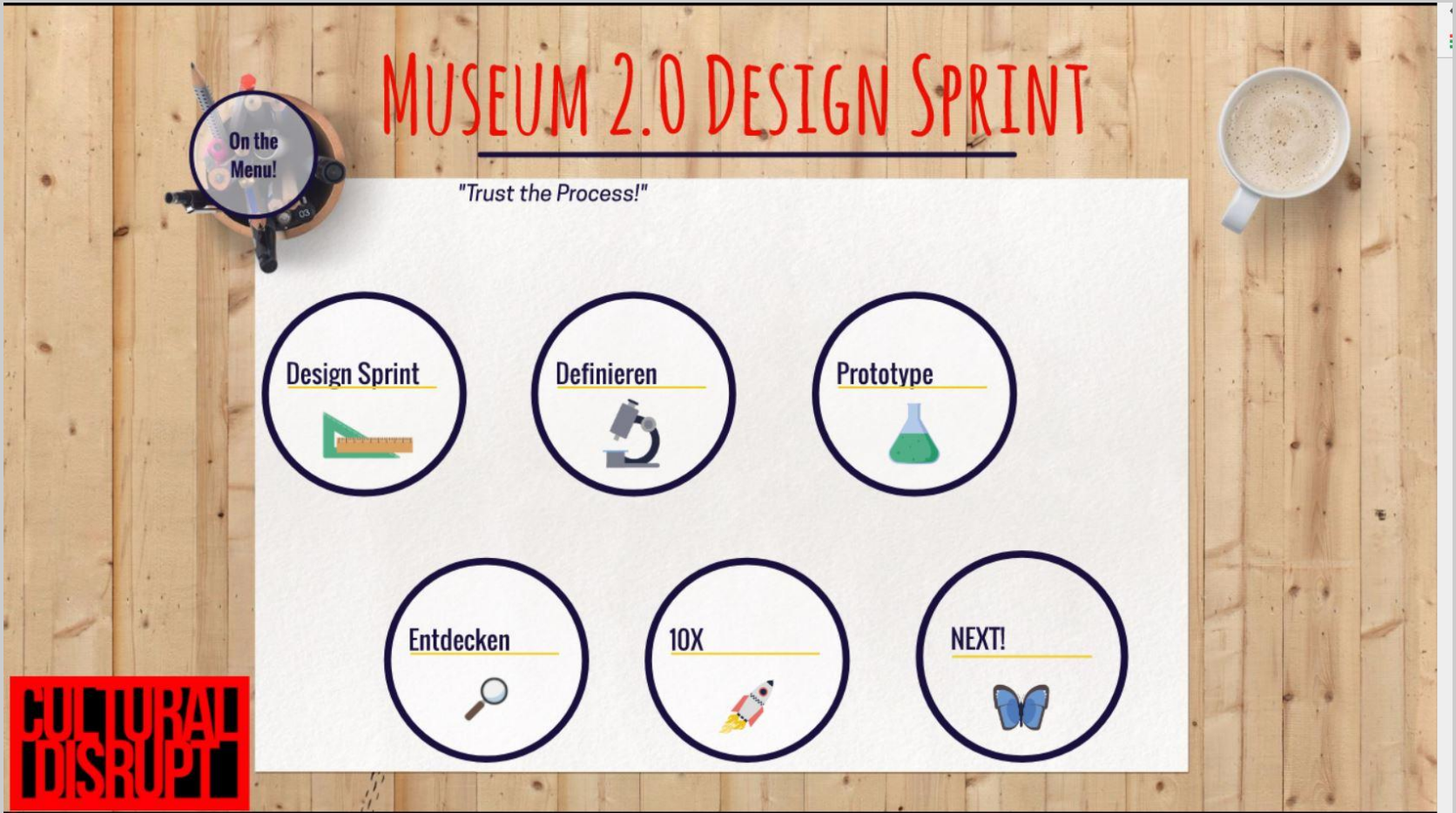
Design Sprint Museum 2.0

Stuttgart, 15.11.2017

Daniel Brown

MUSEUM 2.0 - MFG STUTTGART



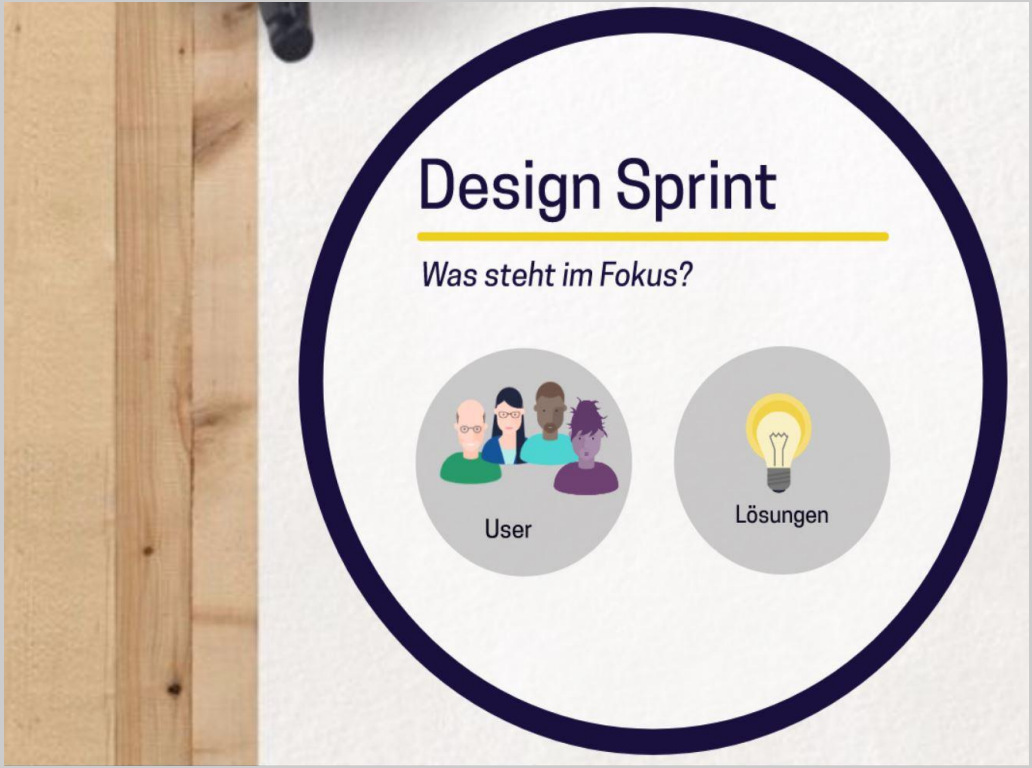
MUSEUM 2.0 - Agenda

Anstelle des angekündigten Workshops über Datenquellen wurde das Thema stattdessen in einem 90-minütigen Design Sprint behandelt.

Design Sprints basieren auf dem Design-Thinking-Ansatz, der sehr stark nutzer-zentriert ist.
Bekannte Design-Thinking-Ansätze finden sich bei der Stanford d.school und den Unternehmen IDEO, Google und IBM.

Hier soll der Design Sprint als praktische Erfahrung und neue Form der Problemlösung präsentiert werden.

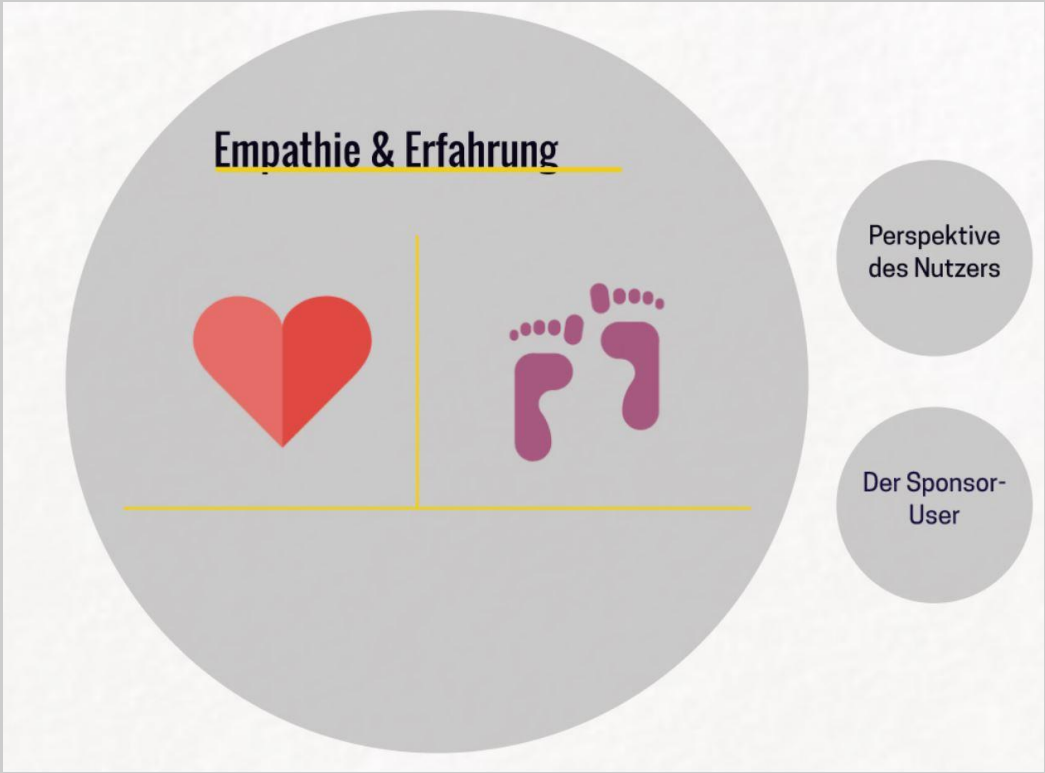
MUSEUM 2.0 - Design Sprint



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 linearen Denken basieren, legen Design Sprints sehr viel Wert auf laterales Denken und Nutzer-Erfahrungen.

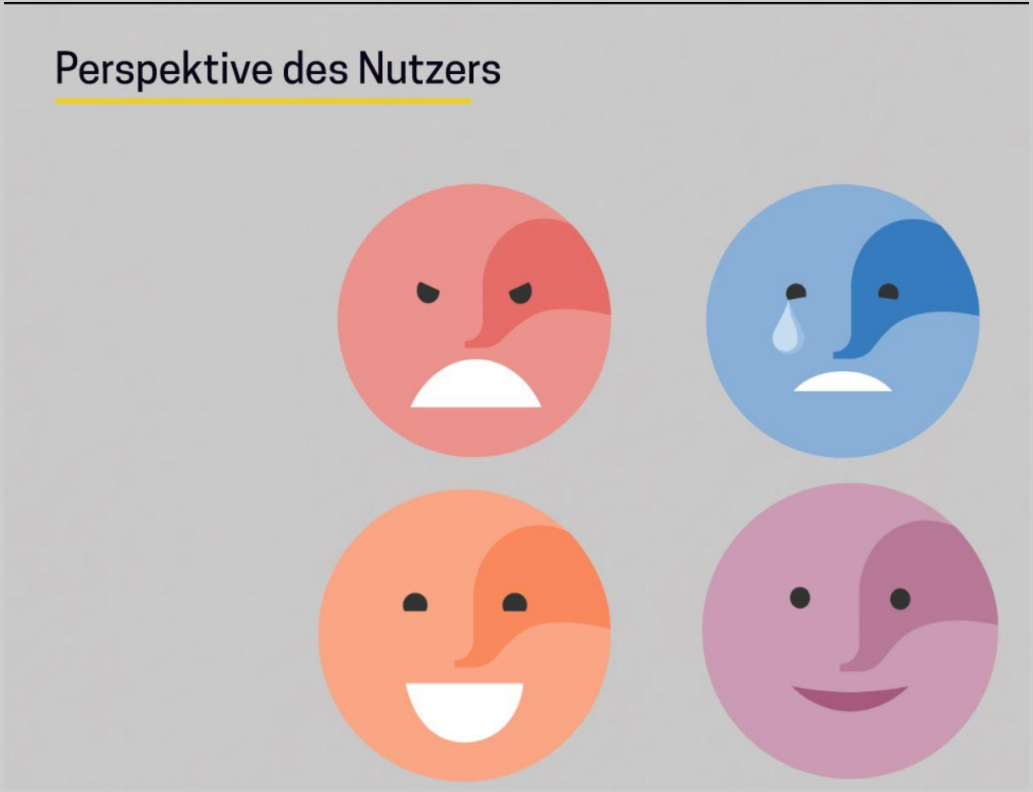
MUSEUM 2.0 - Design Sprint - User



Die Erfahrung der Nutzer wird vom Design Team mit Empathie begegnet. Dieser Ansatz soll verhindern, dass man den Nutzern Produkte oder Lösungen anbietet, die nicht akzeptiert oder adaptiert werden.

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.

MUSEUM 2.0 - Design Sprint - Perspektive des Nutzers



Wenn es um die Erfahrungen der Nutzer geht, dann wird nicht nur die positive Erfahrung in Betracht gezogen, sondern die gesamte Bandbreite der Erfahrung und Emotionen, welche die Nutzer einer Problematik oder einem Produkt entgegenbringen.

So kann man Wege finden, welche die negativen Erfahrungen/Emotionen der Nutzer minimieren und die positiven Erfahrungen/Emotionen intensivieren und so die Adaption eines Produkts verstärken.

MUSEUM 2.0 - Design Sprint - Sponsor-User

Abweichend vom Google Design Thinking, das die Recherche und daraus-resultierenden Daten in der ersten Phase des Design Sprints - dem “Entdecken” - untersucht, habe ich mich für einen Hybriden Ansatz entschieden, der die Nutzer in den direkten Kontakt mit dem Design Team stellt.

IBM nutzt diesen “Sponsor User” in seinem Design-Thinking-Ansatz als direkte Verbindung zur Realität der Nutzer.

Sponsor User werden als Teil des Teams betrachtet und interagieren & kollaborieren vollständig mit diesem.
Da die Mitarbeiter des Deutschen Uhrenmuseums bei der Veranstaltung zur Verfügung standen, habe ich ihnen die Rolle des “Sponsor Users” zugewiesen.

MUSEUM 2.0 - Design Sprint - Ablauf

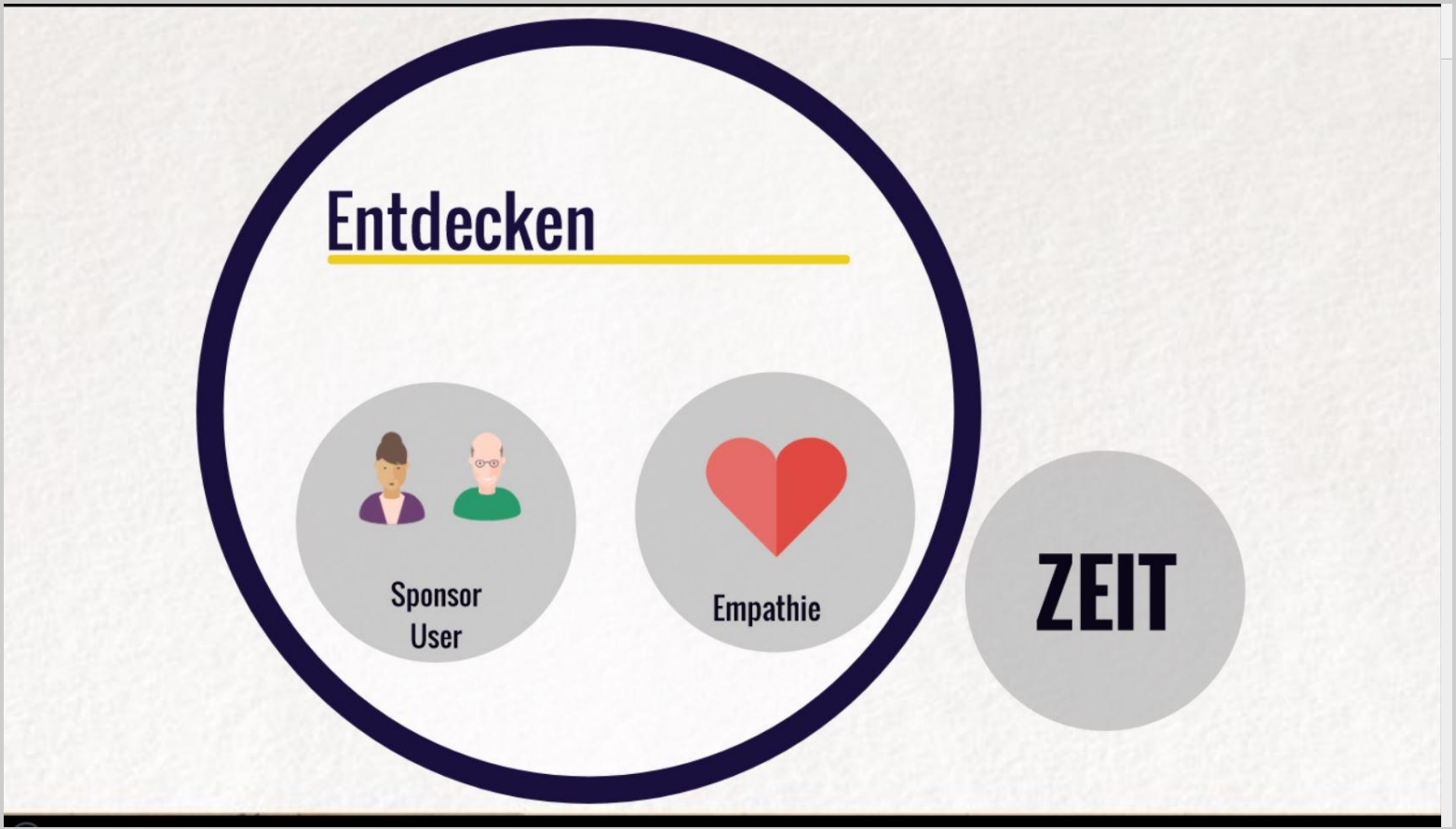
In der Regel werden Design Sprints mit mehreren Tagen Dauer bemessen. Im Schnitt wird jeder Phase ein Arbeitstag zugewiesen; Tag 5 steht dann im Zeichen des Testings mit den Nutzern.

Jeder Design-Thinking-Ansatz und jeder Sprint hat seine eigene Philosophie zu Grunde liegen. Ich nutze hier als Design Thinking einen Google-Ansatz mit IBM-Elementen, halte mich in der Methode aber an eine, die von Travis Neilson genutzt wird. Travis ist Interaction Designer bei Google und hat diesen Ansatz, der in 90 Minuten funktionieren kann, 2016 bei Adobe vorgestellt.

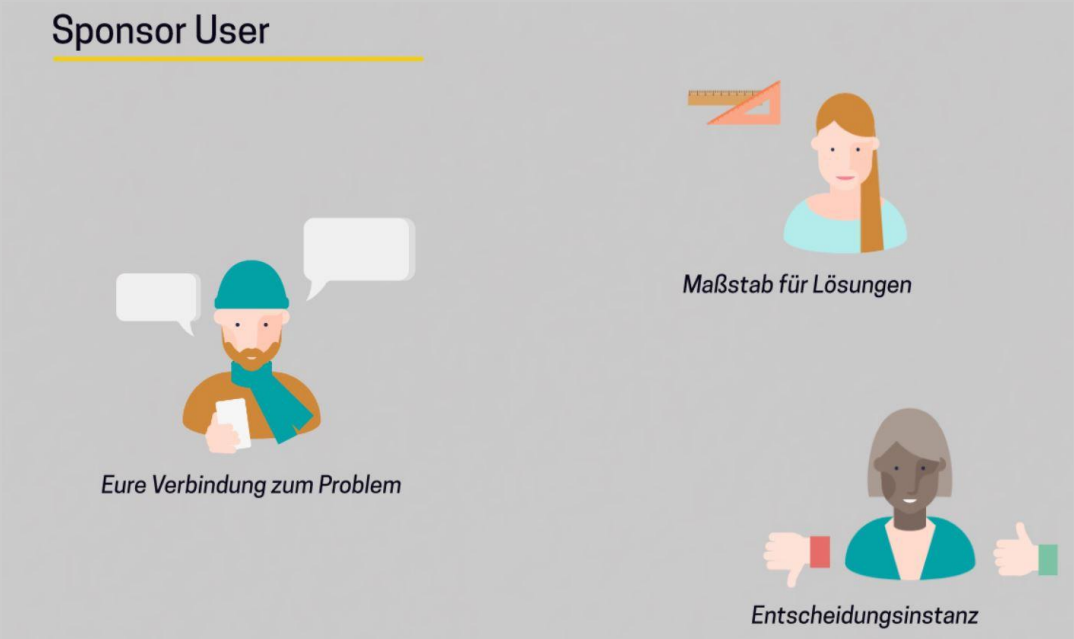
Wichtig für den Sprint sind:

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

MUSEUM 2.0 - Entdecken



MUSEUM 2.0 - Entdecken - Der Sponsor User



Wie oben bereits vorgestellt, ist der Sponsor User ein Element des IBM Design Thinking. Anstelle der Persona oder umfassender Recherche und Marktforschung, stellt der Sponsor User eine reelle Person dar, die das Team mit den Problem und auch der Zielgruppe verbindet.

Der Sponsor User muss eng in das Team integriert werden und auf Augenhöhe agieren können.

Wichtig ist, dass der Sponsor User mit den Parametern der Zielgruppen und/oder der Personas übereinstimmt.

MUSEUM 2.0 - Entdecken - Regeln

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

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

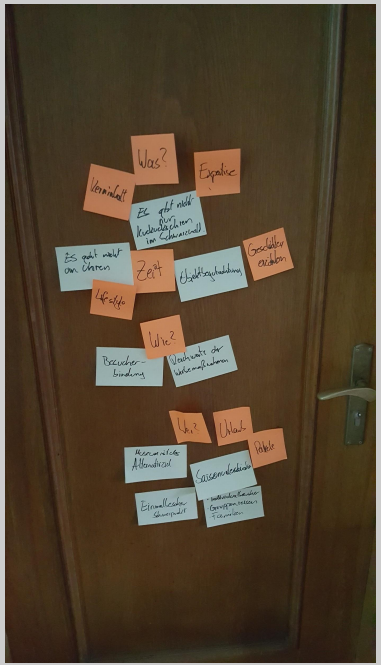
Deshalb soll das Team den Sponsor User in dieser Phase erzählen lassen. Wenn es Fragen stellt, dann sollten diese offene Fragen sein.

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

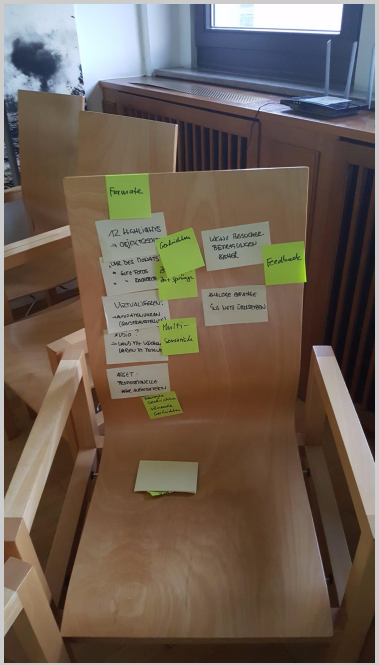
Wichtig: Diese Phase ist kein Verhör!
Lasst den User ausreden.

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

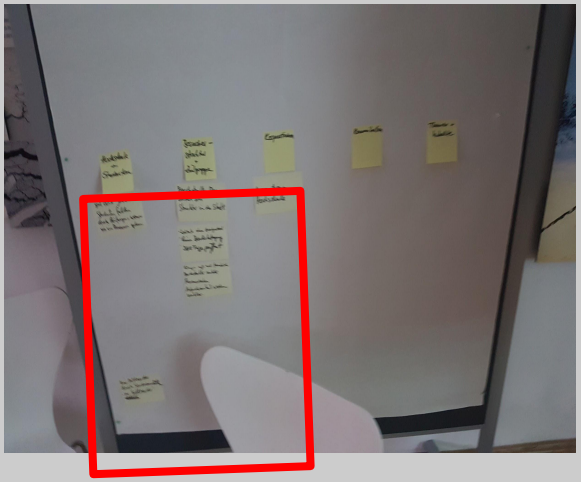
MUSEUM 2.0 - Entdecken - Resultate



Blau:
Entdeckungen

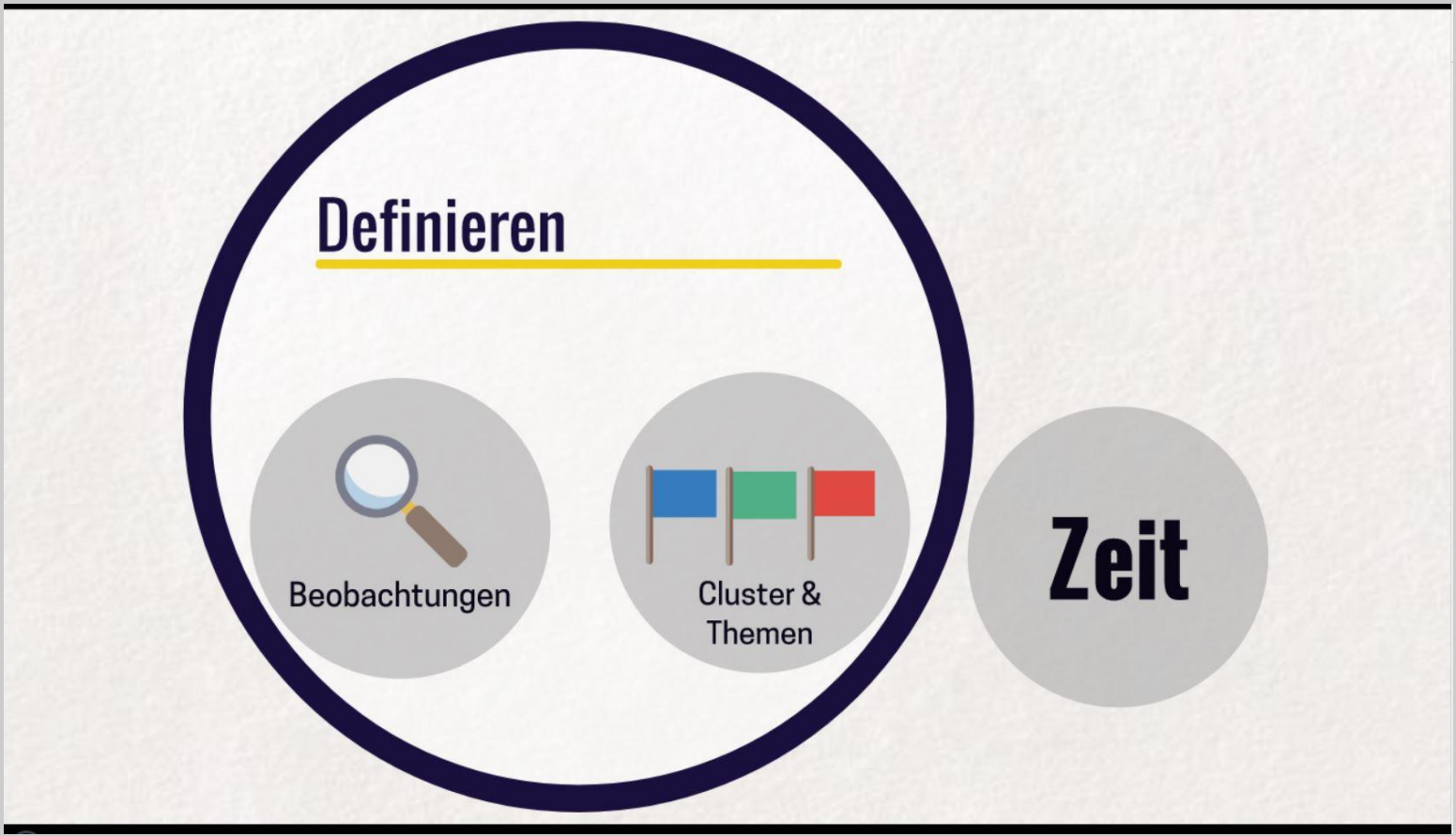


Blass-Gelb:
Entdeckungen



Im roten Kasten:
Entdeckungen

MUSEUM 2.0 - Definieren



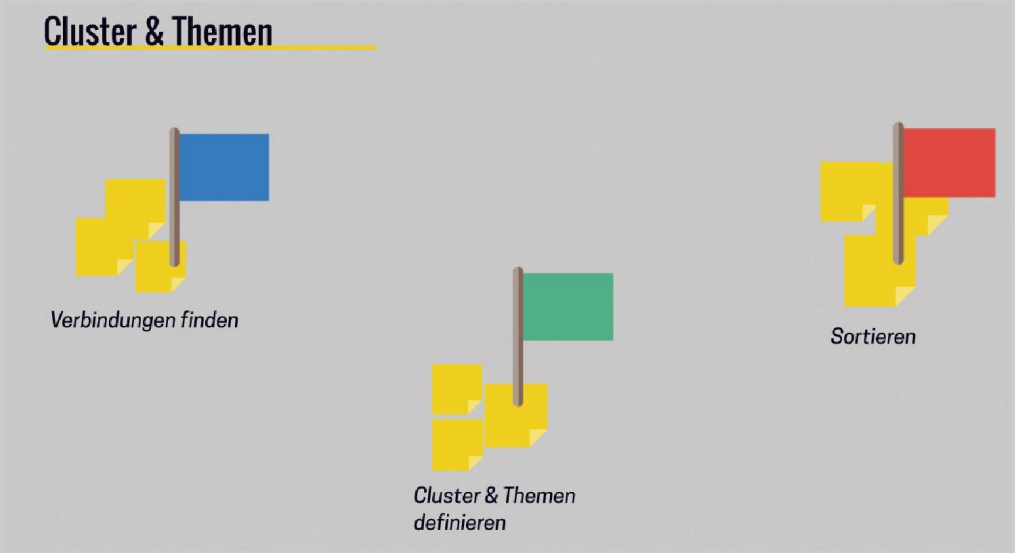
MUSEUM 2.0 - Definieren -Beobachtungen

Nach der “Entdecken”-Phase haben wir eine Menge Beobachtungen notiert, die uns das Gespräch mit dem Sponsor User gebracht hat.

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.

MUSEUM 2.0 - Definieren - Clustern



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

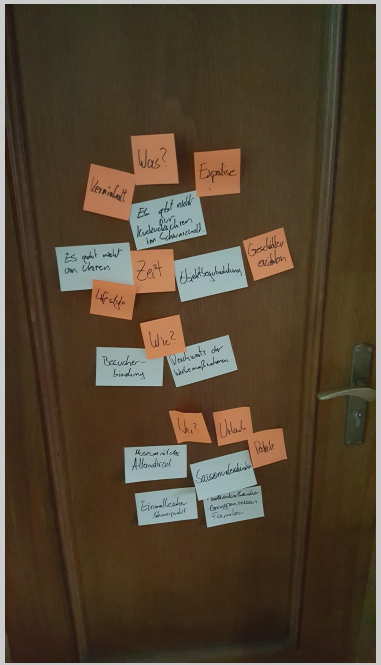
Wenn ihr bei einigen Beobachtungen keinen passenden Cluster oder Themen definieren könnt, dann fragt den Sponsor User, wo diese Beobachtung ihren Platz finden kann.

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

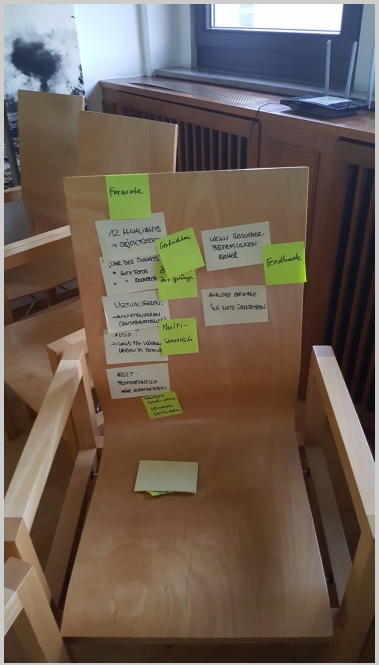
Wo seht ihr Probleme?
Wo seht ihr Möglichkeiten?
Wo interessante Beobachtungen, die sich später verfolgen lassen?

Auf diesen Erkenntnissen fundiert die nächste Phase!

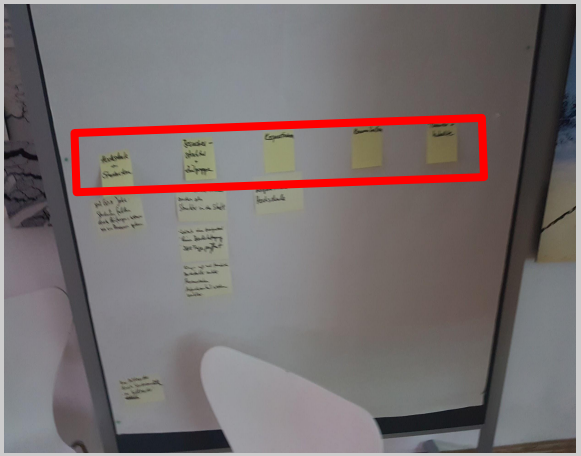
MUSEUM 2.0 - Definieren - Resultate



Rot: Themen und Cluster

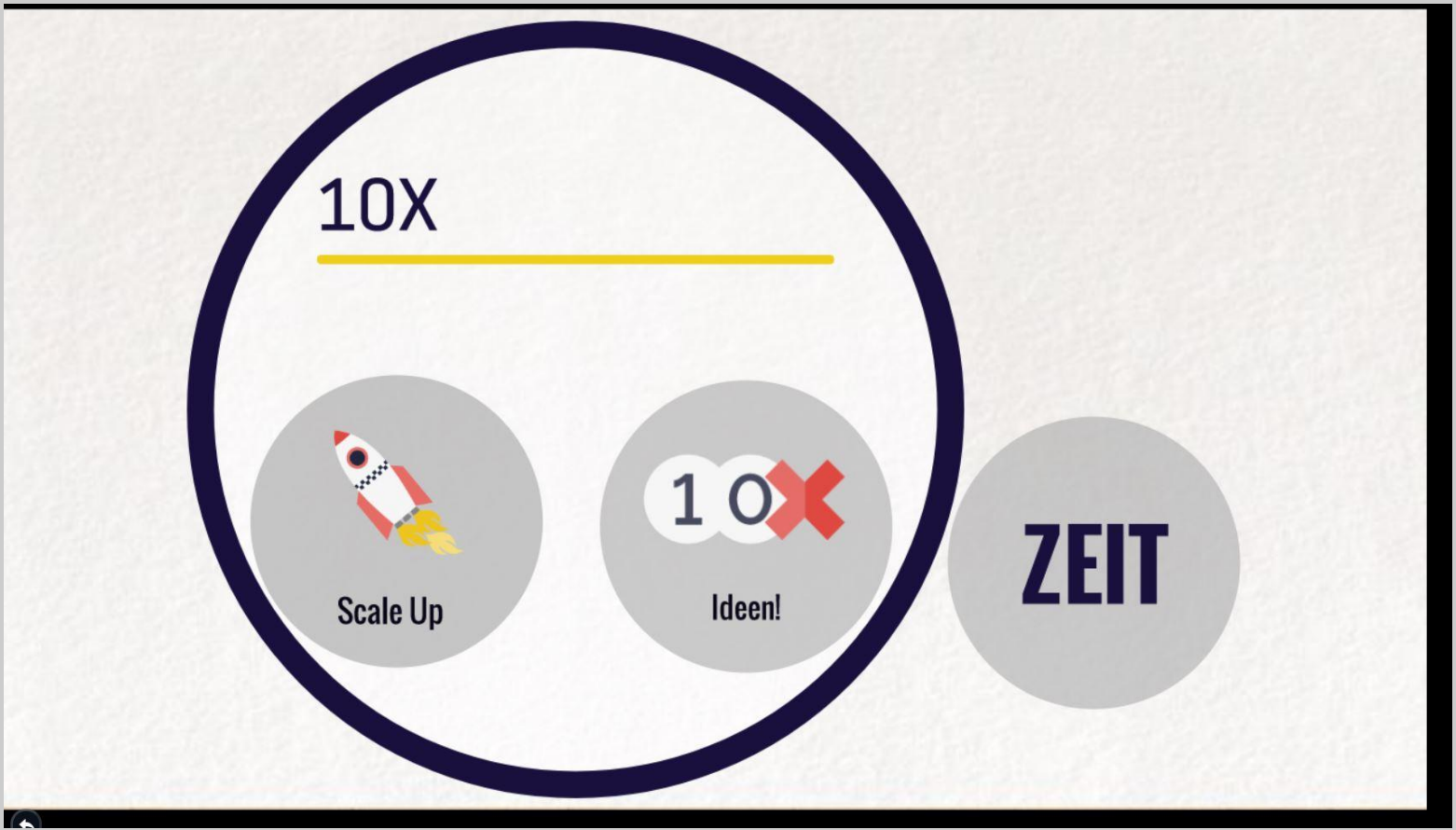


Neon-Gelb: Themen und Cluster

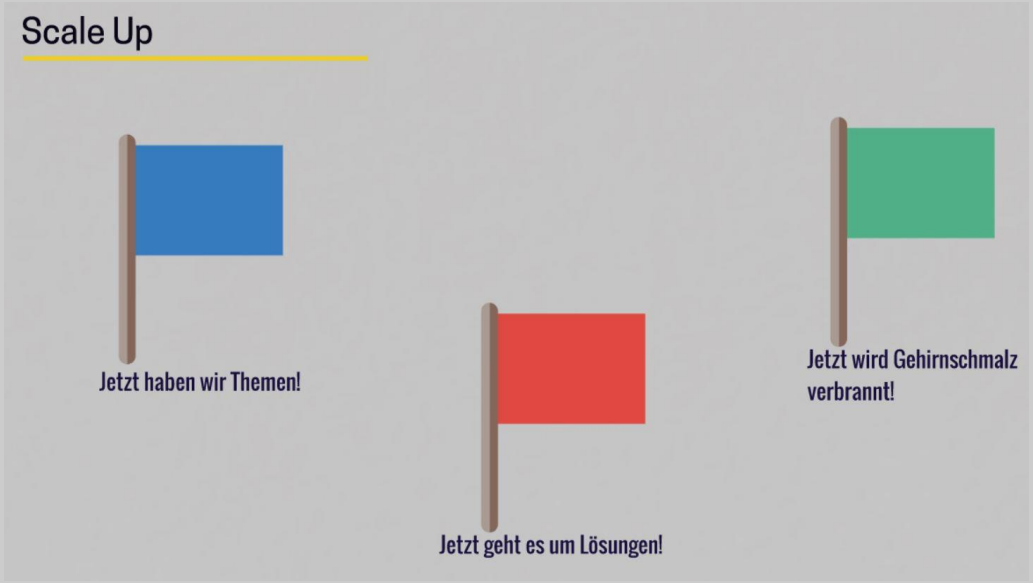


Im roten Kasten: Themen und Cluster

MUSEUM 2.0 - 10X



MUSEUM 2.0 - 10X - Warum?



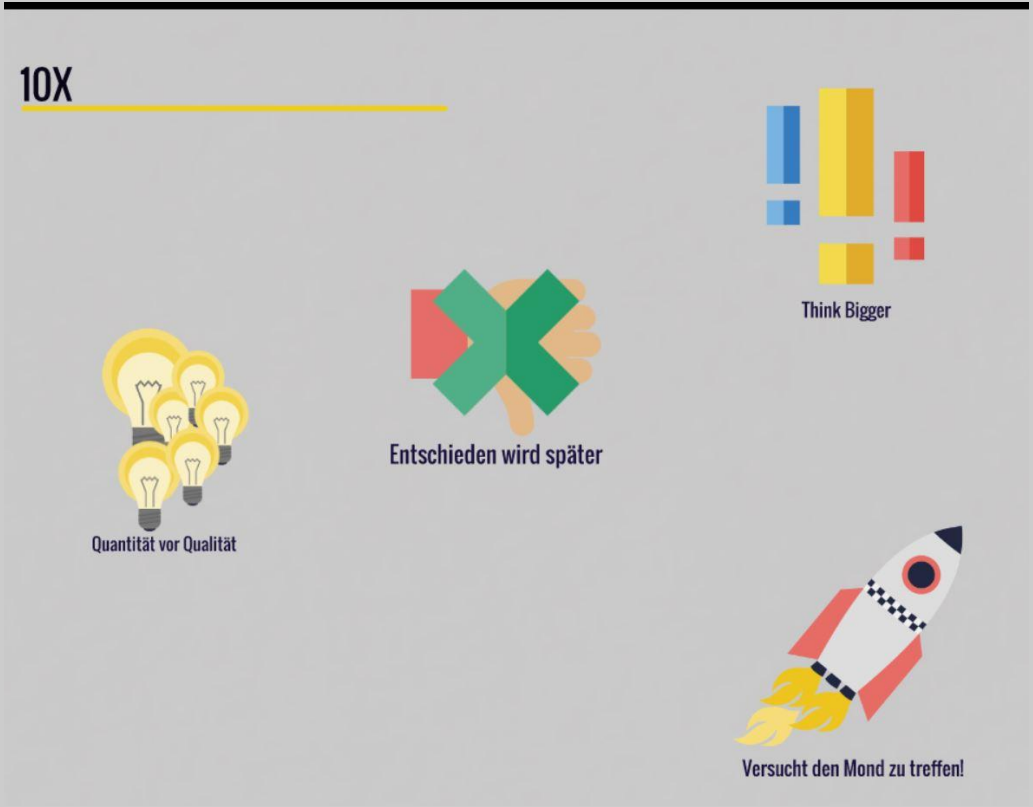
10X steht unter Thema “Anything goes” - das Team hat im letzten Schritt Themen und Cluster definiert und Probleme, jetzt soll es unter strikter Zeitvorgabe Ideen finden.

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.

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

MUSEUM 2.0 - 10X - Regeln



Einige Regeln:

Wichtig ist auch das Time-Boxing dieser Phase.
10 Minuten Maximal.

Anything goes - keine Idee ist zu verrückt.

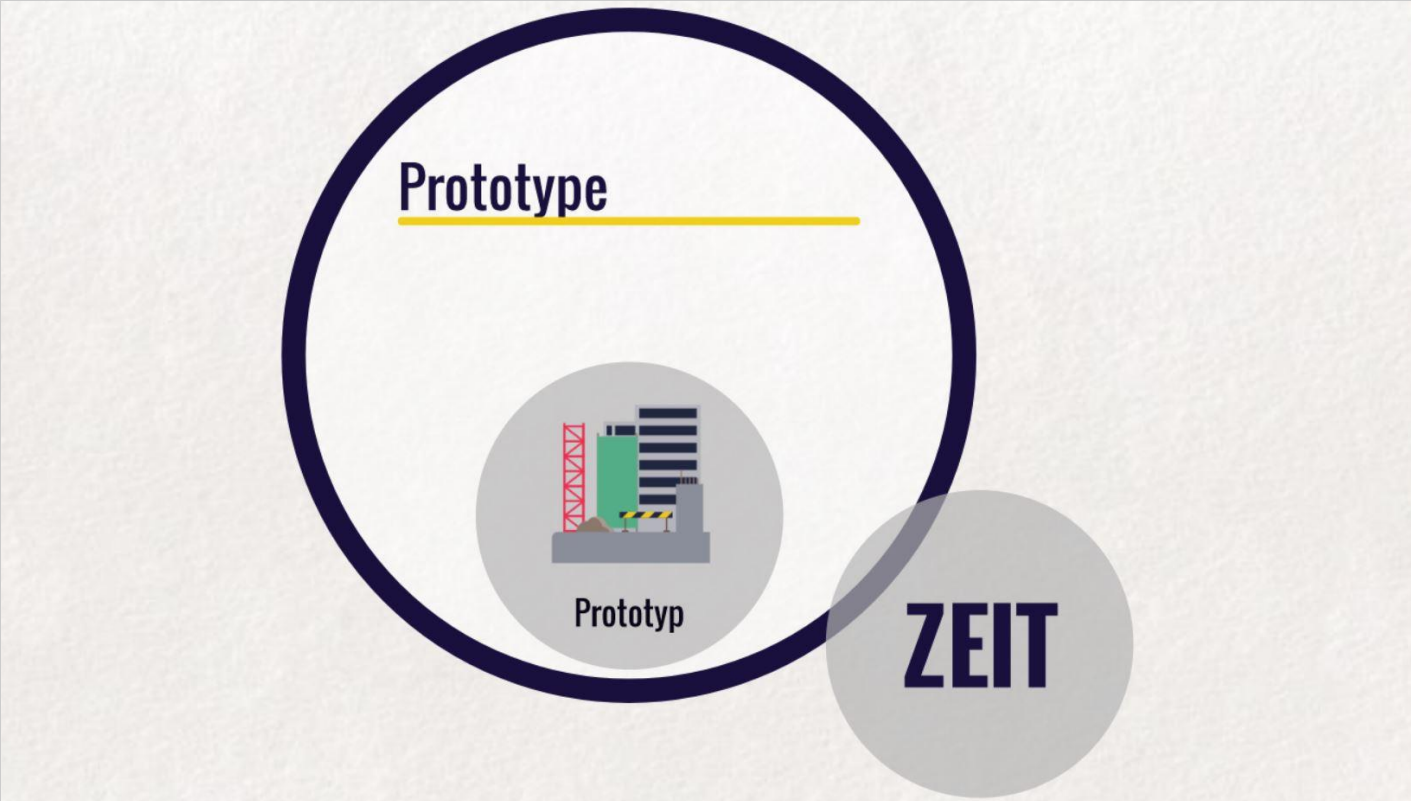
Entschieden wird später!

Quantität vor Qualität!

Seid offen & positiv!

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 ;)

MUSEUM 2.0 - Prototype



MUSEUM 2.0 - Prototype - Regeln

Netter Tip: Man muss kein Picasso sein um die Lösung zu skizzieren. Es sollte,

a) verständlich,
b) nachvollziehbar wie
c) replizierbar sein
d) und vor allem leserlich ;)

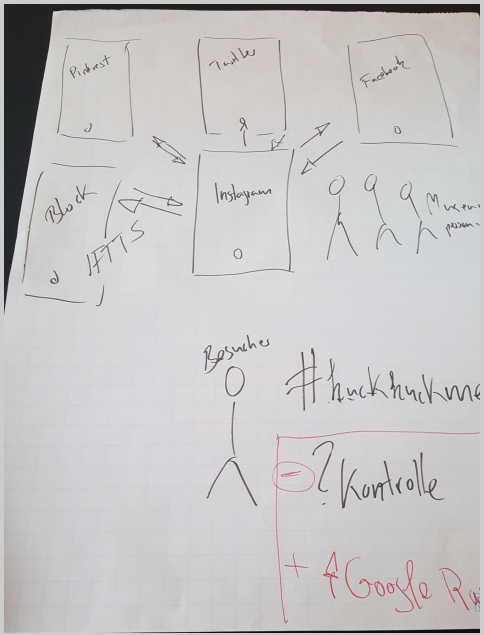
Nach der “10X”-Phase rauchen wahrscheinlich die Köpfe. Nehmt euch jetzt was zurück und betrachtet die Ideen, die ihr gesammelt habt. Damit ihr nicht “Ideen-blind” seid, nehmt den Sponsor-User wieder dazu. Erklärt dem Sponsor-User die Ideen in weniger als 15 Sätzen oder 3 Minuten. Alle Ideen.

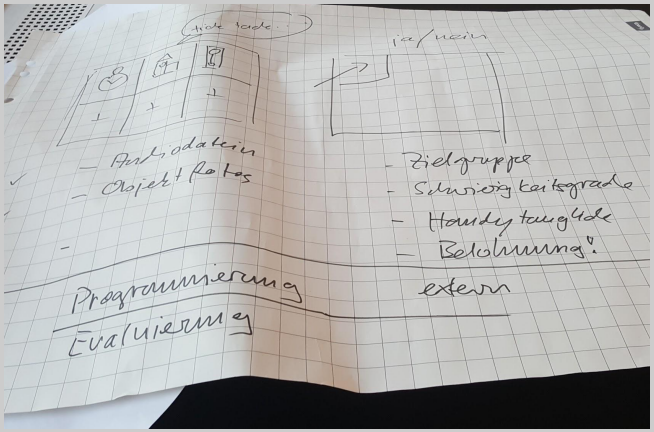
Der Sponsor-User entscheidet hier nach, welche Ideen oder Kombination prototypisiert werden soll.

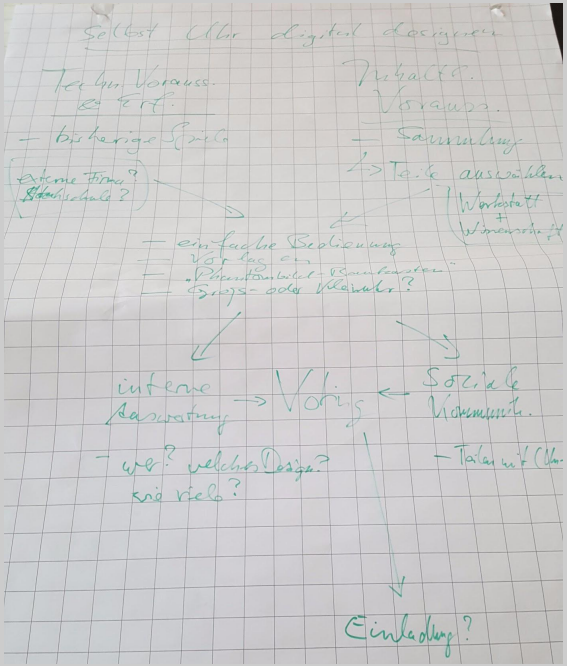
Dann wird die Lösung skizziert- also der Prototyp eurer Idee erstellt. Haltet

Zeit:

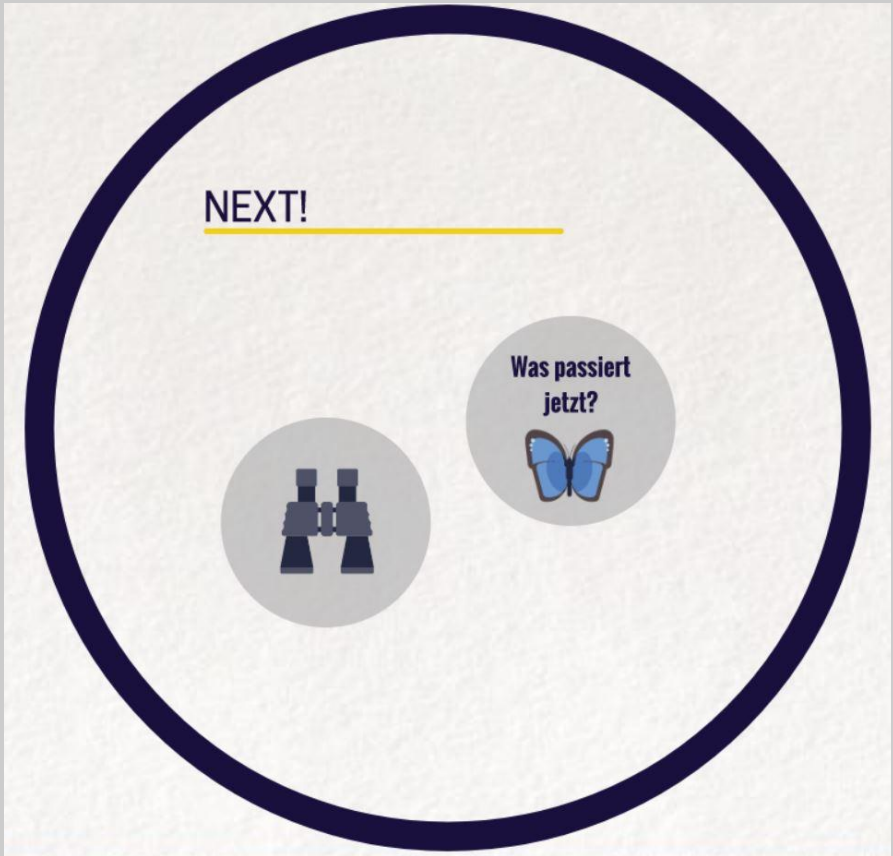
MUSEUM 2.0 - Prototype - Resultate



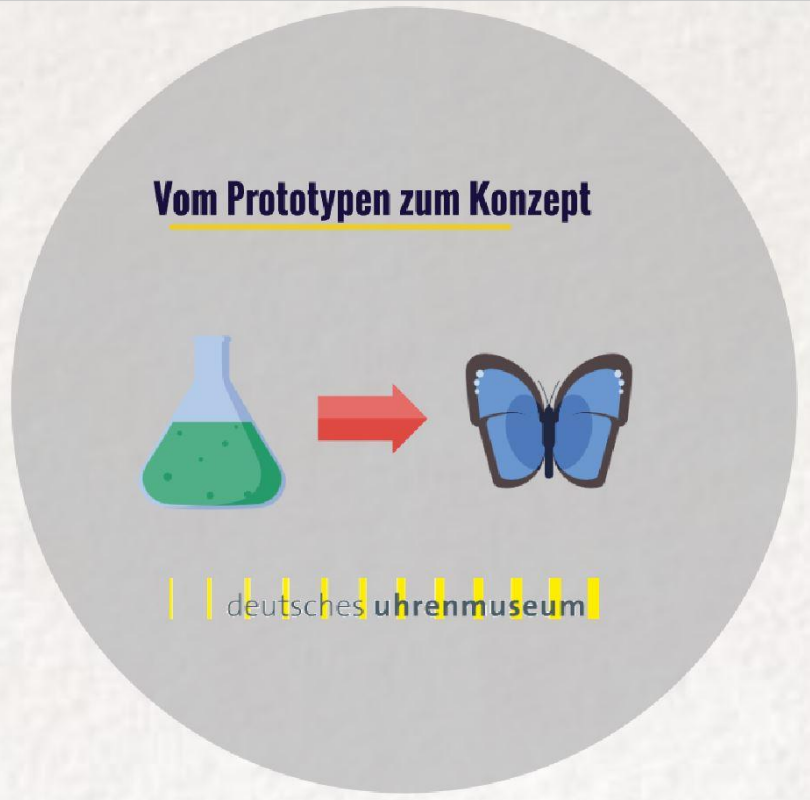




MUSEUM 2.0 - Next Steps



MUSEUM 2.0 - Next Steps - Konzept



Normalerweise steht hier im Design Sprint die “Test”-Phase der Prototypen.

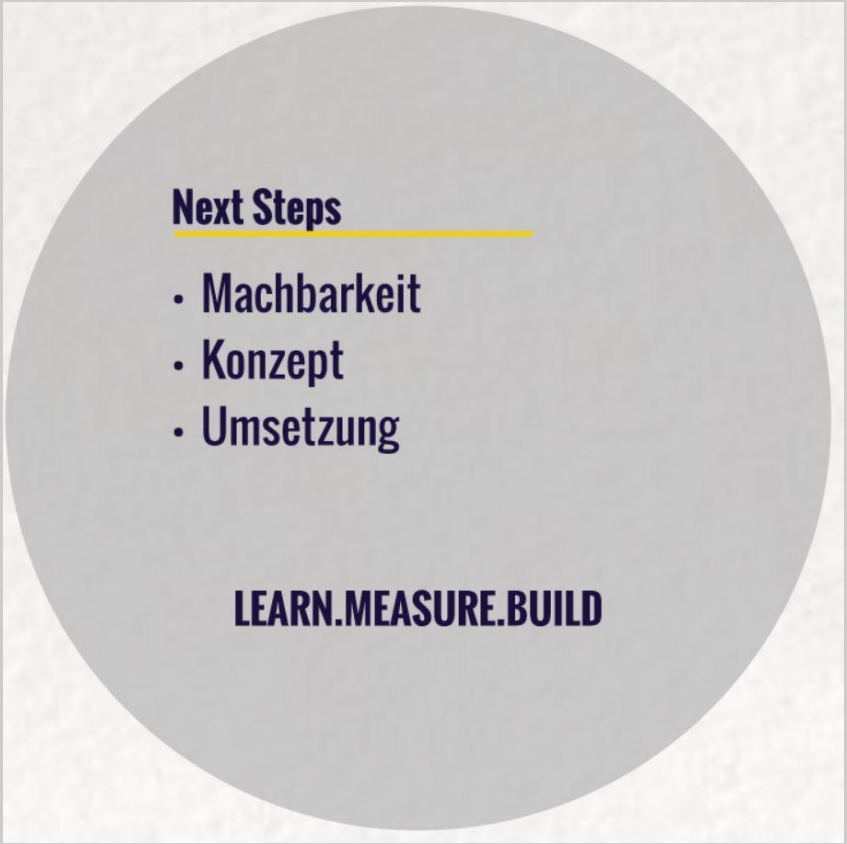
Ich habe diese Phase bewusst weggelassen, da ich diese wieder in die Hoheit des Deutsche Uhrenmuseums legen wollte.

In dieser Phase werden die erstellten Prototypen an den Usern getestet und verfeinert.

In der Regel sucht man hier den Minimum Viable Prototype (MVP), der User- und Markt-tauglich ist.

In der “Lean Startup”-Methode würde man diesen dann ins berühmte “Build.Measure.Learn” übergehen lassen.

MUSEUM 2.0 - Next Steps

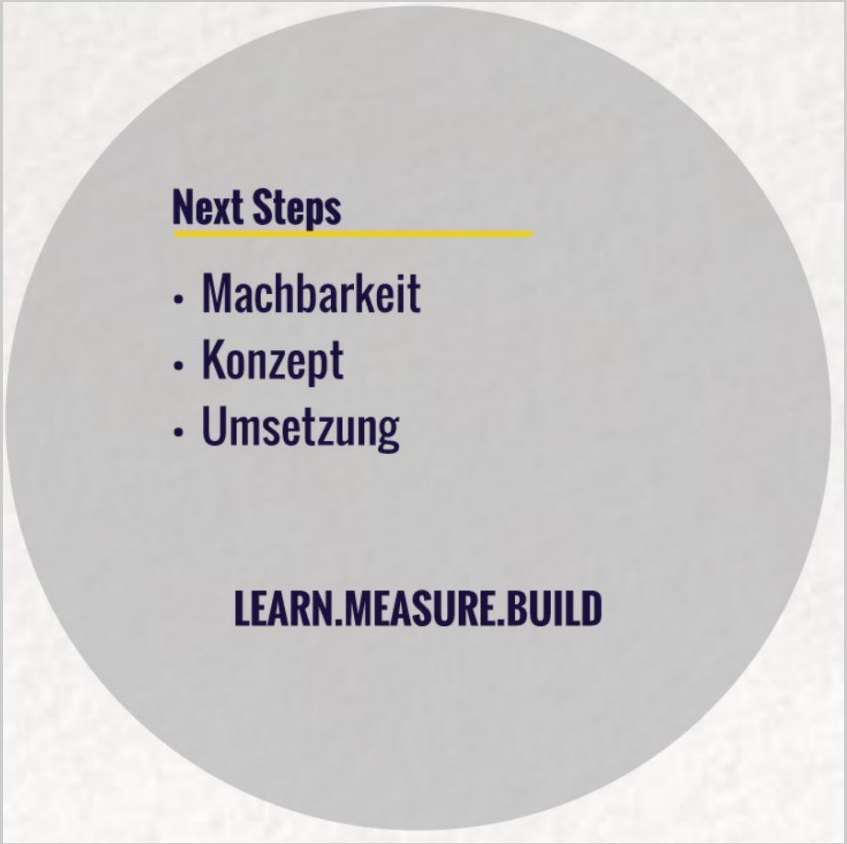


Was jetzt ansteht ist eine Phase, in der das Museum die Machbarkeit des Prototypen erkundet.
Dann wird das konzeptioniert und für die Umsetzung vorbereitet.

Wichtig ist jetzt, dass wir uns von "Build.Measure.Learn" entfernen. Der Grund ist ein einfacher: Wir wollen hier einen Lernprozess eröffnen und dieses neue Produkt gibt uns die Möglichkeit dazu.

Diese Methode ist nicht unbedingt für Projekte oder Umfelder geeignet, die keine hohe Toleranz für Versagen haben. Diese Methode lebt von schnellen Versagen und schnellen Iterationen.

MUSEUM 2.0 - Next Steps



Wir drehen “Build.Measure.Learn” einfach mal um. Fangen wir hinten an:

LEARN - Was wollen wir mit unserem Produkt lernen? Was wollen wir erfahren? Was erwarten wir an Effekten, Meinungen oder Feedback?

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

BUILD - Erstellt den MVP als Experiment und zieht neue Erkenntnisse daraus.

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

MUSEUM 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.

Viele Museen werden keine Sponsor-User zur Verfügung haben oder stehen noch am Anfang der Zielgruppen- oder Persona-Findung.

Damit wäre aber ja schon euer erster Design Sprint vorgegeben:
“Wie erheben ich Daten von meinen Museumsbesuchern, um Zielgruppen und/oder Personas zu erstellen?”

Nehmt euch Zeit für euren ersten Sprint und findet eure Geschwindigkeit in den Phasen Entdecken - Definieren - 10x - Prototype - Test!

Have fun!

MUSEUM 2.0 - Linkliste & Material für einen Design Sprint

Google	https://designsprintkit.withgoogle.com/ (auf Englisch)
IBM	https://www.ibm.com/design/thinking/ (auf Englisch)
d.school	https://dschool.stanford.edu/ (auf Englisch)
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
- 3 verschiedenfarbige Post-It Blöcke
- 3 verschiedenfarbige Whiteboard-Marker
- verschiedenfarbige Klebepunkte

Pro Person:
- Papier für Notizen
- Whiteboardmarker

Timer

MUSEUM 2.0 - Kontakt

Fragen, Anmerkungen, Kommentare?

XING http://bit.ly/GAS006

LinkedIn http://bit.ly/2u7EKQE

Twitter
@ape_astronaut
#startupmuseum
#startupculture
#culturaldisrupt ... coming in 2018

Medium @daniel.alistair.brown