

- Das Playbook *jointly* unterstützt interdisziplinäre und interprofessionelle Teams dabei, neue Wege in der Gesundheitskommunikation zu entwickeln. Mit kreativen Methoden aus der Gestaltung werden komplexe Gesundheitstechnologien und Fragestellungen verständlich, interaktiv und praxisnah aufbereitet. Ein Playbook ist eine strukturierte Sammlung von Strategien, Methoden und Prozessen, die als Leitfaden für die effiziente und einheitliche Umsetzung von Aufgaben in einem bestimmten Bereich dient. Es dient dabei als Methodenkatalog für Teams im Gesundheitsbereich. Es verbindet übergeordnete Ziele mit der praktischen Umsetzung, unterstützt interdisziplinäre Teams bei der Koordination und kann kontinuierlich aktualisiert werden, um neue Anforderungen und Technologien zu integrieren.

Im Zentrum steht eine Sammlung modular einsetzbarer Methoden, die Design-Thinking-Ansätze für Workshops bietet. Die einzelnen Module sind unabhängig voneinander nutzbar und fördern spielerisches Lernen, Perspektivwechsel sowie kooperative Zusammenarbeit. Ein besonderer Bestandteil sind KI-gestützte Promptvorlagen, die direkt mit den Methoden verknüpft sind. Sie erleichtern den Einstieg, unterstützen die Ideenfindung und helfen dabei, Inhalte schnell in konkrete Anwendungsszenarien zu übersetzen.

Jede Methode fungiert als Werkzeug, das Teams unmittelbar einsetzen können – zum Erkunden, Verstehen, Ausprobieren und Reflektieren. Alle Ansätze sind so aufbereitet, dass sie leicht verständlich, praxisnah und spielerisch anwendbar sind. So entsteht ein praxisorientiertes Instrument, das neue Formen der Kommunikation im Gesundheitsbereich ermöglicht, von der Ausbildung bis zur Beratungspraxis.

design-thinking	08 – 11
how it works	10 – 11
empathie	12 – 23
brainwalking	14
behaviour change wheel	16
fly on the wall	18
crazy 8s	20
concept poster	22
problem	24 – 35
be the problem	26
check in – check out	28
create insight statements	30
good ideas vs. bad ideas	32
how might we...?	34
idee	36 – 47
brainwriting 6-3-5	38
zukunftswerkstatt	40
design-by-constraints	42
lego serious play	44
provokationsmethode	46

prototyp	48 – 59
think aloud testing	50
wizard of oz	52
role play	54
journey walkthrough	56
a/b testing	58
evaluierung	60 – 71
design critique	62
feedback grid	64
dot voting	66
success criteria check	68
failure mapping	70
learnings	72 – 74
meet the team	75
impressum	76

design- thinking

Design-Thinking-Methoden sind strukturierte Ansätze zur Lösung von Kommunikationsproblemen. Im Mittelpunkt steht ein kreativer und nutzerzentrierter Prozess, der Menschen, Perspektiven und Zusammenarbeit einbezieht. Besonders hilfreich ist dieser Ansatz in Situationen, in denen Problemstellung oder Lösungsweg noch offen sind. Entscheidend ist dabei, die Herausforderung präzise zu formulieren, um anschließend mithilfe geeigneter Methoden schrittweise und iterativ Lösungen zu entwickeln.

Design-Thinking basiert auf interdisziplinärer Zusammenarbeit, Prototyping und wiederholenden Testphasen. Dadurch entstehen innovative und praxisnahe Lösungsansätze. Die Methoden lassen sich nicht nur im Design anwenden, sondern auch in Bereichen wie Wirtschaft, Industrie, Bildung sowie im Gesundheitswesen. Sie unterstützen unter anderem die Entwicklung neuer Produkte, Dienstleistungen, Lehrkonzepte und Kommunikationsstrategien. Design-Thinking gliedert sich in mehrere Phasen und Methoden.

(1) Empathie: In dieser Phase erfolgt die Analyse des Problems sowie die Identifikation der Bedürfnisse der Zielgruppe. Informationen aus Fachliteratur, bestehenden Lösungen und Erfahrungsberichten werden gesammelt und ausgewertet. Beobachtung: Interviews, Umfragen und persönliche Eindrücke helfen dabei, nicht nur offensichtliche Anforderungen, sondern auch unbewusste Bedürfnisse sichtbar zu machen.

(2) Problemdefinition: Die gewonnenen Erkenntnisse werden analysiert, um das zentrale Problem klar zu definieren. Eine präzise Problemstellung bildet die Grundlage für die weitere Entwicklung von Lösungsansätzen.

(3) Ideenfindung: Mithilfe kreativer Methoden entstehen unterschiedliche Lösungsansätze. Dabei werden Ideen zunächst offen gesammelt und diskutiert, ohne sie unmittelbar zu bewerten.

(4) Prototyping: Konzepte werden durch Modelle, digitale Entwürfe oder Storyboards visualisiert und erlebbar gemacht. Ziel ist es, frühzeitig Feedback einzuholen und Verbesserungspotenziale sichtbar zu machen.

(5) Evaluierung: Die entwickelten Prototypen werden getestet und anhand von Rückmeldungen weiterentwickelt. Besonders die letzten beiden Phasen werden wiederholt durchlaufen, um Lösungen kontinuierlich anzupassen und zu optimieren.

- Die Methoden innerhalb des Prozesses lassen sich flexibel kombinieren und situationsabhängig einsetzen. So kann beispielsweise ein Brainstorming Bestandteil einer SWOT-Analyse werden, um kreative Perspektiven auf Chancen und Herausforderungen zu entwickeln. Einzelne Methoden durchlaufen dabei nicht isoliert den gesamten Design-Thinking-Prozess. Stattdessen entstehen gezielte Kombinationen verschiedener Werkzeuge, die sich gegenseitig ergänzen und den Innovationsprozess wirkungsvoll unterstützen.

Eine empfehlenswerte Einführung in Methoden und Praxis des Design Thinking bietet das Werk *Das Design Thinking Playbook* von Michael Lewrick, Patrick Link und Larry Leifer. Das Buch verbindet theoretische Grundlagen mit praktischen Methoden und Anwendungsbeispielen aus unterschiedlichen Bereichen.

Außerdem empfiehlt sich das Buch *Mach, was Du willst – Design Thinking* für alle von Thomas Ramge. Das Werk vermittelt die Grundlagen des Design Thinking in verständlicher Sprache und zeigt anhand praxisnaher Beispiele, wie kreative Problemlösungsprozesse im Alltag, in Unternehmen und in der Projektarbeit angewendet werden können. Besonders geeignet ist das Buch für Einsteigerinnen und Einsteiger, die einen leicht verständlichen Zugang zum Thema suchen.

Wozu brauchen wir die Methoden?

(Relevanz)

Die Arbeitsweise des Design-Thinking unterstützt kreative und originelle Denkweisen, die über klassische Ansätze hinausgehen. Dadurch entstehen neue Perspektiven, bestehende Denkmuster werden hinterfragt und komplexe Herausforderungen lassen sich strukturierter bearbeiten. Ein wesentlicher Vorteil von Design-Thinking-Methoden liegt in ihrer konsequenten Ausrichtung auf die Bedürfnisse und Erfahrungen von Menschen. So entstehen Lösungen, die nicht nur technisch umsetzbar, sondern auch verständlich, praxisnah und alltagstauglich sind.

Darüber hinaus fördern Designmethoden die Zusammenarbeit in interdisziplinären Teams, indem unterschiedliche Fachkenntnisse, Erfahrungen und Sichtweisen zusammengeführt werden. Dies erhöht die Wahrscheinlichkeit, innovative und ganzheitliche Lösungen zu entwickeln. Gleichzeitig unterstützen die Methoden einen offenen Austausch, schaffen gemeinsame Verständigungsräume und erleichtern Entscheidungsprozesse.

Ein weiterer zentraler Aspekt ist die iterative Arbeitsweise. Ideen, Konzepte und Prototypen werden frühzeitig getestet, reflektiert und kontinuierlich weiterentwickelt. Dadurch lassen sich Fehlentwicklungen schneller erkennen und Anpassungen gezielt umsetzen. Unternehmen, Bildungseinrichtungen und Organisationen profitieren dadurch von einer höheren Flexibilität und können besser auf Veränderungen reagieren.

Designmethoden unterstützen Teams dabei, komplexe Probleme strukturiert, kreativ und menschenorientiert zu lösen. Jede Methode übernimmt innerhalb des Prozesses eine bestimmte Funktion und hilft dabei, einzelne Schritte nachvollziehbar, reflektiert und zielgerichtet zu gestalten. Sie fördern Fokus, kreative Denkprozesse und kooperative Zusammenarbeit.

Wieso sind die Methoden wichtig?

(Wichtigkeit)

Designmethoden sind essenziell, da sie strukturierte und kreative Ansätze zur Lösung komplexer Probleme bieten. Sie unterstützen Teams dabei, Herausforderungen aus unterschiedlichen Perspektiven zu betrachten und gemeinsam geeignete Lösungswege zu entwickeln. Im weiteren Verlauf des Playbooks werden verschiedene Design-Thinking-Methoden analysiert und innerhalb der jeweiligen Prozessphasen eingeordnet.

Die Bewertung der Methoden erfolgt anhand unterschiedlicher Kriterien, um ihre Eignung für interdisziplinäre Zusammenarbeit und kreative Arbeitsprozesse zu untersuchen. Im Mittelpunkt steht dabei der Beitrag zur Kommunikation zwischen verschiedenen Fachbereichen sowie die Frage, wie sich die Methoden in das Playbook integrieren lassen. Wichtige Faktoren sind Anwendungsfreundlichkeit, Flexibilität, Effizienz und Zielsetzung.

Besonders relevant ist, inwieweit eine Methode Zusammenarbeit, Perspektivwechsel und gemeinsamen Austausch unterstützt. Der Vergleich zeigt, dass sich einige Methoden besser für den Einsatz im Playbook und in interdisziplinären Kontexten eignen als andere. Da jede Methode unterschiedliche Potenziale und Grenzen mitbringt, entsteht der größte Mehrwert häufig durch die Kombination verschiedener Ansätze. Die Analyse dient daher dazu, geeignete Methoden gezielt auszuwählen und sinnvoll miteinander zu verbinden.

how it works

Wie funktioniert der Methoden Katalog?

(Anwendung)

Der Methodenkatalog funktioniert wie eine Sammlung leicht verständlicher Werkzeuge, die direkt in Workshops oder Projekten eingesetzt werden können. Jede Methode wird auf einer Doppelseite dargestellt: Auf der linken Seite befinden sich Beschreibung, Zielsetzung und eine Schritt-für-Schritt-Anleitung. Auf der rechten Seite steht das passende Template zur direkten Anwendung im Team oder zur individuellen Bearbeitung bereit. Alle Inhalte sind so aufgebaut, dass ein einfacher und intuitiver Einstieg möglich ist. Die Methoden sind klar strukturiert, praxisnah formuliert und ohne Vorwissen nutzbar. Je nach Arbeitsphase kann die passende Methode ausgewählt und unmittelbar angewendet werden. Jede Methode enthält ein ergänzendes Template, das den Arbeitsprozess unterstützt und den direkten Einstieg erleichtert. Die Vorlagen sind bewusst übersichtlich gestaltet und leicht auszufüllen. Leitfragen, Felder und strukturierte Bereiche führen Schritt für Schritt durch den jeweiligen Prozess. Gleichzeitig dienen die Templates als Denkstütze, Gesprächsgrundlage und Dokumentation innerhalb der Zusammenarbeit. Durch das Ausfüllen entsteht ein nachvollziehbarer Arbeitsprozess, der Ergebnisse sichtbar und teilbar macht.

Was ist das Ziel dieser Methoden?

(Zielführung)

Die Methoden in diesem Katalog unterstützen dabei, komplexe Herausforderungen strukturiert und zielgerichtet zu bearbeiten. Sie machen Themen verständlich, ordnen Gedanken und lenken den Fokus auf

wesentliche Aspekte. Durch die Perspektive der beteiligten Menschen werden Bedürfnisse, Ursachen und konkrete Probleme sichtbar. Gleichzeitig fördern die Methoden eine klare und systematische Zusammenarbeit im Team. Statt sich in Annahmen oder endlosen Diskussionen zu verlieren, entstehen nachvollziehbare Prozesse und gemeinsame Entscheidungsgrundlagen.

Welche Herausforderungen können entstehen?

(Schwierigkeiten)

Auch wenn Designmethoden wertvolle Werkzeuge darstellen, haben sie ihre Grenzen. Ein Risiko besteht darin, Methoden starr anzuwenden, ohne den jeweiligen Kontext zu berücksichtigen – dadurch kann ihre Wirkung verloren gehen. Erfolgreiche Prozesse benötigen Zeit, Offenheit und die Bereitschaft, unterschiedliche Perspektiven einzubeziehen. Werden Ergebnisse vorschnell bewertet oder menschliche Bedürfnisse und Erfahrungen nur oberflächlich betrachtet, bleiben wichtige Erkenntnisse ungenutzt.

Auch innerhalb von Teams können Herausforderungen entstehen, etwa durch unterschiedliche Erwartungen, Rollenverständnisse oder Kommunikationsstile. Deshalb sind eine klare Moderation, gemeinsame Zielsetzungen und ein strukturierter Fokus entscheidend, um Zusammenarbeit produktiv zu gestalten und tragfähige Ergebnisse zu entwickeln.

Was passiert nachdem ausfüllen?

(Nächste Schritte)

Am Ende zeigt sich, dass die Arbeit mit den Methoden nicht mit dem Ausfüllen eines Templates endet. Die Ergebnisse dienen als Ausgangspunkt für die weitere Entwicklung und werden gemeinsam betrachtet, geordnet und weitergedacht.

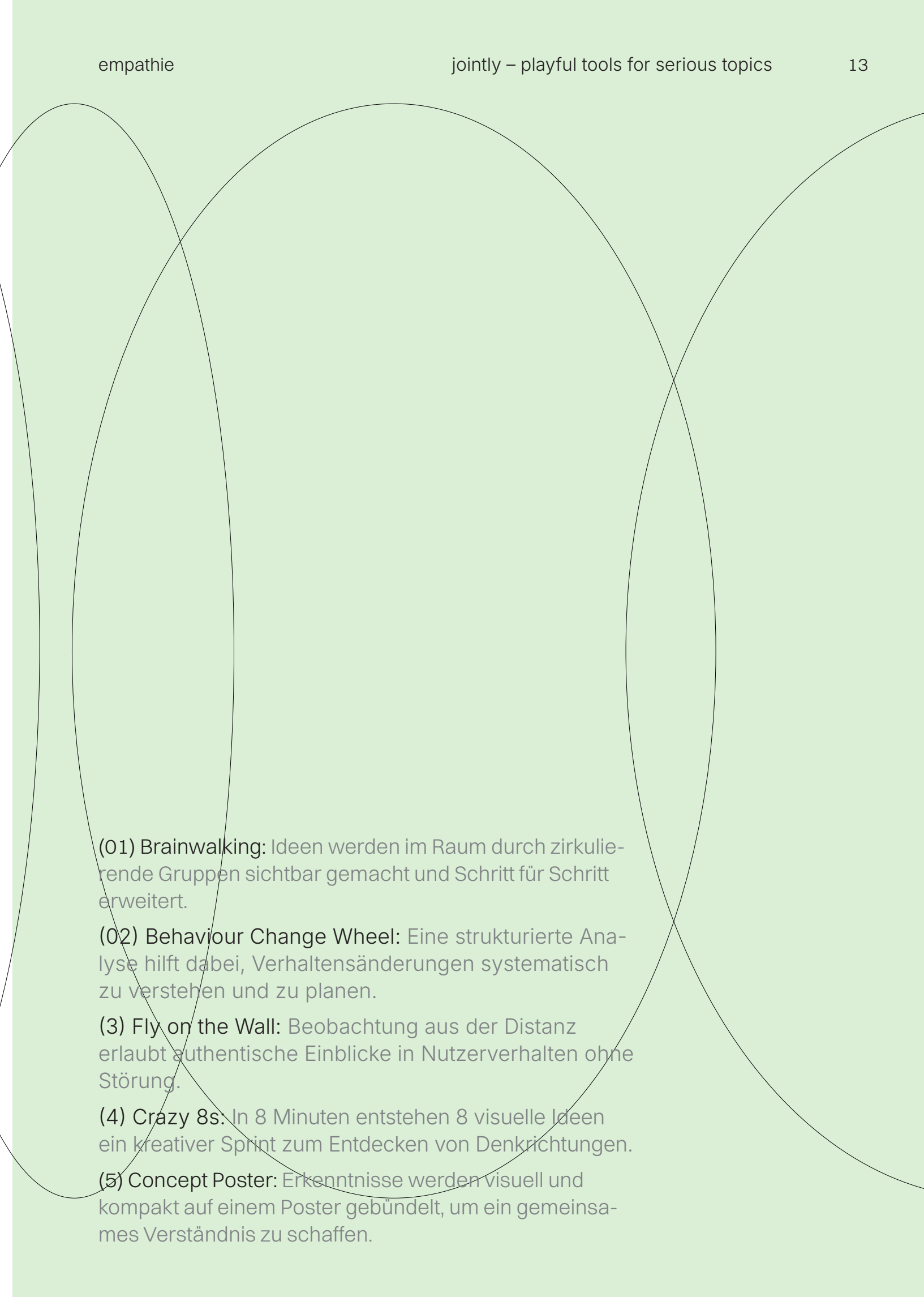
Unterschiedliche Perspektiven werden dabei als wertvolle Ressource verstanden. Die methodische Struktur hilft, diese sichtbar zu machen und miteinander in Beziehung zu setzen. Durch die Dokumentation und Visualisierung der Erkenntnisse entsteht ein nachvollziehbarer Prozess, der Orientierung gibt und nächste Schritte vorbereitet.

empathie

- Die Phase *Empathie* bildet das Fundament des gesamten Design-Thinking-Prozesses. Hier geht es darum, die Welt der Menschen wirklich zu betreten und ihre Perspektive einzunehmen – jenseits von Annahmen, Vorwissen oder schnellen Schlussfolgerungen. Statt sofort nach Lösungen zu suchen, richtet sich der Blick bewusst auf das Problemfeld, die Menschen darin und die Kontexte, in denen sie handeln.

In dieser Phase versuchen wir herauszufinden, was Nutzer:innen wirklich brauchen, nicht nur, was sie sagen. Wir beobachten, hinterfragen und sammeln Eindrücke, die später entscheidend für die Richtung der Ideenentwicklung sind. Durch Methoden wie Brainwalking, Fly on the Wall oder das Behaviour Change Wheel entstehen erste Hypothesen, Aha-Momente und Muster, die zeigen, wo sich Herausforderungen verbergen und wo Chancen liegen könnten. Das Verstehen ist bewusst offen, neugierig und unvoreingenommen. Es geht darum, Komplexität sichtbar und unsichtbare Bedürfnisse greifbar zu machen. Wir betrachten Verhaltensweisen, Emotionen und Rahmenbedingungen, die Nutzer:innen beeinflussen, und schaffen ein gemeinsames Bild davon, was wirklich relevant ist. Diese Klarheit verhindert, dass Teams vorschnell Lösungen entwickeln, die am Bedarf vorbeigehen.

Die Ergebnisse dieser Phase bilden das Orientierungslicht für alles, was folgt: Problemdefinition, Ideenentwicklung, Prototyping und Testing. Je gründlicher und empathischer hier gearbeitet wird, desto treffsicherer und wirkungsvoller werden spätere Entscheidungen. Kurz gesagt: In der Phase *Verstehen* lernen wir, die richtigen Fragen zu stellen, bevor wir Antworten suchen – und genau das ermöglicht Lösungen, die für Menschen wirklich Sinn machen.



(01) **Brainwalking:** Ideen werden im Raum durch zirkulierende Gruppen sichtbar gemacht und Schritt für Schritt erweitert.

(02) **Behaviour Change Wheel:** Eine strukturierte Analyse hilft dabei, Verhaltensänderungen systematisch zu verstehen und zu planen.

(3) **Fly on the Wall:** Beobachtung aus der Distanz erlaubt authentische Einblicke in Nutzerverhalten ohne Störung.

(4) **Crazy 8s:** In 8 Minuten entstehen 8 visuelle Ideen ein kreativer Sprint zum Entdecken von Denkrichtungen.

(5) **Concept Poster:** Erkenntnisse werden visuell und kompakt auf einem Poster gebündelt, um ein gemeinsames Verständnis zu schaffen.

- Was ist Brainwalking?

Beim Brainwalking werden erste Ideen auf Plakaten im Raum gesammelt. Die Teilnehmenden gehen reihum und erweitern schrittweise die Beiträge der anderen. Die Methode fördert gemeinsames Denken im Fluss und schafft einen sichtbaren Ideenspeicher.

Impuls: Wie könnten wir dieses Problem aus verschiedenen Blickwinkeln lösen? oder Welche Ideen lassen sich noch weiterdenken oder kombinieren?

Projektstufe: frühe Exploration
Schwierigkeitsgrad: ●●○○○
Aufwendigkeitsgrad: ●●●○○
Kostenpunkt: niedrig

→ Als Team oder Einzelperson | Ca. 30–45 Minuten (inkl. Rotation und Abschlussbesprechung) Template (Ausgedruckt) ebenfalls digitale Tools möglich

So geht's →

Gruppen bilden:

Die Teilnehmenden werden in kleine Gruppen (2–5 Personen) eingeteilt.

Runde 1:

Jede Gruppe startet an dem Template und notiert spontan ihre Ideen, Beobachtungen oder Fragen zum jeweiligen Thema.

Rotation:

Nach ein paar Minuten (z. B. 5–7 Minuten) wechseln die Gruppen im Uhrzeigersinn zum nächsten Template. Dort lesen sie zunächst, was die vorige Gruppe geschrieben hat, und ergänzen, kommentieren oder bauen darauf auf.

Wiederholen:

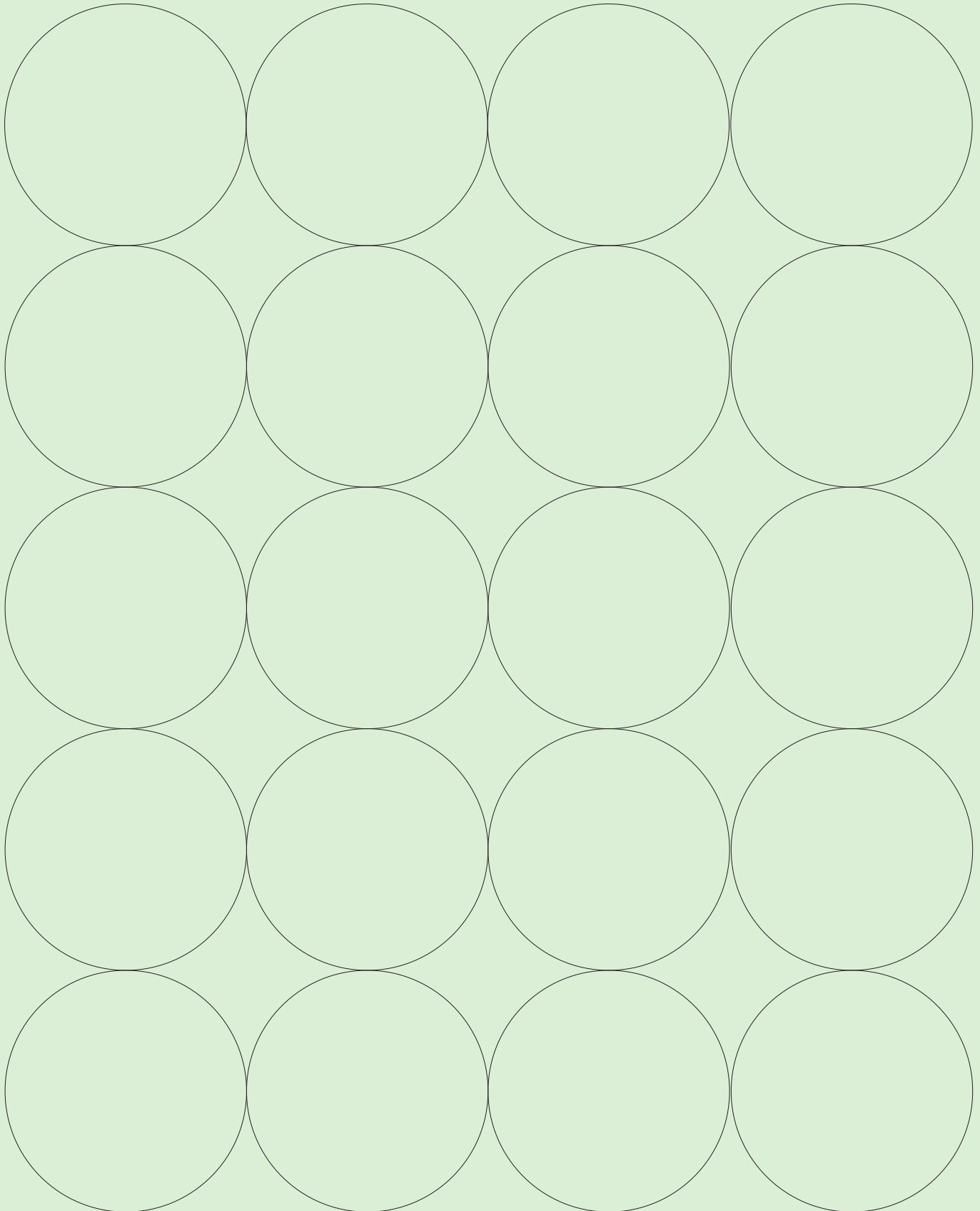
Dieser Vorgang wird so lange wiederholt, bis jede Gruppe bei jedem Plakat war.

Abschluss:

Am Ende werden die Plakate gemeinsam betrachtet, Ideen geclustert und diskutiert – z. B. nach Themen, Gemeinsamkeiten oder Widersprüchen.



→ Welche unterschiedlichen Perspektiven, Lösungen oder
Ansatzpunkte fallen dir zu diesem Problem ein – egal wie naheliegend,
ungewöhnlich oder unvollständig sie sind?



- Was ist Behaviour Change Wheel?

Das Behaviour Change Wheel hilft zu verstehen, warum Menschen sich auf eine bestimmte Weise verhalten. Es zeigt, welche Faktoren eine Verhaltensänderung ermöglichen oder verhindern – etwa Fähigkeiten, Rahmenbedingungen oder Motivation.

Impuls: Was beobachten wir wirklich? Was interpretieren wir nur?

Projektstufe: Verhaltensanalysen

Schwierigkeitsgrad: ●●●●○

Aufwendigkeitsgrad: ●●●●○

Kostenpunkt: niedrig

→ Als Einzelperson oder kleines Team |

20–60 Minuten | Notizblock, Kamera

(optional) und Beobachtungsraster

So geht's →

Sucht euch eine echte Situation:

Wählt einen Ort oder Moment, an dem Nutzer:innen das tun, was ihr verstehen wollt.

Beobachtet still und unauffällig:

Greift nicht ein und stellt keine Fragen – schaut einfach nur zu, wie Menschen sich verhalten.

Achtet auf Details:

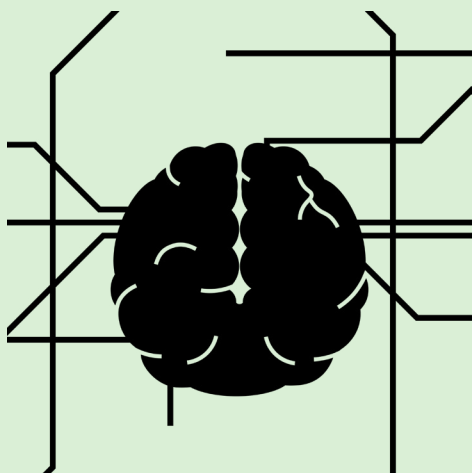
Kleine Gesten, Umwege, improvisierte Lösungen oder wiederkehrende Muster sind oft sehr wertvoll. Schreibt auf, was ihr seht – nicht, was ihr denkt oder interpretiert.

Tauscht euch danach kurz aus:

Welche Beobachtungen habt ihr gemeinsam gemacht? Was war überraschend?

Leitet erste Bedürfnisse oder Probleme ab:

Welche Momente zeigen Frust, Unsicherheit oder gute Lösungen, die man stärken kann?



→ Erkunde die Blockaden, die gewünschte Verhaltensänderungen verhindern.

Nutze das Behaviour Change Wheel, um Lösungen zu entwickeln, die bestehende Barrieren reduzieren. Verstehe die Fähigkeiten, Gelegenheiten und Motivationen, die als Hindernisse für Verhaltensänderungen auftreten.



- Was ist Fly On The Wall?

Eine stille Beobachtungsmethode, bei der ihr Nutzer:innen in ihrem natürlichen Kontext beobachtet, ohne mit ihnen zu interagieren. Dadurch entstehen unverfälschte Einblicke in Verhalten, Routinen und Bedürfnisse.

Impuls: Was beobachten wir wirklich – und was interpretieren wir nur?

Projektstufe: Exploration
Schwierigkeitsgrad: ●○○○○
Aufwendigkeitsgrad: ●●○○○
Kostenpunkt: niedrig

→ Einzel oder Team | 20–45 Minuten |
Template (Ausgedruckt), Stifte ebenfalls digitale Tools möglich

So geht's →

Beobachtungssituation festlegen.

Entscheidet, welche Situation ihr beobachten möchtet (z. B. Nutzung eines Services, Alltagssituation, Interaktion mit einem Produkt).

Nehmt eine passive Rolle ein.

Beobachtet aus der Distanz, ohne einzugreifen, zu helfen oder Fragen zu stellen. Ihr seid „unsichtbar“ wie eine Fliege an der Wand.

Achtet auf tatsächliches Verhalten.

Notiert, was Nutzer:innen wirklich tun – besonders dort, wo es vom Gesagten oder Erwarteten abweicht.

Beobachtet emotionale Reaktionen.

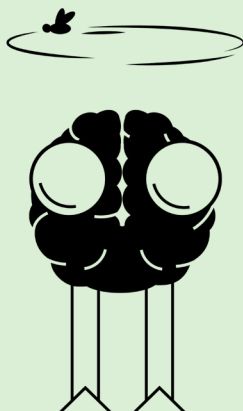
Achtet auf Momente von Unsicherheit, Frustration, Freude oder Überraschung. Emotionen zeigen oft, wo Chancen oder Hürden liegen.

Bezieht den Kontext mit ein.

Notiert äußere Einflüsse wie Umgebung, andere Personen, Ablenkungen oder genutzte Tools, die das Verhalten beeinflussen.

Reflektiert die Beobachtungen im Team.

Besprecht anschließend gemeinsam, welche Muster auffallen und was diese über Bedürfnisse, Probleme oder Chancen verraten.



→ Was tun die Nutzer:innen tatsächlich – im Gegensatz zu dem, was sie sagen würden?
(Beobachtet Verhalten, das oft unbewusst oder ungefiltert stattfindet.)

→ Welche Routinen, Abkürzungen oder improvisierten Lösungen fallen auf?
(Hinweis auf Pain Points oder unbefriedigte Bedürfnisse.)

→ An welchen Momenten zeigen Nutzer:innen Unsicherheit, Frustration oder Überraschung?
(Emotionale Reaktionen als Indikator für Probleme oder Chancen.)

→ Welche Umweltfaktoren beeinflussen das Verhalten sichtbar – positiv oder negativ?
(Kontextfaktoren verstehen: Umgebung, Ablenkungen, Tools, Personen.)

- Was ist Crazy 8s?

Ein schneller Kreativitätssprint: In 8 Minuten werden 8 verschiedene Ideen oder Lösungsansätze skizziert. Die Methode hilft, Denkblockaden zu lösen und vielfältige Richtungen sichtbar zu machen.

Impuls: Welche völlig unterschiedlichen Möglichkeiten fallen dir ein – jenseits der ersten naheliegenden Idee?

Projektstufe: frühe Exploration
Schwierigkeitsgrad: ●●○○○
Aufwendigkeitsgrad: ●●●○○
Kostenpunkt: niedrig

→ Einzel oder Team | 10–15 Minuten |
Template (ausgedruckt), Stifte und
Timer

So geht's →

Benutzt das vorliegende Template:

Nutz die einzelnen Kacheln für die folgende Methode.

Stellt die Aufgabe klar:

Was soll heute gelöst oder verbessert werden? Ein klarer Satz reicht.

Stellt einen Timer auf 8 Minute:

Jetzt wird es schnell – das ist Teil der Methode.

Skizziert acht unterschiedliche Ideen:

Eine Idee pro Feld. Schnell, grob, unperfekt – alles zählt!

Lasst euch treiben:

Keine Idee ist zu verrückt oder zu simpel. Hauptsache, ihr bleibt im Fluss.

Tauscht euch danach aus und bewertet die Ergebnisse:

Zeigt einander die Skizzen, entdeckt Muster oder kombiniert gute Ansätze. Aus dieser Methode könnt ihr euch die besten herausuchen und weiterverfolgen.



→ Eins	→ Zwei
→ Drei	→ Vier
→ Fünf	→ Sechs
→ Sieben	→ Acht

- Was ist Concept Poster?

Ein Concept Poster fasst eine Idee kompakt und visuell zusammen – auf einer Seite. Es zeigt Kernaspekte, wie Problem, Zielgruppe, Lösungsidee, Nutzen und offene Fragen. Ideal zur Kommunikation und Teamausrichtung.

Impuls: Was ist das Wesentliche unserer Idee – und wie erklären wir sie so klar wie möglich?

Projektstufe: frühe Exploration
Schwierigkeitsgrad: ●●○○○
Aufwendigkeitsgrad: ●●●○○
Kostenpunkt: niedrig

→ Einzel oder Team | 20–45 Minuten |
Template (Ausgedruckt), Stifte ebenfalls digitale Tools möglich

So geht's →

Startet mit dem Problem:

Was genau wollt ihr lösen? Formuliert es kurz und verständlich.

Beschreibt eure Zielgruppe und die damit bringenden Probleme:

Für wen ist die Lösung gedacht? Was macht diese Menschen aus?

Skizziert eure Idee:

Zeichnet die Lösung so einfach wie möglich – es muss nicht schön sein, nur sichtbar.

Zeigt den Nutzen:

Was macht eure Lösung für Nutzer:innen hilfreich oder attraktiv?

Fügt wichtige Funktionen hinzu:

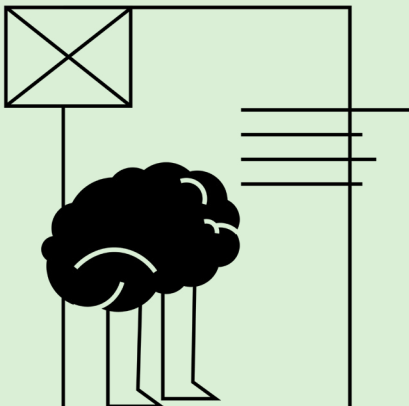
Welche Elemente oder Schritte gehören unbedingt dazu?

Ergänzt offene Fragen:

Was wisst ihr noch nicht? Was müsste getestet werden?

Definiert ein Konzept:

Zum abschluss definiert ihr ein finales Konzept basierend auf eure Inhalte, es sollte kurz und bündig sein und alle wichtige faktoren beinhalten.



→ Wie soll das Konzept heißen? (am Ende ausfüllen)		
→ Für wen ist es gedacht?	→ Welches Problem wird damit gelöst?	→ Was ist die zentrale Idee?
→ Wie funktioniert es? Welche Schlüsselfunktionen und Vorteile gibt es?		
→ Warum könnte es scheitern?	→ Was können wir prototypisieren oder testen?	→ Wie könnten wir den Erfolg messen?

problem

- Die Phase *Problemdefinition* baut direkt auf den Erkenntnissen des Verstehens auf. Nachdem Beobachtungen, Eindrücke und Nutzerperspektiven gesammelt wurden, geht es nun darum, diese Informationen zu sortieren, zu hinterfragen und zu präzisieren. Ziel dieser Phase ist es, aus vielen einzelnen Beobachtungen ein klares, gemeinsames Verständnis des eigentlichen Problems zu entwickeln.

Oft zeigen sich in der Verstehensphase viele Hinweise: unterschiedliche Bedürfnisse, widersprüchliche Erwartungen oder wiederkehrende Barrieren. Doch nicht jedes Detail ist zentral. Die Phase der Problemdefinition hilft Teams dabei, diese Komplexität zu ordnen und herauszufinden, welches Problem wirklich gelöst werden muss. Das bedeutet auch, sich von vorschnellen Annahmen zu lösen und den Kern der Herausforderung freizulegen. Methoden wie Be the Problem, Check-in/Check-out oder Create Insight Statements unterstützen dabei, Muster zu erkennen, Zusammenhänge zu verstehen und das Problem aus der Sicht der Nutzer:innen zu formulieren. Durch „Good Ideas vs. Bad Ideas“ oder „How Might We?“ wird das Problem zusätzlich geöffnet – ohne es zu verwässern –, sodass ein inspirierender, lösungsorientierter Fokus entsteht.

In dieser Phase wird auch deutlich, dass ein Problem selten nur eine Ursache hat. Häufig zeigt sich ein Netzwerk aus Emotionen, Bedürfnissen, Rahmenbedingungen und Verhaltensmustern. Die Problemdefinition schafft Klarheit darüber, welche Aspekte davon wirklich relevant sind, welche Fragen sich daraus ableiten und wo der größte Hebel für Veränderung liegt.

Ein gut definiertes Problem spart Zeit, Ressourcen und Energie in den darauffolgenden Schritten. Es verhindert, dass Teams an der falschen Stelle ansetzen oder Lösungen entwickeln, die nicht wirken. Stattdessen entsteht ein präziser Ausgangspunkt, der Kreativität kanalisiert und den weiteren Prozess zielgerichtet macht.

(6) **Be the Problem:** Durch das Hineinversetzen in das Problem werden tieferliegende Bedürfnisse im Team erfahrbar gemacht.

(7) **Check In – Check Out:** Ein kurzer emotionaler Einstieg und darauf folgender Abschluss fördern gemeinsame Reflexion und Teamklarheit.

(8) **Insight Statements:** Beobachtungen werden in prägnante Aussagen übersetzt, die Aha-Momente und Chancen sichtbar machen.

(9) **Good Ideas vs. Bad Ideas:** Das bewusste Gegenüberstellen von Ideen schärft das Problemverständnis und fördert kreative Grenzgänge.

(10) **How Might We...?:** Offene, lösungsorientierte Fragestellungen helfen, konkrete Innovationsräume zu eröffnen.

- Was ist
Be The Problem?

Bei dieser Methode versetzen sich die Teilnehmenden bewusst in das Problem hinein, indem sie Situationen, Hindernisse oder Emotionen aus Sicht der betroffenen Nutzer:innen nachspielen. Dadurch werden tieferliegende Bedürfnisse, Motivationen oder Frustrationen spürbar.

Impuls: Wie würde sich das Problem anfühlen, wenn du die betroffene Person wärst?

Projektstufe: frühe Perspektivwechsel → Team | 20–40 Minuten | Moderation
 Schwierigkeitsgrad: ●●○○○ (optimal), Raum für Rollenspiel, Template (Ausgedruckt) und Stifte
 Aufwendigkeitsgrad: ●○○○○
 Kostenpunkt: niedrig

So geht's →

Wählt eine typische Problemsituation aus:
 Sucht eine konkrete Szene, in der Nutzer:innen Schwierigkeiten haben.

Versetzt euch gedanklich in diese Situation:
 Versetzt euch vollständig in die Lage der Betroffenen.

Spielt die Szene kurz:
 Haltet inne: Wie fühlt sich das an? Was irritiert?
 Was fehlt?

Beobachtet, was dabei sichtbar wird:
 Welche Bedürfnisse oder Barrieren kommen zum Vorschein?

Teilt eure Eindrücke:
 Sprecht darüber, was ihr erlebt habt und was das über das eigentliche Problem zeigt.

Sammelt die Ergebnisse:
 Sucht euch eure besten Ergebnisse aus und formuliert sie in ein Satz oder Lösungsvorschlag.



→ Wenn ich das Problem selbst wäre – was würde ich fühlen,
brauchen und verhindern wollen?

Sammel hier die Ergebnisse

- Was ist
Check in – Check out?

Eine kurze, strukturierte Methode für emotionale Teamklarheit: Der Check-in schafft Ankommen, Konzentration und Offenheit; der Check-out ermöglicht Reflexion und gemeinsame Abschluss.

Impuls: Was brauche ich heute, um gut zusammenzuarbeiten – und was nehme ich am Ende mit?

Projektstufe: Teamabgleich
Schwierigkeitsgrad: ●○○○○
Aufwendigkeitsgrad: ●○○○○
Kostenpunkt: niedrig

→ Team | 5–15 Minuten | Kreis oder
Online-Raum, Moderation, Template
(Ausgedruckt), Stifte ebenfalls digitale
Tools möglich

So geht's →

Startet mit einem Check-in:

Jede Person sagt kurz, was sie sich heute vorstellt zu erreichen – gedanklich oder emotional.

Stimmt euch gemeinsam auf das Thema ein:

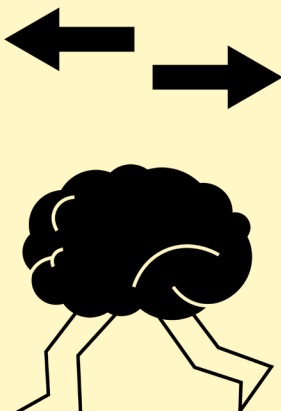
Der Check-in schafft Klarheit darüber, was heute wichtig ist.

Arbeitet im Workshop weiter:

Die gemeinsame Stimmung hilft, offener und fokussierter zu arbeiten.

Schließt mit einem Check-out ab:

Jede Person teilt, was sie aus der Session mitnimmt – eine Erkenntnis, ein Gefühl oder ein offener Punkt.



→ Was bringe ich gerade mit – Energie, Gedanken, Erwartungen?

→ Was nehme ich aus dem heutigen Prozess mit – Erkenntnis, Gefühl, nächste Schritte?

- Was ist Insight Statements?

Aus Beobachtungen, Interviews oder Tests werden prägnante Aussagen formuliert, die ein echtes Nutzerbedürfnis, ein Spannungsfeld oder einen Aha-Moment klar benennen. Gute Insight Statements eröffnen Chancen für neue Lösungen.

Impuls: Welche Beobachtung erzählt uns etwas Tieferes über Menschen, Bedürfnisse oder Barrieren?

Projektstufe: frühe Erkenntnisse

Schwierigkeitsgrad: ●●●○○

Aufwendigkeitsgrad: ●●○○○

Kostenpunkt: niedrig

→ Einzel oder Team | 20–40 Minuten |

Notizen, Marker, Post-its und Template

So geht's →

Sammelt alle Beobachtungen und Notizen:

Interviews, Zitate, Fotos, Verhaltensbeobachtungen

– alles auf den Tisch.

Sortiert die Inhalte und sucht Muster:

Was kommt häufig vor? Was fällt besonders auf?

Fragt euch, welches tiefere Bedürfnis dahintersteckt:

Warum zeigen Nutzer:innen dieses Verhalten?

Was brauchen sie wirklich?

Formuliert klare Insight Statements:

In ein bis zwei Sätzen auf den Punkt bringen, was wichtig ist.

Prompts, die Ergebnisse verbessern

Ich habe folgende Beobachtung oder Nutzerzitat:
Beobachtung/Zitat: [z. B. „Ich benutze keine Gesundheitsapps, weil sie mich stressen“] Bitte hilf mir, daraus eine Insight-Statement zu formulieren, die Bedürfnis und Kontext widerspiegelt.



→ Welche wiederkehrenden Muster oder Bedürfnisse lassen sich aus den Beobachtungen ableiten? <i>(Fokus auf das, was sich über mehrere Nutzer:innen hinweg zeigt.)</i>	→ Was überrascht uns besonders – und warum ist dieser Punkt relevant? <i>(Insights entstehen oft aus Brüchen oder Unerwartetem.)</i>
→ Welches tiefere Bedürfnis oder Motiv könnte hinter dem beobachteten Verhalten liegen? <i>(Vom sichtbaren Verhalten zum zugrunde liegenden „Warum“.)</i>	→ Welche Chance oder Möglichkeit für Verbesserung ergibt sich aus dieser Erkenntnis? <i>(Insights sollten zu konkreten Innovationsräumen führen.)</i>

- Was ist
Good ideas vs. Bad ideas?

Eine bewusste Kontrastmethode: Teilnehmende generieren sowohl gute als auch absurde / schlechte Ideen. Die Gegenüberstellung provoziert neue Perspektiven, macht implizite Denkregeln sichtbar und schärft das Problemverständnis.

Impuls: Wie könnten wir dieses Problem aus verschiedenen Blickwinkeln lösen? oder „Welche Ideen lassen sich noch weiterdenken oder kombinieren?“

Projektstufe: Exploration
Schwierigkeitsgrad: ●●●○○
Aufwendigkeitsgrad: ●○○○○
Kostenpunkt: niedrig

→ Team | 20–30 Minuten | Template und Stift

So geht's →

Legt eure Fragestellung fest:

Zu welchem Thema entstehen heute Ideen?

Sammelt zuerst gute Ideen:

Alles, was sinnvoll, machbar oder logisch erscheint.

Entwickelt bewusst schlechte Ideen:

Übertrieben, absurd, unmöglich – alles ist erlaubt.

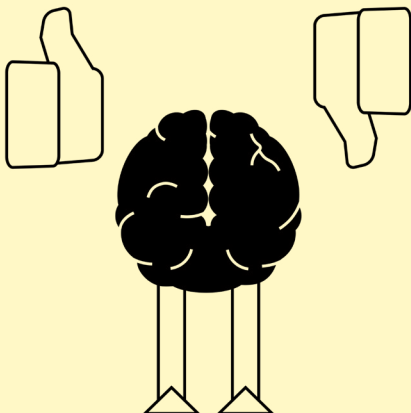
Vergleicht beide Listen:

Oft zeigen gerade schlechte Ideen, wo das Potenzial oder die Schwachstellen liegen.

Prompts, die Ergebnisse verbessern

Gib mir bitte: Drei absichtlich schlechte, überzogene oder unbrauchbare Ideen

Dann: Was könnte man aus jeder schlechten Idee trotzdem Positives ableiten?



→ Was lernen wir aus extrem schlechten oder unrealistischen Ideen darüber, was eine wirklich gute, nutzerzentrierte und umsetzbare Lösung ausmacht?

Extrem schlechte oder unrealistische Ideen	Gute, nutzerzentrierte und umsetzbare Ideen

- Was ist
How Might We?

HMW-Fragen übersetzen Problemfelder in offene, lösungsorientierte Möglichkeiten. Sie helfen Teams, Innovationsräume zu öffnen, ohne zu konkret oder zu vage zu sein.

Impuls: Wie könnten wir diese Herausforderung so formulieren, dass sie zu vielen guten Lösungen einlädt?

Projektstufe: Problemdefinition
Schwierigkeitsgrad: ●●●○○
Aufwendigkeitsgrad: ●●○○○
Kostenpunkt: niedrig

→ Einzel oder Team | 10–25 Minuten |
Template (Ausgedruckt), Stifte eben-
falls digitale Tools möglich

So geht's →

Nehmt einen Insight aus euren Beobachtungen:
Etwas, das ein echtes Bedürfnis oder Problem beschreibt.

Formuliert daraus eine „Wie könnten wir...?“-Frage:
Offen, einladend und lösungsorientiert.

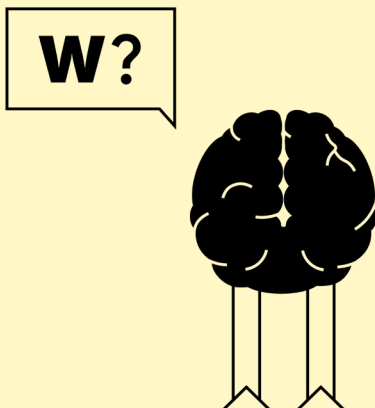
Probiert mehrere Varianten aus:
Jede Formulierung öffnet einen anderen Denkraum.

Wählt die Frage, die euch am meisten inspiriert:
Diese Frage begleitet euch in die nächste Phase:
Ideenentwicklung.

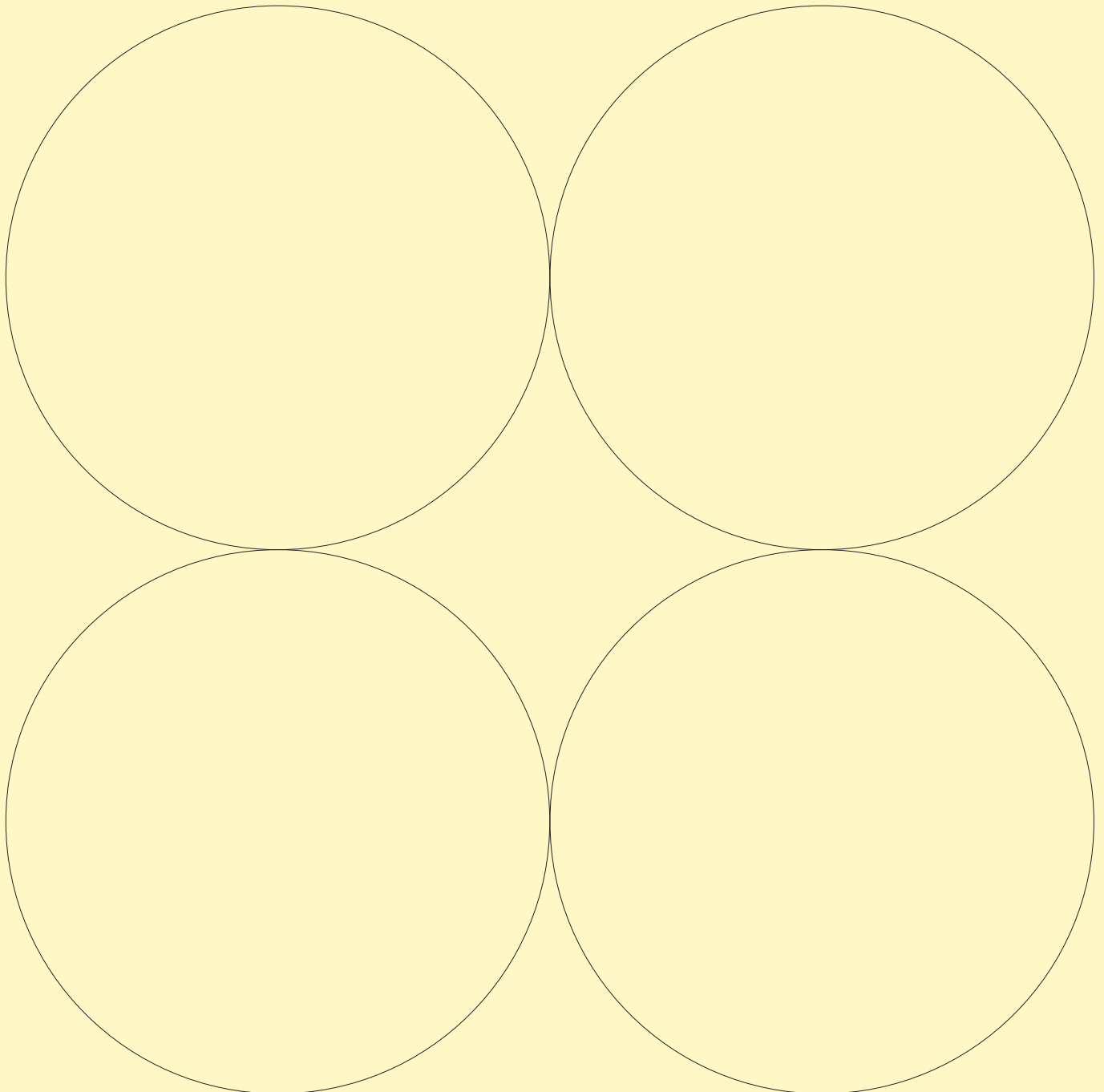
Prompts, die Ergebnisse verbessern

Ich habe folgende Herausforderung: Problem: [z. B. „ältere Menschen verstehen digitale Tickets nicht“]

Bitte formuliere daraus 5 verschiedene How-Might We-Fragen mit unterschiedlichen Fokusrichtungen (z. B. emotional, technisch, sozial, radikal, usw.).



→ Wie könnten wir dieses Problem so umformulieren, dass es neue Lösungen ermöglicht?



ideen

- Nachdem das Problem klar umrissen wurde, öffnet sich in der Phase *Ideenentwicklung* der Raum für neue Möglichkeiten. Hier geht es darum, bekannte Denkmuster zu verlassen und bewusst in verschiedene Richtungen zu denken. Statt nach der einen perfekten Idee zu suchen, steht die Vielfalt im Mittelpunkt: viele Gedanken, viele Ansätze, viele Perspektiven.

Die Phase lebt vom Mut, Dinge auszuprobieren. Sie lädt dazu ein, Grenzen zu verschieben und Fragen anders zu betrachten. Methoden wie Brainwriting 6-3-5, Zukunftswerkstatt oder Lego Serious Play bringen das Team aus dem Kopf in den kreativen Prozess – mal analytisch, mal spielerisch, mal provokativ. Dadurch entstehen Ideen, die später zu überraschenden und innovativen Lösungen führen können.

Wichtig ist in dieser Phase weniger die Perfektion, sondern der Fluss. Ideen dürfen unfertig sein, ungewöhnlich, groß gedacht oder ganz klein. Design-by-Constraints zeigt beispielsweise, wie hilfreich Einschränkungen sein können, um Kreativität gezielt zu lenken. Andere Methoden, wie die Provokationsmethode, helfen dabei, gedankliche Barrieren aufzubrechen und neue Perspektiven freizulegen. Die Ideenentwicklung ist auch ein sozialer Prozess: Durch Austausch, Kombinationen und spontanes Weiterdenken wächst aus einzelnen Fragmenten oft etwas Größeres. Das Team profitiert davon, dass jede Person einen anderen Blick mitbringt – und dass gerade diese Unterschiede wertvolle Impulse liefern.

Am Ende dieser Phase steht keine fertige Lösung, sondern ein Ideenraum, der reich genug ist, um daraus Prototypen zu bauen. Es geht nicht darum, die beste Idee sofort zu erkennen, sondern ein Portfolio an Möglichkeiten zu schaffen, aus dem im nächsten Schritt etwas Greifbares entstehen kann.

(11) Brainwriting 6-3-5: Viele Ideen in kurzer Zeit – ohne Gruppendruck.

(12) Zukunftswerkstatt: Durch Kritik, Utopie und Realisierung entstehen kreative und zugleich realitätsnahe Lösungsszenarien.

(13) Design-by-Constraints: Kreativität wird durch bewusste Einschränkungen herausgefordert und gezielt gelenkt.

(14) Lego Serious Play: Ideen werden dreidimensional mit Lego gebaut, was spielerisches Denken und Teamdialog visuelle gefördert.

(15) Provokationsmethode: Ungewöhnliche oder absurde Aussagen dienen als Sprungbrett für neuartige Denkansätze im Team.

- Was ist Brainwriting 6-3-5?

Hier schreiben 6 Personen jeweils einzeln 3 Ideen in 5 Minuten auf und geben ihre Bögen weiter. Dadurch entstehen in kurzer Zeit viele Ideen – ohne Gruppendruck oder laute Diskussionen.

Impuls: Welche Ideen fallen dir ein, wenn du ganz unabhängig von deine Team-Mitgliedern denkst – und welche lassen sich weiterentwickeln?

Projektstufe: Lösungsskizzen
 Schwierigkeitsgrad: ●●○○○
 Aufwendigkeitsgrad: ●●○○○
 Kostenpunkt: niedrig

→ Team | 15–30 Minuten | Brainwriting-Formulare, Stifte und Timer

So geht's →

Gebt eine klare Fragestellung vor:

Alle wissen, welche Herausforderung gelöst werden soll.

Jede Person notiert drei Ideen:

Dafür gibt es fünf Minuten Zeit – schnell und ohne lange nachzudenken.

Gebt das Blatt weiter:

Jede:r baut auf den Ideen der anderen auf und ergänzt drei weitere.

Wiederholt den Prozess fünf Runden lang:

So entstehen in kurzer Zeit viele Ideen – ganz ohne Gruppendruck.

Schaut euch die Ergebnisse gemeinsam an:

Welche Ideen fallen positiv auf? Welche lassen sich kombinieren?



→ Jeder Teilnehmer liest die Ideen des Vorgängers und entwickelt diese weiter oder schreibt neue Ideen auf.

	→ Idee eins	→ Idee zwei	→ Idee drei
Person eins			
Person zwei			
Person drei			
Person vier			
Person fünf			
Person sechs			
Person sieben			

- Was ist Zukunftswerkstatt?

Ein kreativer Workshop in drei Phasen: Kritik – Utopie – Realisierung. Die Methode erlaubt, zunächst Probleme klar zu benennen, dann frei zu träumen und am Ende realistische Umsetzungsideen zu entwickeln.

Impuls: Welche Zukunft wünschen wir uns – und was hindert uns heute daran?

Projektstufe: Teamdynamik
Schwierigkeitsgrad: ●●●●○
Aufwendigkeitsgrad: ●●○○○
Kostenpunkt: niedrig

→ Team | 60–120 Minuten | Template (Ausgedruckt), Stifte ebenfalls digitale Tools möglich und Moderationskarten

So geht's →

Startet mit der Kritikphase:

Was läuft heute nicht gut? Wo hakt es? Alles darf ausgesprochen werden.

Wechselt in die Utopiephase:

Stellt euch vor: Wie wäre die perfekte Zukunft, wenn alles möglich wäre?

Zeichnet oder beschreibt diese Wunschversion: Ohne Einschränkungen und ohne Realitätscheck.

Kommt zurück zur Realität:

Welche Elemente eurer Utopie könnt ihr tatsächlich umsetzen?

Entwickelt konkrete Schritte:

Überlegt gemeinsam, wie die Vision in kleinen realen Schritten starten kann.

Prompts, die Ergebnisse verbessern

Das Thema ist: [z. B. „Arbeitswelt 2040“]

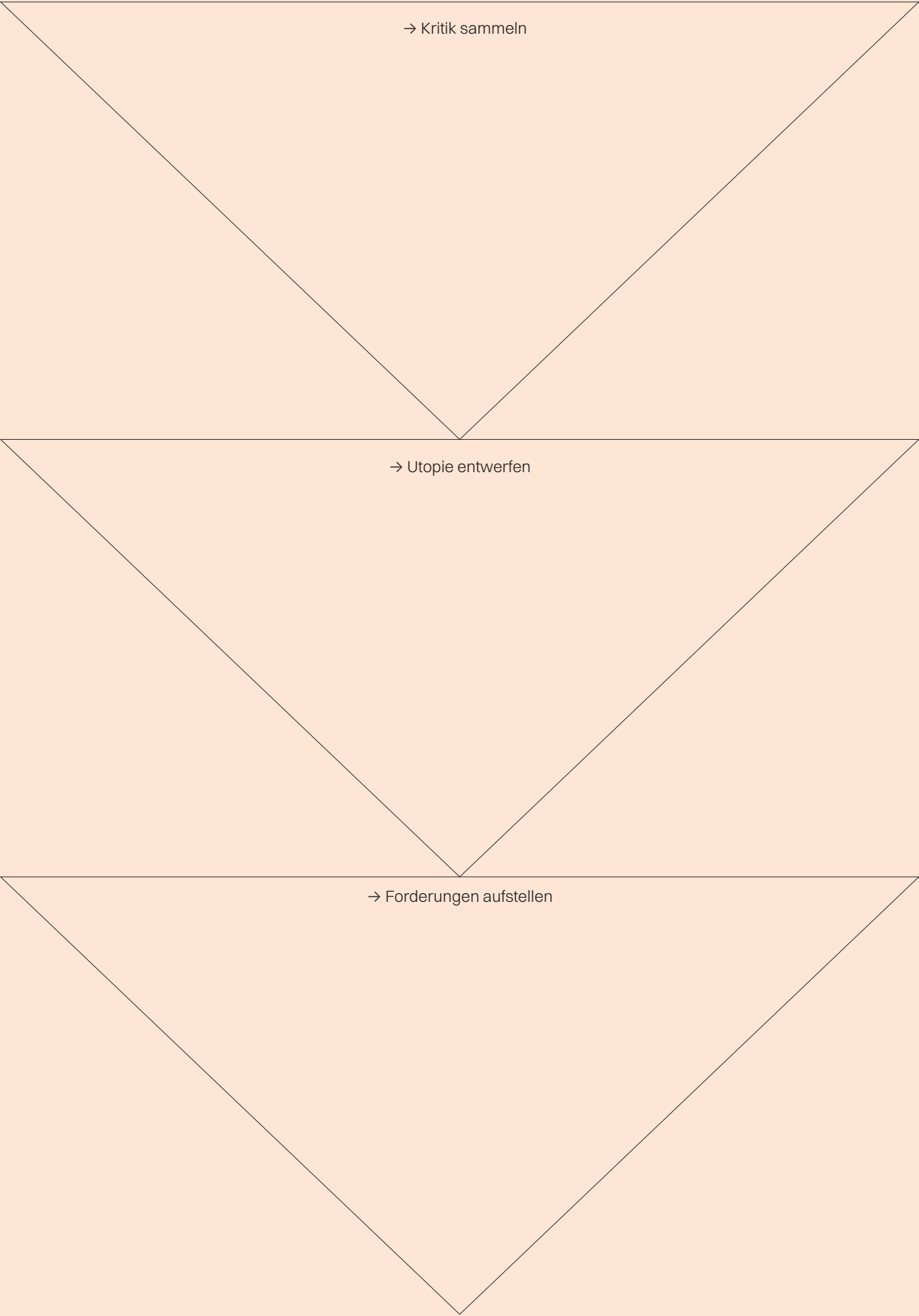
Beschreibe drei Zukunftsszenarien:

eine Utopie (alles hat sich zum Positiven entwickelt)

eine Dystopie (alles ist schiefgelaufen)

eine realistische Vision mit Chancen und Risiken





- Was ist Design-By-Constraints?

Eine methodische Einschränkung: Kreativität wird bewusst durch klare Regeln oder Grenzen gesteuert. Beschränkungen wie Budget, Material, Zeit oder Funktion fördern neue, ungewohnte Denkansätze.

Impuls: Was wäre die bestmögliche Lösung, wenn wir nur sehr wenige Ressourcen hätten?

Projektstufe: Teamdynamik
Schwierigkeitsgrad: ●●○○○
Aufwendigkeitsgrad: ●●●○○
Kostenpunkt: niedrig

→ Einzel oder Team | 20–40 Minuten |
Template (Ausgedruckt), Stifte ebenfalls digitale Tools möglich, Timer und definierte Constraints

So geht's →

Legt eure Einschränkung fest:

Z. B. nur ein Material, ein Budget, eine Minute Zeit oder eine Regel.

Entwickelt Ideen unter dieser Bedingung:

Wie löst ihr das Problem trotz dieser Grenze?

Spielt mit der Einschränkung:

Oft entstehen gerade dadurch kreative Ansätze, auf die man sonst nicht kommt.

Vergleicht eure Lösungen:

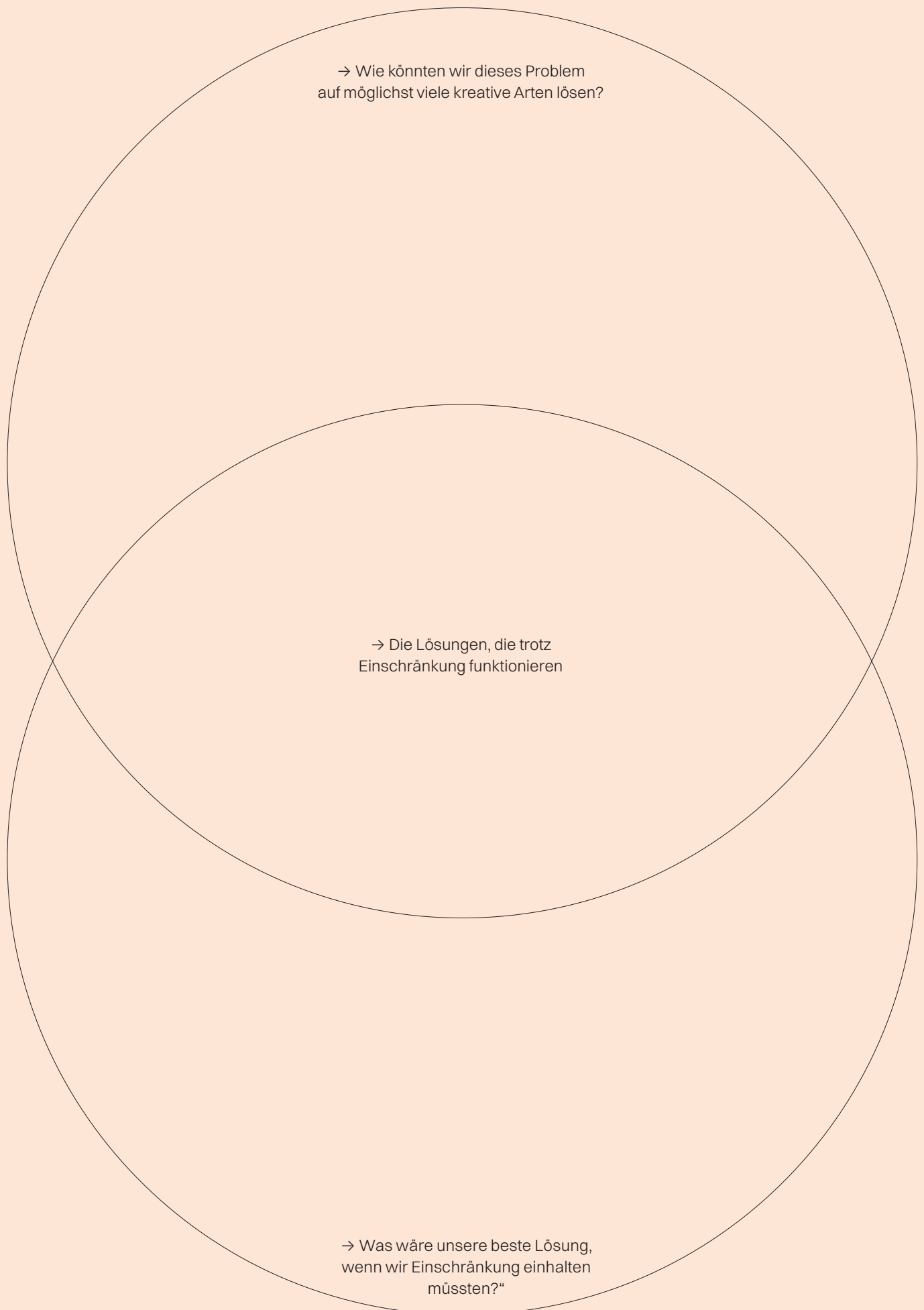
Welche funktionieren überraschend gut?

Welche eröffnen neue Wege?

Nutzt die stärksten Ideen für die weitere Entwicklung:

Die Constraint-Ideen sind oft besonders klar und innovativ.





- Was ist
Lego Serious Play?

Eine Methode, bei der Teilnehmende ihre Gedanken, Ideen oder Visionen mit Lego bauen. Das Modell dient als Ausgangspunkt für Dialog, Reflexion und gemeinsames Verständnis.

Impuls: Wie könnten wir unsere Idee greifbar machen, ohne Worte zu benutzen?

Projektstufe: Teamdialog

Schwierigkeitsgrad: ●●●○○

Aufwendigkeitsgrad: ●●●●●○

Kostenpunkt: intensiver

→ Team | 30–60 Minuten | Lego-Sets,
Tischfläche und Moderation

So geht's →

Baut ein eigenes Modell zu eurer Fragestellung:
Lasst eure Hände arbeiten – einfach losbauen.

Nutzt Lego-Elemente als Symbole:
Figuren können Menschen sein, Steine können
Abläufe oder Gefühle darstellen.

Erklärt euer Modell der Gruppe:
Was bedeutet welches Element? Was wollt ihr damit
ausdrücken?

Hört euch die Modelle der anderen an:
So entsteht ein gemeinsames Verständnis der
Situation oder Idee.

Leitet gemeinsam neue Erkenntnisse ab:
Welche Muster, Chancen oder Überraschungen
zeigen sich in den Modellen?



→ Baue eine mögliche Lösung als Modell - so, dass ihre wichtigsten Elemente erkennbar werden.

Name:

Titel:

Beschreibung deines Modells:

- Was ist die Provokationsmethode?

Eine Kreativtechnik, die durch absurde, extreme oder bewusst falsche Aussagen neue Denkwege öffnet. Durch die Provokation entstehen ungewohnte Perspektiven und mutige Ideen.

Impuls: Was passiert, wenn wir das Gegenteil von dem annehmen, was normalerweise gilt?

Projektstufe: Perspektiven wechsel

Schwierigkeitsgrad: ●●●○○

Aufwendigkeitsgrad: ●●○○○

Kostenpunkt: niedrig

→ Einzel oder Team | 15–30 Minuten |

Template (Ausgedruckt), Stifte eben-

falls digitale Tools möglich

So geht's →

Startet mit einer provokativen Aussage:

Etwa: „Was wäre, wenn Nutzer nie wieder klicken dürften?“

Nehmt die Aussage ernst:

Auch wenn sie absurd ist – tut so, als wäre sie wahr.

Leitet daraus neue Ideen ab:

Welche Lösungen wären nötig? Was verändert sich radikal?

Verlasst die Provokation wieder:

Kehre zur Realität zurück und prüft: Welche Ansätze funktionieren auch normal?

Nutzt die besten Ideen weiter:

Provokationen bringen oft mutige, ungewohnte Ideen hervor.

Prompts, die Ergebnisse verbessern

Mach provokante Aussagen zum Thema: Thema:

[z. B. „Schule der Zukunft“]

Bitte erfinde 3 extreme oder absurde Aussagen, die bestehende Denkmuster infrage stellen – auch wenn sie unrealistisch oder unpopulär wirken. Ziel ist es, neue Ideen zu provozieren.



→ Was wäre, wenn?

Abgeleitete Ideen

prototype

- In der Phase *Prototype & Testing* nimmt die Idee erstmals eine konkrete Form an. Jetzt geht es darum, Gedanken sichtbar, greifbar und erlebbar zu machen – nicht perfekt, sondern schnell. Ein Prototyp dient nicht dazu, das Endprodukt darzustellen, sondern eine Annahme zu testen: Wie reagieren Menschen darauf? Was verstehen sie? Was irritiert? Welche Erwartungen bringen sie mit? Ein Prototyp kann vieles sein: eine Skizze, ein Klickmodell, ein Rollenspiel oder eine simulierte Funktion. Methoden wie Wizard of Oz, Role Play oder Think Aloud Testing helfen dabei, die Idee in unterschiedliche Situationen zu bringen und zu beobachten, wie Nutzer:innen mit ihr umgehen. Oft reichen einfache Mittel aus, um wertvolles Feedback zu bekommen.

In dieser Phase zeigt sich, wie hilfreich es ist, früh zu testen: Fehler werden sichtbar, bevor sie teuer werden und Stärken treten klarer hervor. Tests laden dazu ein, Fragen zu stellen, zuzuhören und das Geschehen mit offenen Augen zu betrachten. Nutzer:innen zeigen oft intuitiv, was ihnen hilft und was sie blockiert – selbst dann, wenn sie es nicht bewusst in Worte fassen können. Gleichzeitig ist diese Phase ein Moment des Lernens. Ein Prototyp soll nicht bestätigen, dass man recht hatte, sondern aufdecken, was noch fehlt. Jede Rückmeldung, ob unerwartet oder eindeutig, hilft dabei, die Idee weiterzuentwickeln. Kleine Iterationen führen Schritt für Schritt zu einer Lösung, die besser passt und näher an den tatsächlichen Bedürfnissen der Menschen liegt.

Am Ende dieser Phase entsteht ein klareres Bild davon, welche Richtung weiter verfolgt werden sollte. Manche Ideen werden verworfen, andere geschärft, wieder andere völlig neu gedacht. Der Prototyp ist damit weniger ein Produkt als ein Werkzeug: ein Mittel, um Erkenntnisse zu gewinnen, Risiken zu minimieren und die Idee in die richtige Form zu bringen.

(16) **Think Aloud Testing:** Nutzer:innen sprechen während des Ablaufs laut mit, wodurch Denkprozesse transparent werden.

(17) **Wizard of Oz:** Noch nicht entwickelte Funktionen werden durch Menschen simuliert, um frühes Feedback im Team zu ermöglichen.

(18) **Role Play:** Nutzererfahrungen werden in Szenarien nachgespielt, um Empathie und Verständnis zu vertiefen.

(19) **Customer Journey Walkthrough:** Die gesamte Nutzerreise wird gemeinsam durchlaufen, um Schwachstellen und Potenziale zu erkennen.

(20) **A/B Testing:** Zwei Varianten werden parallel getestet, um evidenzbasiert die bessere Lösung zu ermitteln.

- Was ist Think Aloud Testing?

Beim Think Aloud Test nutzen Personen ein Produkt oder einen Prototypen und sprechen dabei ihre Gedanken laut aus. So werden Denkprozesse, Erwartungen und Frustrationen sichtbar.

Impuls: Sag einfach alles laut, was dir während der Nutzung durch den Kopf geht – egal, wie banal oder spontan.

Projektstufe: Nutzerverständnis
Schwierigkeitsgrad: ●●●●○
Aufwendigkeitsgrad: ●●●●○
Kostenpunkt: niedrig

→ Einzeltest mit Beobachter:innen |
20–40 Minuten | Prototyp, Aufnahme-
gerät und Beobachtungsbogen

So geht's →

Bereitet eine Aufgabe vor:

Überlegt euch, was die Testperson im Prototyp tun soll, zum Beispiel etwas finden, etwas buchen oder etwas ausprobieren.

Erklärt die Methode kurz:

Sagt der Person, dass sie während des Tests laut sagen soll, was sie denkt – völlig ohne Filter.

Lasst die Person den Prototyp nutzen:

Greift nicht ein. Schaut nur zu und hört aufmerksam zu.

Notiert alles Wichtige:

Schreibt auf, was leicht, schwierig, verwirrend oder überraschend war.

Sprecht danach gemeinsam darüber:

Fragt nach offenen Punkten und klärt Missverständnisse, aber erst nach dem Test.



→ Step eins: Beobachtetes Verhalten
Was tut die Testperson tatsächlich?

→ Step zwei: Laut ausgesprochene Gedanken
Was sagt die Person während der Nutzung?

→ Step drei: Abgeleitete Erkenntnisse / Pain Points
Was bedeutet das für das Verständnis, die Usability oder die nächste Iteration?

- Was ist Wizard Of Oz?

Eine Methode, bei der die Nutzer:innen glauben, mit einer echten Funktion zu interagieren, während diese im Hintergrund manuell von Personen simuliert wird. So kann man Ideen testen, bevor sie technisch entwickelt sind.

Impuls: Was passiert, wenn wir so tun, als wäre die Funktion echt – was lernen wir dadurch über Erwartungen der Nutzer:innen?

Projektstufe: Funktionsvalidierung
Schwierigkeitsgrad: ●●●●○
Aufwendigkeitsgrad: ●●●●○
Kostenpunkt: intensiv

→ Team | 30–60 Minuten | Interface-Attrappe, Laptop/Tablet, Operator im Hintergrund und Template (Ausgedruckt)

So geht's →

Legt fest, welche Funktion ihr simuliert:

Zum Beispiel ein Chatbot, eine Empfehlung oder ein automatischer Prozess.

Bereitet das sichtbare Interface vor:

Das kann eine Skizze, ein Klickdummy oder eine einfache Oberfläche sein.

Simuliert die Funktion im Hintergrund:

Eine Person im Team übernimmt den „Wizard“ und reagiert manuell auf Eingaben – die Testperson merkt nichts davon.

Lasst die Nutzer:in interagieren:

Beobachtet, was sie erwartet und wie sie sich verhält.

Haltet eure Erkenntnisse fest:

Welche Reaktionen zeigen Hinweise auf Bedürfnisse, Verständnis oder Erwartungen?

Prompts, die Ergebnisse verbessern



Ich entwickle einen Wizard-of-Oz-Prototyp für folgenden Service: Kontext: [z. B. „ein KI-gestützter Sprachassistent für psychische Gesundheit“]

Bitte simuliere Antworten des Systems, wenn ein:e Nutzer:in Folgendes sagt: [z. B. „Ich habe gerade eine Panikattacke“] Antworte empathisch, als wärst du der Assistent.

→ Was soll für die Nutzer:in wie eine echte Funktion wirken?
(Welche Aufgabe oder Interaktion wird simuliert?)

→ Was sieht oder macht die Nutzer:in während des Tests?
(Wie sieht das sichtbare Interface aus? Welche Schritte führt die Person aus?)

→ Was passiert hinter den Kulissen, damit die Simulation funktioniert?
(Welche Aktionen übernimmt der „Wizard“ unsichtbar?
Welche Eingaben/Antworten werden manuell gesteuert?)

→ Was lernen wir aus der Reaktion der Nutzer:in auf die Simulation?
(Welche Erwartungen, Missverständnisse, Wünsche oder
Überraschungen traten auf?)

- Was ist Role Play?

Ein Szenario wird nachgestellt, um Situationen, Emotionen, Bedürfnisse oder Pain Points realistisch erlebbar zu machen. Das stärkt Empathie und lässt Serviceideen konkret werden.

Impuls: Wie fühlt es sich an, in diese Situation einzutauchen und was zeigt sich, das wir vorher nicht gesehen haben?

Projektstufe: Nutzerverständnis
Schwierigkeitsgrad: ●●●●○
Aufwendigkeitsgrad: ●●●●●
Kostenpunkt: intensiv

→ Team | 20–40 Minuten | Rollenbeschreibungen, Raum für Bewegung, Requisiten optional und Template (Ausgedruckt)

So geht's →

Wählt eine typische Situation aus:

Zum Beispiel ein Gespräch, eine Beratungsstelle oder ein Nutzungsmoment.

Teilt die Rollen auf:

Eine Person spielt die Nutzer:in, eine Person spielt die andere Seite – oder ihr arbeitet in Gruppen.

Stellt die Szene nach:

Spielt den Ablauf durch, als wäre er echt – ohne zu stoppen.

Beobachtet, was passiert:

Achtet auf Emotionen, Reibungen, Missverständnisse oder positive Momente.

Sprecht danach über eure Eindrücke:

Was hat sich gut angefühlt? Was hat gestört?

Was wurde deutlich sichtbar?

Prompts, die Ergebnisse verbessern

Übernimm bitte die Rolle von: Rolle: [z. B. „eine Mutter mit wenig Zeit, die eine neue Kita-App ausprobiert“]

Ich werde dir Fragen stellen oder Funktionen beschreiben, und du reagierst so, wie die echte Person es wahrscheinlich tun würde.



Wie erlebt die Nutzer:in diese Situation Schritt für Schritt – und wo entstehen Hürden?

Erstellt einige Szenarien und beachtet die möglichen Hürden.

→ Was passiert in dieser Szene?	→ Was passiert in dieser Szene?	→ Was passiert in dieser Szene?
<i>Person, Requisiten und Emotionen</i>	<i>Person, Requisiten und Emotionen</i>	<i>Person, Requisiten und Emotionen</i>
→ Was passiert in dieser Szene?	→ Was passiert in dieser Szene?	→ Was passiert in dieser Szene?
<i>Person, Requisiten und Emotionen</i>	<i>Person, Requisiten und Emotionen</i>	<i>Person, Requisiten und Emotionen</i>

- Was ist Customer Journey Walkthrough?

Die gesamte Nutzungserfahrung wird Schritt für Schritt durchlaufen – aus Sicht der Nutzer:innen. Dabei werden Berührungspunkte, Schwächen und Chancen sichtbar.

Impuls: Was erlebt ein Mensch wirklich – von Anfang bis Ende – und wo verlieren wir sie unterwegs?

Projektstufe: Nutzerverhalten
Schwierigkeitsgrad: ●●●○○
Aufwendigkeitsgrad: ●●○○○
Kostenpunkt: niedrig

→ Team | 30–60 Minuten | Journey-Map, Post-its und Marker

So geht's →

Legt eine konkrete Nutzerreise fest:

Zum Beispiel: Vom ersten Interesse bis zur Buchung.

Geht die Reise Schritt für Schritt durch:

Versetzt euch in die Rolle der Nutzer:innen und erlebt die Journey wirklich.

Notiert Gefühle, Fragen und Hindernisse:

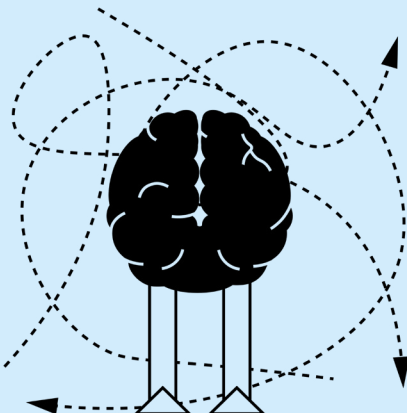
Was ist verwirrend? Was ist angenehm? Wo hakt es?

Markiert wichtige Momente:

Besonders die Stellen, an denen Nutzer:innen frustriert oder unsicher werden.

Leitet daraus Verbesserungen ab:

Welche Änderungen würden die Reise einfacher, klarer oder angenehmer machen?



	Bewusstsein	Erwägung	Entscheidung	Kaufentscheidung	Nutzung danach
Touchpoints					
Nutzerverhalten					
Nutzeremotion					
Nutzerbedürfnis					
Schmerzpunkt					
Chance					

- Was ist A/B testing?

Zwei Varianten einer Lösung (A und B) werden parallel getestet, um datenbasiert herauszufinden, welche besser funktioniert – z. B. im Verhalten.

Impuls: Welche Variante führt wirklich zu besseren Ergebnissen – und warum?

Projektstufe: Nutzerverhalten
 Schwierigkeitsgrad: ●●●●●
 Aufwendigkeitsgrad: ●●●●●
 Kostenpunkt: intensiv

→ Team oder Einzelanalyse | 45–120 Minuten (je nach Setup) | Zwei Varianten, Tracking, Zielmetriken und Template

So geht's →

Wählt zwei Varianten einer Idee:

Variante A und Variante B unterscheiden sich nur in einem klaren Punkt.

Bestimmt, wie ihr Erfolg messen wollt:

Zum Beispiel Klicks, Zeitersparnis, Verständnis oder Abschlussrate.

Zeigt jeder Person nur eine Variante:

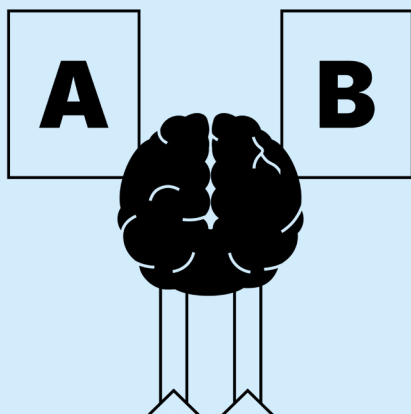
So bleibt der Vergleich fair und unbelastet.

Sammelt die Ergebnisse:

Notiert, welche Variante besser funktioniert – und warum.

Entscheidet euch für den Gewinner:

Die bessere Version wird weiterentwickelt oder erneut getestet.



Produkt A

Produkt B

→ Welche Nutzerreaktion erwarten wir von dieser Variante?	→ Welche Nutzerreaktion erwarten wir von dieser Variante?
→ Was verändert diese Variante konkret am Nutzererlebnis?	→ Was verändert diese Variante konkret am Nutzererlebnis?
→ Welche Risiken oder Nebenwirkungen bringt diese Variante mit sich?	→ Welche Risiken oder Nebenwirkungen bringt diese Variante mit sich?
→ Welche Entscheidung würde die Nutzer:innen schneller ans Ziel bringen?	→ Welche Entscheidung würde die Nutzer:innen schneller ans Ziel bringen?

evaluierung

- Die Phase *Evaluierung* bildet den Moment, in dem ein Projekt innehalten darf. Hier wird nicht mehr erzeugt, gebaut oder gesammelt – sondern reflektiert. Es ist der Schritt, in dem Teams bewusst zurückschauen, um zu verstehen, was sie gelernt haben, wie gut ihre Lösung funktioniert und welche nächsten Schritte sinnvoll sind.

Im Mittelpunkt steht die Frage: Was bedeutet das, was wir herausgefunden haben, für unsere Lösung? Dazu werden Prototypen, Nutzerfeedback, Entscheidungen und Prozesse erneut betrachtet – allerdings mit dem Ziel, daraus Orientierung zu gewinnen. Methoden wie die Design Critique, das Feedback Grid oder der Success Criteria Check helfen dabei, Erkenntnisse zu sortieren, Stärken sichtbar zu machen und Schwachstellen klar zu benennen. Evaluierung bedeutet auch, mutig zu sein: zu erkennen, was funktioniert, aber auch ehrlich auszusprechen, was noch nicht trägt. Im besten Fall entsteht hier eine offene Gesprächskultur, in der Fehler nicht als Rückschritt gelten, sondern als wertvolle Hinweise für Verbesserungen. Die Methode Failure Mapping macht das besonders deutlich: Sie zeigt, dass das frühzeitige Erkennen möglicher Risiken ein Teil des Erfolgs ist.

Diese Phase schafft Transparenz. Sie macht sichtbar, welche Annahmen bestätigt wurden, welche Anpassungen notwendig sind und wo sich Chancen ergeben. Die Ergebnisse dienen nicht nur dem aktuellen Projekt, sondern stärken langfristig die Fähigkeit des Teams, reflektiert und bewusst zu arbeiten. Am Ende der Evaluierung entsteht eine Art Wegweiser: ein klares Bild davon, wie es weitergeht – ob eine Lösung verfeinert, ein Prototyp überarbeitet oder ein neuer Ansatz verfolgt werden sollte. Die Phase sorgt dafür, dass Entscheidungen nicht aus dem Bauch heraus getroffen werden, sondern auf einer fundierten Grundlage stehen.

Design Critique: Gemeinsam wird reflektiert, was gut lief und was verbessert werden kann – mit Fokus auf Lernen, nicht Bewertung.

Feedback Grid: Nutzerfeedback wird strukturiert in Pluspunkte, Schwächen, Fragen und Überraschungen aufgeteilt.

Dot Voting: Ideen oder Erkenntnisse werden gemeinsam priorisiert – schnell, transparent und teamorientiert.

Success Criteria Check: Die Lösung wird systematisch gegen zuvor definierte Erfolgskriterien geprüft.

Failure Mapping: Durch das bewusste Durchspielen von Misserfolgen werden Risiken frühzeitig erkannt und adressiert.

- Was ist Design Critique?

In einer strukturierten Reflexion betrachtet das Team gemeinsam, was gut funktioniert hat, was verbessert werden sollte und welche Learnings für den nächsten Schritt wichtig sind. Fokus liegt auf Lernen, nicht auf Bewertung.

Impuls: Was hat uns wirklich weitergebracht – und wo liegen die größten Lernchancen?

Projektstufe: Reflektieren

Schwierigkeitsgrad: ●●○○○

Aufwendigkeitsgrad: ●●○○○

Kostenpunkt: niedrig

→ Team | 30–60 Minuten | Template

(Ausgedruckt), Stifte ebenfalls digitale

Tools möglich

So geht's →

Schafft einen sicheren Rahmen:

Erinnert alle daran, dass es nicht um Bewertung geht, sondern ums gemeinsame Lernen.

Sammelt, was gut funktioniert hat:

Welche Schritte, Ideen oder Lösungen haben euch weitergebracht?

Sprecht über die Dinge, die schwierig waren

Was hat gestört, gebremst oder zu Missverständnissen geführt?

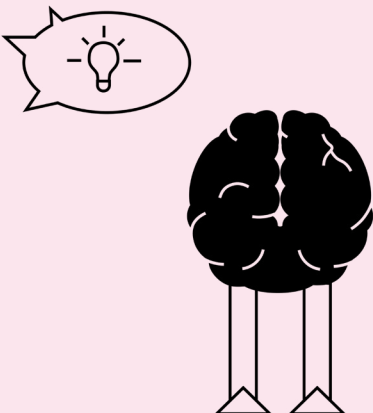
Leitet klare Learnings ab:

Was habt ihr aus diesem Prozess mitgenommen?

Welche Einsichten wollt ihr behalten?

Plant konkrete Verbesserungen:

Was macht ihr beim nächsten Mal anders, einfacher oder klarer?



1. Was lief gut?

Was hat gut funktioniert und sollte beibehalten werden?

2. Was lief nicht sonderlich gut?

Was hat nicht funktioniert oder war hinderlich?

3. Was haben wir daraus gelernt?

Was hat gut funktioniert und sollte beibehalten werden?

4. Was möchten wir optimieren?

Welche Anpassungen nehmen wir konkret vor?

- Was ist Feedback Grid?

Eine einfache und klare Struktur, um Nutzerfeedback nach einem Test zu bündeln: + (Positives), - (Wünsche), ? (Fragen) und ! (Aha-Momente/Überraschungen).

Impuls: Was genau haben Nutzer:innen erlebt – und was sagt uns ihr Feedback über die nächsten Schritte?

Projektstufe: Reflektieren
 Schwierigkeitsgrad: ●○○○○
 Aufwendigkeitsgrad: ●○○○○
 Kostenpunkt: niedrig

→ Team | 15–30 Minuten | Grid-Template,
 Notizen aus Tests ebenfalls digitale
 Tools möglich

So geht's →

Holt das gesamte Nutzerfeedback zusammen:
 Zitate, Beobachtungen, Kommentare – alles ist wertvoll.

Sortiert das Feedback in vier Bereiche:

Was war positiv? Was war negativ? Welche Fragen gab es? Was hat überrascht?

Sucht Muster in den vier Feldern:

Welche Themen tauchen immer wieder auf?

Sprecht über die Bedeutung dieser Muster:

Was erzählen sie euch über die Nutzer:innen und die Lösung?

Leitet nächste Schritte daraus ab:

Welche Punkte setzt ihr sofort um? Welche braucht mehr Zeit?



1. Begeisterungen

Dinge die dem User gefallen haben oder es wert wäre weiterzuverfolgen?

2. Wünsche

Welche konstruktive Wünsche wurden getätigt?

3. Fragen

Welche Fragen sind aufgetaucht und müssen geklärt werden?

4. Idee

Welche Ideen sind während des Prozess eingefallen?

- Was ist Dot Voting?

Beim Punktabstimmen markieren Personen die Ideen oder Erkenntnisse, die aus ihrer Sicht am wichtigsten sind. Schnell, klar, transparent.

Impuls: Welche Ideen oder Erkenntnisse bringen uns wirklich weiter?

Projektstufe: Priorisieren

Schwierigkeitsgrad: ●○○○○

Aufwendigkeitsgrad: ●●○○○

Kostenpunkt: niedrig

→ Team | 5–15 Minuten | Stickerpunkte und Template oder Board/Plakate

So geht's →

Legt alle Ideen oder Erkenntnisse offen auf den Tisch:

So sieht jede Person die gleiche Auswahl.

Gibt jeder Person eine feste Anzahl Punkte:

Zum Beispiel drei oder fünf Klebepunkte.

Lasst alle unabhängig voneinander abstimmen:

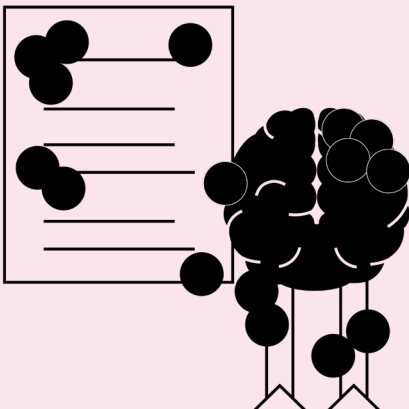
Jede Person verteilt ihre Punkte auf die Ideen, die sie am wichtigsten findet.

Schaut euch das Ergebnis gemeinsam an:

Welche Ideen führen? Wo gibt es klare Favoriten?

Trefft eine Entscheidung:

Die bestbewerteten Ideen gehen als Nächstes in die Umsetzung oder ins Testen.



→ Welche Option hat aus deiner Sicht den größten Nutzen für unsere Nutzer:innen?

Option 1	Option 2	Option 3	Option 4
Option 5	Option 6	Option 7	Option 8
Option 9	Option 10	Option 11	Option 12
Option 13	Option 14	Option 15	Option 16
Option 17	Option 18	Option 19	Option 20

- Was ist Success Criteria Check?

Die Lösung wird systematisch gegen zuvor festgelegte Erfolgskriterien getestet. So entsteht eine objektive Einschätzung, ob die Lösung bereit ist.

Impuls: Erfüllt unsere Lösung wirklich das, was wir anfangs versprochen haben?

Projektstufe: Reflektieren
 Schwierigkeitsgrad: ●●●○○
 Aufwendigkeitsgrad: ●●●●○
 Kostenpunkt: intensiv

→ Team | 20–40 Minuten | Kriterienliste, Prototyp/Testdaten und Fragebogen

So geht's →

Ruft euch eure Erfolgskriterien ins Gedächtnis:
 Was muss die Lösung unbedingt erfüllen?

Geht die Kriterien eines nach dem anderen durch:
 Vergleicht eure Lösung ehrlich mit euren Erwartungen.

Markiert, was erfüllt ist – und was nicht:
 So entsteht ein klares Bild eurer Stärken und Lücken.

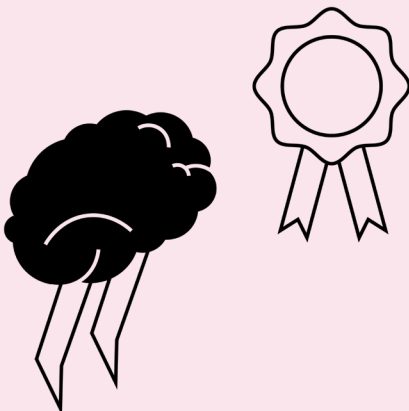
Diskutiert die offenen Punkte:
 Welche Kriterien fehlen noch? Welche sind besonders wichtig?

Leitet konkrete Anpassungen ab:
 Was verbessert ihr als Nächstes, damit die Lösung wirklich erfolgreich wird?

Prompts, die Ergebnisse verbessern

Ich möchte Erfolgskriterien für mein Projekt formulieren.
 Projektidee: [Kurzbeschreibung]

Bitte gib mir 5 Kriterien, anhand derer ich später überprüfen kann, ob mein Konzept erfolgreich ist.



→ Formuliere klare Erfolgskriterien, indem du dir überlegst, woran wir erkennen, dass unsere Lösung funktioniert – aus Sicht der Nutzer:innen, des Teams und des Projekts.

- Was ist Failure Mapping?

Ein bewusstes Durchspielen möglicher Fehler, Risiken oder Brüche im Prozess oder Produkt. Das hilft, Schwachstellen früh zu eliminieren.

Impuls: Wenn unsere Lösung scheitert – warum genau passiert es?

Projektstufe: Risikennalyse
 Schwierigkeitsgrad: ●●●○○
 Aufwendigkeitsgrad: ●●○○○
 Kostenpunkt: niedrig

→ Team | 30–60 Minuten | Template
 (Ausgedruckt) und Stifte

So geht's →

Zeichnet eure Lösung oder euren Prozess auf:
 Ganz einfach als Ablauf oder Karte – es muss nicht schön sein.

Überlegt gemeinsam: Was könnte hier schiefgehen?:
 Sammelt mögliche Risiken, Fehler und Stolpersteine.

Ordnet diese Risiken in einer Mindmap:
 Welche Ursachen gibt es? Welche Folgen könnten entstehen?

Markiert die kritischsten Risiken:
 Wo wäre der Schaden am größten oder der Einfluss am stärksten?

Entwickelt Gegenmaßnahmen:
 Was könnt ihr tun, um die Risiken zu vermeiden oder abzufedern?

Prompts, die Ergebnisse verbessern

Ich arbeite an folgendem Produkt/Service: Projekt:
 [Kurzbeschreibung]

Welche potenziellen Fehler, Schwächen oder negativen Szenarien könnten dabei auftreten?

Bitte nenne konkrete Risiken und mögliche Auswirkungen.



Wer?

Wie?

Wann?

Wo?

Warum?

learnings

- Designmethoden sind essenziell, um innovative und menschenorientierte Lösungen zu entwickeln sowie komplexe Herausforderungen strukturiert zu bearbeiten. Sie helfen dabei, Probleme aus unterschiedlichen Perspektiven zu betrachten und kreative Lösungsansätze zu entwickeln. Ein zentraler Vorteil liegt in der konsequenten Ausrichtung auf die Bedürfnisse und Erfahrungen von Menschen. Durch Methoden wie Beobachtung, Interviews oder Prototyping entstehen Lösungen, die praxisnah, verständlich und alltagstauglich sind.

Darüber hinaus fördern Designmethoden Kreativität und Innovation, indem sie offene Denkprozesse unterstützen und Raum für neue Ideen schaffen. Besonders in interdisziplinären Teams spielen sie eine wichtige Rolle, da sie den Austausch zwischen unterschiedlichen Fachrichtungen erleichtern und verschiedene Perspektiven in den Entwicklungsprozesseinbeziehen. Dadurch entstehen ganzheitlichere und besser nachvollziehbare Ergebnisse.

Ein weiterer Vorteil liegt in der Strukturierung komplexer Problemlösungsprozesse. Designmethoden helfen dabei, auch unklare Fragestellungen in nachvollziehbare Schritte zu überführen. Der iterative Ansatz mit wiederholtem Testen und Anpassen reduziert Risiken und unterstützt eine kontinuierliche Weiterentwicklung von Ideen und Konzepten.

Unternehmen und Organisationen profitieren zusätzlich von einer höheren Anpassungsfähigkeit, da schneller auf Veränderungen und neue Herausforderungen reagiert werden kann. Auch digitale Werkzeuge können den Prozess unterstützen. Tools wie Miro – ein digitales Whiteboard zur gemeinsamen Planung, Visualisierung und Ideenentwicklung – eignen sich besonders für kollaborative Arbeitsprozesse,

die Erstellung von Templates sowie die learnings jointly – playful tools for serious topics 73 Moderation von Workshops. Dadurch entstehen flexible und effiziente Arbeitsabläufe im digitalen und analogen Raum. Insgesamt ermöglichen Designmethoden eine zielgerichtete, kollaborative und effiziente Entwicklung von Produkten, Dienstleistungen und Kommunikationskonzepten. Die Analyse der Methoden zeigt, dass kollaborative Prozesse insbesondere durch eine bewusste Auswahl und Anpassung geeigneter Werkzeuge verbessert werden können. Methoden, die kreatives Denken, strukturierten Austausch und menschenorientierte Perspektiven fördern, erweisen sich dabei als besonders wertvoll für interdisziplinäre Teams.

- Trotz der zahlreichen Vorteile bestehen auch Herausforderungen. Dazu zählen unter anderem der Zeitaufwand, der Bedarf an Ressourcen sowie die Bereitschaft zur Zusammenarbeit innerhalb der Teams. Auch bei guter Vorbereitung können Kommunikationsprobleme zwischen unterschiedlichen Fachrichtungen entstehen.

Deshalb ist eine gezielte Auswahl der Methoden entscheidend, um Prozesse klar und übersichtlich zu gestalten. Zusätzlich müssen Methoden an den jeweiligen Kontext angepasst werden, beispielsweise durch geeignete Templates, digitale Werkzeuge oder eine strukturierte Moderation.

Ein zentraler Aspekt ist die Anpassungsfähigkeit der Methoden an unterschiedliche Projektanforderungen. Digitale Werkzeuge erweitern klassische Ansätze wie Mindmapping oder Brainstorming und ermöglichen deren Nutzung auch in verteilten Teams. Besonders Methoden zur Problemdefinition, etwa Brainwalking oder „How Might We...?“, bilden eine wichtige Grundlage für erfolgreiche Kreativ- und Entscheidungsprozesse. Die Kombination verschiedener Methoden kann die Zusammenarbeit zusätzlich stärken.

Ansätze wie Empathy Map, Journey Map oder Role Playing schaffen tiefere Einblicke in Bedürfnisse und Erfahrungen von Menschen, während strukturierte Bewertungsmethoden dabei helfen, Ideen nachvollziehbar zu priorisieren.

- Die Methoden und Templates wurden zudem in Workshops mit einer Studierendengruppe aus Kommunikationsdesign und Sozialer Arbeit erprobt. Die praktische Anwendung lieferte wichtige Erkenntnisse zur Verständlichkeit, Anwendbarkeit und zur Zusammenarbeit in interdisziplinären Teams und fügt sich damit als logischer Bestandteil in den beschriebenen methodischen Ansatz ein.

Zusammenfassend wird deutlich, dass Designmethoden einen strukturierten und gleichzeitig flexiblen Rahmen für innovative und menschenorientierte Problemlösungen schaffen. Der Design-Thinking-Prozess greift diese Prinzipien auf und unterteilt sie in klar definierte Phasen, von der Analyse über die Problemdefinition bis hin zur Ideenentwicklung, Prototypenerstellung und Evaluation. Durch die iterative Arbeitsweise können Lösungen kontinuierlich überprüft, angepasst und verbessert werden.

Das Jointly Playbook knüpft an diese Ansätze an und überträgt sie in einen praxisorientierten Methodenkatalog für interdisziplinäre Teams im Gesundheitsbereich. Ziel ist es, komplexe Technologien und Fragestellungen verständlich, interaktiv und erfahrbar zu machen. Die modular aufgebauten Methoden fördern kreatives Denken, Perspektivwechsel und kooperative Zusammenarbeit zwischen verschiedenen Fachrichtungen. Ein besonderer Mehrwert liegt in der Verbindung klassischer Designmethoden mit KI-gestützten Promptvorlagen. Diese erleichtern den Einstieg in den Prozess, unterstützen die Ideenentwicklung und helfen dabei, abstrakte Inhalte in konkrete Anwendungsszenarien zu übersetzen. So entsteht ein vielseitiger Werkzeugkasten zur Exploration, Reflexion und Weiterentwicklung von Ideen.

- Im Rahmen des Projekts wurden diese Ansätze auch gestalterisch umgesetzt. Es entstand eine visuelle Identität, die gezielt auf Zugänglichkeit und Sympathie ausgerichtet ist. Ergänzend wurden Illustrationen entwickelt, die Orientierung schaffen und die Vermittlung der Inhalte unterstützen. Zusätzlich wurden eine begleitende Website sowie Instagram-Kanäle konzipiert, um Inhalte zugänglich zu machen und den Austausch zu fördern. Dadurch wird der methodische Ansatz nicht nur theoretisch beschrieben, sondern auch praktisch erfahrbar gemacht. Insgesamt zeigt sich, dass die Kombination aus Design-Thinking, methodischer Vielfalt sowie digitalen und KI-gestützten Werkzeugen neue Möglichkeiten für die Gesundheitskommunikation eröffnet. Trotz bestehender Herausforderungen überwiegen die Vorteile, insbesondere im Hinblick auf Innovation, Zusammenarbeit und die Entwicklung praxisnaher Lösungen.

Wer war an diesem Projekt beteiligt?

Das Projekt wurde von einem interdisziplinären Team aus Kommunikationsdesign, Gesundheitskommunikation und Sozialwissenschaften umgesetzt. Ziel war es, Design-Thinking-Methoden für den Gesundheitsbereich praxisnah aufzubereiten und in ein anwendbares Playbook zu überführen.



**Prof. Anna-Lisa Schönecker |
Fachrichtung Kommunikationsdesign
Professur Informationsdesign**

Institut Designlabor Gutenberg
schoenecker@hs-mainz.de
→ Hochschule Mainz



**Prof. Dr. Judith Lehnart |
Fachbereich Soziale Arbeit und Sozialwissenschaften**

Professur für Psychologie | Sozialwissenschaften
judith.lehnart@kh-mz.de
→ Katholische Hochschule Mainz



Laura-Theresa Barthel |Art Director

Wissenschaftliche Mitarbeiterin
Institut Designlabor Gutenberg
laura.barthel@hs-mainz.de
→ Hochschule Mainz



Hadil Mani | UX / UI

Wissenschaftliche Mitarbeiterin
Institut Designlabor Gutenberg
hadil.mani@hs-mainz.de
→ Hochschule Mainz

Ein Projekt im Transferbündnis
EMPOWER – Innovative Hochschule.

jointly

Gefördert im Rahmen von EMPOWER – Innovative Hochschule, gefördert durch das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF).

Leitung & Herausgabe

Anna-Lisa Schönecker

Design

Laura-Theresa Barthel
& Hadil Mani

Art direction, Text & Layout

Laura-Theresa Barthel

Webdesign, Coding & Illustration

Hadil Mani

Schrift

ES Rebond Grotesque
Switzer

Buchbindung

Buchbinderei Schulz Mainz

Papier

Gmund metallic white 310g/m²
Lessebo Natur 115g/m²

Institut Designlabor Gutenberg

Hochschule Mainz
Lucy-Hillebrand-Straße 2
55128 Mainz

www.designlabor-gutenberg.de

www.jointly-toolkit.com