netzwerker entwickelt seine Triebkräfte während der Inspirations- und Testphase und ist ein echter Gewinn, wenn es darum geht, interessante Forschungsergebnisse aufzutun. Bei dieser Rolle geht es darum, das Team mit den Nutzern, den Experten und den Erfahrungen zu verbinden, von denen es profitieren kann.

EIGENSCHAFTEN

Sie stoßen schnell auf Verbindungen zwischen Menschen und Ideen und Sie wissen, dass die besten Einsichten aus einfachen Unterhaltungen mit Menschen in Ihrer Umgebung gewonnen werden. Sie sind der Interaktionsknotenpunkt und Sie scheinen fast jeden zu kennen, der Ihre Bibliothek betritt.

DER ANTHROPOLOGE

AUFGABEN

Der Anthropologe kann sich besonders gut in der Inspirationsphase einbringen. Er bringt das Team dazu, das Problem immer wieder neu zu formulieren. Diese Person hilft dabei, dem Rest des Teams die Einsichten zu ermöglichen, die den Designprozess voranbringen. Besonders kann er das Team zu andauernder Neugier über Menschen inspirieren.

EIGENSCHAFTEN

Sie haben einen direkten Draht zu anderen Menschen und deren Erlebnissen. Menschen öffnen sich Ihnen besonders schnell. Sie sind ein sehr intuitiver Denker, der sich freut, wenn er sieht, wie die Menschen mit Produkten und Dienstleistungen innerhalb und außerhalb der Bibliothek interagieren.

DER AUSWERTER

AUFGABEN

Der Auswerter ist eng mit dem Anthropologen verwandt insofern er dazu beiträgt, die Ergebnisse der Inspirationsphase in Erkenntnisse zu überführen, die Ideen generieren. Der Auswerter überträgt Forschungsergebnisse in Fragen und Themen, die das Design voranbringen. Der Auswerter ist besonders dort hilfreich, wo er das Team daran hindert, direkt von Einsichten zu Lösungen vorzupreschen. Stattdessen ermutigt er das Team, sich über Muster und Widersprüche in den Ergebnissen Gedanken zu machen.

EIGENSCHAFTEN

Als Querdenker sind Sie in der Lage, Verbindungen zwischen sehr unterschiedlichen Ideen und Menschen aufzuspüren. Auch wenn die Lage uneindeutig ist, finden Sie unvorhergesehene Verbindungen zwischen Ideen. Sie denken häufig in Metaphern, sind sehr aufgeschlossen und fühlen sich wohl im offenen Raum intellektueller Spekulationen.

DER HÜRDENLÄUFER

AUFGABEN

Um das Team zu stärken, räumt der Hürdenläufer Hindernisse beiseite, die dem Projekt im Weg stehen. Diese Rolle ist der Schlüssel bei Verhandlungen mit Betroffenen, der Führungsebene oder dem bürokratischen Apparat. So hilft sie dem Team produktiv zu bleiben. Der Hürdenläufer kämpft - häufig mit kreativen Mitteln - um Zeit, Geld und Ressourcen für das Design-Projekt.

EIGENSCHAFTEN

Sie sind ein unnachgiebiger Problemlöser und Sie mögen es, Herausforderungen auch auf neuen Gebieten anzugehen. Kein Problem ist zu klein oder zu groß, um von Ihnen bewältigt zu werden und Sie denken immer über neue Möglichkeiten nach, anstatt sich über Hindernisse zu ärgern. Die Menschen in Ihrer Organisation schätzen Sie für Ihren großen Optimismus und Vorwärtsdrang.



AKTIVITÄT 3

VERTEILEN SIE TEAMROLLEN *15 Min.*

Seite 3 von 3



DER GESCHICHTENERZÄHLER

AUFGABEN

Der Geschichtenerzähler ergreift die Phantasie Ihres Teams und hilft spezifische und fruchtbare Erzählungen rund um Ihre Design-Herausforderung zu entwickeln. Der Geschichtenerzähler verwebt Emotionen und Inspirationen zu einer fesselnden Geschichte Ihres Projektes. Diese Rolle ist eine wichtige Hilfe, um Ihr Projekt der Außenwelt zu kommunizieren, ob über das gesprochene Wort, Video, Fotografie oder andere Medien.

EIGENSCHAFTEN

Sie wissen, am besten kommuniziert man mit einer guten Geschichte. Sie sind in der Lage, verschiedene Ideen und Konzepte zu einer prägnanten Geschichte einzudampfen, die andere aufmerksam zuhören lässt. Die Menschen glauben von Ihnen, dass Sie Ideen auf empathische und authentische Art auszudrücken und zu übersetzen in der Lage sind.



AKTIVITÄT 4

REGELN & PROCEDERE

15 Min.

Die Teamleitung sollte diese Diskussion moderieren. Besprechen Sie in der Gruppe die Richtlinien rund um Regeln und Procedere. Stellen Sie fest, ob dabei Probleme absehbar sind und skizzieren Sie mögliche Lösungen.

ZEIT

Die Aktivitäten jedes Kapitels benötigen erfahrungsgemäß mindestens zwei bis drei Stunden. Vor jedem Meeting werden Sie ein bis zwei Stunden Lesezeit benötigen. Denken Sie daran, dass in späteren Phasen zusätzlich Zeit für Nachforschungen und Experimente benötigt wird.

KALENDER

Tragen Sie die regelmäßigen Treffen in einen Kalender ein. Markieren Sie Daten, an denen einzelne Mitglieder Terminprobleme haben könnten, planen Sie entsprechend oder machen neue Terminvorschläge.

RAUM

Sichern Sie sich Räume für Ihre Meetings - und zwar für die gesamte Dauer des Projektes. Können Sie Workshops in dem Wohnhaus, der Schule, dem Büro oder der Kirche von jemandem durchführen?

TEAMLEITUNG

Bei den Meetings wird die Teamleitung die Gesprächsführung übernehmen und die Bearbeitung der unterschiedlichen Aktivitäten erleichtern. Sie ist außerdem dafür verantwortlich, die Bereitstellung benötigter Ressourcen zu koordinieren.

LEGEN SIE EINIGE GRUNDLEGENDE REGELN FEST

Wir würden empfehlen, mit Ihrem Team etwas Zeit darauf zu verwenden, ein paar Regeln für Ihre Meetings festzulegen. Hier einige Einstiegsfragen:

- Wie können die Treffen strukturiert und die Räume gestaltet werden, um ein Klima des gegenseitigen Respekts und Vertrauens zu schaffen?
- Wie sollte Feedback (positives oder negatives) kommuniziert werden, so dass jeder einzelne und die Gruppe davon profitieren können?
- Kommen Ihnen weitere Regeln in den Sinn, mit denen ein reibungsloser Verlauf Ihrer Treffen gewährleistet werden kann?

MATERIALIEN

Jedes Teammitglied sollte sein Exemplar des "Werkzeugkastens" zu jedem Treffen mitbringen.

Die Teamleitung ist dafür verantwortlich, dass die folgenden Dinge bereitstehen:

- Kugelschreiber, Zeichenstifte, Textmarker, leeres Papier.
- Post-its, wenn verfügbar; wenn nicht, einfach etwas Papier zu Rechtecken schneiden und mit Tesafilm an die Wand heften.

In der Ideenfindungsphase muss das Team Materialien für die Prototypen sammeln und mitbringen. Einzelheiten dazu später.

DOKUMENTATION

Es ist wichtig, den Prozess mit Fotos zu dokumentieren: von Post-it -Wänden, von Exkursionen, von Beobachtungen und von Ihnen selbst. Diese Visualisierungen werden Ihre Geschichte unterstützen, wenn Sie Ihre Fortschritte und Erfolge mit einem größeren Publikum teilen. Wir hoffen außerdem, dass Sie Ihre Geschichte mit uns teilen, damit wir diesen Werkzeugkasten stetig verbessern können.

GEBEN SIE IHREM TEAM EINEN NAMEN

Ihr Team sollte sich einen Namen geben. Haben Sie Spaß dabei und wählen Sie etwas Prägnantes, das Ihr Team oder Ihre Aufgabe repräsentiert.



AKTIVITÄT 5 AUFWÄRMÜBUNG

50 Min.

VERBESSERTEN SIE DEN ARBEITSWEG. Design Thinking beginnt mit Tiefeninterviews und qualitativer Recherche. Das hilft uns dabei, die Menschen, für die wir designen, besser zu verstehen. Für diese Aktivität bilden Sie Zweiergruppen (auch eine Dreiergruppe ist möglich, wenn Ihr Team aus einer ungeraden Anzahl besteht). Interviewen Sie Ihren Partner und tauschen dann Rollen. Achten Sie auf die Zeit, die für jeden einzelnen Schritt dieser Aktivität zur Verfügung steht.



INTERVIEW: 10 MINUTEN

(Interviewen Sie Ihren Partner für 5 Minuten und tauschend Sie dann die Rollen)

Interviewen Sie Ihren Partner. Fangen Sie damit an, seinen morgendlichen Arbeitsweg zu verstehen. Fragen Sie dabei nicht nur nach der Logistik: Finden Sie heraus, wie er über die Dinge denkt und was er sich anders wünschen würde, woran er Spaß hat, was ihn aufhält. Ihr Job ist es zuzuhören und zu lernen, haben Sie also keine Angst "Warum?" zu fragen. Schreiben Sie Ihre Interviewnotizen auf den unten dafür vorgesehenen Platz.

EINIGE TECHNIKEN, DIE SIE AUSPROBIEREN KÖNNTEN

- Versuchen Sie auf fünf aufeinander folgende Antworten Ihres Partner wieder "Warum?" zu fragen.
- Bitten Sie Ihren Partner, seinen Arbeitsweg mit einem Diagramm zu visualisieren.



AKTIVITÄT 5 AUFWÄRMÜBUNG

50 Min.

VERBESSERUNG DES ARBEITSWEGS. Fortsetzung...

S. 2 von 3



BEDÜRFNISSE INTERPRETIEREN: 5 MINUTEN

Nehmen Sie sich fünf Minuten Zeit, um Ihre Interviewnotizen durchzulesen. Schreiben Sie sich die Antworten auf die folgenden Fragen auf.

WELCHES SIND DREI EINZIGARTIGE ASPEKTE DES ARBEITSWEGS IHRES PARTNERS?

WELCHES SIND DREI BEDARFE, MIT DENEN IHR PARTNER JEDEN MORGEN KONFRONTIERT IST?

BRAINSTORMING: 10 MINUTEN

Sie haben jetzt die Gelegenheit, sich einige neue Lösungen zu überlegen, um die Bedarfe Ihres Partners decken zu können. Arbeiten Sie mit Ihrem Partner und skizzieren Sie vier bis sechs radikal neue Herangehensweisen, den Arbeitsweg zu verbessern. Konzentrieren Sie sich auf Ideen für Ihren Partner, andersherum sollte sich Ihr Partner auf Ideen für Sie fokussieren. Arbeiten Sie trotzdem zusammen und versuchen Sie einige Ideen zu entwickeln, die Ihrer beider Arbeitsweg verbessern können. Streben Sie dabei nicht nach Perfektion. Zeichnen Sie Ihre Ideen schnell auf, um sie festzuhalten. Nehmen Sie weiteres Papier, wenn nötig!



AKTIVITÄT 5 AUFWÄRMÜBUNG

50 Min.

VERBESSERUNG DES ARBEITSWEGS. Fortsetzung...

S. 3 von 3



PROTOTYP: 10 MINUTEN

Zeit die Sache greifbar zu machen. Etwas visuell oder körperlich präsent zu haben hilft dabei, sich die Möglichkeiten und Fußangeln Ihrer Lösung besser vorstellen und sie anderen einfacher erklären zu können. Ihr Prototyp kann ein Modell sein, ein Diagramm oder eine detailliertere Zeichnung. Es macht Spaß sich Schere, Bastelbogen, Klebeband und Marker zu schnappen (oder irgendetwas anderes in Ihrer Nähe) und die Idee zu visualisieren.

FEEDBACK: 5 MINUTEN

Zeigen Sie Ihre Lieblingsidee einem anderen Team. Holen Sie sich Feedback ab. Preisen Sie Ihre Idee nicht an, erklären Sie diese einfach und finden Sie heraus, was die anderen wirklich denken. Was finden sie an Ihrer Idee spannend? Wie würden sie diese ändern oder verbessern?



AKTIVITÄT 6

NACHDENKEN ÜBER DESIGN THINKING

15 Min.

Glückwunsch zu Ihrem ersten Vorstoß ins Design Thinking. Normalerweise würden Sie die Ideenfindungs- und Test-Phasen wiederholen und durch zusätzliches Feedback Ihre Ideen weiter verbessern. Aber weil Ihre Zeit kostbar ist, nehmen wir uns nur ein paar Minuten, um darüber nachzudenken, was Sie über den Design Thinking Prozess gelernt haben.

REFLEXION

Nehmen Sie sich fünf Minuten Zeit, um über die folgenden Fragen nachzudenken. Schreiben Sie Ihre Antworten sofort in Ihr Notizbuch oder auf einige Post-its.

- Was haben Sie aus Ihrer Erfahrung mit dem Prototypisieren während dieser kleinen Design-Aufgabe gelernt?
- Gab es bestimmte Augenblicke während dieses Prozesses, die besonders überraschend oder hilfreich waren oder bei denen ein Aha-Effekt eintrat? "Ahas" können Schlüsselerfahrungen sein, neue Sichtweisen auf ein Thema, pfiffige Kommentare oder Fragen, Überraschungen, Herausforderungen oder letzte Gedanken über diesen Workshop.
- Welche Teile des Design Thinking Prozesses halten Sie für besonders nützlich oder aufschlussreich, wenn es darum geht, die Herausforderungen in Ihrer Bibliothek anzugehen?

TEILEN

Kommen Sie jetzt als ganzes Team zusammen:

- Führen Sie der Gruppe Ihren Prototypen vor. Kommen Ihnen, nachdem Sie sich das Feedback angehört haben, weitere Ideen um Ihr Konzept noch zu verbessern?
- Teilen und diskutieren Sie Ihre "Ahas" mit der Gruppe. Gab es dabei ähnliche oder unterschiedliche Erfahrungen?

KAPITEL 1

DAS HABEN WIR GELERNT

Checkliste

GLÜCKWUNSCH! SIE HABEN DIE ERSTEN SCHRITTE IM DESIGN THINKING ANSATZ GEMACHT.

Hoffentlich konnte dieses Kapitel etwas zum Verständnis davon beitragen, wie die Design Thinking Methode bei der Bewältigung all der Herausforderungen helfen kann, die Ihnen in Ihrer Bibliothek täglich begegnen. Wir hoffen Sie freuen sich darauf, den Prozess im Laufe der nächsten Kapitel umzusetzen.

Am Ende eines jeden Kapitels stellen wir eine Checkliste zur Verfügung, um die Schritte und Aktivitäten der jeweiligen Phase zusammenzufassen. Betrachten Sie diese Liste als einen weiteren Kontrollpunkt, an dem überprüft werden kann, ob Sie und Ihr Team bereit sind, zur nächsten Phase überzugehen.

Inzwischen sollten Sie die folgenden Aufgaben erledigt haben:

Sie haben...

- Ihr Design-Team zusammengestellt
- Die Führungsebene und andere Betroffene informiert, dass Sie die Design Thinking Methode lernen
- Visuelles Denken anhand einer Eisbrecherübung ausprobiert
- Teamrollen festgelegt
- Regeln, Prozedere, und Zeitplan mit dem Team diskutiert
- Die Aufwärmübung "Arbeitsweg verbessern" durchgeführt
- Als gesamtes Team über die Design Thinking Methode reflektiert

KAPITEL 2

Inspiration

BENÖTIGTE MATERIALIEN

- Eine Ausgabe dieses Werkzeugkastens (1 pro Person)
- Notizpapier oder -blöcke
- Edding Marker oder ähnliches
- Post-its oder ähnliches
- Kamera

AKTIVITÄT 1

LEGEN SIE IHR DESIGN-PROJEKT FEST S. 16

2 Stunden

AKTIVITÄT 2

METHODENAUSWAHL S. 20

1 - 2 Stunden

AKTIVITÄT 3

FORSCHUNGSÜBUNG AN GRENZNUTZERN S. 21

15 Minuten

AKTIVITÄT 4

ANALOGE FORSCHUNGSÜBUNG S. 22

15 Minuten

AKTIVITÄT 5

FELDPHASE PLANEN UND DURCHFÜHREN S. 23

Die dafür verwendete Zeit legt das Team im Laufe der Tage selbst fest

AKTIVITÄT 6

FORSCHUNGSDOKUMENTATION S. 25

15 Minuten nach Interview oder Beobachtung



AKTIVITÄT 1

LEGEN SIE IHR DESIGN-PROJEKT FEST *2 Std.*

Bevor Sie sich für ein Design-Projekt entscheiden, prüfen Sie 2-3 Optionen von Projekt-Typen. *Seite 1 von 4*



PROJEKT-OPTION 1

Welche Nutzergruppe?

Welche Probleme, mit denen diese Nutzergruppe zu kämpfen hat, könnten Sie lösen?

Bieten diese Probleme die Möglichkeit, unterschiedliche Lösungen zu entwerfen?

Ist es möglich, das Projekt in einem Zeitraum von 5-6 Wochen zu beenden?

BEWERTEN SIE JEDES PROJEKT UND ERMITTELN DIE GESAMTPUNKTZAHL

Das Projekt mit der höchsten Gesamtpunktzahl zu ermitteln, kann Ihnen bei der Projekt-Auswahl helfen.

	Niedrig				Hoch
Rein vom Gefühl her: wie sehr würden Sie sich auf dieses Projekt freuen?	1	2	3	4	5
Welche Wirkung könnte dieses Projekt in Ihrer Umgebung entfalten?	1	2	3	4	5
Wie groß ist die Wahrscheinlichkeit, das Projekt in einem Zeitraum von 5-6 Wochen zu beenden?	1	2	3	4	5

GESAMTWERT=



AKTIVITÄT 1

LEGEN SIE IHR DESIGN-PROJEKT FEST *2 Std.*

Bevor Sie sich für ein Design-Projekt entscheiden, prüfen Sie 2-3 Optionen von Projekt-Typen. *Seite 2 von 4*



PROJEKT-OPTION 2

Welche Nutzergruppe?

Welche Probleme, mit denen diese Nutzergruppe zu kämpfen hat, könnten Sie lösen?

Bieten diese Probleme die Möglichkeit, unterschiedliche Lösungen zu entwerfen?

Ist es möglich, das Projekt in einem Zeitraum von 5-6 Wochen zu beenden?

BEWERTEN SIE JEDES PROJEKT UND ERMITTELN DIE GESAMTPUNKTZAHL

Das Projekt mit der höchsten Gesamtpunktzahl zu ermitteln, kann Ihnen bei der Projekt-Auswahl helfen.

	Niedrig				Hoch
Rein vom Gefühl her: wie sehr würden Sie sich auf dieses Projekt freuen?	1	2	3	4	5
Welche Wirkung könnte dieses Projekt in Ihrer Umgebung entfalten?	1	2	3	4	5
Wie groß ist die Wahrscheinlichkeit, das Projekt in einem Zeitraum von 5-6 Wochen zu beenden?	1	2	3	4	5

GESAMTWERT =



AKTIVITÄT 1

LEGEN SIE IHR DESIGN-PROJEKT FEST *2 Std.*

Bevor Sie sich für ein Design-Projekt entscheiden, prüfen Sie 2-3 Optionen von Projekt-Typen. *Seite 3 von 4*

PROJEKT-OPTION 3

Welche Nutzergruppe?

Welche Probleme, mit denen diese Nutzergruppe zu kämpfen hat, könnten Sie lösen?

Bieten diese Probleme die Möglichkeit, unterschiedliche Lösungen zu entwerfen?

Ist es möglich, das Projekt in einem Zeitraum von 5-6 Wochen zu beenden?

BEWERTEN SIE JEDES PROJEKT UND ERMITTELN DIE GESAMTPUNKTZAHL

Das Projekt mit der höchsten Gesamtpunktzahl zu ermitteln, kann Ihnen bei der Projekt-Auswahl helfen.

	Niedrig				Hoch
Rein vom Gefühl her: wie sehr würden Sie sich auf dieses Projekt freuen?	1	2	3	4	5
Welche Wirkung könnte dieses Projekt in Ihrer Umgebung entfalten?	1	2	3	4	5
Wie groß ist die Wahrscheinlichkeit, das Projekt in einem Zeitraum von 5-6 Wochen zu beenden?	1	2	3	4	5

GESAMTWERT =



AKTIVITÄT 1

LEGEN SIE IHR DESIGN-PROJEKT FEST 2 Std.

Haben Sie das Projekt mit der höchsten Gesamtpunktzahl identifiziert, legen Sie eine Leitfrage fest, die Ihnen dabei hilft die Reichweite zu begrenzen. Schreiben Sie zwei "Wie könnten wir"-Fragen auf:

Seite 4 von 4

1. Wie könnten wir...

2. Wie könnten wir...

Überlegen Sie sich zu beiden Fragen: Zu weit? Zu eng? Genau richtig?

VERMUTUNGEN & ZIELE

Nehmen Sie sich 5 Minuten, um die untenstehenden Fragen für sich zu beantworten, dann weitere 5 Minuten, um Ihre Antworten im Team zu diskutieren. Ordnen Sie ihre Gedanken mit Hilfe von Post-its und suchen Sie sowohl nach individuellen Perspektiven als auch nach Überschneidungen im Kenntnisstand Ihres Teams.

Über welche Aspekte des Projektes ist Ihnen bereits eine Menge bekannt. Was sind Ihre Vermutungen?

Über welche Aspekte müssen Sie mehr erfahren? Was wissen Sie nicht?

Wie würde für Sie ein Projekterfolg aussehen?



AKTIVITÄT 2

METHODENAUSWAHL

1-2 Std.

Wir empfehlen so viele der unten aufgeführten Forschungsmethoden wie möglich auszuprobieren. Sie müssen nicht in einer bestimmten Reihenfolge durchgeführt werden, aber da Ihre Nutzerinterviews und -beobachtungen wahrscheinlich den größten Einfluss auf Ihre Forschungen haben werden, sollten sie auch die höchste Durchführungspriorität haben. Welche der Forschungsansätze, die Sie in der begrenzten

Zeit durchführen können, sind Ihnen am wichtigsten? Denken Sie an die Grenznutzer, wenn Sie darüber nachdenken, wen Sie interviewen und beobachten wollen.

Für den Anfang entwickeln Sie hier einige Ideen über geeignete Forschungsteilnehmer oder -ansätze und teilen Sie die Ideen mit dem Team.

WELCHE KUNDEN SOLLEN INTERVIEWT WERDEN?

(Wir empfehlen, mit 4-5 Nutzerinterviews anzufangen.)

WELCHE EXPERTEN SOLLEN INTERVIEWT WERDEN?

(Wir empfehlen, mit 1-3 Experteninterviews anzufangen.)

WO SOLLEN BEOBACHTUNGEN DURCHFÜHRT WERDEN?

(Wir empfehlen die Durchführung mindestens einer Beobachtungseinheit.)

WELCHE TEILNEHMENDEN BEOBACHTUNGEN SIND GEPLANT? (IMMERSION)

(Wir empfehlen die Durchführung mindestens einer Beobachtungseinheit, zur Einfühlung in die Nutzersituation.)

WELCHE ANALOGSITUATIONEN KÖNNEN ALS INSPIRATION DIENEN?

(Versuchen Sie mindestens eine Analoqsituation zu identifizieren und zu erforschen. Die nächsten Seiten bieten zusätzliche Übungen, die zum Nachdenken über andere Methoden anregen können.)

MÖCHTEN SIE EINIGE DER ZUSÄTZLICHEN FORSCHUNGSMETHODEN ANWENDEN?



AKTIVITÄT 3 FORSCHUNGSÜBUNG AN GRENZNUTZERN

15 Min.



Normalerweise planen Organisationen für die Personen, die sie als ihre Hauptkundschaft ansehen. Aber einzelne Kunden zu identifizieren und zu interviewen, die besonders vertraut oder völlig unvertraut mit einem Produkt oder Service sind, kann häufig zentrale Punkte der Design-Aufgabe beleuchten. Diese "Grenznutzer" steuern wertvolle Einsichten und neue Perspektiven zu der Design-Aufgabe bei.

SCHREIBEN SIE DIE AUFGABE AUF

WER KÖNNTE DER TYPISCHE NUTZER SEIN?

VERSUCHEN SIE SICH DEN GRENZNUTZER VORZUSTELLEN.

Beachten Sie die physischen, kognitiven, sozialen und kulturellen Faktoren.

Jemand, der völlig unvertraut mit dem Service ist.

Jemand, der mit dem Service sehr vertraut ist.

Jemand, dem der Service völlig gleichgültig ist.

Jemand, der besonders raffinierte und spezielle Bedürfnisse hat.

Jemand, der diesen Service explizit nicht nutzen möchte.

Jemand, der radikal auf diesen Service reagiert.



AKTIVITÄT 4

ANALOGE FORSCHUNGSÜBUNG

15 Min.



Auf der Suche nach Innovation ist ein Blick auf andere Gebiete häufig besonders zielführend. Einfach nach Ideen in einem anderen Kontext zu suchen, kann den Verstand auf ganz neue Ideen bringen. Ein Chirurg kann z.B. ganz neue Einsichten über die Organisation medizinischer Versorgung gewinnen, wenn er einen Baumarkt besucht; ein Fluglinienmitarbeiter könnte Ideen zum Check-in bekommen, wenn er den Empfangstresen eines Hotels beobachtet.

Um inspirierende analoge Situationen zu identifizieren, listen Sie alle speziellen Aktivitäten (Verben) oder Emotionen (Substantive) auf, die Ihnen zu dieser Situation einfallen. In einer Autowaschanlage gäbe es Aktivitäten wie Warten, Waschen, Trocknen, Bezahlen. Gute analoge Situationen würden einige oder alle dieser Aktivitäten ebenfalls beinhalten - z.B. ein Besuch beim Friseur oder des Waschsalons. Nehmen Sie sich einen Moment Zeit für einen Brainstorm zu einigen analogen Forschungssituationen (s.u.). In Grau einige Beispiele, um Ihr Denken auf Trab zu bringen.

BEISPIEL DESIGN-AUFGABE

WIE KÖNNTEN WIR DIE KUNDENERFAHRUNG BEIM EINCHECKEN AM FLUGHAFEN VERBESSERN?

WELCHE AKTIVITÄTEN UND EMOTIONEN MACHEN DIESE ERFAHRUNG AUS?

Ankommen

Schlangestehen

besorgt sein

BRAINSTORM ZU ANDEREN SITUATIONEN MIT ÄHNLICHEN AKTIVITÄTEN.

Hotels

Kinos

Zahnarztpraxen

IHRE DESIGN-AUFGABE

WIE KÖNNTEN WIR...?

WELCHE AKTIVITÄTEN UND EMOTIONEN MACHEN DIESE ERFAHRUNG AUS?

BRAINSTORM ZU ANDEREN SITUATIONEN MIT ÄHNLICHEN AKTIVITÄTEN.



AKTIVITÄT 5

FELDPHASE PLANEN UND DURCHFÜHREN

Seite 1 von 2

Zeitraumen wird vom Team festgelegt

SCHREIBEN SIE EINE WUNSCHLISTE

Wer oder was steht an erster Stelle Ihrer Forschungs-Wunschliste? Mit dem Wissen, dass Sie nicht alle Interviews durchführen können, schreiben Sie mit ihrem Team den idealen Plan auf eine Tafel und teilen Sie Aktivitäten und Personen auf die verschiedenen Methoden auf.

WERBEN SIE TEILNEHMER EIN UND ORGANISIEREN SIE BEOBACHTUNGEN

Wenn Sie festgelegt haben, mit wem Sie sprechen möchten und was Sie sehen wollen, brauchen Sie einen Kontaktierungsplan. Werben Sie um Teilnehmer, indem Sie Menschen in der Bibliothek ansprechen. Nutzen Sie Ihr Facebook Netzwerk, verschicken Emails oder führen Telefonate, um Termine zu koordinieren. Das Anwerben dauert seine Zeit, deshalb ist es am besten, mit den Interviews schnell anzufangen und nebenher weiter anzuwerben.

WIE SIEHT IHR PLAN FÜR DIE ANWERBUNG VON TEILNEHMERN AUS?

WER	ORGANISATION	KONTAKTINFORMATIONEN	WER AUS DEM TEAM WIRBT AN?

WIE SIEHT IHR PLAN FÜR DIE ORGANISATION DER TEILNEHMENDEN UND ANALOGEN FELDPHASEN AUS?

WO	ORGANISATION	KONTAKTINFORMATIONEN	WER AUS DEM TEAM WIRBT AN?



AKTIVITÄT 5

FELDPHASE PLANEN UND DURCHFÜHREN

Seite 2 von 2

Zeitrahmen wird vom Team festgelegt



INTERVIEWS VORBEREITEN

Jetzt ist es an der Zeit, einen Interviewleitfaden zu erstellen. Am besten in einem Team von 2-3 Personen. Sie werden wahrscheinlich mehr Platz benötigen, als dieses Arbeitsblatt bietet, also nutzen Sie Ihr Notizbuch, um weitere Fragen aufzuschreiben. Entwerfen Sie die Fragen zunächst gemäß der unten vorgeschlagenen Struktur. Für ein 30 minütiges Interview empfehlen wir mindestens 20 Fragen. Wahrscheinlich stellen Sie nicht all diese Fragen, besonders weil Sie Nachfragen und Unterhaltungen haben werden, aber bei schüchternen Probanden ist es nützlich, zusätzliche Fragen zu haben.

TIPP!

Welche demographischen Informationen benötigen Sie von Ihren Interviewpartnern? Vielleicht möchten Sie wissen, wo sie herkommen oder wie viele Kinder sie haben. Stellen Sie diese Fragen in jedem Fall auf eine freundliche Weise ohne jede Wertung.

Gibt es bestimmte Fragen, die Sie zur Gesprächseröffnung stellen können, die dazu beitragen, dass sich die Leute entspannen? Fangen Sie mit einfachen, unspezifischen Fragen an. Achten Sie darauf, offene Fragen zu stellen.

Dann haken Sie nach. Schreiben Sie jetzt mindestens 10 zusätzliche Fragen auf, die Ihnen dabei helfen die Hoffnungen, Befürchtungen und Ziele der Person zu verstehen:

BEISPIEL EINES INTERVIEW-LEITFADENS

Bei diesem Leitfaden ging es um ein Projekt zur Verbesserung von Bibliotheksprogrammen für Teenager. Das Ziel des Interviews war, besser zu verstehen, wie Teenager ihre Zeit verbringen und welche Ziele sie haben.

Meinung der Teens über Bibliotheken

- Erzähl uns, was du von Bibliotheken hältst.
- Was hast du in deiner Schulbibliothek gelernt?
- Was hast du in letzter Zeit gelesen?
- Was für Dinge magst du nicht an Bibliotheken?
- Welche Dinge würdest du in Bibliotheken gerne tun, die momentan nicht möglich sind?

Außerschulische Aktivitäten

- Erzähl uns, was du nach der Schule machst.
- Was machst du zuhause am liebsten?
- Zu welchen anderen Plätzen gehst du, um Spaß zu haben? Um zu lernen? Um deine Freunde zu treffen? Was magst du an diesen Plätzen?
- Erzähl uns von deinen Wochenenden.

Pläne für die Zukunft

- Was würdest du an deiner Schule gerne tun können?
- Was ist das Beste am Schultag?
- Was willst du nach dem Abi machen?
- Was für einen Beruf willst du mal haben? Wovon träumst du?

AUFGABEN VERTEILEN

Legen Sie fest, wer das Interview führt. Diese Person wird fast alle Fragen stellen, was die Unterhaltung für die Teilnehmer erleichtert. Jemand anderes sollte während des Interviews Notizen machen. Ist ein drittes Teammitglied anwesend, kann es sich auf die Beobachtung des Interviewten und der Umgebung konzentrieren. Wir würden davon abraten, mehr als drei Teammitglieder vor Ort zu haben, weil mehr Personen den Gesprächspartner einschüchtern könnten. Jedes Teammitglied sollte unterschiedliche Aufgaben bei unterschiedlichen Gesprächspartnern übernehmen - die Rollen dürfen also zwischen den Interviews getauscht werden.

Wer wird:

Das Interview durchführen?

Notizen machen?

Fotos/Videos aufnehmen?



AKTIVITÄT 6

FORSCHUNGSDOKUMENTATION

15 Min.



HALTEN SIE DIE FÜNF WICHTIGSTEN ERGEBNISSE FEST.

Nehmen Sie sich nach jedem Interview, jeder Beobachtung ein paar Minuten Zeit für eine Nachbesprechung und beginnen Sie damit aufzuschreiben, was Sie erfahren haben. Sie können diese Nachbesprechung eigentlich überall durchführen, aber sie sollte unmittelbar auf das Interview folgen. Versuchen Sie die fünf wichtigsten Aussagen aus jeder Einheit festzuhalten. Das wird Ihnen dabei helfen sich an Einsichten zu erinnern, wenn es in die Ideenfindungsphase geht. Schreiben Sie Ihre fünf wichtigsten Forschungsergebnisse jeweils auf einzelne Post-its (oder ähnliches) und arrangieren sie in dem Raum oder auf der Tafel, die beim nächsten Treffen für das Geschichtenerzählen genutzt werden.

Wo bewahren Sie Ihre Top 5 Post-its auf? Wie werden sie gehandhabt?

TIPP!

ARCHIVIEREN UND ORGANISIEREN

Sie sollten es sich zur Gewohnheit machen, neben den fünf wichtigsten Interviewergebnissen auch Ihre Fotos zu archivieren und zu organisieren. Wir erstellen für jeden Teilnehmer einen Ordner auf unserem Computer und wählen unsere inspirierendsten und informativsten Bilder aus. Diese können Sie in der Ideenfindungsphase mit Ihrem Team teilen.

Wer ist für das Organisieren, Sammeln und Drucken der Fotos verantwortlich?

KAPITEL 2

DAS HABEN WIR GELERNT

Checkliste

GLÜCKWUNSCH! SIE HABEN SICH DURCH DIE INSPIRATIONSPHASE GEARBEITET.

Dies ist eine besonders erfreuliche Phase, weil Sie beginnen, Ihre Bibliotheksnutzer auf neue Art wahrzunehmen und deren Bedürfnisse und Wünsche genauer zu verstehen.

Inzwischen sollten Sie die folgenden Aufgaben erledigt haben:

Sie haben..

- Eine Design-Aufgabe festgelegt
- Verschiedene Forschungsmethoden erkundet
- Einige Nutzerinterviews durchgeführt
- Einige andere Methoden angewendet, z.B. Experteninterviews, nicht-teilnehmende und teilnehmende Beobachtungen, Auswertung analoger Situationen und andere
- Die Forschungsergebnisse dokumentiert und organisiert, inklusive Notizen und Fotos
- Erste Eindrücke im Team ausgetauscht

KAPITEL 3

Ideenfindung

BENÖTIGTE MATERIALIEN

- Eine Ausgabe dieses Werkzeugkastens (1 pro Person)
- Notizpapier oder -blöcke
- Breite Stifte oder ähnliches
- Post-its oder ähnliches
- Kamera
- Snacks für die Brainstorm- und Prototyp- Sitzungen
- Genügend Räumlichkeiten für die Brainstorm- und Prototyp- Sitzungen
- Material für die Prototypen

AKTIVITÄT 1
REFLEKTIEREN SIE DIE FORSCHUNGSPHASE S. 28
30 Minuten

AKTIVITÄT 2
ERZÄHLEN SIE IHRE GESCHICHTEN S. 29
2+ Stunden

AKTIVITÄT 3
MUSTER IDENTIFIZIEREN S. 30
30 Minuten

AKTIVITÄT 4
VON TYPISIERUNGEN ZU ERKENNTNISSEN S. 31
1 - 2 Stunden

AKTIVITÄT 5
FORMULIEREN SIE "WIE KÖNNTEN WIR"-FRAGEN S. 32
30 Minuten

AKTIVITÄT 6
BRAINSTORMING S. 33
1 Stunde

AKTIVITÄT 7
ERSTELLEN SIE EIN IDEEN-DIAGRAMM S. 34
2 Stunden

ACTIVITY 8
ERSTELLEN SIE EINEN SPIELPLAN FÜRS PROTOTYPING S. 38
1 Stunde

AKTIVITÄT 9
PLANEN SIE EINEN "MAKE DAY" S. 39
4+ Stunden



AKTIVITÄT 1

REFLEKTIEREN SIE DIE FORSCHUNGSPHASE

30 Min.

Glückwunsch! Sie haben das Forschungsmodul der Inspirationsphase beendet!

Sie haben außerdem die zweite Phase des Prozesses, die Ideenfindung, kennengelernt. In diesem Kapitel wurden eine Menge Ideen präsentiert, also diskutieren

Sie mit Ihrem Team, was Sie zu diesem Zeitpunkt bereits gelernt und herausgefunden haben. Sie werden während der nächsten Schritte die Zeit dazu haben, die Forschungsergebnisse selbst weiter zu analysieren. Konzentrieren Sie sich also jetzt darauf, den Prozess zu reflektieren. Diskutieren Sie die folgenden Fragen:

Was war am überraschendsten oder schwierigsten bei der Ideenfindungsphase?

Was sind Ihre wichtigsten Erkenntnisse, nachdem Sie das Ideenfindungskapitel gelesen haben? Welche Methoden möchten Sie am liebsten sofort mit Ihrem Team ausprobieren?



AKTIVITÄT 2

ERZÄHLEN SIE IHRE GESCHICHTEN *2+ Std.*

Bei dieser Aktivität geht es darum, die Geschichten Ihres Teams zu erzählen, so dass Sie mit dem Ideenfindungsprozess beginnen können.

1. ERSTELLEN SIE EINE LISTE

Beginnen Sie damit, eine Liste von allen Personen zu erstellen, mit denen Ihr Team im Rahmen des Forschungsprojektes gesprochen und der Plätze, die es aufgesucht hat.

2. IDENTIFIZIEREN SIE LÜCKEN

Listen Sie die Feldphasen auf, die Ihr Team beenden konnte. Gibt es offensichtliche Lücken in Ihrer Forschung? Gibt es einen Plan, diese Lücken zu füllen?

3. ERZÄHLEN SIE IHRE GESCHICHTEN

Jetzt ist es an der Zeit, Ihre Geschichten über die Menschen zu erzählen, mit denen Sie gesprochen haben und über die Orte, die Sie aufgesucht haben. Beginnen Sie oben auf Ihrer Liste. Nehmen Sie sich 10 Minuten für jede Person und jeden Ort.

TIPP!

Wenn Sie Fotos gemacht und Zugang zu einem Drucker haben, drucken Sie einige der besten Fotos von jedem Interview oder Ort aus und pinnen Sie sie an die Wand während Sie die Liste durchgehen. Das wird Ihrem Team dabei helfen, die Gedanken zu ordnen und sich an Details zu erinnern, wenn Sie Ihre Ideen visualisieren.

Hier eine grobe Richtlinie zu den Dingen, die Sie über jede Person, mit der Sie gesprochen haben, mitteilen sollten:

- Persönliche Angaben: Wen haben Sie getroffen?
(Name, Beruf, Alter, Ort, etc.)
- Interessante Geschichten: Was war die denkwürdigste und überraschendste Geschichte, die er oder sie erzählt hat?
- Motivationen: Was war dieser Person am wichtigsten?
Was hat sie oder ihn motiviert?
- Hindernisse: Was hat ihn oder sie frustriert?
- Interaktionen: Was war interessant an der Art und Weise, wie er oder sie mit der Umwelt interagiert hat?
- Offene Fragen: Was für Fragen würden Sie verfolgen, wenn Sie eine weitere Unterhaltung mit dieser Person hätten?

4. HALTEN SIE FEST, WAS GESAGT WIRD

Während Sie den Geschichten Ihrer Teammitgliedern zuhören, machen Sie Notizen über das, was gesagt wird und Ihre Gedanken darüber. Formulieren Sie knappe und komplette Sätze, die jedes Teammitglied leicht verstehen kann. Versuchen Sie, Zitate einzufangen; sie repräsentieren besonders gut die Stimme des Teilnehmers. Notieren Sie nur eine Beobachtung per Post-it, um das Sortieren und Clustern zu vereinfachen. Stellen Sie sicher, dass Sie groß genug (und schön genug) schreiben, damit jeder die Notizen auch lesen kann. Seien Sie außerdem so visuell wie möglich!

5. BRINGEN SIE IHRE NOTIZEN AN DER WAND AN

Wenn Sie über eine bestimmte von Ihnen interviewte Person gesprochen haben, bringen Sie die Post-its an der Wand unter dem Foto der Person an (sollten Sie eines haben); sollten Sie keines haben, schreiben Sie den Namen der Person auf den obersten Post-it. Es sollte auf der Wand einen separaten Bereich für jede Person geben, die Sie interviewt haben. Wenn möglich, stellen Sie passende Zitate und Bilder zusammen, um eine dichte Geschichte zu weben.



AKTIVITÄT 3

MUSTER IDENTIFIZIEREN

30 Min.

Bei dieser Aktivität werden Sie Muster in Ihren Ergebnissen identifizieren und Informationen zu belastbaren Typisierungen komprimieren.



1. FINDEN SIE DIE "PERLEN"

Von den Post-its, die Ihr Team gerade an die Wand geheftet hat, sollte nun jedes Teammitglied die fünf Notizen auswählen, die es am interessantesten und aufschlussreichsten findet. Entfernen Sie diese Post-its aus der Gruppe der anderen und heften Sie sie auf eine leere Fläche mit viel Platz drum herum. Lassen Sie uns diese Notizen die "Perlen" nennen.

2. ALS GRUPPE FASSEN SIE DIESE INFORMATIONEN ZUSAMMEN UND BILDEN SIE TYPEN

Besprechen Sie jetzt, welche "Perlen" Ihr Team ausgewählt hat und versuchen Sie diese in ähnliche Gruppen oder Kategorien einzuordnen. Diese nennt man "Cluster". Haben viel Leute dasselbe angesprochen? Gab es ein Verhalten, das Sie häufiger beobachtet haben. Welche Themen waren offensichtlich? Haben Sie widersprüchliche Aussagen gehört? Gibt es Erklärungen für diese Widersprüche?

3. FINDEN SIE UNTERSTÜTZENDE BELEGE

Sehen Sie sich kurz noch einmal den Rest Ihrer Notizen an der Wand an (die "nicht-Perlen"). Finden Sie zusätzliche Notizen, die das Cluster stützen, das Sie kreiert haben. Können Sie Fotos oder Beobachtungen hinzufügen, um die von der Gruppe kreierten Kategorien zu unterfüttern?

4. VERFEINERN SIE DIE CLUSTER

Bilden Sie drei bis fünf Cluster. Zögern Sie nicht, Informationen neu zu platzieren, wenn Ihnen und dem Team andere Cluster sinnvoller erscheinen. Gilt es ein neues Cluster zu kreieren? Könnten zwei vorhandene Cluster zusammengefasst werden?

5. FÜGEN SIE BELASTBARE ÜBERSCHRIFTEN EIN

Für jedes Cluster, das Sie kreiert haben, vergeben Sie einen Titel - z.B. "Bedeutung der Lage der Bibliothek" oder "Möglichkeiten beim täglichen Arbeitsweg".



AKTIVITÄT 4

VON DER TYPISIERUNG ZUR ERKENNTNIS

1 - 2 Stunden

Es ist nun an der Zeit, Ihre Typisierungen in Erkenntnisse umzuwandeln. Gute Erkenntnisse führen zu gutem Design, deshalb ist es wichtig in diesem Prozessstadium sorgfältig zu arbeiten. Bei dieser Aktivität üben Sie sich in Interpretation. Es ist deshalb wichtig, die gewonnenen Informationen nicht einfach eins zu eins zu übernehmen, sondern das "Warum"

hinter der Typisierung zu entdecken, die sich herausgebildet hat. Widerstehen Sie der Versuchung, sofort an Lösungen für Aufgaben und Probleme zu denken, die bei Ihrer Untersuchung an die Oberfläche gekommen sind. Denken Sie stattdessen sehr genau über die vielen Gründe nach, warum diese Probleme existieren.

1. ERMÖGLICHEN SIE EINEN DIREKTEN ZUGRIFF AUF DIE DESIGN-AUFGABE

Stellen Sie sicher, dass Ihre Design-Aufgabe in großen Buchstaben aufgeschrieben und während dieses Prozesses für das ganze Team deutlich sichtbar ist. Der direkte Zugriff auf die Aufgabe wird den Prozess vereinfachen, weil die Verbindung Ihrer Erkenntnisse mit der Ausgangsfrage sofort überprüft werden kann.

2. SICHERN SIE IHRE TYPISIERUNGEN AB

Betrachten Sie noch einmal Ihre Typisierungen. Formulieren Sie für jede von ihnen eine knappe Aussage, die erklärt, warum sie ein Problem für die Menschen darstellt, mit denen Sie gesprochen haben. Beachten Sie, dass Erkenntnisse aus Beobachtungen und Schlüssen bestehen - Sie müssen also mit Ihrer Interpretation über Ihre Typisierungen hinausgehen, um Erkenntnisse zu erhalten. Arbeiten Sie allein oder in Gruppen.

BEISPIEL

Typisierung: Bedeutung der Lage der Bibliothek

Erkenntnisaufbau: Die Menschen brauchen/wollen/haben _____, aber/trotz/weil _____.

Mögliche Erkenntnisse:

- Die Menschen möchten an Veranstaltungen der Zentralbibliothek teilnehmen, aber wollen die dafür nötige Fahrt in die Innenstadt nur ungern in Kauf nehmen.
- Viele Menschen haben nur Kontakt zu der ihrem Wohnort nächstliegenden Bibliothek, obwohl es andere Bibliotheken in der Nähe ihres Arbeitsplatzes oder ihrer Schule gibt, die ihren Bedarf ebenfalls decken könnten.
- Wenn Menschen weit von der Bibliothek entfernt wohnen, besuchen sie diese seltener, aber sie verbringen längere Zeit damit zu stöbern und Fragen zu stellen, um das Beste aus dem Besuch herauszuholen.

(Die Erkenntnisse im Beispiel sind vollständig frei erfunden und sollten keinen Einfluss auf Ihren eigenen Erkenntnisgewinn ausüben!)

3. VERFEINERN UND REVIDIEREN

Sobald Sie jeder Typisierung ein paar Sätze zugeordnet haben, bearbeiten Sie diese noch einmal im gesamten Team, formulieren und schreiben sie neu, bis die Gruppe die kreativsten und einleuchtensten Erkenntnisse eingefangen hat. Betrachten Sie dann noch einmal Ihre Design-Aufgabe. Welche 3-5 Erkenntnisse erfüllen die Aufgabe am besten?

4. HOLEN SIE EINE ZWEITE MEINUNG EIN

Bitten Sie jemanden, der nicht zum Kernteam gehört, einen Blick auf Ihre Erkenntnisse zu werfen um zu sehen, welche davon als wichtig und innovativ wahrgenommen werden. Denken Sie daran: gute Erkenntnisse sind: intuitiv, nicht offensichtlich, fruchtbar und dauerhaft.



AKTIVITÄT 5

FORMULIEREN SIE "WIE KÖNNTEN WIR" FRAGEN

30 Min.

Sehen Sie diese Runde von "Wie könnten wir"-Fragen als Startrampe für die Ideenfindungsphase. Wählen Sie Formulierungen Ihrer drei Lieblingseinsichten aus der letzten Aktivität und wandeln Sie sie um in Anregungen für ein fruchtbares Brainstorming.

1. EINSICHTEN AUSWÄHLEN

Wählen Sie als Team Formulierungen von drei Lieblingseinsichten - am besten beziehen sich diese auf drei unterschiedliche Typisierungen und Informationsgruppen. Dadurch wird eine größere Variabilität der letztendlich formulierten "Wie könnten wir"-Fragen erzielt. Versuchen Sie außerdem Aussagen auszuwählen, die neue Perspektiven oder Möglichkeiten vermitteln. Schreiben Sie diese Einsichten auf.

2. ENTWERFEN SIE "WIE KÖNNTEN WIR"-FRAGEN

Arbeiten Sie jetzt für ein paar Minuten einzeln daran, die ausgewählten Einsichten in "Wie könnten wir"-Fragen umzuwandeln. Lesen Sie dazu die Tipps im Textbuch und orientieren Sie sich an unseren Beispielen um zu verstehen, was zu weite und was zu enge Formulierungen sind.

Zu weit: Wie könnten wir Desserts neu denken?

Zu eng: Wie könnten wir eine Waffel gestalten, um Speiseeis ohne Tropfgefahr essen zu können?

Genau richtig: Wie könnten wir Speiseeis weiterentwickeln, um es transportfähiger zu machen?

3. VERFEINERN SIE DIE "WIE KÖNNTEN WIR"-FRAGEN

Teilen Sie Ihre "Wie könnten wir"-Fragen mit dem Team. Dann arbeiten Sie in der Gruppe daran, Ihre "Wie könnten wir"-Fragen so lange zu verfeinern, bis Sie starke Fragen haben, auf deren Beantwortung im Rahmen des folgenden Brainstorms Sie neugierig sind. Achten Sie noch einmal darauf, dass die Fragen weder zu weit noch zu eng sind.



AKTIVITÄT 6

BRAINSTORMING

1 Std.

Nachdem Sie nun einige gute "wie könnten wir"-Fragen für Ihre Design-Aufgabe formuliert haben, sind Sie bereit neue Ideen zu generieren. Bringen Sie die kreative Kraft der Gruppe in Schwung, indem Sie mit 6-8 Personen ein Brainstorming vorbereiten und die folgenden Schritte dieser Aktivität durchführen.

1. WÄHLEN SIE "WIE KÖNNTEN WIR"-FRAGEN AUS

Wählen Sie 3 "wie könnten wir"-Fragen aus, bei denen Sie Potential sehen und die Sie sofort auf Ideen bringen.

TIPP!

Das wichtigste für ein erfolgreiches Brainstorming ist die Vorbereitung guter "wie könnten wir"-Fragen. Achten Sie darauf *wichtige* Fragen zu wählen, selbst wenn sie den Anschein erwecken, schwer lösbar zu sein.

2. BEREITEN SIE DAS BRAINSTORMING VOR

Sorgen Sie für einen Raum mit Tisch und genügend Stühlen für alle. Schreiben Sie Ihre "wie könnten wir"-Fragen groß auf eine Wand und sorgen Sie für genügend Raum um Ihre Ideen darzustellen.

3. DARSTELLUNG DER HERAUSFORDERUNG

Zunächst führt der/die Brainstorming-Verantwortliche in das Projekt und die Herausforderung ein. Dann vergewärtigen Sie sich als Gruppe noch einmal die Brainstorming-Regeln und stellen fest, ob es an diesem Punkt noch Fragen gibt. Wenn Sie wollen, einigen Sie sich auf eine Zielgröße bei der Ideenanzahl um die Gruppe herauszufordern, so viele Ideen wie möglich anzustreben.

4. RICHTEN SIE IHRE AUFMERKSAMKEIT AUF DIE ERSTE "WIE KÖNNTEN WIR"-FRAGE

Der/die Verantwortliche sollte die Frage laut vorlesen.

5. STARTEN SIE DIE UHR!

Verwenden Sie etwa 15 Minuten pro "Wie könnten wir"-Frage, eine Idee pro Post-it, und visualisieren Sie! Kleben Sie die Ideen an die Wand unter die erste "Wie könnten wir"-Frage, während ihr Team die Ideen laut ausspricht. Hören Sie anderen Ideen zu, während Sie über Ihre eigenen nachdenken. Fahren Sie mit anderen "Wie könnten wir"-Fragen fort, wenn die Energie nachlässt oder nach etwa 15 Minuten.

6. ERSTELLEN SIE EINE BEGRIFFSWOLKE DER BESTEN IDEEN

Wenn Sie am Ende der Sitzung noch Zeit dazu haben, bitten Sie die Teilnehmer ihre favorisierten Ideen zu nennen. Erinnern Sie daran, dass Ideen favorisiert werden sollten, die besonders innovativ und erfolgversprechend sind.

7. HALTEN SIE VIELVERSPRECHENDE IDEEN FEST

Nach dem Brainstorming hängen häufig sehr viele Ideen an der Wand. Fangen Sie vorsichtig an, diese zu organisieren, zusammengehörende Ideen an einen Platz zu hängen, um allem etwas Struktur zu geben. Stellen Sie sicher, dass die besten Ideen archiviert werden, indem Sie sowohl von den "Wie könnten wir"-Fragen, als auch von den vielversprechendsten Ideen/Skizzen auf Papier oder Post-its Fotos machen. Archivieren und organisieren Sie diese Fotos, damit Sie die Quellen zukünftiger Konzepte nicht verlieren.

AKTIVITÄT 7



ERSTELLEN SIE EIN IDEEN-DIAGRAMM

2 Std.

In dieser Aktivität werden Sie erneut Ihre besten Ideen betrachten und sie zur Vorbereitung der Prototypen-Phase umformen.

Seite 1 von 4

1. EVALUIEREN SIE IHRE BESTEN IDEEN

Bewerten Sie nach dem Brainstorming die besten Ideen gemäß den unten stehenden Fragen. Das hilft Ihnen dabei zu entscheiden, für welche der Ideen mit einem Prototypen begonnen werden sollte.

	Am wenigsten			Am meisten	
Instinktiv: wie stark spricht diese Idee Sie an?	1	2	3	4	5
Wie innovativ und frisch klingt die Idee?	1	2	3	4	5
Wie praktikabel, realistisch und plausibel ist die Idee?	1	2	3	4	5

Vergleichen Sie in der Gruppe die Ergebnisse. Die Idee mit der höchsten Wertung wird die vielversprechendste sein.

GESAMT=

2A. BLICKEN SIE AUF DIE AUSGEWÄHLTE IDEE ZURÜCK

Bewahren Sie die Post-it Originale auf, welche die Idee beschreiben, für die Sie einen Prototypen erstellen möchten. Stellen Sie sicher, dass auch die Design-Aufgabe dabei steht, so dass Sie immer wissen, worum es bei der Idee ursprünglich ging. So wie im folgenden Beispiel:

BEISPIEL



AKTIVITÄT 7



ERSTELLEN SIE EIN IDEEN-DIAGRAMM

2 Std.

Bei dieser Aktivität nehmen Sie sich Ihre besten Ideen noch einmal vor und formen sie um, als Vorbereitung für das Prototyping.

Seite 2 von 4



2B. DESTILLIEREN SIE DIE IDEE

Nutzen Sie dieses Formular oder beantworten Sie die Fragen mit Hilfe von Post-it Zetteln auf einer Tafel. Die Antworten auf diese Fragen aufzuschreiben, wird Ihnen und dem Team dabei helfen, sich auf Sinn und Zweck der Idee zu konzentrieren.

DESIGN-HERAUSFORDERUNG:

“WIE KÖNNTEN WIR“-FRAGE:

AUSGEWÄHLTE IDEE:

HIER IST PLATZ FÜR DEN
POST-IT ZETTEL ODER
EINE NEU-ZEICHNUNG
DER IDEE SELBST

BESCHREIBEN SIE DIE IDEE:

WELCHE AUSWIRKUNGEN WIRD DIESE IDEE AUF DIE VON IHNEN GEWÄHLTE HERAUSFORDERUNG HABEN?



ERSTELLEN SIE EIN IDEEN-DIAGRAMM

2 Std.

Bei dieser Aktivität nehmen Sie sich Ihre besten Ideen noch einmal vor und formen sie um, als Vorbereitung für das Prototyping.

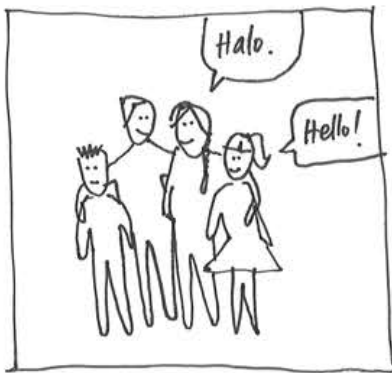
Seite 3 von 4

3A. MACHEN SIE DIE NUTZER-ERFAHRUNG GREIFBAR

Nehmen Sie Ihre beste Idee und zeichnen Sie eine Geschichte oder eine Reihe von Szenen auf Grundlage der Nutzererfahrungen mit dieser Idee. Fangen Sie mit einer Skizze an und eine paar Stichworten über den gedachten Nutzer. Hier ist die Fortsetzung unseres Beispiels:

BEISPIEL

The User:



First-generation immigrants w/ English-fluent, US.-born children.

Awareness:



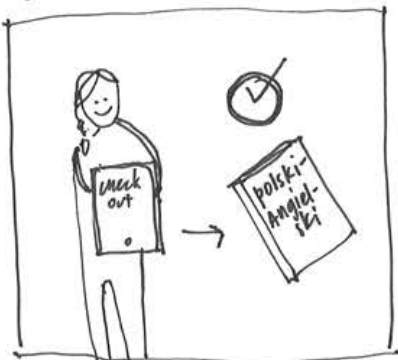
Leverage children as awareness point. Market the English Language Learners App in Schools.

download app + use:



User downloads app and sees where Polish resources are located throughout library system.

Use:



User places hold to check out an English-Polish dictionary through the app.

User in library:



She then goes to the library and better navigates to her book on hold with bilingual signage.

Advocate:



She receives a free bookmark in the dictionary that encourages her to spread the word. She gives the bookmark with app info to a fellow Polish friend.

AKTIVITÄT 7



ERSTELLEN SIE EIN IDEEN-DIAGRAMM

2 Std.

Bei dieser Aktivität nehmen Sie sich Ihre besten Ideen noch einmal vor und formen sie um, als Vorbereitung für das Prototyping.

Seite 4 von 4



3B. MACHEN SIE DIE NUTZER-ERFAHRUNG GREIFBAR

Wenn Sie, durch eine Reihe von Schritten, die Nutzererfahrung greifbar machen, werden Sie schnell feststellen, dass Ihre Idee nicht einfach eine statische Idee ist, sondern eine Ansammlung vieler Komponenten. Was sich herauszubilden beginnt ist etwas, das wir Ideendiagramm nennen. Es hilft Ihnen dabei sich sowohl die Gesamt-Erfahrung als auch die vielen unterschiedlichen Dimensionen einer einzigen Idee vor Augen zu führen. Beachten Sie die folgenden Hinweise für Ihre Post-it Skizzen:

Wer ist Ihr Nutzer? Welche speziellen Verhaltensweisen und/oder Charakteristika zeichnen sie oder ihn aus?

Wie erfährt Ihr Nutzer von der Idee? Wie generieren Sie Aufmerksamkeit?

Wie fängt Ihr Nutzer tatsächlich an, die Idee zu nutzen?

Was passiert, wenn Ihr Nutzer die Idee ausprobiert? Wer oder was ist noch involviert und wird gebraucht?

Was folgt als nächstes, nachdem der Nutzer die Idee ausprobiert hat?

Wie hilft Ihre Idee dem Nutzer auf lange Sicht?

Propagiert der Nutzer die Idee und erzählt anderen davon?

TIPP!

HÄNGEN SIE DAS DIAGRAMM AN DIE WAND

Stellen Sie sicher, dass im Laufe dieser Aktivität die Antworten auf die unterschiedlichen Fragen als Post-its oder Skizzen an die Wand gebracht werden. Das hilft Ihrem Team insgesamt sich die Nutzererfahrung vor Augen zu führen und es wird Ihnen dabei helfen, die Geschichte der Nutzer als eine Folge einzelner Schritte zu begreifen.

AKTIVITÄT 8



ERSTELLEN SIE EINEN SPIELPLAN FÜR DAS PROTOTYPING

1 Std.

Bei dieser Aktivität wird jedes Element Ihres Diagramms genau betrachtet und es wird darüber entschieden, an welcher Stelle man mit dem Prototyping anfängt.

1. STELLEN SIE SCHLÜSSELFRAGEN

Fangen Sie damit an, für jedes Element Ihres Diagramms bestimmte Fragen aufzuschreiben, die Sie in diesem Zusammenhang gerne beantworten möchten. Auf was sind Sie z.B. besonders neugierig in Zusammenhang mit dem Verhalten der Nutzer? Wo, denken Sie, hat die Idee möglicherweise noch Schwächen und was würden Sie gerne wissen, um sie zu verbessern?

Überlegen Sie als nächstes, welche Sache Sie mit dem geringsten Aufwand bauen könnten, um diese spezielle Frage zu beantworten. Diskutieren Sie die folgenden Fragen im Team und schreiben die Antwort unter jedes Post-it eines Diagramm-Elements:

Was ist die wichtigste, die Schlüsselfrage, die es zu beantworten gilt?

Wie können wir niederschwellig und mit minimalem Aufwand zu Testzwecken einen Prototypen bauen?

2. PROTOTYPEN PRIORISIEREN

Rekapitulieren Sie all die Fragen, die sie beantworten wollen. Welche scheint die wichtigste und dringendste zu sein? Ordnen Sie die einzelnen Teile Ihres Diagramms zu einer Rangliste und nutzen Sie die oberen 1-2 Teile des Konzeptes für die Prototypen.

AKTIVITÄT 9



PLANEN SIE EINEN "MAKE DAY"

4+ Stunden

Inzwischen haben Sie nicht nur Ihre Lieblingsidee gewählt, Sie haben auch einige Teile Ihres Diagramms ausgewählt, über die Sie gerne mehr erfahren würden. Jetzt ist es an der Zeit für Taten! Um den Prozess zu starten, sich die Füße nass zu machen, empfehlen wir, sich Zeit für einen "Make Day" mit dem Team zu nehmen. Vorplanung ist hier wichtig, da ein längerer Zeitraum benötigt wird und dem Team eine Menge Einsatz abverlangt wird.

1. SETZEN SIE EINE TAGESORDNUNG UND EIN ZIEL FÜR DEN TAG FEST

Setzen Sie sich gemeinsam das Ziel, bis zum Ende des Tages mindestens 1-2 Prototypen für das Konzept zu erstellen. Teilen Sie das Team in kleinere Gruppen auf, wenn dafür genügend Leute zur Verfügung stehen.

2. SORGEN SIE FÜR GENÜGEND RAUM UND VORRÄTE

Halten Sie sich an die Vorratsliste aus "Näher betrachtet: Wie erstelle ich Prototypen?" und besorgen Sie davon so viel, wie Sie können. Reservieren Sie einen Raum in Ihrer Bibliothek, wo Sie sich ausbreiten und Chaos anrichten können.

3. ÜBEN SIE DIE PRÄSENTATION IHRER PROTOTYPEN

Nehmen Sie sich gegen Ende der Klausur Zeit, um mit dem ganzen Team die Ergebnisse zu diskutieren. Bitten Sie jede Gruppe oder Person seinen/ihren Prototypen zu erklären und machen Sie einen Testdurchlauf, wenn es sich um ein Rollenspiel oder eine Performance handelt. Fragen Sie sofort nach, um Unklarheiten bei der Zielsetzung des Prototypen zu beseitigen.

4. DOKUMENTIEREN SIE DEN PROZESS

Machen Sie wenn möglich Fotos, um den gesamten Prozess des Prototypings zu dokumentieren. Bei deren Betrachtung werden Sie später erstaunt sein zu sehen, wie viele Dinge man in solch kurzer Zeit zuwege bringen kann - und auch andere, außerhalb des Teams, werden neugierig sein auf die prozessbegleitende Dokumentation.

5. MACHEN SIE SICH BEWUSST, WAS SIE BEIM PRODUKTIONSPROZESS GELERNT HABEN

Versuchen Sie, während Sie Ihre Prototypen vorstellen, zu artikulieren, wie die Idee zum Leben erwachte und wie der Realisationsprozess verlief. Oft werden Dinge während der Realisierungsphase spontan geändert, denn wenn Dinge greifbar gemacht werden, enthüllen sich häufig bessere Gestaltungsmöglichkeiten. Im nächsten Kapitel werden Sie darüber nachdenken, wie Sie mit Ihren Prototypen ins Feld gehen und wie Sie noch mehr von den wirklichen Nutzern lernen.

KAPITEL 3 DAS HABEN WIR GELERNT

Checkliste

GLÜCKWUNSCH! SIE HABEN DIE IDEENFINDUNGSPHASE BEEENDET!

Dies ist wahrscheinlich die zeitintensivste Phase, denn hier geht es darum, alle Ergebnisse zu interpretieren, einzuordnen und sie in Einsichten und greifbare Verwirklichungen Ihrer Idee zu übersetzen: die Prototypen! Wenn Sie Design Thinking häufiger praktizieren, wird es immer einfacher werden, zwischen der Forschungsphase und der Gestaltungsphase eine Brücke zu schlagen. Aber momentan wird es für Ihr Team wahrscheinlich eine Menge Zeit und Diskussion erfordern.

Inzwischen sollten Sie die folgenden Aufgaben erledigt haben:

Sie haben..

- Die Forschungsergebnisse diskutiert
- Geschichten aus der Inspirationsphase im Team geteilt
- Muster in den Forschungsergebnissen erkannt
- Typisierungen in handhabbare Einsichten verwandelt
- "Wie könnten wir"-Fragen für das Brainstorming entwickelt
- Mindestens ein Brainstorming durchgeführt
- Ein Ideendiagramm entwickelt
- Einen Spielplan für das Prototyping entwickelt
- Mindestens einen Prototypen hergestellt

KAPITEL 4

Testphase

BENÖTIGTES MATERIAL

- Papier (weiss und farbig)
- Klebeband
- Post-it Zettel (oder sticky notes)
- Textmarker

AKTIVITÄT 1

NACHDENKEN ÜBER DIE TESTPHASE

S. 42

20 Minuten

AKTIVITÄT 2

FEEDBACK ZU DEN PROTOTYPEN PLANEN UND VORBEREITEN S. 43

2+ Stunden

AKTIVITÄT 3

FEEDBACK ZUSAMMENFASSEN S. 45

1 Stunde

AKTIVITÄT 4

ERSTELLEN EINES KLEINEN PILOTPROJEKTES S. 46

Zeitraum wird vom Team festgelegt

AKTIVITÄT 5

FEEDBACK EINHOLEN UND VERARBEITEN S. 49

Zeitraum wird vom Team festgelegt

AKTIVITÄT 6

NEUBEWERTUNG DES KONZEPTS S. 50

AKTIVITÄT 1



NACHDENKEN ÜBER DIE TESTPHASE

20 Min.

Glückwunsch zur Erstellung des ersten Prototyps!

Was denken Sie, warum ist die Testphase so wichtig?

Sie haben jetzt die Erfahrung, wie eine Idee greifbar gemacht wird, damit andere darauf reagieren können - einer der wichtigsten Schritte beim Design Thinking Ansatz. Der Design-Prozess hört an dieser Stelle aber nicht auf. Es ist jetzt an der Zeit darüber nachzudenken, das Design zu testen und weiterzuentwickeln.

Weiter unten werden wir zeigen, wie Ihre Prototypen zu kleinen Pilotprojekten weiterentwickelt und schließlich versuchsweise in die Kernservices Ihrer Bibliothek implementiert werden.

Nehmen Sie sich einen Moment Zeit und denken Sie über den Unterschied zwischen den verschiedenen Testphasen nach, die Ihre Idee durchläuft. Besprechen Sie die folgenden Fragen mit Ihrem Team:

Warum, denken Sie, sind Testphasen wichtig?

Gibt es andere Beispiele in Ihrer Bibliothek (Produkte, Services, Räume oder anderes), die verschiedene Veränderungen durchlaufen haben? Was war der Startpunkt - und wo führte der Weg hin?

Besprechen Sie den Unterschied zwischen den Begriffen "Prototyp", "kleinem Pilotprojekt" und "Implementationsversuch".



AKTIVITÄT 3

FEEDBACK ZUSAMMENFASSEN

1 Std.

Diskutieren und einigen Sie sich im Team über die Aspekte des Prototypen, die gut liefen und solche, die verbessert werden können. Stellen Sie sicher, dass es nach jeder Feedback-Sitzung eine Abschlussdiskussion geben kann, so dass Sie die Feedbackergebnisse noch frisch im Gedächtnis haben.

WER, WAS, WO?

- Wo haben Sie den Prototypen getestet?
- Wie haben Sie ihn getestet?
- Mit welcher Fragestellung haben Sie ihn getestet?

DAS GUTE

- Was erfuhren die größte Wertschätzung?
- Was sprach die Teilnehmer am meisten an?

DAS SCHLECHTE

- Welche Teile würden die Teilnehmer verbessern?
- Was funktionierte nicht?

DAS UNERWARTETE

- Passierte irgendetwas, das Sie nicht erwartet hatten?
- Gab es Momente, in denen Ihnen etwas Wichtiges aufgefallen ist (ein "Heureka"- oder "Aha"-Moment)?

WEITERE SCHRITTE

- Wie können wir die Idee überzeugender machen?
- Was für weitere Untersuchungen sind nötig?

FEEDBACK CLUSTERN

Diskutieren Sie im Team die Reaktionen auf Ihren Prototypen. Teilen Sie zunächst die Eindrücke miteinander, die Sie direkt nach den Feedback-Gesprächen aufgenommen haben. Machen Sie Notizen auf Post-it Zettel. Sortieren und clustern Sie das Feedback: Was wurde positiv aufgenommen? Welche Bedenken wurden artikuliert? Welche Anregungen und Umsetzungsvorschläge wurden geäußert?

NÄCHSTE SCHRITTE FESTLEGEN

Nehmen Sie sich einen Moment Zeit Ihr Ideendiagramm zu betrachten. Sehen Sie sich die früheren Erkenntnisse und Ideen an. Was war die ursprüngliche Zielrichtung? Ist sie immer noch richtig, auf Grundlage des Feedbacks, das Sie erhalten haben?

Was sind die nächsten Schritte, die Sie unternehmen möchten, um Lehren aus dem Prototypen zu ziehen? Listen Sie die drei Schritte auf, die für Sie am wichtigsten sind, um in die nächste Testphase einzusteigen.

1. _____

2. _____

3. _____

AKTIVITÄT 4



ERSTELLEN EINES KLEINEN PILOTPROJEKTES

Zeitraum wird vom Team festgelegt

Seite 1 von 3

Inzwischen haben Sie eine Reihe von Prototypen erstellt und Nutzer um Feedback zu diesen Prototypen gebeten. Jetzt ist es an der Zeit ein kleines Pilotprojekt zu entwerfen, das in der Lage sein sollte, in Ihrer Bibliothek ohne große Erklärungen Ihrerseits zu funktionieren. Das bietet die Gelegenheit zu beobachten, wie die Nutzer mit Ihrer Idee innerhalb einer

alltäglichen Situation interagieren, ohne dass Sie ständig die Funktionsweise erklären müssen. Ihr kleines Pilotprojekt kann mehrere Prototypen beinhalten, aber der Schwerpunkt liegt weiterhin bei der Überprüfung einer bestimmten Hypothese und der Beantwortung von Schlüsselfragen.

ENTWICKELN SIE EINE HYPOTHESE

Was ist das ideale Szenario? Wie stellen Sie sich vor, dass die Nutzer mit dem kleinen Pilotprojekt interagieren? Besprechen Sie diese Fragen im Team und stellen Sie eine Hypothese auf:

ENTWICKELN SIE SCHLÜSSELFRAGEN

Anders als bei Prototypen, die auch einen mehr explorativen Charakter haben können, kann hier nicht genug betont werden, dass ein kleines Pilotprojekt auf sehr spezifischen Schlüsselfragen aufbauen sollte. Diese Projekte werden geplant, entwickelt und ausgeführt, um Antworten auf diese Fragen zu finden. Versuchen Sie drei Schlüsselfragen zu erarbeiten, die Sie beantwortet haben möchten. Z.B.:

- Was ist am wichtigsten herauszufinden, um die Idee verbessern zu können?
- Bei welchem Teil der Idee sind Sie noch am unsichersten? Wie kann dafür eine Schlüsselfrage entwickelt werden?
- Auf welchen Annahmen baut Ihr Projekt auf? Wie können diese als Frage formuliert werden, so dass keine Annahmen mehr nötig sind?

Schlüsselfragen für Ihr kleines Pilotprojekt:

1. _____

2. _____

3. _____

AKTIVITÄT 4



ERSTELLEN EINES KLEINEN PILOTPROJEKTES

Zeitraum wird vom Team festgelegt

Seite 2 von 3

DEFINIEREN SIE KONTEXT UND ORT

Die Umgebung, die Sie für das kleine Pilotprojekt wählen, gibt den Nutzern Hinweise und Signale zum Verständnis, wie mit Ihrer Idee umzugehen ist. Führen Sie mit Ihrem Team ein Brainstorming durch, um sich auf drei Optionen für eine Umgebung zu einigen und bewerten Sie die Optionen gemäß den folgenden Parametern.

1. Name des Schauplatzes: _____ (z.B.: zweiter Stock, Literaturabteilung)

	niedrig				hoch
Wie bedeutsam ist dieser Schauplatz für mein Zielpublikum?	1	2	3	4	5
Wie viel Kontrolle haben wir über diesen Schauplatz?	1	2	3	4	5
Wie gut werden wir in der Lage sein, in dieser Umgebung spontane Unterhaltungen mit unseren Nutzern zu führen?	1	2	3	4	5

GESAMT =

2. Name des Schauplatzes: _____ (z.B.: Café auf der gegenüberliegenden Straßenseite)

	niedrig				hoch
Wie bedeutsam ist dieser Schauplatz für mein Zielpublikum?	1	2	3	4	5
Wie viel Kontrolle haben wir über diesen Schauplatz?	1	2	3	4	5
Wie gut werden wir in der Lage sein, in dieser Umgebung spontane Unterhaltungen mit unseren Nutzern zu führen?	1	2	3	4	5

GESAMT =

3. Name des Schauplatzes: _____ (z.B.: Eingangshalle der Bibliothek)

	niedrig				hoch
Wie bedeutsam ist dieser Schauplatz für mein Zielpublikum?	1	2	3	4	5
Wie viel Kontrolle haben wir über diesen Schauplatz?	1	2	3	4	5
Wie gut werden wir in der Lage sein, in dieser Umgebung spontane Unterhaltungen mit unseren Nutzern zu führen?	1	2	3	4	5

GESAMT =

Diskutieren Sie die Gesamtergebnisse im Team und nutzen diesen Test, um sich auf einen Schauplatz für Ihr kleines Pilotprojekt auszurichten. Je höher die Gesamtpunktzahl, desto wahrscheinlicher haben Sie einen Ort gefunden, um Ihr kleines Pilotprojekt produktiv laufen lassen zu können.



ERSTELLEN EINES KLEINEN PILOTPROJEKTES

Zeitraum wird vom Team festgelegt

Seite 3 von 3

SICHERN SIE SICH RESSOURCEN

Für Ihr kleines Pilotprojekt werden Sie bestimmte Ressourcen benötigen. Während Sie planen, denken Sie darüber nach, was Sie brauchen. Es gibt eine Menge Komponenten, die es zu bedenken gilt und es empfiehlt sich, verschiedene Aufgaben an die Teammitglieder zu verteilen. Stellen Sie sicher, dass die folgenden Punkte bedacht werden:

- Holen Sie sich die nötigen Genehmigungen ein
- Benachrichtigen Sie die betroffenen Menschen (auch Personal) im Voraus
- Stellen Sie einen Zeitplan auf
- Teilen Sie die Teammitglieder ein und planen ebenfalls die Beteiligung von Personen außerhalb des Kernteams ein
- Sorgen Sie für die benötigten Hilfsmittel
- Sorgen Sie für genügend Zeit, um das Projekt aufzusetzen

MACHEN SIE EINEN PLAN

Sehen Sie sich noch einmal Ihr Ideendiagramm an, das Sie entwickelt haben, als Sie mit dem Bau von Prototypen begonnen haben, und bauen Sie darauf auf, um Ihren Plan für das kleine Pilotprojekt aufzustellen. Dieses sollte die Prototypen, die Sie bereits erstellt haben, integrieren und verbessern und Sie sollten ermitteln, wie Sie andere Teile des Diagramms verwirklichen können, um den Nutzern noch bessere Erfahrungen zu vermitteln. Es könnte auch hilfreich sein, Ihr Diagramm so umzuformen, dass es zu anderen Rahmenbedingungen für die Erstellung kleiner Pilotprojekte passt. Mehr Infos finden Sie weiter oben im Handbuch. Erstellen Sie ihren Plan unter Beteiligung eines jeden Teammitglieds und schreiben ihn auf eine große Fläche in Ihrem Raum.



AKTIVITÄT 5

FEEDBACK EINHOLEN UND VERARBEITEN

Zeitraum wird vom Team festgelegt

Blättern Sie zu Aktivität 2 zurück und wiederholen Sie die Übungen mit den Feedbacks zu Ihrem kleinen Pilotprojekt. Führen Sie zusätzlich die unten beschriebenen Aktivitäten durch, um auf den Erkenntnissen aufzubauen, die Sie durch den Prozess gewonnen haben. Sie sollten diese Übung häufiger wiederholen, während das Pilotprojekt läuft.

BEOBSACHTUNGEN AUFNEHMEN

Besprechen Sie im Team, ob jemand unerwartete Verhaltensweisen oder Handlungen von Nutzern während der Prototypphase beobachtet hat. Die Beobachtungen können sich auf Nuancen beziehen, wie Bewegungsänderungen, Gesichtsausdrücke, Körpersprache etc.

BEACHTEN SIE DIE SCHLÜSSELFRAGEN

Werfen Sie noch einmal einen Blick auf die Schlüsselfragen, die Sie entwickelt haben, als Sie das kleine Pilotprojekt erstellten. Welche Fragen haben Sie mit diesem Projekt beantwortet, welche sind noch offen? Welche Fragen könnten sich unter Beachtung des bisher Herausgefundenen geändert haben? Welche neuen Fragen ergaben sich aus der Durchführung Ihres kleinen Pilotprojekts?

LEGEN SIE IHRE NÄCHSTEN SCHRITTE FEST

Betrachten Sie Ihr Ideendiagramm und alle Rahmenbedingungen, in denen Sie Ihr Projekt getestet haben. Besprechen Sie mit Ihrem Team, wie Sie in den weiteren Testreihen vorgehen wollen. Erwägen Sie z.B. die folgenden Fragen:

Was scheint wünschenswert, machbar und durchführbar, sowohl für die Nutzer, als auch für die Bibliothek?

Welche Teile des kleinen Pilotprojektes lösen am besten die ursprünglich identifizierten Probleme?

Was müssen wir im Team noch für Probleme lösen?

AKTIVITÄT 6



NEUBEWERTUNG DES KONZEPTEES

Glückwunsch!

Ihr Team hat den Design Thinking Ansatz erfolgreich durchgeführt. Klopfen Sie sich auf die Schultern. Sie haben einen großen Schritt in Richtung besserer Lösungen für Ihre Bibliothek gemacht.

Wir hoffen, dass Sie weitere kleine Pilotprojekte konzipieren, indem Sie einen Schritt zurücktreten und den Fortschritt betrachten, den Sie bereits mit Ihrem Projekt erzielt haben. Das Schöne an der Testphase ist es, dass Ihre Idee mit der Zeit, in der Sie sich um bessere Lösungen bemühen, ebenfalls immer besser wird. Nehmen Sie sich mit Ihrem Team die Zeit zu besprechen, wie Sie mit Ihrem kleinen Pilotprojekt weiter verfahren. Hoffentlich ist Ihr Herz nach wie vor bei der Aufgabe und Sie möchten Ihre Ideen immer noch gerne verwirklicht sehen!

REICHWEITENÜBERPRÜFUNG

Denken Sie an die Gesamtstrategie und die längerfristigen Ziele der Bibliothek. Wie passt die Zielrichtung Ihres Experiments in diese Strategie? Erscheint eine Implementierung möglich? Trifft es auf genügend Resonanz, um erfolgreich zu sein? Hat es das Potenzial, ein zentrales Angebot zu werden? Oder: was müsste man ändern, um daraus ein zentrales Angebot machen zu können? Diskutieren Sie diese Themen im Team und überlegen Sie sich, die Bibliotheksleitung dazu zu bitten.

SETZEN SIE ZIELE

Behalten Sie über die verschiedenen Testphasen im Auge, dass sich die Ziele und Hypothesen Ihres kleinen Pilotprojektes ändern können. Führen Sie im Team ein Brainstorm durch zu sinnvollen Messgrößen, die Ihnen dabei helfen können, sich Ziele für die nun folgenden Experimente zu setzen. Solche Indikatoren sind häufig nicht die traditionell von Ihnen genutzt, aber genauso wichtig.

Unsere Erfolgsindikatoren:

PLANEN SIE WEITER EXPERIMENTE

Wenn Sie Ihr kleines Pilotprojekt fortsetzen möchten und es abzusehen ist, dass es wachsen wird, beachten Sie, dass Sie weitere Ressourcen benötigen werden. Um zu erfahren, wie Sie einen Fahrplan erstellen und weitere Ressourcen akquirieren können, lesen Sie das nächste Kapitel: "Wir weiten die Sache aus".

KAPITEL 4 DAS HABEN WIR GELERNT

Checkliste

SIE HABEN ES DURCH DEN DESIGN THINKING PROZESS GESCHAFFT!

Nehmen Sie sich mit Ihrem Team die Zeit über die ganze Arbeit zu sprechen, die Sie bis jetzt investiert haben, um einen positiven Wandel in Ihrer Bibliothek zu bewirken. Sie haben sich neue Methoden, Techniken und Praktiken angeeignet, die hoffentlich Ihre Sichtweise hinsichtlich der Dinge geändert haben, die Sie als Bibliothek Ihren Nutzern anbieten. Außerdem haben Sie in der Testphase den wichtigen Schritt gemacht, Ihre Ideen der Öffentlichkeit zu präsentieren und sie für die Nutzer erfahrbar zu machen. So erfährt man am schnellsten, wie man die Ideen verbessern kann.

Inzwischen sollten Sie das Folgende erledigt haben:

- Im Team über die Testphase nachgedacht
- Feedback zu den Prototypen geplant und vorbereitet
- Feedback zusammengefasst
- Eine kleines Pilotprojekt erstellt
- Vor Ort Feedback eingeholt und integriert
- Ihr Konzept neu bewertet

KAPITEL 5

Wir weiten die Sache aus

AKTIVITÄT 1

ERSTELLEN SIE EINE PRÄSENTATION

S. 53

4 Stunden

AKTIVITÄT 2

ERSTELLEN SIE EINEN FAHRPLAN S. 55

2+ Stunden

AKTIVITÄT 3

EVALUATION DER ERGEBNISSE S. 56

2 Stunden

AKTIVITÄT 4

WEITERE PROJEKT BETREUUNG S. 57

1 Stunden

AKTIVITÄT 5

DENKEN SIE ÜBER IHRE ERFAHRUNGEN NACH S. 58

1 Stunde

AKTIVITÄT 1



ERSTELLEN SIE EINE PRÄSENTATION

4 Stunden

Stellen Sie sich Ihre Präsentation einen Augenblick als Überzeugungsgenerator vor. Sie können eine überzeugende Präsentation nutzen um:

Seite 1 von 2

- Um mehr finanzielle Mittel und andere Unterstützung zu bitten
- Ihre Idee möglichen Partnern vorzustellen
- mit weiteren Gremien Ihrer Organisation über Fortschritte nachzudenken
- Weitere Teammitglieder anzuwerben
- Ihrem Projekt mehr Impuls zu verleihen

Warum stellen Sie Ihre Geschichte vor?

Was ist das Ziel der Präsentation?

Wer sitzt im Publikum?

Wo wird die Präsentation stattfinden?

Eingedenk der obigen Antworten - welches Format wählen Sie?

Als nächstes bilden Sie einen logischen Aufbau Ihrer Geschichte gemäß den hier vorgeschlagenen Stichpunkten:

- Stellen Sie sich vor: Wer sind Sie? Wer ist in Ihrem Team?
- Stellen Sie die Aufgabe vor: Welches Problem haben Sie gesehen und wer waren die Nutzer?
- Inspiration: Mit wem haben Sie gesprochen, wen beobachtet, was waren die wichtigsten Erkenntnisse?
- Ideenfindung: Welche Konzepte haben Sie entworfen und wie wurden daraus Prototypen?
- Testphase: Welches Feedback haben Sie erhalten und wie haben Sie darauf Ihre weiteren Experimente aufgebaut?
- Ausblick und Aufforderung: Was wird Ihr Team als nächstes anpacken und wie könnten Mitglieder des Publikums bei den nächsten Schritten helfen?

AKTIVITÄT 1



ERSTELLEN SIE EINE PRÄSENTATION

4 Stunden

Seite 2 von 2



Achten Sie darauf, dass Sie interessante Erfahrungen und Erkenntnisse in Ihre Erzählung einbauen. Verwenden Sie ein Brainstorming mit dem Team darauf, kleine Anekdoten zu erinnern und in die Geschichte einzubauen, etwa:

- Was war das überraschendste Erlebnis bei Ihrer Suche nach Inspiration?
- Welches war Ihre absurdeste Brainstorm-Idee? Ihr kreativster Prototyp?

- Welche Momente waren am befriedigsten?
- Welcher Teil des Prozesses war am schwierigsten?
- Welche illustrativen und anregenden Fotos und Anschauungsmaterialien sind geeignet, Ihre Geschichte zu unterstützen?

Nutzen Sie die Ergebnisse dieser Übung und die folgend Folien-Vorlagen für die Gestaltung Ihrer Geschichte:

Schritt 1 STELLEN SIE SICH VOR

- Wer ist in Ihrem Team?
- Wer hat welche Rolle im Team?
- Was gibt es über sie und ihre Rollen für interessante Dinge zu erzählen?

Beispiel:

TEAM _____

UNSER TEAM

Schritt 2 STELLEN SIE IHRE AUFGABE VOR

- Welche Aufgabe wollten Sie ursprünglich angehen?
- Welche großen Fragen haben Sie untersucht?
- In welcher Weise sind die Aufgaben relevant für die Bibliothek?

Beispiel:

UNSERE AUFGABE

Schritt 3 VON DEN NUTZERN LERNEN

- Wie sind Sie an Ihre Studien herangegangen?
- Was fanden Sie bei Ihren Nachforschungen am offensichtlichsten?
- Was waren die 5-10 hervorstechenden Themen/Erkenntnisse?

Beispiel:

UNSERE EINSICHTEN

Schritt 4 EXPERIMENT- UND TESTPHASE

- Welches Experiment haben Sie - auf Grundlage von Themenstellung und Forschungsergebnissen - entworfen?
- Was haben Sie aus diesem Experiment gelernt?
- Wie haben Sie das Feedback genutzt, um Ihren Prototypen weiter zu entwickeln?

Beispiel:

UNSER PROTOTYPE

UNSERE ERKENNTNISSE

Schritt 5 WAS ALS NÄCHSTES KOMMT

- Wie hat Ihr Projekt grundsätzlich den Kundenservice verbessert?
- Was möchten Sie als nächstes ausprobieren, gemäß den vorangegangenen Erfahrungen?

Beispiel:

WAS KOMMT ALS NÄCHSTES?

AKTIVITÄT 2



ERSTELLEN SIE EINEN FAHRPLAN

2+ Stunden

Wenn Sie bereit sind, weitere Experimente zu planen, erstellen Sie mit Ihrem Team zunächst einen Ablauf- und Zeitplan für fortlaufende Tests und Entwicklungen.

1. FORMULIEREN SIE ZIELE

Was sind die Fernziele des Projektes?

Wie stellen Sie sich vor, wird Ihre Idee Teil der Bibliothek werden?

Was brauchen Sie, damit das auch möglich wird?

Welche Auswirkungen soll Ihre Idee auf die Kommune haben?

Wen müssen Sie hinzuziehen?

2. ERSTELLEN SIE EINEN ZEITPLAN

Zeichnen Sie einen idealen Zeitplan für die Vorbereitung und Implementierung Ihres Projektes. Denken Sie darüber nach, was Sie sowohl kurz- als auch langfristig erreichen möchten. Hier ist eine Liste von Meilensteinen, die Sie verwenden könnten, mit Beispielen dafür, wie lange die einzelnen Schritte dauern könnten:

- Projektpräsentation erstellen (3 Tage)
- Betroffene überzeugen (1 Woche)
- Die nötigen Finanzen und Ressourcen für weitere Testphasen akquirieren (4 Wochen)
- Offiziellen Start eines großen Pilotprojektes planen (2 Wochen)
- Die dafür nötigen Zahlen zusammenstellen (1 Woche)
- Pilotprojekt für die nächsten 6 Monate jede Woche überprüfen

Nachdem Sie Ihren ersten Prototypen und das kleine Pilotprojekt erstellt haben, sollte Ihr Zeitplan variabel gehalten werden, da mit verschiedenen Unwägbarkeiten zu rechnen ist, wenn Sie Ihre Idee zum Leben erwecken. Ihr eigener Zeitplan wird stark von den Ressourcen abhängen, die für den Start eines großen Pilotprojektes benötigt werden, davon, wer beteiligt werden sollte und davon, wie viel Zeit es kostet, eine weiterentwickelte Nutzerbeteiligung auf die Beine zu stellen.



AKTIVITÄT 3

EVALUATION DER ERGEBNISSE

2 Stunden

Um die Auswirkung eines Pilotprojektes einzuschätzen ist es wichtig, die Sache systematisch und holistisch zu betrachten. Um zu messen, wie Ihre Idee sich auswirkt, sollten Sie über Ihre normalen Statistiken hinausgehen. Führen Sie die folgende Übung durch oder entwickeln Sie eine eigene Methode.

1. MACHEN SIE EINE AUFSTELLUNG ALLER PERSONEN, DIE IHRE LÖSUNG IN EINER POSITIVEN, NEGATIVEN ODER NEUTRALEN ART BETREFFEN KÖNNTE.

Ein Diagramm-Format funktioniert bei dieser Übung meist am besten, da es Netzwerkverbindungen zwischen den betroffenen Personen aufzeigen kann. Versuchen Sie, eine vollständige Liste zu erstellen. Denken Sie auch an die betroffenen Personen, auf die Ihr Team bisher nicht fokussiert war, z.B. Geldgeber, Menschen in Ihrer oder einer benachbarten Kommune, die keinen direkten Nutzen vom Projekt haben und nicht-menschliche Betroffene, wie Tiere, die Umwelt und die natürlichen Ressourcen. Bringen Sie diese Aufstellung an einem Ort an, wo sie leicht zugänglich ist.

2. WENN SIE AUSWIRKUNGEN IHRES PROJEKTES SEHEN UND NACHVERFOLGEN KÖNNEN, FÜGEN SIE DIESE DER AUFSTELLUNG HINZU.

Entwickeln Sie einen Farbcode für die Betroffenen, denen Nutzen oder Schaden entsteht. Wenn möglich, quantifizieren Sie diese Effekte mit einem standardisierten Messverfahren.

4. BETRACHTEN SIE DAS NUTZENNETTO.

Sehen Sie diese Übung als einen Weg, den Lernprozess fortzusetzen und das Team zu motivieren seine Lösungen zu verbessern, um das Resultat immer positiver zu gestalten.

Lesen Sie noch einmal die Textstelle durch, wo wir Indikatoren für Erfolg diskutiert haben, z.B. Führung, Analogie, Achtsamkeit, Engagement und dynamischer Wandel.

Besprechen Sie das Folgende im Team:

- Welche Indikatoren werden wir für das Projekt nutzen?
- Was sind die Ziele?
- Was ist messbar? Kurzfristig? Langfristig?



AKTIVITÄT 4

WEITERE PROJEKT BETREUUNG

1 Stunde

Während Ihre Lösung sich weiter etabliert ist es wichtig festzulegen, wie Ihr Projekt in Zukunft weiter betreut oder geführt wird. Im Design Thinking Prozess werden Ideen ständig weiter getestet und verbessert. Erstellen Sie deshalb einen Plan für die weitere Projektbetreuung, damit Ihre Idee für Ihre Zielgruppe relevant und nützlich bleibt.

1. HOLEN SIE SICH HILFE

Denken Sie darüber nach, wer aus dem Team und der Bibliothek gebeten werden könnte, Verantwortung für das Weiterkommen des Projektes zu übernehmen. Hier sind einige mögliche Rollen:

- Berater
- Helfer bei der Entwicklung von Prototypen
- Beobachter
- Fundraiser
- Unterstützer
- Publizist

2. FORTSCHRITTSBERICHTE

Legen Sie die Berichtstermine mit dem Team, das für die Arbeit verantwortlich ist, möglichst weit im Voraus fest. Häufig werden Sie ein gemischtes Team haben, dessen Mitglieder an völlig verschiedenen Orten arbeiten. Fortschrittsberichte werden Kontinuität in die Sache bringen und Ihnen dabei helfen festzustellen, wann Sie Ihr Konzept anpassen müssen.



AKTIVITÄT 5

DENKEN SIE ÜBER IHRE ERFAHRUNGEN NACH

1 Stunde

Seite 1 von 2



MEINE STÄRKEN UND SCHWÄCHEN

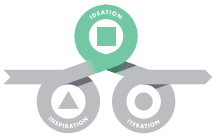
Denken Sie einen Augenblick über Ihre persönliche Entwicklung nach. Wahrscheinlich fühlten Sie sich bei einigen Teilen des menschen-zentrierten Entwicklungsprozesses wohler als bei anderen. Das ist völlig normal. Denken Sie zu den letzten vier Phasen zurück. Welche Dinge fielen Ihnen am leichtesten? Wo mussten Sie kämpfen? Warum? Für jede Phase des Design-Prozesses (Inspiration, Ideenfindung, Testphase) tragen Sie ein, wo Sie sich auf der Achse zwischen "musste kämpfen" und "war ausgezeichnet". Darunter schreiben Sie einige Sätze zur Begründung.



MUSSTE KÄMPFEN

WAR AUSGEZEICHNET

Warum? Was war der größte Aha-Moment in dieser Phase?



MUSSTE KÄMPFEN

WAR AUSGEZEICHNET

Warum? Was war der größte Aha-Moment in dieser Phase?



MUSSTE KÄMPFEN

WAR AUSGEZEICHNET

Warum? Was war der größte Aha-Moment in dieser Phase?



AKTIVITÄT 5

DENKEN SIE ÜBER IHRE ERFAHRUNGEN NACH

1 Stunde

Seite 2 von 2

Denken Sie darüber nach, was Sie mochten oder nicht mochten an der Zusammenarbeit im Design-Team, an diesem Werkzeugkasten und dem Design Thinking Prozess im Allgemeinen.

BEHANDELN SIE DIE FOLGENDEN THEMEN

Teamdynamiken

- Wie war es, als Design Team zu arbeiten? Haben Sie gerne zusammengearbeitet?
- Was war der inspirierendste Moment für Ihr Team?
- Und was der frustrierendste?
- Gab es Konfliktsituationen oder Meinungsverschiedenheiten? Wie hat Ihr Team diese gelöst?

Der Werkzeugkasten

- Was waren die erfolgreichsten Aspekte dieses Werkzeugkastens?
- Welches die schwächsten?
- Stellen Sie sich vor, wir hätten von einem sehr großzügigen Spender Mittel für die Verbesserung des Werkzeugkastens erhalten. Könnten Sie drei Vorschläge machen, wo wir anfangen sollten? Schicken Sie Ihr Feedback an: hello@designthinkingforlibraries.com

1. _____	2. _____	3. _____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____

You!

Ihre Teammitglieder fühlten sich wahrscheinlich bei einigen Teilen des Design Thinking Prozesses wohler als bei anderen. Das ist völlig normal und einer der Gründe, warum es so wichtig ist, ein interdisziplinäres Team zu haben. Blicken Sie zurück auf die Projektzeit.

- Mit welchen Teilen des Prozesses fühlten sich die Teammitglieder am wohlsten? War es in der Inspirationsphase? Der Ideenfindungsphase? Der Testphase?
- Womit hatten einige Teammitglieder zu kämpfen? Warum?
- Gab es Fähigkeiten, die im Team fehlten? Welche waren das?
- Wenn Sie ein neues Teammitglied für Ihr nächstes Projekt entwerfen könnten, welche Fähigkeiten würde es haben?

KAPITEL 5

DAS HABEN WIR GELERNT

Checkliste

**GLÜCKWUNSCH! SIE HABEN IHRE IDEE
AUF DIE NÄCHSTE STUFE GEHOSEN UND
SIND AUF DEM WEG ZUR UMSETZUNG!**

Hoffentlich haben Sie eine Menge gelernt und sind zuversichtlich, dass Ihr Projekt Ihre Bibliothek nachhaltig und dauerhaft bereichert.

Was kommt als nächstes? Mit diesem neuen menschen-zentrierten Entwicklungsansatz ausgestattet, besprechen Sie, ob es sinnvoll ist das Team für die weitere Projektbetreuung zusammenzuhalten. Vielleicht möchten Sie selbst jetzt völlig andere Ideen entwickeln oder neue Teammitglieder dazuholen. Danke, dass Sie sich die Zeit genommen haben den menschen-zentrierten Entwicklungsansatz kennen zu lernen. Haben Sie noch viel Freude damit!

Inzwischen sollten Sie die folgenden Dinge getan haben:

- Eine Präsentation erstellt
- Einen Fahrplan erstellt
- Eine Evaluation der Ergebnisse durchgeführt
- Die weitere Projektbetreuung organisiert
- Über Ihre Erfahrungen nachgedacht

