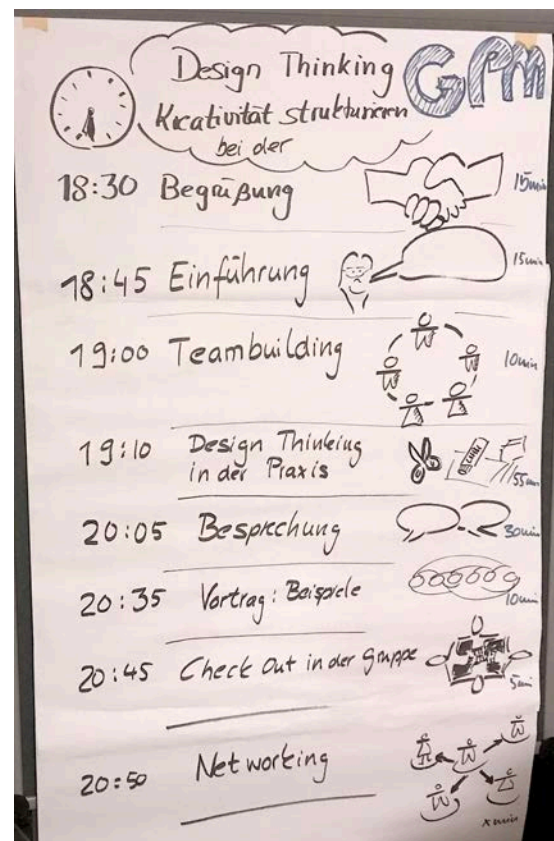


## Veranstaltungsrückblick

### 21. September 2017 – Design Thinking Workshop.

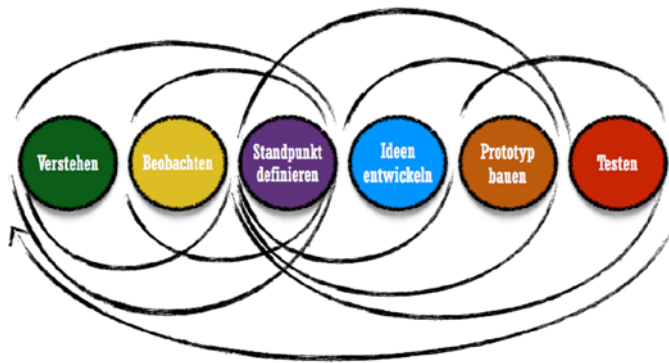
Design Thinking bedeutet neue Wege zu gehen und mit einem vorgegebenen Prozess die innovativen Kräfte eines Teams zu einer neuen Lösung zu kanalisieren. Bei neuen Produkten und Dienstleistungen denken viele gleich an einen radikalen Umbruch. Wie denken Sie über Ihren Prozess Ihrer Produktentwicklung und deren Phasen bis zu einem vorzeigbaren Ergebnis? Neue Produkte und Dienstleistungen müssen nicht immer gleich radikal anders sein. Das Vertraute und Altbewährte kann ebenso erfolgreich sein. Entscheidend ist die Innovation. Sie ist mit gelungener Nutzerzentrierung verbunden, um die Anforderungen und Kundenwünsche zum bisherigen Marktangebot möglicherweise besser zu decken. Einen Schlüssel zur Deckung der Kundenbedürfnisse stellte Alexandra von Knobloch am Abendtermin im KKV Hansa München, Briener Straße, am 21. September 2017 im Rahmen des Praxisworkshops Design Thinking anschaulich dar. Design Thinking basiert auf der Annahme, dass Probleme besser gelöst werden können, wenn Menschen unterschiedlicher Disziplinen in einem die Kreativität fördernden Umfeld zusammenarbeiten, gemeinsam eine Fragestellung entwickeln, die Bedürfnisse und Motivationen von Menschen berücksichtigen und dann Konzepte entwickeln, die in einem strikten Prozess mehrfach geprüft werden.

Diese Methode zählt mittlerweile zum Standard-Innovations-Repertoire vieler Unternehmen und Konzerne. Design Thinking ist eine wertvolle Hilfe. Es ermöglicht ein strukturiertes Vorgehen, mit dem die Entwicklung von Innovationen nicht dem Zufall überlassen bleibt.



Nach einer kurzen Warm-Up-Phase ging es auch schon in Zweierteams richtig los.

## DER ITERATIVE DESIGN-THINKING-PROZESS



Die Beispielaufgabe, welche die Teilnehmer den ganzen Abend begleitete, lautete „Skizzieren Sie die ideale Geldbörse“. In mehreren Runden wurden die mit allerhand Bastelmaterial prototypisch umgesetzten Ideen immer wieder reflektiert, kritisch bewertet und besser an die Kundenbedürfnisse angepasst. Mancher Teilnehmer wusste gar nicht, wie ihm geschah, denn die Zeitfenster für die einzelnen Phasen waren eng, mit maximal 5 Minuten gesetzt. Selbstverständlich durfte jedes Team seine Ergebnisse als „Pitch“ der Gruppe präsentieren. Mit aktivierten Lachmuskeln, neuen, sowie teils verrückten oder ausgefallenen Ideen gab es genügend Anknüpfungspunkte für das Netzwerken im Anschluss. Dr. Andreas Vogler moderierte souverän durch die Abendveranstaltung. Die Teilnehmer konnten die Prinzipien des Design Thinking Prozess mit nach Hause nehmen und vielleicht in den eigenen Arbeitsalltag integrieren. Alle waren sich einig, dass es eine tolle und lehrreiche Abendveranstaltung mit großem Spaßfaktor war.

Christian Freiseis