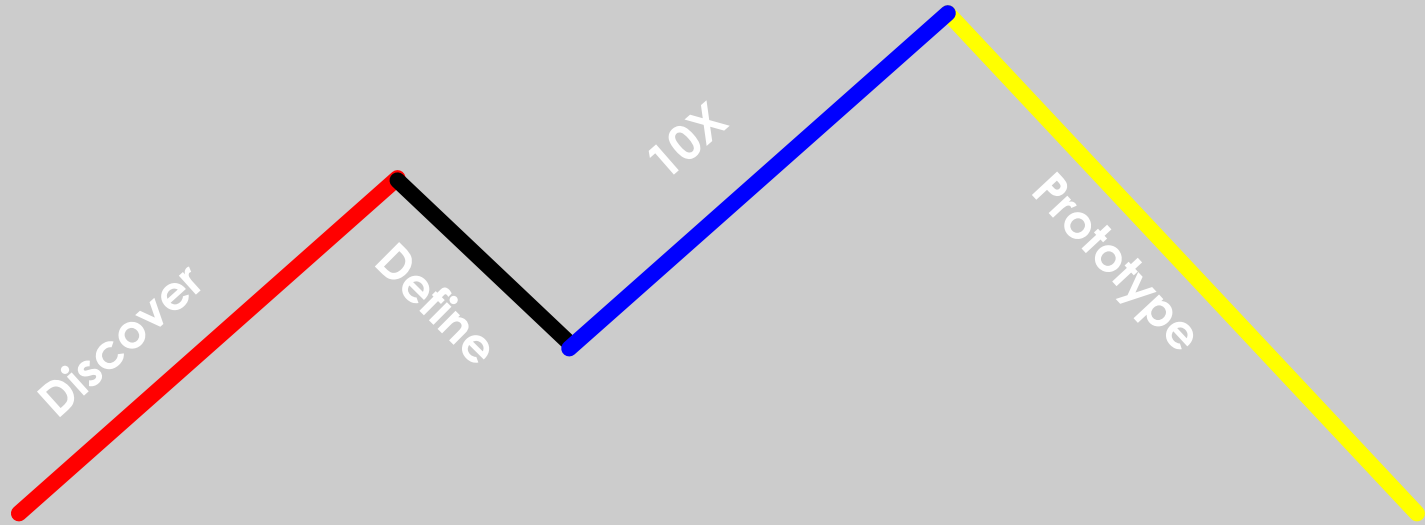


Ideation Session / Design Sprint

Stuttgart, 17.07.2018

Daniel Brown
Cultural Disrupt
#museen2punkt0

MUSEEN 2.0 - MFG STUTTGART



MUSEEN 2.0 - **Vorwort**

Diese Ideation Session / Design Sprint im Rahmen Abschlussveranstaltung Museen 2.0 soll anhand der Praxis zeigen, wie eine der Design-Thinking-Methoden für eure Zwecke eingesetzt werden kann.

Ideations & Design Sprints basieren auf dem Design-Thinking-Mindset, das sehr stark Nutzer- und Problem-zentriert ist.

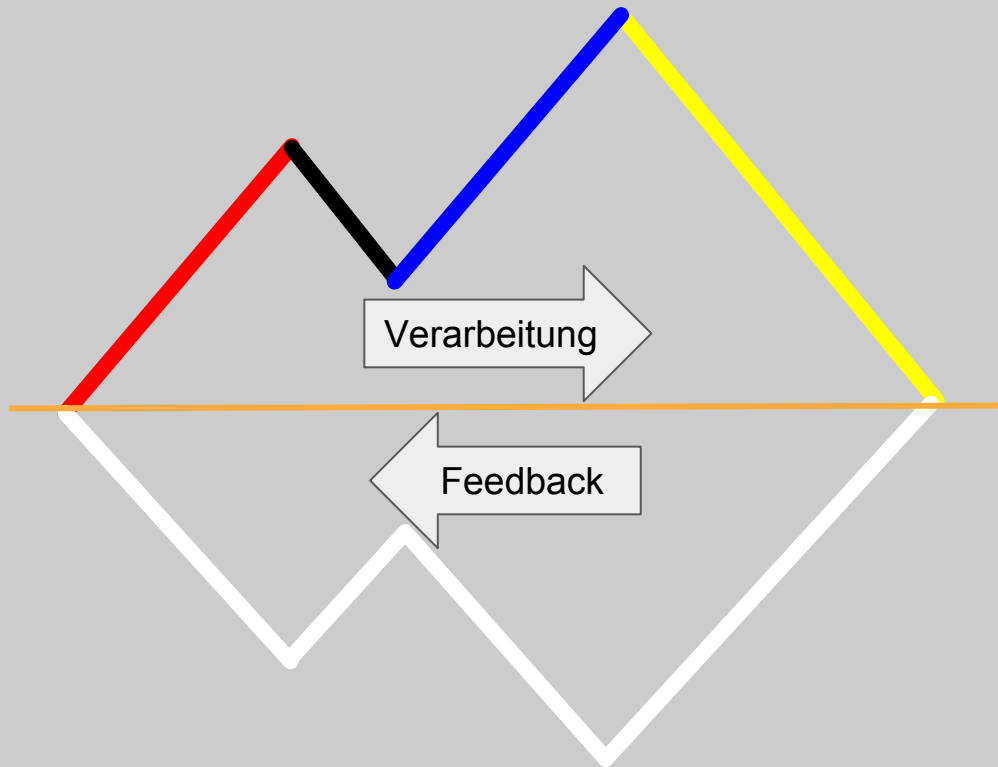
Bekannte Design-Thinking-Ansätze finden sich bei der Stanford d.school, dem Unternehmen IDEO, Google, IBM sowie dem HPI in Potsdam.

Ich hoffe ihr habt viel Spaß dabei, Mindset und Methode für euch zu entdecken.

Und wenn ihr Fragen habt, dann meldet euch!

Daniel Brown
Cultural Disrupt

MUSEEN 2.0 - Design Thinking & Sprints



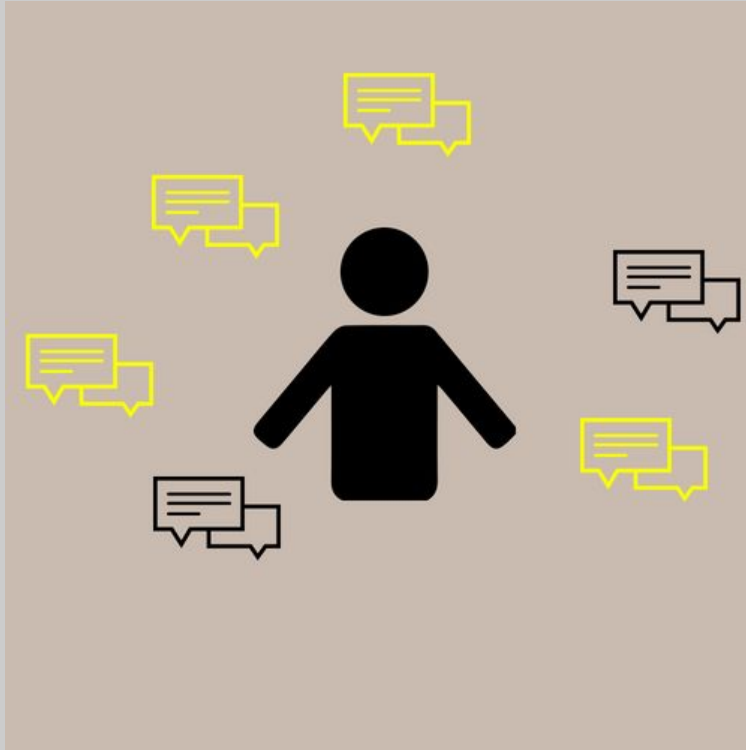
Design Sprints und Design Thinking haben die Probleme der Nutzer und Lösungen für diese Probleme im Fokus.

Anstatt aber lineare Lösungsansätze zu verfolgen, die auf linearem Denken basieren, legen Design Sprints sehr viel Wert auf laterales Denken und Nutzer-Erfahrungen.

Design Thinking hebt die Nutzerzentrierung auf eine andere Stufe. Aus dem Dialog mit den Nutzern und ihren Erfahrungen mit dem Produkt zieht das Design Thinking die notwendigen Informationen, um Produkte und Ideen zu verbessern, aufzugeben oder zu kreieren.

Kurz gefasst: DESIGN THINKING steht niemals still, sondern ist ein fortdauernder Prozess.

MUSEEN 2.0 - Der Sponsor



Viele Firmen orientieren sich in der Entwicklung ihrer Angebote ganz eng an ihren potentiellen oder existierenden Nutzern. IBM, zum Beispiel, setzt für ihre Design-Thinking-Methode den sogenannten ‘Sponsor User’ ein - eine reelle Person, die der Persona, die für das Produkt als Zielgruppe fungiert, am Nächsten kommt und Teil des Sprint-Teams ist.

Aber es gibt nicht nur Sponsor User, sondern auch Themengeber für einen Design Sprint - ich nenne diese immer den “Sponsor”. Der Sponsor bestimmt ein Thema, eine Fragestellung oder eine Problematik, die bearbeitet werden soll.

Thematischer “Sponsor” dieser Ideation war das Badische Landesmuseum aus Karlsruhe mit einer besonderen Fragestellung.

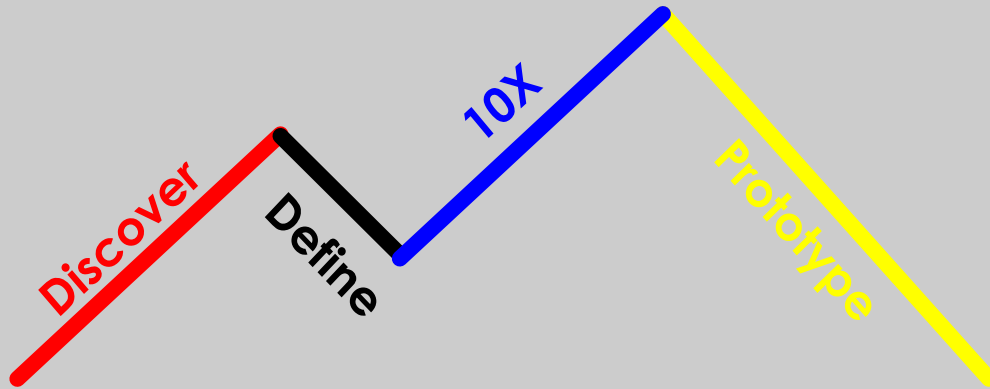
MUSEEN 2.0 - Design Sprint - Das Problem

“Wie können Museen digitale Tools & Anwendungen nutzen, um ihre Objekte in relevante und am Besucher ausgerichtete Erzählungen einzubetten?”

Die Fragestellung des thematischen “Sponsors” ist nicht nur ein Problem des Museums sondern auch des Museumsbesuchers. Deshalb sollen die Teams auch den Perspektivenwechsel vollziehen und sich in beide Rollen versetzen.

Design Thinking nutzt intensive Recherchen wenn es darum geht, die Nutzer zu verstehen. Denn im Design Thinking ist die Erfahrung der Nutzer und ihre Sichtweise richtungsweisend.

MUSEEN 2.0 - Design Sprint - Ablauf



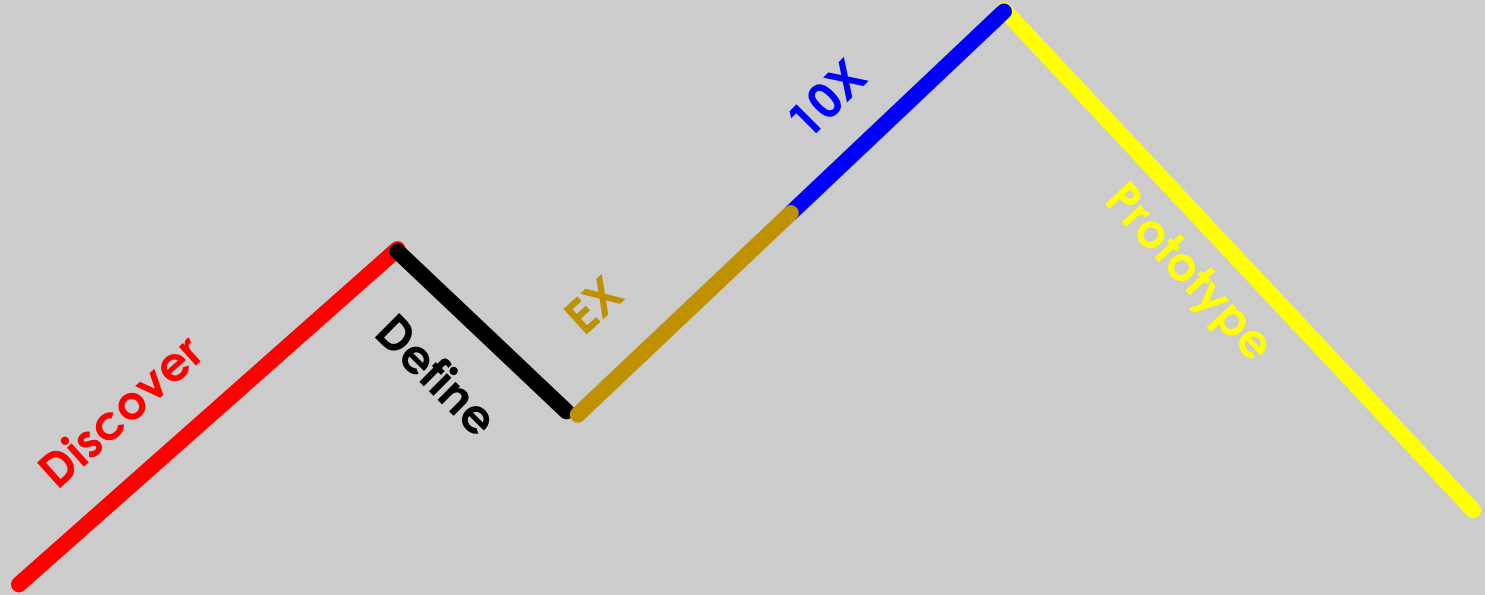
In der Regel werden Design Sprints mit mehreren Tagen Dauer bemessen. Im Schnitt wird jeder Phase ein Arbeitstag zugewiesen; Tag 5 und weitere Wochen stehen dann im Zeichen des Testings mit den Nutzern.

Jeder Design-Thinking-Ansatz und jeder Sprint hat seine eigene Philosophie zu Grunde liegen. Ich nutze hier als Methode einen Google-Ansatz, habe aber auf Wunsch des Badischen Landesmuseums eine weitere Phase integriert. Die Idee hinter der Methode stammt von Travis Neilson, Interaction Designer bei Google, der diesen Ansatz, der in 90 Minuten funktionieren kann, 2016 bei Adobe vorgestellt hat.

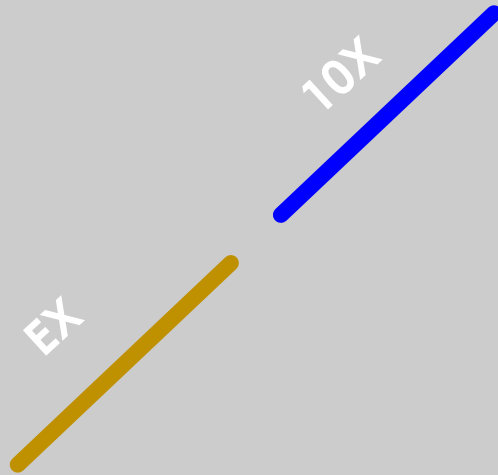
Wichtig für den Sprint sind:

- Interdisziplinäres Team (ausgeruht)
- Genug Raum (Hell, freundlich, gut gelüftet)
- Ausreichendes Material (Liste am Ende der PPT)
- Handys und Laptops aus...

MUSEEN 2.0 - Design Sprint - Modifikation



MUSEEN 2.0 - Design Sprint - Experience (EX)



Abweichend von der Google Design Sprint Methode habe ich auf Wunsch des Sponsors eine weitere Phase vor die “10x” gezogen - die “Experience”-Phase.

In dieser Phase erläutern die einzelnen Design-Teams kurz ihren Denkprozess in den “Discover”- und “Define”-Phasen. So schaffen wir eine Form der Transparenz und auch eine Erklärung für die Auswahl des Themas, mit dem in die “10x”-Phase eingestiegen wird.

Achtung

Diese Phase gehört nicht zur normalen Methode und ihrem Ablauf. Sie wurde auch Wunsch entworfen um die Erfahrungen und Entscheidungen der Teams für alle zugänglich zu machen.

MUSEUM 2.0 - **Sprint-Regeln**

Wichtig für den Sprint sind:

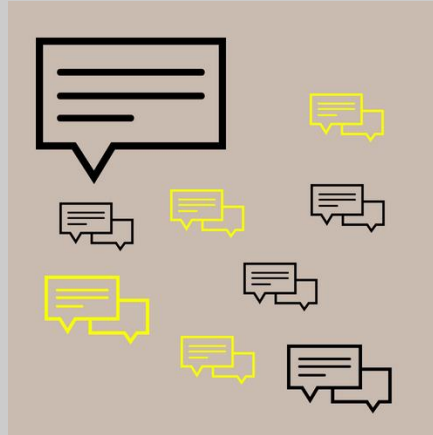
- Interdisziplinäres Team (ausgeruht)
- Genügend Raum (Hell, freundlich, gut gelüftet)
- Ausweichräume für intensivere Phasen
- Ausreichendes Material (Liste am Ende der PPT)
- Snacks und Wasser
- Regelmäßige Pausen
- Handys und Laptops aus...
- Niemals zu lange sitzen :)

MUSEEN 2.0 - Disclaimer

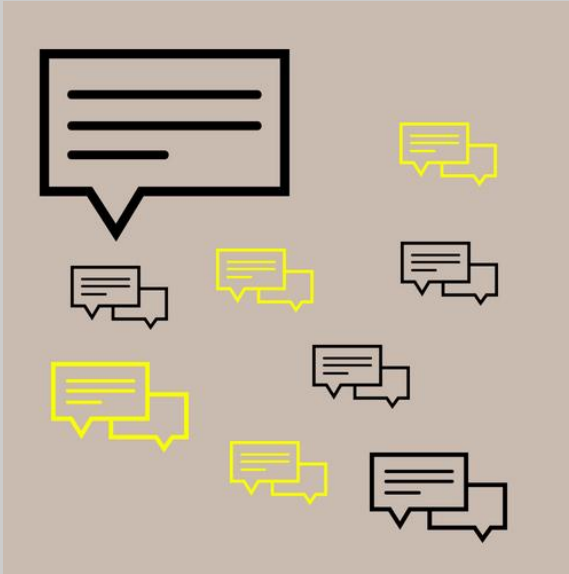
Im Folgenden stelle ich euch den Google Design Sprint vor, den ich im Workshop selber “nur” bis zum ‘10x’ mit euch durchgearbeitet habe.

Ich lasse die “Experience”-Phase bewusst aus, stelle aber noch die “Prototype”-Phase mit an, damit ihr einen kompletten Überblick habt.

MUSEEN 2.0 - Discover



MUSEEN 2.0 - Discover- Regeln



Netter Tip: Es kann sein dass ihr jetzt schon Ideen für mögliche Lösungen habt. Schreibt sie auf und legt sie auf Seite, so dass diese die Phase nicht stören, weil man sich ansonsten darauf fokussiert.

Wenn es darum geht, die Erfahrungen, Probleme und Emotionen der Nutzer zu entdecken ist eine Menge Empathie und Vertrauen notwendig.

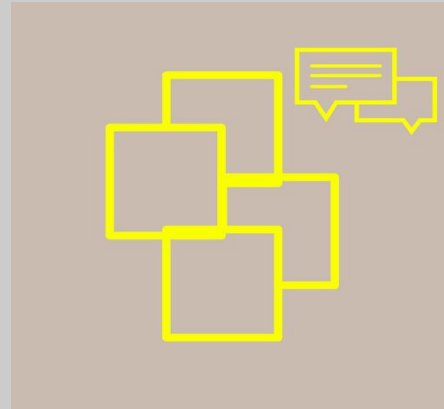
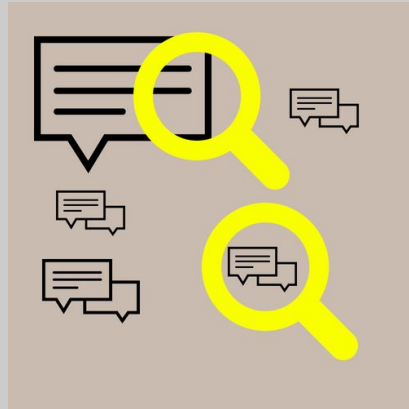
Deshalb soll das Team in dieser Phase den Perspektiven-Wechsel wagen, denn das spezielle Problem dieser Session bezieht sich auf “Museum” und den “Nutzer des Museums”. Versetzt euch in beide Rollen.

Das Team sollte seine Beobachtungen außerdem sofort dokumentieren (Post-Its/Whiteboard)

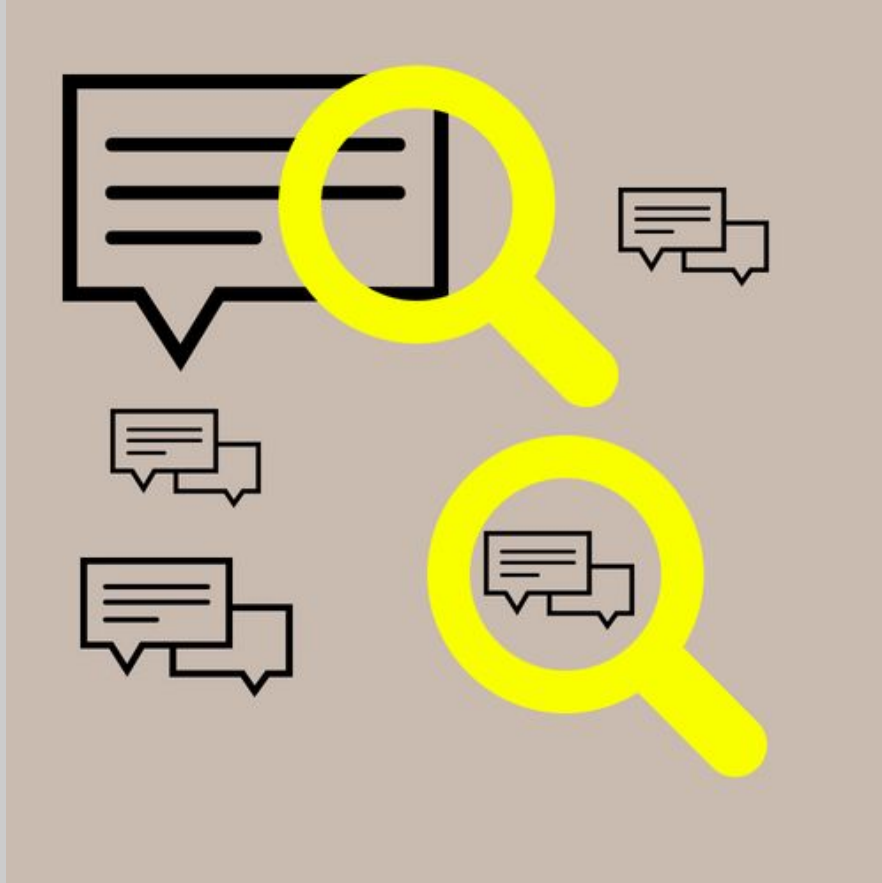
Wichtig: Lasst jeden zu Wort kommen.
Lasst alle ausreden.

Schafft eine freundliche Atmosphäre!
Und setzt euch nicht hin, sondern arbeitet im Stehen... ;)

MUSEEN 2.0 - Define



MUSEEN 2.0 - Definie - **Beobachtungen**

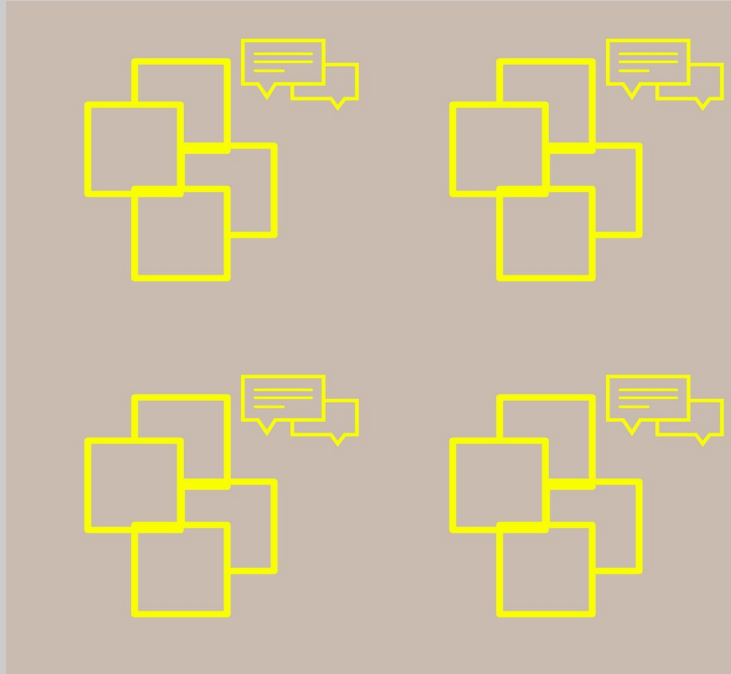


Wenn wir uns die Problemstellung anschauen, uns in die beiden Perspektiven der jeweiligen Nutzer versetzt haben, dann haben wir sehr viele Beobachtungen gemacht - und hoffentlich auch alle aufgeschrieben!

In der “Definieren”-Phase werden diese Beobachtungen zu Themen geclustert und verwandte Themen miteinander verbunden.

Das Ziel ist es, die Beobachtungen verständlich zu gruppieren um am Ende der Phase genau definieren zu können, wo Möglichkeiten, Probleme, mögliche Lösungswege etc. liegen.

MUSEEN 2.0 - Define- Clustern



Netter Tip: Dokumentiert eure Ergebnisse immer mit. Photos sind schnell gemacht. Aber es gibt kein Strg-Z für das Whiteboard ;)

Wenn ihr bei einigen Beobachtungen keinen passenden Cluster oder Themen definieren könnt, dann clustert diese für später separat.

Sobald ihr alle Themen und Cluster angeschaut habt, solltet ihr euch Gedanken machen, welches Bild sich euch bietet.

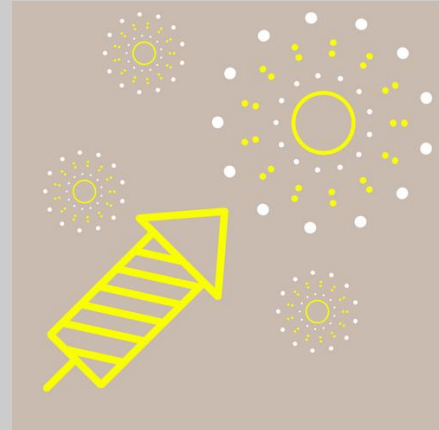
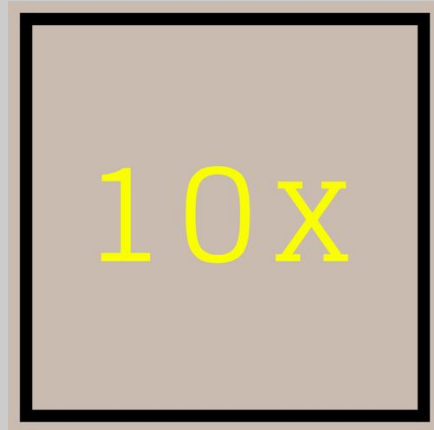
Wo seht ihr Probleme?

Wo seht ihr Möglichkeiten?

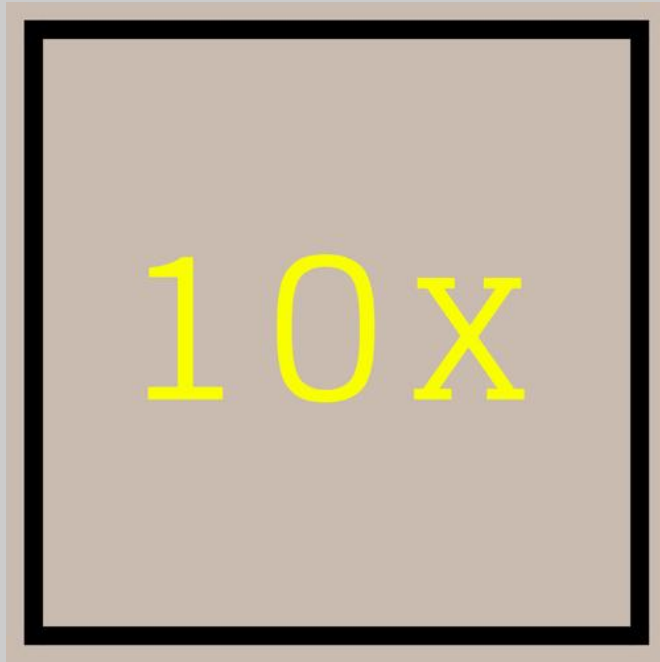
Wo interessante Beobachtungen, die sich später verfolgen lassen?

Auf diesen Erkenntnissen fundiert die nächste Phase!

MUSEEN 2.0 - 10X



MUSEEN 2.0 - 10X - **Let's go crazy**



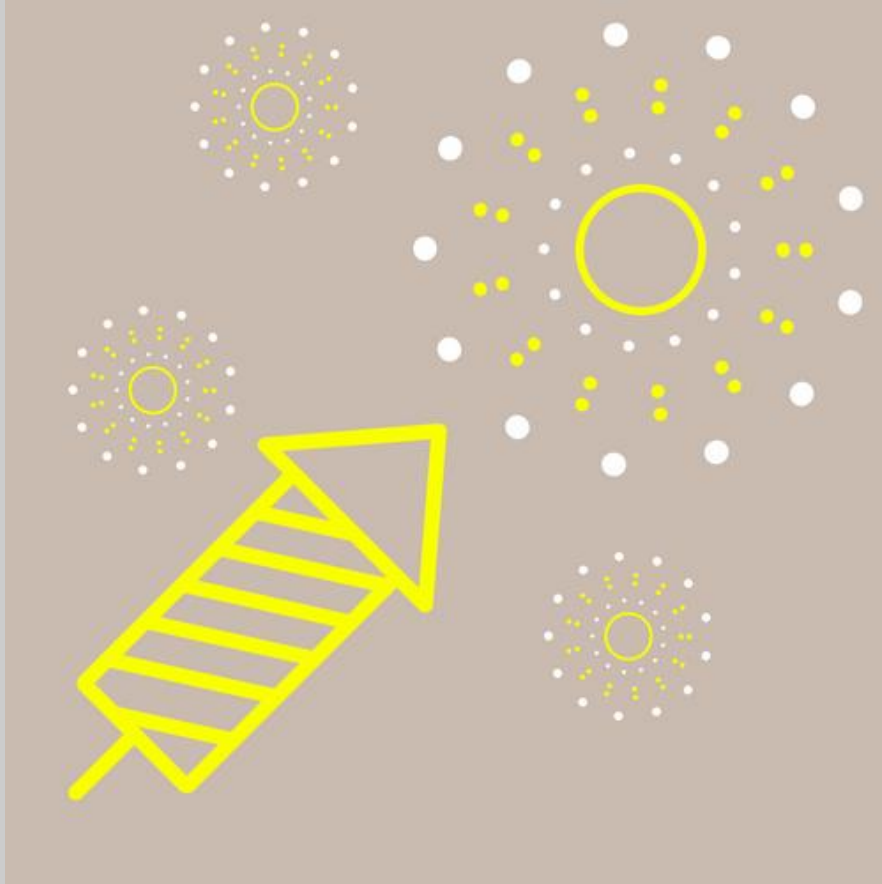
Netter Tip: Stay hydrated! Trinkt immer genügend Wasser und gönnt euch Snacks zwischen den Phasen. Lüftet den Raum regelmäßig und bewegt euch.

Das Motto der “10X”-Phase ist “Anything goes” - das Team hat im letzten Schritt Themen und Cluster und Probleme definiert, jetzt soll es unter strikter Zeitvorgabe Ideen finden.

Die Methode, das Brainstorming, ist bekannt. Hier wird es aber durch die Definitionen aus der vorherigen Phase gesteuert.

Vor dieser Phase intensiver Konzentration sollte sich das Team noch einmal auflockern.

MUSEEN 2.0 - 10X - Regeln



Einige Regeln:

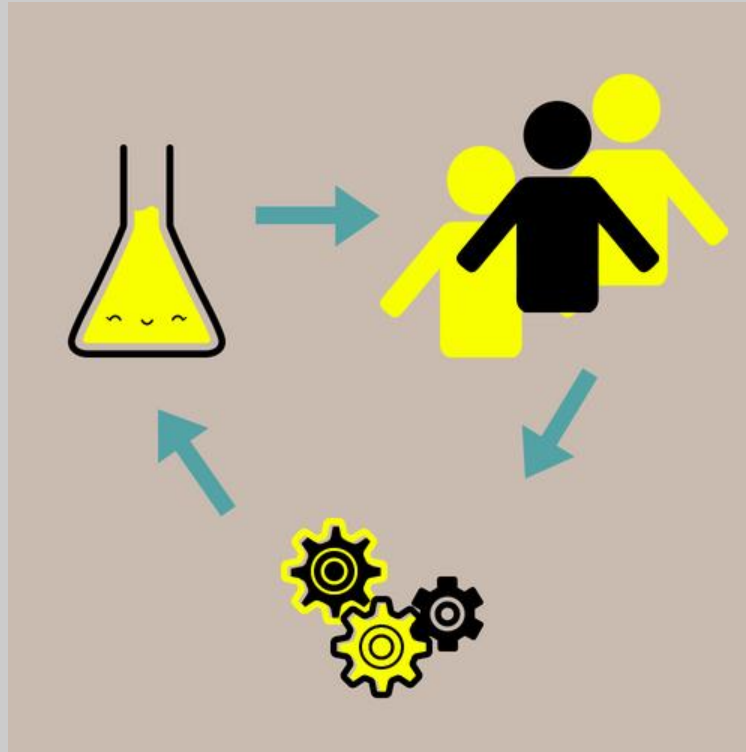
Anything goes - keine Idee ist zu verrückt.
Entschieden wird später!
Quantität vor Qualität!
Seid offen & positiv!
Think bigger!

Setzt für diese Phase einen fixen Zeitrahmen - in meinem Workshop waren das 10 Minuten; bei euch kann sie gerne länger dauern, aber Stifte weg sobald die Zeit abgelaufen ist!

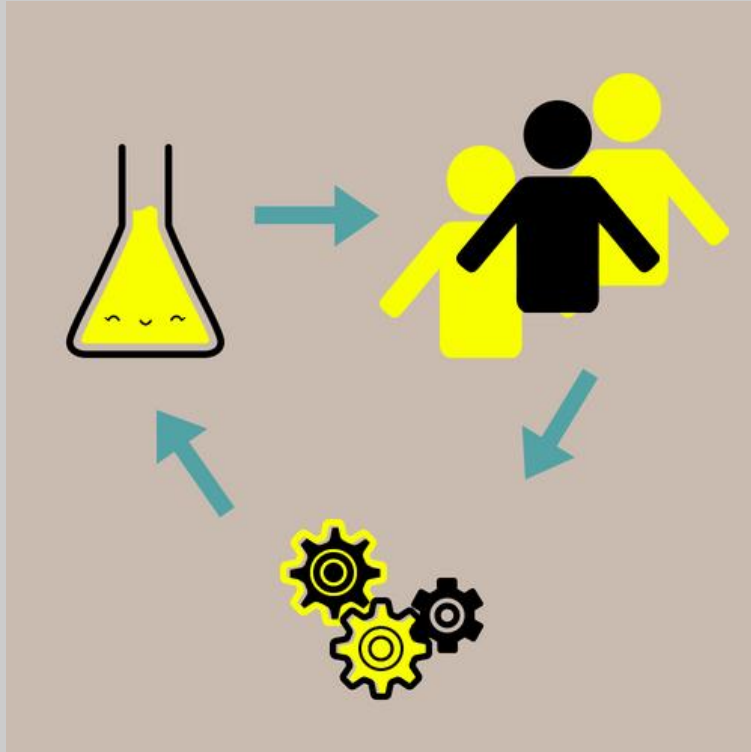
Nette Methode: "Ja! Und ..."-Aussagen

Greift eine Idee auf und setzt noch einen drauf. Sagt: "Ja! Und..." und lasst dem "Und" eine Steigerung der Idee folgen. Das nächste Teammitglied setzt dann wieder einen drauf ;).

MUSEEN 2.0 - Prototype



MUSEEN 2.0 - Prototype - Regeln



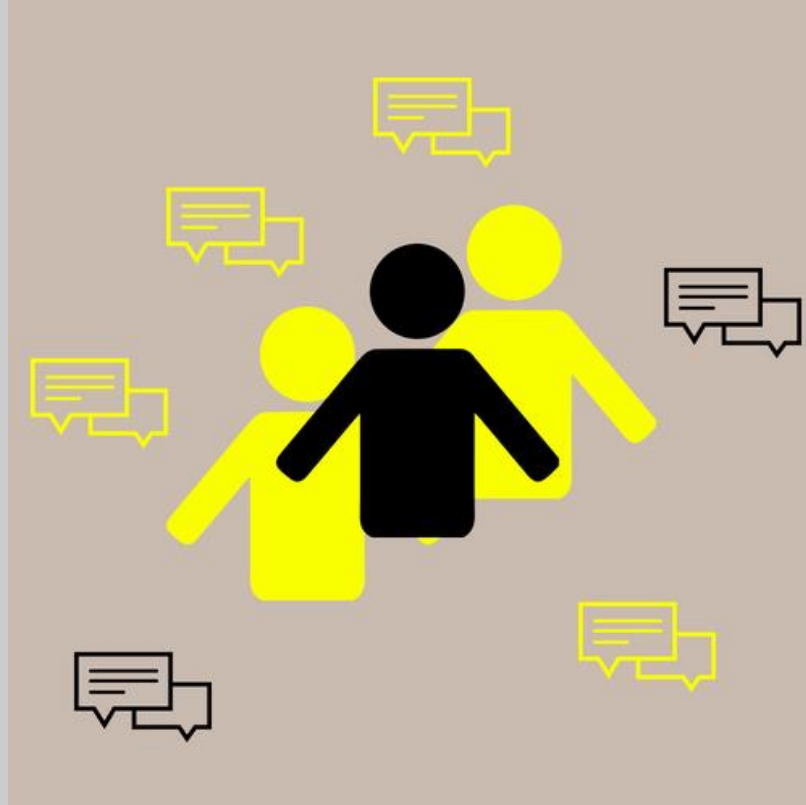
Nach der “10x”-Phase rauchen euch wahrscheinlich die Köpfe. Also nehmt euch jetzt eine Pause und betrachtet die Ideen mit etwas Abstand.

Wenn ihr euch dafür entschieden habt, eine oder mehrere Ideen zu verfolgen, dann skizziert diese erst auf Papier durch und visualisiert sie für alle.

Und dann baut, testet und iteriert. Was sich immer als sehr effizient dargestellt hat, ist der sogenannten MVP - auch Minimum Viable Product genannt - also ein Prototyp, der nur die wichtigsten Funktionen beinhaltet.

Mit diesem Prototypen geht ihr dann zum Nutzer oder der Nutzergruppe und holt euch neuen Input und Nutzererfahrungen ein, die ihr wieder verwerten könnt.

MUSEUM 2.0 - Next Steps - **BUILD. MEASURE. LEARN.**



MUSEEN 2.0 - Next Steps - **BUILD. MEASURE. LEARN.**

Was jetzt ansteht ist eine Phase, in der die Machbarkeit des Prototypen erkundet wird. Hier hat sich das Prinzip des MVP - Minimum Viable Product - also eine Version eurer Idee mit dem Minimum an Funktionalitäten aus meiner Erfahrung heraus bewährt.

MVPs werden gerne auf den Markt gebracht und dann anhand des Feedbacks modifiziert oder verworfen. Bei Startups wird jetzt gerne vom “**Build. Measure. Learn**” gesprochen - also Produkt bauen, Leistung messen und daraus dann lernen.

Diese Methode ist nicht unbedingt für Projekte oder Umfelder geeignet, die keine hohe Toleranz für **Versagen** haben. Diese Methode lebt von halbfertigen Produkten, schnellem Feedback, schnellen Iterationen und schnellen Entscheidungen - dafür muss man schon eine gewissen Toleranz entwickelt haben

Wir wollen hier aber einen Lernprozess eröffnen und dieses neue Produkt kann uns die Möglichkeit dazu geben.

MUSEEN 2.0 - Next Steps - **LEARN. MEASURE. BUILD**

Wir drehen “**Build.Measure.Learn**” dafür einfach mal um. Wir haben ja schon einen Prototypen, mit dem die Nutzer interagieren können. Wir können jetzt wieder Fragen stellen, die unsere neue Informationen liefern, die dann wieder im Design Sprint angegangen werden können.

LEARN - Was wollt ihr mit und an dem Produkt lernen? Was wollt ihr erfahren? Was erwartet ihr an Effekten, Meinungen oder Feedback? Gibt es Hypothesen, die ihr mit dem Produkt testen wollt?

MEASURE - Welche quantitative oder qualitative Methode nutzt ihr, um das, was ihr lernen wollt, zu messen? Welche Metriken stellen wir dahinter oder welche Modelle für Befragungen?

BUILD - Wie könnt ihr aus dem neuen Nutzererfahrungen jetzt Rückschlüsse für euren Prototypen ziehen? Was kann noch dazu? Was kann weg? Was funktioniert, was nicht?

Das was gebaut wird, soll ja nicht im leeren Raum existieren, sondern so schnell wie möglich Daten liefern, die Veränderungen antreiben können.

MUSEEN 2.0 - Ende

Design Sprints sind kein Allheilmittel, helfen aber Ideen zu entwickeln und über laterales Denken einen Schritt mehr zu tun als im linearen Denken

Design Thinking ist für mich immer am Besten in dieser Aussage meiner Trainer aus der Google #Zukunftswerkstatt zusammengefasst:

“Design Thinking ist nicht allein Methode – es ist eine Mentalität, ein Prozess, eine Art zu Denken. Sie beginnt vor dem Sprint, aber endet nicht mit ihm.”

MUSEEN 2.0 - Linkliste & Material für einen Design Sprint

- Google <https://designsprintkit.withgoogle.com/> (auf Englisch)
- IBM <https://www.ibm.com/design/thinking/> (auf Englisch) hier besonders: [Framework](#) und [Toolkit](#)
- d.school <https://dschool.stanford.edu/> (auf Englisch), besonders der [Bootleg](#)
- IDEO <https://designthinkingforeducators.com/> (auf Englisch)

Travis Neilson bei Adobe <https://youtu.be/tsePToj6nw4> (auf Englisch)

Materialien für einen Design Sprint (meine persönliche Liste):

Pro Team: 1 Whiteboard
10 Blatt Papier DIN A3
verschiedenfarbige Post-It Blöcke
verschiedenfarbige Whiteboard-Marker

Pro Person: Papier & Stift für Notizen

Timer
Digital-Kamera für die Dokumentation

MUSEEN 2.0 - **Kontakt**

Meldet euch, wenn ihr Fragen, Anmerkungen, Kommentare oder Kritik habt!

[XING](#)
[LinkedIn](#)

Twitter

@ape_astronaut

@cltrldsrpt

#startupmuseum

#startupculture

#culturaldisrupt

Medium [@daniel.alistair.brown](#)

