

# DESIGN THINKING LERNEN

Probleme verstehen, Lösungen entwickeln.



# KURZ-VORSTELLUNG KEY VALUES GmbH

Das Neue schaffen, in der Organisation verankern und erfolgreich umsetzen.



## INNOVATION

Neue Nutzen, Produkte, Services,  
Vermarktungswege und Geschäftsmodelle



## TRANSFORMATION

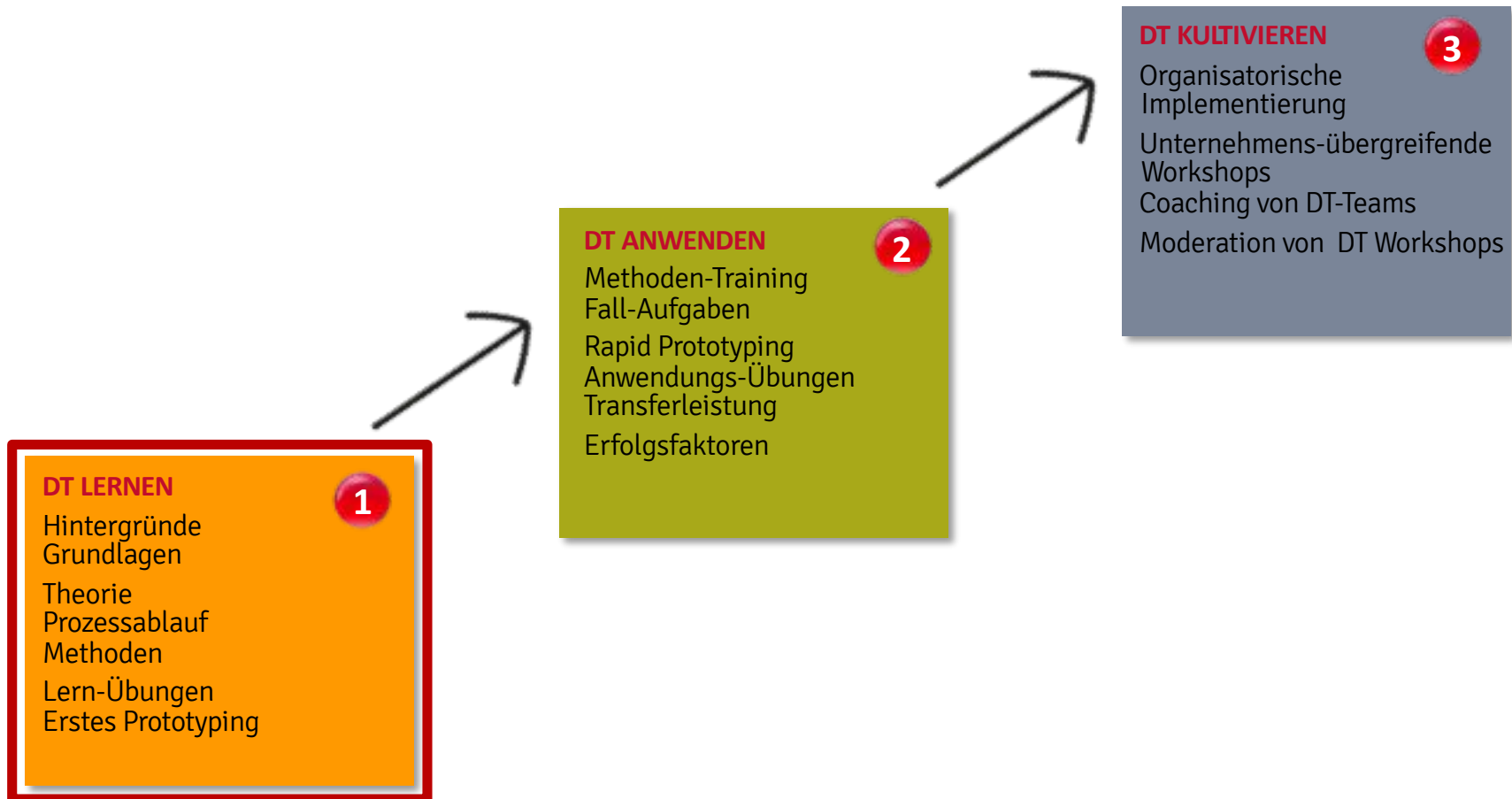
Anpassung an neue Realitäten: Business, Organisation,  
Kultur, Technologien, Prozesse, Skills



**KEY VALUES** ist seit 14 Jahren die führende Innovationsberatung für wissensbasierte Innovationsentwicklung und Transformation. Ein Experten-Team analysiert Veränderungen und Einflussfaktoren, bewertet neue Technologien, entwickelt Wachstumskonzepte und begleitet deren erfolgreiche Umsetzung. Das Ergebnis sind *Schlüssel-Werte*, die Unternehmen nachhaltig erfolgreicher machen.

# DESIGN THINKING TRAININGS-MODULE

Wir unterstützen Unternehmen und Mitarbeiter vom ersten Einstieg bis zur Implementierung in der Organisation und Kulturentwicklung.



# DESIGN THINKING THEORIE + HINTERGRÜNDE

## Was ist Design Thinking?

Design Thinking basiert auf der Annahme, dass Probleme besser gelöst werden können, wenn Menschen unterschiedlicher Disziplinen in einem Kreativität fördernden Umfeld zusammenarbeiten und gemeinsam eine Fragestellung (Challenge) entwickeln. Dabei werden die Bedürfnisse und (intrinsischen) Motivationen von Menschen berücksichtigt, um auf dieser Basis Konzepte zu entwickeln, die wiederum mehrfach überprüft werden.

Die Vorgehensweise orientiert sich an der Arbeit von Designern, die als eine **Kombination von Verstehen, Beobachtung, Ideenfindung, Verfeinerung, Ausführung und Lernen** verstanden wird.

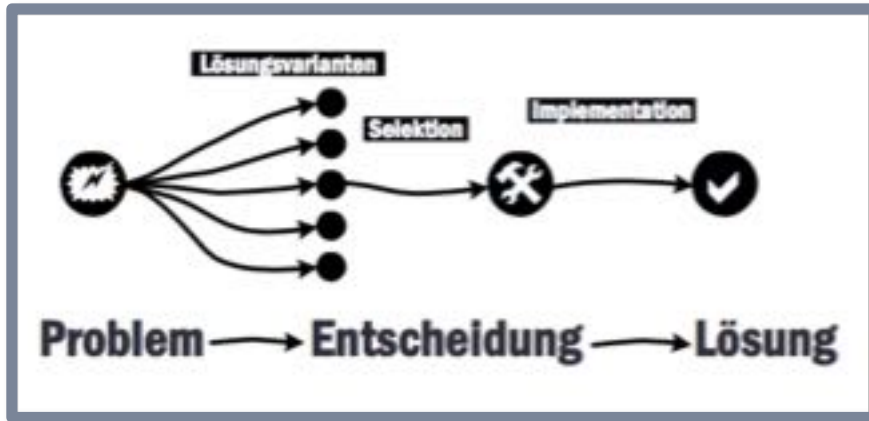
### Voraussetzungen für effektives Design Thinking sind:

- Offener und freier (Arbeits-)Raum
- Inter-disziplinäre Teams
- Tiefgreifendes Problemverständnis
- Kontext-Bewusstsein
- Empathie
- Ergebnisoffenheit
- Transparente Visualisierungen

# DESIGN THINKING THEORIE + HINTERGRÜNDE

## Design Thinking im Vergleich zu konventionellem Vorgehen.

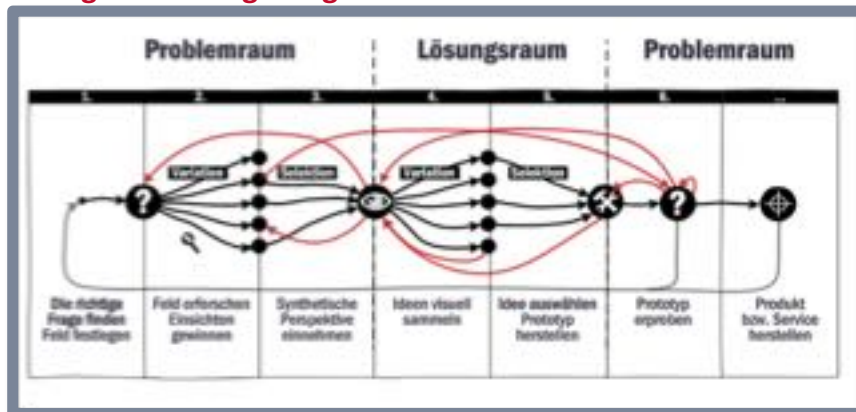
### Konventionelles Vorgehen



Bei der konventionellen Lösungssuche gibt es für ein Problem meist mehrere Lösungsvarianten, von denen eine ausgewählt und umgesetzt wird. Die Nachteile:

- das Problem ist oft nicht klar
- das Problem wird zu wenig hinterfragt
- das Problem wird nicht ausreichend erforscht
- der Prozess ist nicht lernend iterativ sondern linear und sequentiell
- die Lösungen werden kaum hinterfragt bzw. überprüft

### Design Thinking-Vorgehen



DT stellt den Menschen und den Nutzen ins Zentrum und sucht holistisch nach neuen Lösungen, nachdem die Problemstellung herausgearbeitet und verstanden wurde. Die Vorteile:

- das Problem wird von allen Seiten erforscht und beleuchtet, Komplexität wird reduziert
- das zentrale (Kunden-) Problem wird klar herausgearbeitet
- Probleme und Lösungen werden visualisiert und im Kontext durch Lernschleifen weiter entwickelt
- der Prozess ist ergebnisoffen, die Lösungen variabler



# DESIGN THINKING LERNEN

## Für Wen, Wie und Warum?

### Zielpersonen

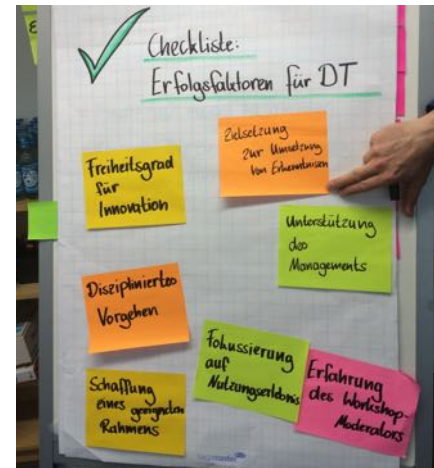
Führungskräfte in Unternehmen, die eine effektive wie universelle Methode erlernen wollen, komplexe Probleme zu lösen und innovative Ideen zu entwickeln.

### Methodik

DT ist eine weltweit eingesetzte und bewährte Methode, die auf „Customer Centred Design“ beruht. Hierbei stehen Probleme, Nutzen und neue Lösungen für den Kunden im Zentrum. Nahezu 100 verschiedene Tools werden je nach Eignung im Problem- und Lösungsbereich individuell eingesetzt und kombiniert.

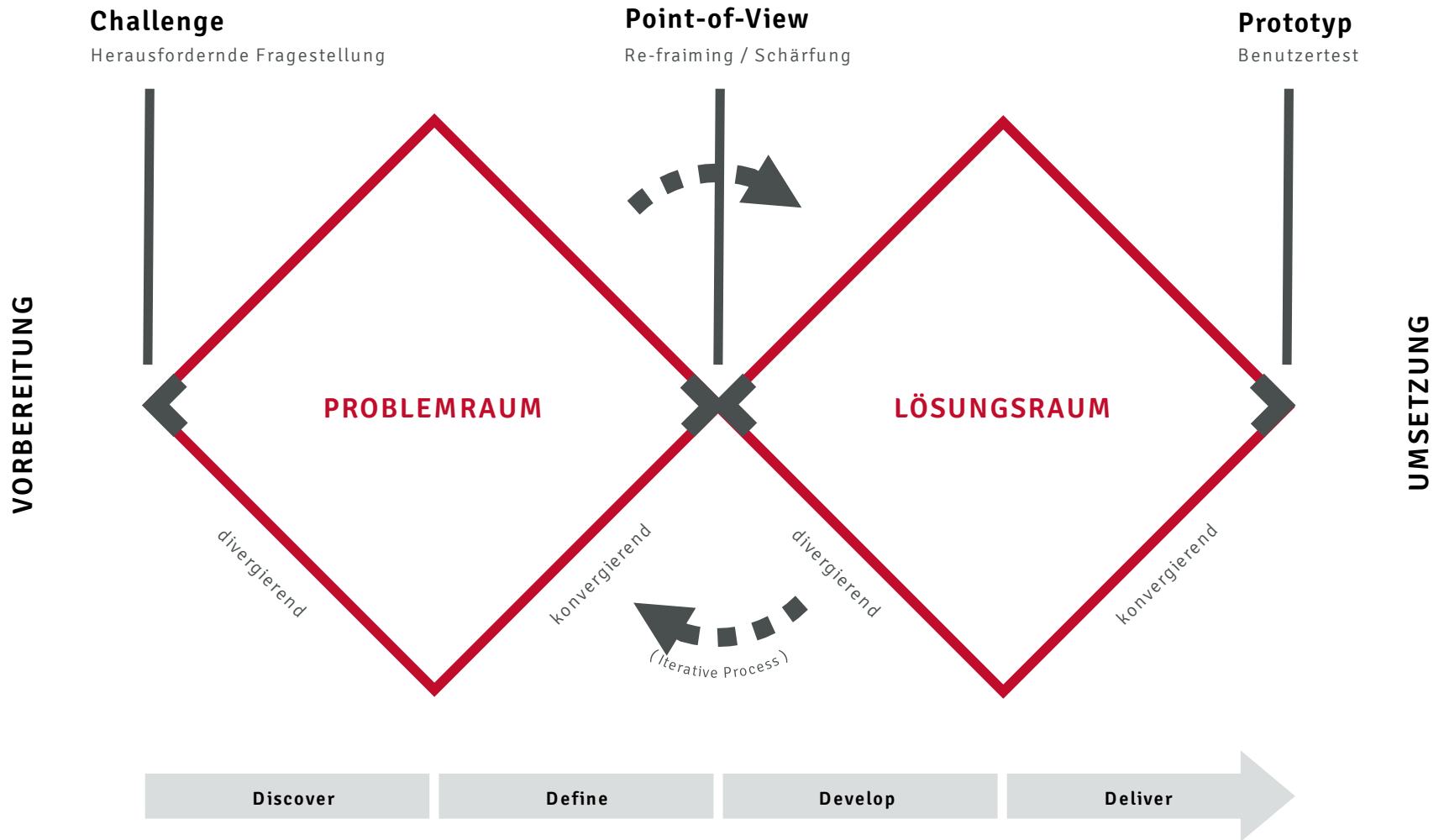
### Ergebnisse

Im DT wird über den Prozess alles gegenwärtige in Frage gestellt und explorativ entwickelt. Durch die Arbeit im Problemraum und das geschärfte Problembewusstsein sind auch völlig neue Ansätze im Lösungsraum möglich. Durch iterative Lernschleifen und das Fokussieren auf das Kernproblem führt DT meist zu besseren Lösungen und schnelleren Ergebnissen.



# DESIGN THINKING LERNEN

## Design Thinking-Prozess











**WERDEN SIE MESSBAR ERFOLGREICHER!**

Nutzen Sie neue Chancen.

**KEY VALUES GmbH**

**INNOVATION + TRANSFORMATION**

Neuer Wall 50 • D-20354 Hamburg

Telefon +49 (0) 40.822 186 397 • Telefax +49 (0) 40.822 186 450

[info@key-values.com](mailto:info@key-values.com)

[www.key-values.com](http://www.key-values.com)