

HANDLUNGSANLEITUNG

Design Thinking als Methode für agilen Unterricht

Die Methode Design Thinking ist als agiles Rahmenwerk geeignet, um Lösungen von Problemstellungen zu entwickeln. Im Zentrum des Interesses stehen die Bedürfnisse und Wünsche der Nutzenden. Das Design fokussiert den – oft anwendungsbezogenen – Nutzen aus der Perspektive des Auftraggebers. Im Kontext der Erwachsenen- und Weiterbildung sind diese Nutzenden die Teilnehmenden. Diese sollen am Ende professionell interagieren und kommunizieren können. Der Design-Thinking-Prozess nimmt im Kursangebot immer die Perspektiven aller individuellen Teilnehmenden ein, für die etwas entwickelt werden soll. Mehrperspektivität und Perspektivwechsel bieten dabei die Grundlage für die Entwicklung von Einfühlungsvermögen.

Ein kreatives Arbeiten mit möglichst vielen Perspektiven soll die Problemlösung erleichtern. Letztere kann und darf über das eigentliche Produktdesign hinausgehen. Ähnlich wie bei der Scrum-Methode ist ein wiederholter Durchlauf Teil des Prozesses. Dabei erfolgt dieser in klar voneinander abgegrenzten Schritten.



Bild: Design Thinking (CC BY SA by Praxisfeld GmbH)



Die sechs Bausteine im Design-Thinking-Prozess

Der Design-Thinking-Prozess besteht auf sechs Bausteinen: Verstehen, Beobachtung, Herausforderung definieren, Ideen finden (ggf. zzgl. Verfeinern), Prototypen entwickeln (Ausführung), Testen (Lernen).

1. Verstehen

Ziel der ersten Phase ist es, die Problemstellung zu definieren und einen Lösungsraum abzustecken.

Hierzu soll das Problem bzw. der Kontext mit all seinen Facetten und Perspektiven betrachtet und verstanden werden. Durch die Einbindung des Teams werden alle auf einen Stand gebracht und so die Voraussetzung für die Entwicklung einer Problemlösung geschaffen. Die Ausgangssituation wird dabei durch zwei Elemente geprägt:

- Es gibt ein zu lösendes Problem aus der Perspektive des „Kunden“ und / oder des Auftraggebers.
- Das Framework ist transparent. Es wird von Auftraggeber bzw. der eigenen Organisation vorgegeben.

2. Beobachten

Das Ziel der zweiten Phase ist, die Bedürfnisse, Prioritäten und Wertehaltungen der Kunden kennenzulernen, zu analysieren und zu verstehen.

Welche Emotionen, Erlebnisse und Präferenzen lassen sich darstellen und im Weiteren berücksichtigen? Dabei sollen die eigenen Vermutungen mit denen des „Kunden“ abgeglichen werden. Wichtig sind hierbei insbesondere die Mehrperspektivität und das Hineinversetzen in die Perspektive des Kunden. Dieses Vorgehen ermöglicht, dass der Prozess im Folgenden zunehmend konkretere und zielgruppenbezogene Entscheidungen getroffen werden können.

3. Herausforderung definieren

Aufbauend aus den vorangegangenen Phasen wird das Problem bzw. die Herausforderung, was die Lösung leisten soll, definiert.



4. Ideen finden

Ziel ist es, für die definierte Zielgruppe Lösungen zu skizzieren und zu priorisieren. Dieser Prozess ist kreativ und lässt eine ergebnisoffene, möglichst große Bandbreite an Lösungsmöglichkeiten zu. Die Phase kann in drei Schritte unterteilt werden:

- Sammlung möglichst vieler, kreativer Ideen – ohne diese zu bewerten
- Bewertung: Die gesammelten Ideen werden geordnet, diskutiert und priorisiert hinsichtlich Wirtschaftlichkeit, Machbarkeit, Nachhaltigkeit, Erwünschtheit.
- Priorisierung: Auswahl einer Idee, die realisierbar ist. Dabei ist es einfacher, zunächst eine Lösung mit wenigen Aspekten als Prototyp zu erstellen und zu testen, als direkt eine komplexe Variante zu entwickeln und zu testen.

TIPP: Für möglichst viel Kreativität lohnt es sich, die eigene Komfortzone bzw. das eigene Arbeitsfeld zu verlassen und nach Lösungen in fremden Arbeitskontexten zu suchen, diese zu beobachten und sie ggf. in die eigene Entwicklung einzubinden.

5. Prototypen entwickeln

Ziel ist es, eine vielversprechende Idee mit Blick auf den Kunden konkret umzusetzen. Der Kunde soll sich am Ende der Phase in die Lösung hineinversetzen und ein Feedback geben können.

Hilfreich sind für den Prozess Rahmenbedingungen, die die Lösungsorientierung fördern:

- Im Fokus steht einzig der zur Entwicklung ausgesuchte Prototyp.
- Prototypen sind nicht das Endprodukt sondern nur Entwürfe, die später entsorgt werden können. Entsprechend sparsam ist man in der Entwicklung mit Zeit und Energie.
- Ein Prototyp ist niemals fertig, aber immer zweckmäßig.

6. Testen

Das Ziel der Testphase ist, ein Feedback zu erhalten, welches die Grundlage für die Weiterentwicklung oder Neuentwicklung sein soll. Wichtig ist dabei,



dass es ein konstruktives Feedback ist, z.B. warum etwas nicht funktioniert oder wo es Verbesserungsmöglichkeiten gibt.

Die Testphase ist im ersten Durchlauf keine Endphase, sondern immer ein Baustein im Entwicklungsprozess. Dieser erhält hier zusätzliche und genauer definierte Kriterien, die zur Weiterentwicklung beitragen.

Jede Testphase schließt einen Durchlauf des Design-Thinking-Prozesses ab. Darauf folgt entweder ein ganz neuer Durchlauf, eine Weiterentwicklung des Prototyps oder aber die Implementierung des Produkts.

Design-Thinking in der Erwachsenenbildung – ein Anwendungsbeispiel

1. Problemstellung

Thema: Kräuterkunde im Bereich Gesundheitsbildung

Ziel: Anlegen des eigenen Kräutergartens

Perspektiven und Facetten: ein eigener Kräutergarten im Garten, auf Balkon oder Fensterbank, Anforderungen der verschiedenen Pflanzen etc.

Rahmenbedingungen: Möglichkeiten der Kursgestaltung z.B. eigener Kräutergarten

2. Beobachten

Wofür möchten die Nutzenden Kräuter anpflanzen?

Was ist den Nutzenden besonders wichtig?

Welche Werthaltungen bringt jeder Nutzende mit?

3. Herausforderung definieren

Die Nutzenden sollen je nach Bedürfnis und Möglichkeiten in der Lage sein, einen Kräutergarten anzulegen und – als zusätzliche Perspektive für ein erweitertes Kursangebot bzw. Aufbaukurse – die Kräuter entsprechend ihrer Bedürfnisse nutzen und einsetzen können, z.B. in der Ernährung, als Duftstoffe in Parfums, Kleiderschränken oder Seifen.



4. Ideen finden

- Die Nutzenden/Kursteilnehmenden sammeln möglichst viele, kreative Ideen – ohne diese zu bewerten, z.B. in Literatur oder im Internet (z. B. Pinterest)
- Bewertung: Die gesammelten Ideen werden geordnet, diskutiert und priorisiert hinsichtlich Wirtschaftlichkeit, Machbarkeit, Nachhaltigkeit, Erwünschtheit. Hier spielen die individuellen Zielvorstellungen der einzelnen Teilnehmenden eine wichtige Rolle. Die Sortierung und Bewertung kann auf einem virtuellen Whiteboard geschehen.
- Priorisierung: Auswahl einer Idee, die realisierbar ist. Dabei ist es einfacher, zunächst eine Lösung mit wenigen Aspekten als Prototyp zu erstellen und zu testen als direkt eine komplexe Variante zu entwickeln und zu testen. Alternativ können entsprechend der Resultate aus der Bewertungsrunde die Teilnehmenden in Arbeitsgruppen eingeteilt werden, jeweils 3 bis 9 TN. So können sich weitere Gruppen z.B. mit einem Hochbeet im Garten, mit einem Kräutergarten auf dem Balkon oder auf der Fensterbank befassen. Auch können die Gruppen sowohl in Präsenz und/oder virtuell verbunden sich austauschen und abstimmen.

5. Prototypen entwickeln

Jede Gruppe entwickelt ihren Prototyp hinsichtlich der eigenen Bedürfnisse. Der Kreativität soll durch eine abwechslungsreiche Gestaltung gesichert werden. Im Fokus steht die Lösungsorientierung bzw. der jeweils ausgesuchte Prototyp.

Ob in Präsenz oder virtuell, die Gestaltung der Vermittlung soll mittels einer breitgefächerten Auswahl (digitalen) Tools abwechslungsreich gestaltet werden, z.B. der Bau- und Pflanzpläne.

Zur Umsetzung der Entwicklung stehen den Nutzenden verschiedene Kanäle und eine Plattform mit Materialien zur freien Verfügung. Die Lehrperson gibt Regeln für die Struktur, wie Kommunikation im Plenum und der Gruppenphase vor. Sie achtet auch auf deren Einhaltung. Die Methodenauswahl richtet sich an den Bedürfnissen der Teilnehmenden aus wie z.B. Flipped Classroom.

Die Erstellung der Inhalte beinhaltet Struktur, Pläne, Anleitungen, Zeitvorgaben und Leitfragen.



6. Testen

Ziel ist es ein Feedback zu dem Prototyp zu erhalten. Dieses ist die Grundlage für die Weiterentwicklung oder eine Neuentwicklung. Bei dem Beispiel Kräutergarten liegt hier z.B. der Fokus auf der Bauart, dem Standort oder der Bepflanzung in Zusammenhang zum jeweiligen Bedürfnis der Nutzenden. Mit den konstruktiven Vorschlägen startet der Design-Thinking-Prozess erneut. Wenn der Prototyp die Definition „Done (Fertig)“ erreicht, ist aus dem Prototyp ein fertiges Produkt entstanden.

Literaturtipps

Kantereit, T. (2020). *Hybrid-Unterricht 101*. Visual Ink Publishing. CC BY SA 4.0 international

Diehl, A. (2018). Design Thinking – [Mit Methode komplexe Aufgaben lösen und neue Ideen entwickeln](#).

CC BY-SA 3.0 DE by **Susanne Witt** für wb-web

