

# HERZLICH WILLKOMMEN !

## Methoden-Webinar „Design Thinking“

8. September 2021

Netzwerk Zukunftsraum Land wird finanziert von Bund, Ländern und Europäischer Union

 Bundesministerium  
Landwirtschaft, Regionen  
und Tourismus

 LE 14-20  
Entwicklung für den Ländlichen Raum

Europäischer  
Landwirtschaftsfonds für  
die Entwicklung des  
ländlichen Raums:  
Hier investiert Europa in  
die ländlichen Gebiete. 

# Ziele

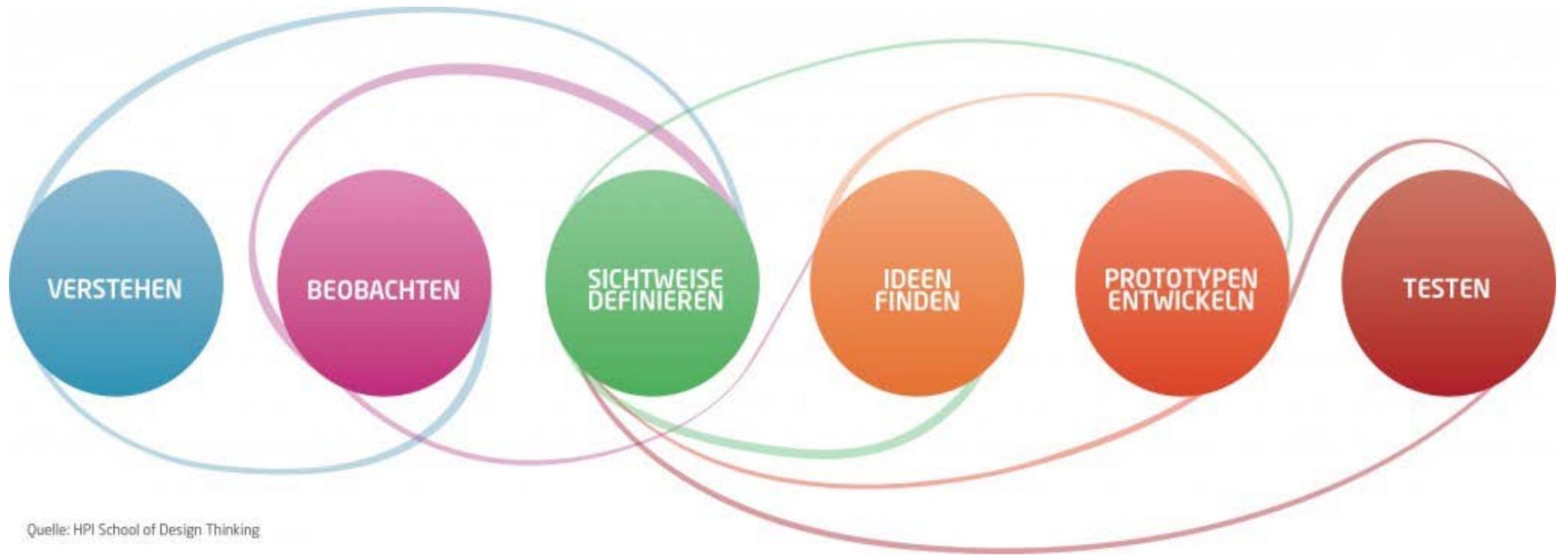
Kennenlernen der Design Thinking Methode, insbesondere:

- **Erleben**      Bearbeitung einer konkreten Aufgabenstellung
- **Wissen**      Inputs zu methodischen Grundlagen
- **Transfer**      Einschätzung der Anwendungsmöglichkeiten im eigenen  
Arbeitsumfeld

# Ablauf

- Kennenlernen der Aufgabenstellung („challenge“)
- Bearbeitung der challenge in 6 Phasen
  - Kurzer Input zu Methodik am Beginn jeder Phase
- Präsentation der Ergebnisse („pitch“)
- Zusammenfassung, Anwendung in der Praxis, Beispiel und Q & A
  - 3 Pausen (ca. 10:25-10:40, 12:30-13:30, 15:40-15:55)
  - Ende: 17:00 Uhr, danach informeller Austausch

# Die 6 Phasen des Design Thinking Prozesses



# Arbeitsweise

„Was wirklich zählt, ist Intuition“

(Albert Einstein)

## Challenge

- Handlungsauftrag für das Design Thinking Team
- Definiert Richtung und Rahmen des Design Thinking Projekts
- Offen genug um keine Lösungen vorwegzunehmen
- Spezifisch genug um den Fokus zu halten

# Beispiele für Challenges

„Gestalte ein neues Vernetzungs- und Community-Erlebnis für Hub-members, in einer (Corona)Welt in der größere Präsenzveranstaltungen nicht möglich sind“

"Gestalte für Bewohner und Gäste des Biosphärenparks Wienerwald ein neues Erlebnis des Kennenlernens der regionalen nachhaltigen Bio-Weine“

# Challenge für dieses Webinar

„Entwickle ein Angebot/Erlebnis, das – umgesetzt durch Akteure in der Region - Deine Region für Zuzug oder Hierbleiben attraktiver macht, ggfls. unter Berücksichtigung der Chancen des Green Deal“

# Phase 1 „Verstehen“

Experten-  
interviews

Recherchen, Studien,  
Umfragen, ...

Zu Experten  
werden

Fragestellung  
kennlernen

Identifizierung  
relevanter Themen

Nutzer, Bedürfnisse,  
Themen analysieren

Gemeinsame Sichtweise  
im Team entwickeln

360° Perspektive

## a) Semantische Analyse

- Analyse der Schlüsselbegriffe
- Sammlung des Wissens des Design Thinking Teams
- Das Team entwickelt eine gemeinsame Wissensgrundlage

*„Entwickle ein Angebot/Erlebnis, das – umgesetzt durch Akteure in der Region -  
Deine Region für Zuzug oder Hierbleiben attraktiver macht, ggfls. unter  
Berücksichtigung der Chancen des Green Deal“*

### Vorgangsweise:

1. Smartphone: [www.menti.com](http://www.menti.com)
2. Code eingeben: **65 70 03 4**
3. Assoziationen zu den 2 Schlüsselbegriffen eingeben

## b) Design Charette

- Beschäftigung mit Nutzern (Zuzug / Hierbleiben)
- Annahmen zu deren Bedürfnissen

Nutzer / Kunde	Bedürfnisse im Kontext der challenge	Typisches Zitat
Nutzer / Kunde A	Bedürfnis zu A	Zitat zu A
Nutzer / Kunde B	Bedürfnis zu B	Zitat zu B
Nutzer / Kunde C	Bedürfnis zu C	Zitat zu C

# Phase 1

Nutzer / Kunde

Bedürfnisse im  
Kontext der  
challenge

Typisches Zitat

Zuzug

Hierbleiben

Junge Familien

Beendigung der  
Ausbildung im  
Ballungsraum

Entspannung und Bezug  
zur Natur als Faktor für  
Lebensqualität > auf sich  
schauen, sich etwas  
gönnen, es gut haben

“Die Wochenenden bei den  
Eltern meiner Frau im  
Mühlviertel zu verbringen,  
helfen mir zu entspannen. Vor  
allem im Sommer genieße ich  
das kühle Klima”

Facharbeiter\*innen

Gut ausgebildete  
junge Frauen

Aus der Stadt mit  
“Corona-Erfahrung” in  
der Region

Arbeitsplatz im  
Ballungsraum

Bindung zu den  
Freunden in der  
Heimatgemeinde/ -  
region  
aufrechterhalten; Zeit  
mit ihnen verbringen >  
Zugehörigkeit,  
Heimatgefühl

“Wenn ich auf Facebook sehe,  
was meine Freunde aus der  
Landjugend an den  
Wochenenden machen, würde  
ich schon gern öfter mit ihnen  
in der Südsteiermark um die  
Häuser ziehen. Aber um  
langfristig einen Job zu  
bekommen der meiner  
Ausbildung entspricht, muss  
ich vorerst meine 50-Stunden  
Wochen durchstehen”

Arbeitsplatz in der  
Stadt >  
Pendeln/Homeoffice

Partner bereits in  
der Region

# Team Check-in

- Design Thinking Teams mit je 5 Personen
- Jedes Team hat eine Nummer (ggfls. Namen zusätzlich selber festlegen)
- Teams bleiben den ganzen Tag beisammen und bearbeiten challenge tw. selbstorganisiert, tw. unter Anleitung
- Nächster Schritt: Kennenlernen der anderen Teammitglieder in Break-out rooms:
  - Kurze Vorstellung (Name, Region, beruflicher Hintergrund, 2 statements: 1 Wahrheit & 1 Lüge)

# Phase 2 „Beobachten“

Inspiration  
erfahren

Empathie  
aufbauen

Befragen -  
Beobachten -  
Eintauchen

Explizite und  
implizite  
Bedürfnisse  
erkennen

# Interviews - Ablauf

## Jedes Team .....

- bekommt einen Interviewpartner zugeteilt (aus der Liste Design Charette)
- führt max. 20 min lang ein halboffenes Interview/Gespräch um den/die Nutzer\*in und seine/ihre spezifischen (challenge) und allgemeinen (darüber hinaus) Bedürfnisse kennenzulernen
- Ablauf des Interviews:
  - Kurze Vorstellung des DT Teams (jede/r kurz Name, Beruf, Region)
  - Kurze Vorstellung des Interviewpartners

# Interviews - Vorbereitungen

- Festlegung der Rollen (1x Fragesteller, 3x Notizen, 1x Beobachten)
- Definition von Leitfragen / Themenfeldern – handschriftlich im Handout

## a) Spezifisches (Bezug zur Aufgabenstellung / challenge)

- *Was verbindet Sie/Dich mit der Region?*
- *Wie ist der persönliche Bezug zum Thema Zuzug / Hierbleiben?*
- *Was ist Ihnen/Dir dabei besonders wichtig?*
- *Was sind die Gründe für Deinen/Ihren möglichen Zuzug / Hierbleiben?*
- *In welchen Momenten erlebst Du/Sie am stärksten den Wunsch nach Zuzug/Hierbleiben?*

## b) Allgemeines (Bezug zur Person des/der Nutzer\*in)

- *Was machen Sie/Du gerne in der Freizeit?*
- *Was mögen Sie / magst Du gar nicht? Was stört Sie/Dich?*
- *Eine besonders schönes Erlebnis in der Vergangenheit?*
- *Was ist Ihnen / Dir wichtig im Leben?*
- .....

Immer wieder nachfragen: Warum?

# Während des Interviews

- Notizen insbesondere von Zitaten (wortwörtlich mitschreiben – im Handout)
- Interview-Tipps:
  - Geschichten und Emotionen Raum geben
  - Fragen nach dem Grund (warum?)
  - Offene Fragen verwenden
  - Fragen stellen ohne zu bewerten
  - 80% Redeanteil des Interviewpartners
- Ziel des Interviews:
  - Kennenlernen des Interviewpartners
  - Herausarbeitung der jeweiligen Hauptbedürfnisse des Interviewpartners

# Nach dem Interview - Dokumentation

Das Team füllt gemeinsam die Vorlage im Miro-Board aus ...

Name, Alter, Beruf

Max. 3 Zitate

Vermutetes Bedürfnis  
hinter dem Zitat

Nutzer

Zitat 1

Bedürfnis 1

Zitat 2

Bedürfnis 2

Zitat 3

Bedürfnis 3

... und wählt 1 Bedürfnis aus (das dem Team am inspirierendsten,  
vielversprechendsten erscheint)

# Beispiel 1: Der junge Familienvater

Name, Alter, Beruf,  
Wohnort

Stefan, 31 Jahre,  
Einkäufer bei einem  
Produzenten für  
Elektronik-  
komponenten, Linz

Max. 3 Zitate

Die Wochenenden bei den Eltern meiner Frau im Mühlviertel zu verbringen, helfen mir zu entspannen. Vor allem im Sommer genieße ich das kühle Klima.

Ich achte sehr auf meinen ökologischen Fußabdruck, daher bin ich stolz, dass ich immer noch kein Auto besitze.

Eigentlich zahle ich schon viel Miete in Linz, dafür, dass mir nachher nichts gehört.

Vermutetes Bedürfnis  
hinter dem Zitat

Entspannung und Bezug zur Natur als Faktor für Lebensqualität > auf sich schauen, sich etwas gönnen, es gut haben

Nachhaltiger Lebensstil aber trotzdem mobil sein > Verantwortungsgefühl

Wunsch nach Eigentum/ Investition (vielleicht auch mit Blick auf die Kinder) > Sicherheit, Stabilität, Langfristigkeit

# Beispiel 2: Die WU-Absolventin

Name, Alter, Beruf,  
Wohnort

Franziska, 24,  
Praktikantin bei  
einem großen  
Unternehmens-  
berater, Wien

Max. 3 Zitate

Wenn ich auf Facebook sehe, was meine Freunde aus der Landjugend an den Wochenenden machen, würde ich schon gern öfter mit ihnen in der Südsteiermark um die Häuser ziehen. Aber um langfristig einen Job zu bekommen der meiner Ausbildung entspricht, muss ich vorerst meine 50-Stunden Wochen durchstehen.

An meinen freien Tagen bin ich oft im Bikram-Yoga Studio

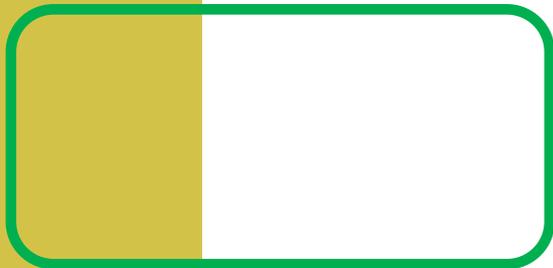
Ich habe nicht wirklich das Gefühl, dass sich in meiner Heimatgemeinde jemand darum kümmert, ob ich wieder nach Hause komme. Um die Männer, die studieren gegangen sind, haben sie sich deutlich mehr bemüht

Vermutetes Bedürfnis  
hinter dem Zitat

Bindung zu den Freunden in der Heimatgemeinde/ -region aufrechterhalten; Zeit mit ihnen verbringen > Zugehörigkeit, Heimatgefühl

Angebot für spezielles Hobby vorfinden > Individualität leben

Von Repräsentanten der Heimatgemeinde ernst genommen werden/ als wichtig wahrgenommen werden



# Phase 3 „Sichtweise festlegen / PoV“

Challenge aus Nutzersicht (neu) definieren  
- Reframing

Persona(s)  
entwickeln

Strukturieren, fokussieren

Story Telling

Informationen  
zusammenführen

Allgemeine Fragestellung  
wird zu umsetzbarem  
Problemstatement

Erkenntnisse gewinnen

# Persona

Name / Alter: \_\_\_\_\_

Beruf / Position: \_\_\_\_\_

So wohne ich: \_\_\_\_\_

Meine Freunde beschreiben mich als:  
\_\_\_\_\_

Das kann ich gut: \_\_\_\_\_

Das kaufe ich mir demnächst:  
\_\_\_\_\_



Das mache ich täglich:  
\_\_\_\_\_

Ein idealer Tag für mich:  
\_\_\_\_\_

Das darf im Kühlschrank nicht fehlen:  
\_\_\_\_\_

Wenn ich nicht mehr weiter weiß, frage ich :  
\_\_\_\_\_

# Persona Beispiel

Name / Alter: *Stefan, 31*

Beruf / Position: *Einkäufer eines größeren Elektronikunternehmens*

So wohne ich: *80m<sup>2</sup> Mietwohnung in Linz gemeinsam mit Frau und 2 kleinen Kindern*

Meine Freunde beschreiben mich als: *Outdoor-Öko ;)*

Das kann ich gut: *relaxen*

Das kaufe ich mir demnächst: *ein neues Fahrrad für die täglichen Wege in der Stadt*



Bild

Das mache ich täglich: *den Standard-Podcast hören*

Ein idealer Tag für mich: *Eine Wanderung mit der Familie*

Das darf im Kühlschrank nicht fehlen: *Bio-Käse aus dem Mühlviertel*

Wenn ich nicht mehr weiter weiß, frage ich : *meinen besten Freund*

# Sichtweise festlegen / Point of View

Wir haben \_\_ *(Name, Alter)* \_\_ getroffen und waren überrascht zu entdecken, dass \_\_\_\_\_ *(Bedürfnis das am inspirierensten und vielversprechendsten erscheint)* \_\_\_\_\_.

Wir möchten \_\_ *(Name, Alter)* \_\_ dabei helfen, \_\_\_\_\_.

# Sichtweise festlegen / Point of View

## Beispiel

Wir haben Stefan (31) getroffen und waren überrascht zu entdecken, dass sowohl sein ökologischer Fußabdruck als auch Stabilität und Sicherheit in seinem Leben sehr wichtig sind.

Wir möchten Stefan dabei helfen, diese Bedürfnisse durch eine neue Wohnsituation in der Region zu verwirklichen.

## Phase 4

# Phase 4: Ideen generieren

Brainstorming- und  
Kreativitätstechniken

Viele Ideen,  
keine Kritik

Aufbauen auf  
anderen Ideen

Wilde Ideen  
zulassen

Frage: „Wie können wir dem Nutzer dabei helfen ...“

# Arbeitsschritte für Break-out Rooms

- 1) Konsolidieren:** Teams überprüfen Ideen (ev. Zusammenfügen von einigen Ideen, Formulierungen nachbessern, löschen etc.).
- 2) Priorisieren:** Teammitglieder bewerten in Miro durch Vergabe von jeweils 5 Punkten > Kennzeichnen der TOP 3 Ideen mit goldenem Rahmen (Nugget Frame)
- 3) Auswahl:** Diskussion im Team um gemeinsame 1 Idee auszuwählen. Diese Idee im Board kennzeichnen (grüner Rahmen). Sie dient als Basis für den späteren Prototypenbau.

# Phase 5: Prototypen bauen

Rollenspiele, Papier-  
Prototypen, Modelle,  
Service-Simulation,  
Zeitungsartikel aus der  
Zukunft, Brief an die  
Großmutter, Videos,  
Werbeplakate,  
Foto-  
oder Comic-Storyboard,  
Lego,  
Digitale Prototypen

Fortsetzung der Ideengenerierung:  
„denken mit den Händen“

Ideen für Nutzer greifbar und  
erlebbar machen

Starten mit einfachem Prototypen - bzw.  
ausgewählten oder zentralen Funktionen

Nutzer sollen mit  
Prototyp interagieren  
können

# Phase 5: Prototypen bauen

## Teamarbeit

1. Einen Prototypen zeichnen, basteln, filmen, darstellen, ...

Der Prototyp soll für eine Interaktion mit der Nutzer\*in geeignet sein

2. Eine Präsentation erstellen um den Prototypen anderen Teams vorzustellen („pitch“)

## Pause

3. Drei Minuten Präsentation je Prototyp im (Teil)Plenum + zwei Minuten Feedback/Fragen durch die anderen Gruppen

# Phase 6: Testen

Ideen frühzeitig mit  
Nutzern testen

Feedback  
einholen und  
iterieren

Von der Interaktion  
mit den Nutzern  
lernen

Testen der zentralen /  
kritischen Funktion

Testen ist nicht verkaufen