

# IDEENWELTEN ÖFFNEN

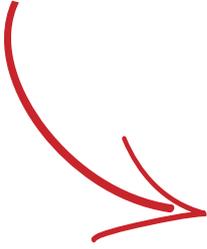
DESIGN THINKING



PROBLEME KANN MAN NIE  
MIT DERSELBEN DENKWEISE  
LÖSEN, DURCH DIE SIE  
ENTSTANDEN SIND.

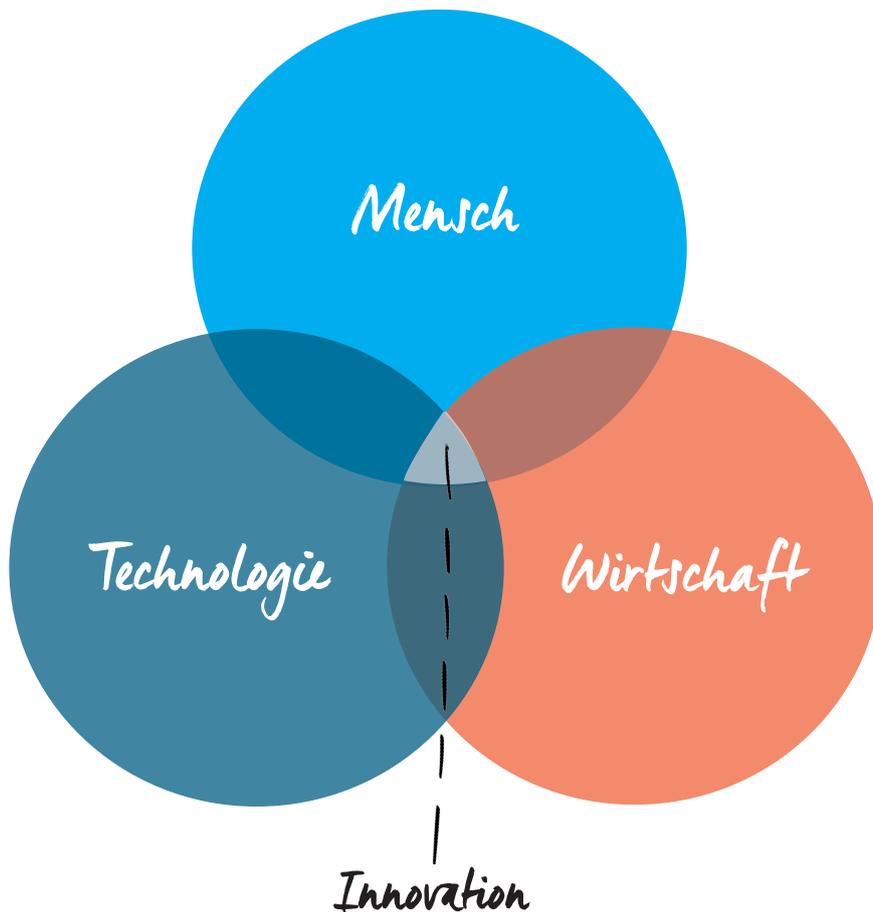
ALBERT EINSTEIN

# WIE ÖFFNEN SIE NEUE IDEENWELTEN?



**Design Thinking** ist ein moderner Ansatz, der Kreativität und Flexibilität fördert. Mit dieser Methode vereinfachen Sie Briefings, komplexe Aufgaben und Herausforderungen.

Ziel ist es dabei, Lösungen zu finden, die nicht nur den Nutzer überzeugen (Mensch), sondern auch realisierbar (Technologie) und marktfähig (Wirtschaft) sind.



Innovationen entstehen im Mittelpunkt (dem „Sweet Spot“). Wenn mit Design Thinking nicht auf den Mittelpunkt gezielt wird, können Innovationen auch in anderen Schnittflächen eingeordnet werden.

Die Schwerpunkte sind dann etwa Prozesse (Schnittfläche zwischen Technik und Wirtschaft), Funktionen (Schnittfläche zwischen Menschen und Technologie) oder Emotionen (Schnittfläche zwischen Menschen und Wirtschaft).

# WAS MACHT DESIGN THINKING AUS UND WANN WENDEN SIE ES AN?

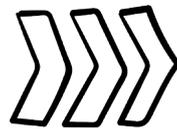


Design Thinking ist nicht auf die Entwicklung von Produkten oder Services begrenzt. Es kann allgemein zur Analyse von unklaren hochkomplexen Problemen und zur Ableitung von innovativen Lösungen eingesetzt werden. Der Erfolg von Design Thinking wird durch eine gemeinschaftliche Arbeits- und Denkkultur bestimmt. Diese beruht auf 3 wesentlichen Elementen:



People

Design Thinking findet in Teams statt. Die Mitglieder sind aus unterschiedlichen Disziplinen und haben unterschiedliche Perspektiven. Auch ein Mix aus internen Mitarbeitern, externen Teilnehmern oder Beratern ist denkbar.



Process

Die Umsetzung findet in einem definierten Prozess (6 Phasen) statt. Dieser kann entweder als Sprint Design abgearbeitet werden oder in einer Projektzeit von bis zu 1,5 Jahren stattfinden. Wichtig ist hier die Definition von regelmäßigen Intervallen.



Place

Die Umgebung soll zu kreativem Denken anregen. Dazu gehören flexibel bewegbare Möbel, ausreichend Platz, sowie Materialien für die Erstellung von Prototypen. Die Gruppen sind jederzeit in der Lage, sich mit parallel arbeitenden Teams auszutauschen.

Bei Design Thinking geht es immer um die Lösung von hochkomplexen Problemen des Nutzers. Bei hochkomplexen Problemen trifft mindestens einer der folgenden Faktoren zu:

*Unser Angebot*

- es sind nicht alle Anforderungen bekannt und klar beschreibbar.
- für das Problem gibt es keine eindeutige Ja- oder Nein-Antwort.
- das Problem ist einzigartig und ist in dieser Form noch nie aufgetreten.
- es gibt nicht nur eine Erklärung und stark variierende Perspektiven.

Wenn Sie trotz mehrerer Lösungsversuche zu keinem Ergebnis kommen, unterstützen wir Sie durch:

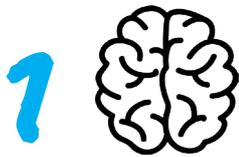
*Beratung, Trainings,  
Moderation von Meetings und Workshops*

Mehr Infos

# WIE WIRD AUS DEM PROBLEM EIN PROTOTYP?



Design Thinking konzentriert sich auf die schnelle Umsetzung von abstrakten Problemen zu anfassbaren Prototypen. Der Prozess kann in einem Boot-Camp-Format stattfinden und bietet die Voraussetzung zündende Ideen zu schaffen, die auf relevanten Nutzerbedürfnissen basieren.



## 1 Verstehen

Im ersten Schritt wird Verständnis für das Problem entwickelt, das hinter der Herausforderung steht. Alle Teammitglieder werden zu Experten für die Challenge.



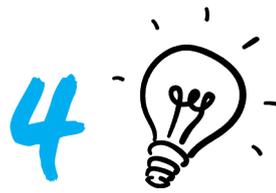
## 2 Beobachten

In dieser Phase erfolgt eine umfassende, vorurteilsfreie Auseinandersetzung mit der Zielgruppe durch Beobachten und Befragen. Dabei werden Verfahren wie Immersion, Act like und Jobs to be Done genutzt, Emotionen werden erfasst und Empathie für die Nutzergruppe entwickelt.



## 3 Sichtweisen definieren

Mit den gewonnenen Erkenntnissen wird die Aufgabenstellung neu formuliert. Die gefilterten zentralen Themen und Fragen bilden die Basis für die Ideenfindung.



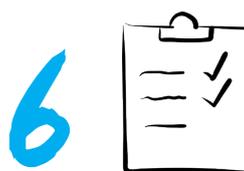
## 4 Ideen generieren

Hier ist die richtige Art und Durchführung des Brainstormings entscheidend. In sehr effektiven Workshops wird Möglichkeitsraum für potentielle Lösungen aufgebaut.



## 5 Prototypen erstellen

Die Ideen werden erlebbar gemacht. Erste aufwandsarme Prototypen werden erstellt.



## 6 Testen und evaluieren

Hier werden die Kriterien zum Testen überlegt und Hypothesen aufgestellt. Tests werden mit den Nutzergruppen durchgeführt und danach kann entschieden werden ob zu einer vorherigen Phase oder sogar von vorne iteriert wird.



# next level consulting - get connected

## **Austin**

12301 Research Boulevard, Building 5,  
Suite 101, Austin, Texas 78759  
T +1 512 986 1913  
office-austin@nextlevelconsulting.com

## **Bonn**

Ermekeilstraße 46  
53113 Bonn, Deutschland  
T +49 228 28926-0  
office-bonn@nextlevelconsulting.com

## **Bratislava**

K Iomu 1  
811 04 Bratislava, Slowakei  
T +421 2 4464 7111  
office-bratislava@nextlevelconsulting.com

## **Kapstadt**

25 van Ryn Street, Constantia 7806  
Kapstadt, Südafrika  
T +27 21 823 5123  
office-capetown@nextlevelconsulting.com

## **München**

Nymphenburgerstraße 4  
80335 München, Deutschland  
T +49 89 360 551 66  
office-muenchen@nextlevelconsulting.com

## **Salzburg**

Warwitzstraße 9  
5023 Salzburg, Österreich  
T +43 1 4780660-0  
office@nextlevelconsulting.com

## **Singapur**

8 Eu Tong Sen Street #14-94  
Singapur 059818, Singapur  
T +65 3159 1491  
office-singapore@nextlevelconsulting.com

## **Wien**

Floridsdorfer Hauptstraße 1  
1210 Wien, Österreich  
T +43 1 4780660-0  
office@nextlevelconsulting.com

## **Zürich**

Alte Steinhauserstrasse 19  
6330 Cham, Schweiz  
T +41 41 740 0 455  
office-schweiz@nextlevelconsulting.com