

Design Thinking Workshop - Wie Du einen internen Hackathon organisierst

In einem Design Thinking Workshop führst Du die Teilnehmer mit Beispielen strukturiert durch den Design Thinking Prozess. Je nach Zeitbudget und Kenntnisstand kannst Du Design Thinking in kurzweilige Tagesworkshops einbauen, veranstaltest einen firmeneigenen Hackathon oder einen [Design Sprint](#), bei dem dein Team eine Woche geschlossen an der Umsetzung eines Vorhabens arbeitet.

In diesem Beitrag gehe ich auf die wesentlichen Eckpfeiler eines Design Thinking Workshops ein.

Hackathon vs Design Thinking Workshop

Ein Interner Hackathon ist eine besondere Form von Design Thinking Workshops. In einem Hackathon verfolgst Du die Absicht, Lösungen zu realen Problemstellungen in kurzer Zeit zu erarbeiten, die Du bei positiver Resonanz im Anschluss an den Workshop auch weiter verfolgen willst. Der Ablauf eines Hackathons orientiert sich am Design Thinking Prozess.

Dagegen steht bei einem Design Thinking Workshop die reine Wissensvermittlung und das Erleben des Design Thinking auf Basis von "Trockenübungen" im Vordergrund. Ich persönlich mag Hackathons mehr wegen ihrem konkreten praktischen Bezug und dem direkten Transfer. Die nun folgenden Überlegungen kannst Du jedoch sowohl für einen Hackathon als auch Design Thinking Workshop verwenden.

Vorbereitungen für deinen Workshop

Raum und Zeit

Für einen Design Thinking Workshop solltest Du mindestens einen halben Tag Zeit einplanen. Du kannst die Workshops in eine Teamtagung einbauen oder auch einen ganzen Tag alleine dem Kennenlernen der Design Thinking Methode widmen. So ist das Team gefordert in kurzer Zeit Output zu produzieren bzw. den Mut zu haben auch "nicht perfekte" Lösungen zu präsentieren.

Der Raum sollte variabel genug sein und genug Fläche bieten, dass Teams von 3-5 Personen sich "ausbreiten" und an ihren Lösungen arbeiten können. Die Variabilität und Größe des Raumes hängt von deinem Kontext ab. So brauchst Du weniger Fläche und Raum für die Entwicklung digitaler Lösungen als zum Beispiel für Rollenspiele als Prototyp für Dienstleistungen.

Materialien & Equipment

Hier eine nicht abschließende Liste von Materialien, die in einem Design Thinking Workshop gute Hilfestellung bieten. Sofern Du echte Anwendungsfälle in deinem Workshop einbringst, kann es sein, dass auch weitere Materialien eine gute Hilfestellung für den Bau eines Prototypen sind.

- Stifte, Papier, Post It`s
- Bastelmaterial
- Moderationskarten
- Flipcharts, Metaplanwände
- Word, Powerpoint, Keynote
- Drucker, 3D Drucker
- Lego (geht immer)
- Timer
- [Pop - Prototyping on Paper](#), eine App mit der Du App Screens auf Papier malst, diese fotografierst, um sie in der App zu einen interaktiven Prototypen zusammen zu bauen.

Teams

Teams sollten mit 3-5 Personen so besetzt sein, dass Du eine gute Mischung unterschiedlicher Fachkompetenzen aber auch an Charakteren in den jeweiligen Teams hast. Die wichtigsten Eigenschaften und Fähigkeiten eines Design Thinking Teams:

- Analytisch
- Kreativ
- Kann priorisieren und auf den Punkt kommen
- Kann um die Ecke und durch die Decke denken
- Kundenorientiert
- Unterschiedliche Fachrichtungen und Expertisen
- Mutig, keine Angst verrückte Ideen auszuprobieren

Briefing erstellen

Zur Vorbereitung definierst Du im Vorfeld bereits Probleme oder Problemdomänen, die von den Teams bearbeitet werden sollen. Mit einem guten und fundierten Briefing setzt Du als externer Stakeholder wichtige Reizpunkte und Rahmenbedingungen für die Teams und eine erfolgreiche Durchführung des Hackathon.

Dein Briefing sollte folgende Fragestellungen beantworten:

- Was ist das Problem? Wie ist die Ausgangssituation?
- Welche Ziele verfolgt dein Unternehmen mit der Lösung des Problems?

- Wer ist der Kunde? (optional, sofern bereits bekannt)
- Welche Rahmenbedingungen (Budget, Timeline) hast das Team im Hinblick auf eine mögliche Lösung zu berücksichtigen?

Je nach Anzahl der Teams kannst Du natürlich auch mehrere Fragestellungen und Problemdomänen mitbringen und von jedem Team eine Aufgabe bearbeiten lassen.

Durchführung deines Hackathons

Briefing der Teams

Zu Beginn des Workshops stellst Du die Design Thinking Methode und das Ziel des Design Thinking Workshop kurz vor.

- **Was ist Design Thinking?** Eine iterative Methode zur Entwicklung innovativer Lösungen.
- **Woher kommt Design Thinking?** In Anlehnung an die Arbeit von Designern, mit einem hohen Fokus auf Beobachtung und Nutzerzentrierung.
- **Was ist das Ziel des Workshop?** Teams haben am Ende des Workshops einen Prototypen und echtes Kundenfeedback und haben dabei alle wichtigen Phasen des Design Thinking Prozess kennengelernt..

Im Anschluss teilst Du die Teams ein und stellst die Aufgaben vor. Als Unterstützung kannst Du den Teams auch Handouts geben, auf denen die Rahmenbedingungen und der Ablauf des Design Thinking Workshops skizziert ist.

Gruppenarbeit für zwei Stunden

Hier eine Aufteilung, die Du gut in einem halben Tag untergebracht bekommst. Vielleicht habt ihr den Vormittag genutzt, um das Problem und die Ausgangssituation darzulegen. Dann könnt ihr den Nachmittag gut nutzen, um in einen Hackathon zu gehen:

- **Define** - Was ist das Problem? (10 Minuten)
- **Empathize** - Wer ist der Nutzer? (20 Minuten)
- **Ideate** - "Wir könnten ..." (20 Minuten)
- **Prototype** - Die beste Idee umsetzen (30 Minuten)
- **Testing** - Feedback einsammeln (20 Minuten)
- **Debriefing** - Erkenntnis und next steps (20 Minuten)

Die zeitlichen Angaben sind natürlich vom zur Verfügung stehenden Zeitbudget abhängig. Allerdings ist gerade die zeitliche Eingrenzung ein wichtiges Element, damit Teams die Erfahrung sammeln, dass sie auch in kurzer Zeit zu vorzeigbaren Ergebnissen kommen und den Mut fassen Dinge auch einfach einmal auszuprobieren.

Phase 1: Define - Was ist das Problem? (10 Minuten)

In der ersten Phase des Hackathon bilden sich die Teams auf Basis des Briefing eine erste eigenen Meinung. Ziel dieser Phase ist eine Definition der Problemstellung aber auch eine Absteckung des Lösungsraums. Dabei steht im Vordergrund, dass das Team ein gemeinsames Verständnis seiner zu lösenden Aufgabe bekommt. Alle Teammitglieder sollen sich in der Aufgaben- und Problembeschreibung wieder finden.

Define: Anleitung für das Team

1. Welches Problem versuchen wir aus Sicht des Kunden zu lösen?
2. Wie profitiert der Kunde von einer Lösung?
3. Wie profitiert unsere Organisation von einer Lösung des Problems?
4. Warum ist die Lösung des Problems wichtig für uns als Team?
5. Wie sähe die Welt aus, wenn das Problem gut gelöst wäre?

Sammelt eure Gedanken auf einem Flipchart oder auf Post It's. Im Vordergrund steht das gemeinsame Verständnis im Team über der Herausforderung und ein Zusammentragen wichtiger Fragen und Aspekte.

Phase 2: Empathize - Wer ist der Nutzer? (20 Minuten)

Die zweite Phase ist einer der wichtigsten aber auch die gefährlichste in einem Design Thinking Workshop. In diesem Schritt geht es darum zu verstehen, wie der Kunde denkt, fühlt und handelt. Diese Empathie für den Nutzer ist die Basis, auf dem das Team Hypothesen formuliert, wer der erste ideale Kunde sein könnte.

Woran Design Thinking Workshops krankten

Aufgrund des Setups in Design Thinking Workshops ist ein echtes Gespräch mit Kunden meistens ausgeschlossen. Das heißt, das Team versetzt sich nur gedanklich in die Lage des Kunden. Auch Mitarbeiter mit sehr regelmäßigem Kundenkontakt solltest Du dafür sensibilisieren, dass eine echte Einbeziehung des Kunden nicht zu ersetzen ist und der Workshop darauf nur wegen zeitlicher Randbedingungen verzichtet. Auch wenn Du Aufgaben bearbeitest, bei denen das Team selber ein Anwender sein kann (z.B. bei internen Prozessen), solltest Du das Team dafür sensibilisieren, dass ein direkter und echter Kontakt auch mit anderen Anwendern unverzichtbar ist.

Empathize: Anleitung für das Team

Basierend auf den Annahmen der ersten Phase kannst Du das Bild deines Kunden mit folgenden Fragen weiter untersuchen:

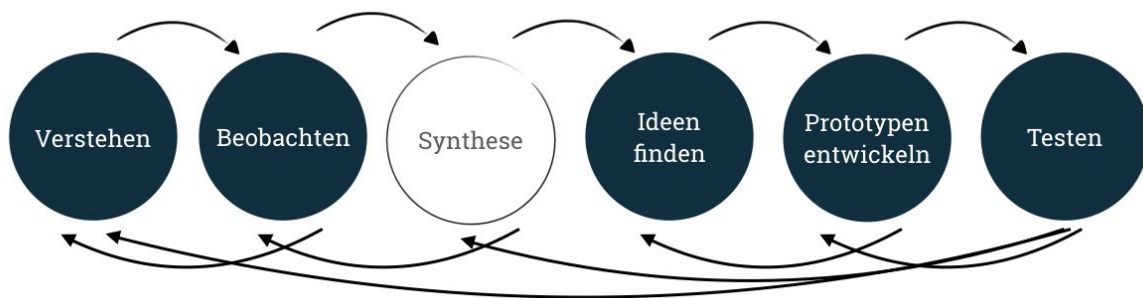
1. Wie gestaltet sich die Lebenswelt deiner Kunden?
2. Welche Schritte durchläuft der Kunde bei der Lösung des Problems?
3. Warum ist die Lösung des Problems wichtig für den Kunden (funktional, emotional)?

4. Welche wiederkehrenden Verhaltensmuster und gemeinsamen Merkmale gibt es, die den ersten potentiellen Kunden beschreiben?
5. Wer ist dein idealer erster Kunde bzw. early adaptor? Welche Kunden könne im ersten Schritt vielleicht nicht überzeugt werden?
6. Welche anderen Lösungen, improvisierte "Hacks" und Workarounds setzt der Kunde heute ein um sein Problem zu lösen?

Zum Abschluss der zweiten Phase hast Du einen idealtypischen ersten Kunden benannt und hast ein gemeinsames Verständnis im Team WARUM das Problem für den Kunden relevant ist.

Synthese

Im Design Thinking Prozess folgt auf die Phase der Beobachtung (Empathize) die Phase der Synthese, in dem das Team seine Annahmen aus Schritt 1 auf Basis der Learnings aus Phase 2 reflektiert. Wenn dein Workshop Setup aber vorsieht, dass die Teilnehmer keinen echten Kundenkontakt haben, wird dieser Schritt in einem Design Thinking Workshop übersprungen.



Sofern Du diese Synthese doch einarbeiten möchtest, weil Du davon ausgehst, dass z.B. doch genug Wissen über den Kunden vorhanden ist oder Nutzer anwesend sind, findest Du hier die passenden Fragen:

1. Welche Annahmen konntet ihr in der Auseinandersetzung mit dem Kunden nicht validieren?
2. Mit welchen Hypothesen könnt ihr weiter arbeiten?
3. Welche neuen Erkenntnisse bringt ihr mit?

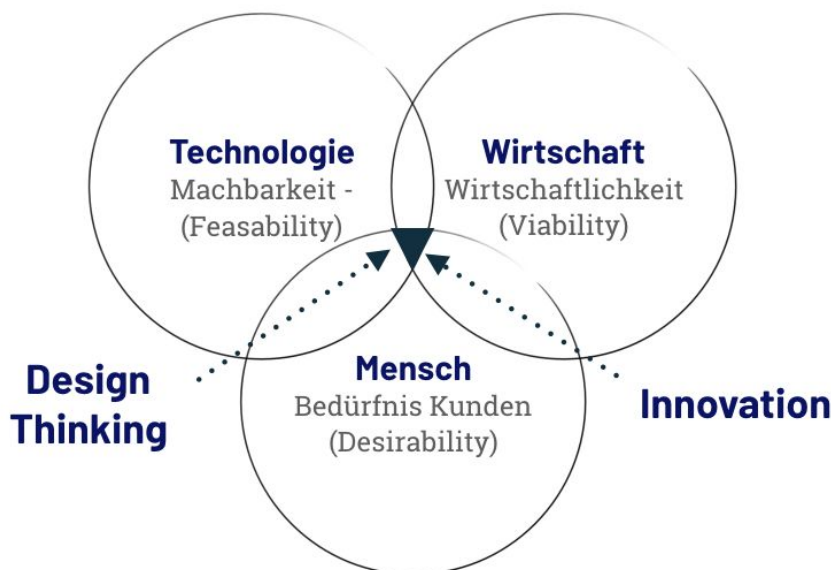
Phase 3: Ideate - "Wir könnten" (20 Minuten)

Auf Basis der Annahmen oder gar der tatsächlichen Beobachtungen des Kunden sammelt das Team im dritten Schritt des Design Thinking Workshop Ideen für Lösungen. In diesen Ideen spiegelt sich wider, wie die Bedürfnisse des Kunden auf der einen Seite und die geforderten Rand- und Rahmenbedingungen aus Sicht des Unternehmens auf der anderen Seite am besten zueinander passen. Ziel dieses Schrittes ist es, dass das Team sich für eine Idee entscheidet, den es im nächsten Schritt dann als Prototyp realisiert.

Ideate: Anleitung für das Team

Im dritten Schritt des Design Thinking Prozesses entwickelt ihr Ideen, wie ihr das Problem lösen könnt.

1. Sammelt mindestens 20 Ideen. Schreibt eure Ideen auf und stellt sie vor, ohne sie zu kommentieren oder zu bewerten.
2. Diskutiert diese Ideen im Hinblick auf die gestellten Rahmenbedingungen und das Ziel..
3. Clustert eure Ideen im Hinblick auf technische Machbarkeit und -Umsetzbarkeit (Feasibility), die wirtschaftliche Tragfähigkeit (Viability) und die Frage, wie sehr diese Lösung des Bedürfnis der Kunden erfüllt (Desirability).
 - a. Welche Lösungen lassen sich einfach umsetzen (Quick-Win)?
 - b. Welche Lösungen würden den Kunden am meisten begeistern?
 - c. Welche Lösungen lassen sich unter den heute gegebenen Rahmenbedingungen noch nicht realisieren?
4. Entscheidet euch für eine Lösung, die ihr mit in die nächste Phase des Design Thinking Prozesses nehmen werdet.
5. Welche Annahmen bzw. Voraussetzungen müssen erfüllt sein, damit das eine gute Lösung ist?



Phase 4: Prototype - Die beste Idee umsetzen (20 Minuten)

In dieser Phase des Design Thinking Workshops haben die Teams die Aufgabe ihre präferierte Idee als Prototyp umzusetzen. Der Prototyp hat die Aufgabe, abstrakte Ideen greifbar zu machen und dem Kunden eine Chance zu geben ein Feedback zu geben. Für die Umsetzung der Prototypen findest Du oben in der Liste Materialvorschläge. Die Wahl der Mittel hängt von der Aufgabe, Zeit aber auch den Kompetenzen des Teams ab.

Prototype: Anleitung für das Team

Eure Aufgabe ist es, eure präferierte Idee nun in einem Prototyp zu modellieren. Die wichtigste Aufgabe ist es, eurem Kunden die Chance zu geben Feedback zu geben bzw. zu reagieren.

1. Welche kritische Annahmen wollt ihr mit dem Kunden testen?
2. Welche Reaktion erwartet ihr? Was ist die optimale Reaktion des Kunden? Wann bewertet ihr den Prototypen als Erfolg, wann als Misserfolg?
3. Welche minimalen Anforderungen könnt ihr aus der ersten Frage ableiten?
4. Entscheidet euch für ein Material, mit dem ihr den Prototypen baut oder visualisiert.
5. Happy Prototyping.:)

Prototyping Beispiele

Die Wahl der richtigen Materialien und der Form sind für einen guten Prototypen ausschlaggebend. Die Form sollte dabei dem Anwendungszweck folgen. Wenn Du also ein neuartiges handliches Küchenwerkzeug planst, dann gib den Leuten was in die Hand. Ein komplexes Produkt kannst Du vielleicht auch in einer Pressemeldung ankündigen oder einen Sales Flyer bauen. Für dienstleistungsnahe Produkte eignen sich Rollenspiele oder zum Beispiel für Visualisierungen Lego. Digitale Produkte kannst Du gut mit Stift, Schere und Papier entwickeln.

Phase 5: Testing – Feedback einsammeln (20 Minuten)

Schließlich sind die Teams gefordert ihren Prototypen zu präsentieren. Wie in Phase zwei solltest Du an dieser Stelle darauf hinweisen, dass es eigentlich echte Kunden braucht, um den Prototyp zu testen. Da diese Voraussetzung in den meisten Workshop-Settings nicht gegeben ist, präsentieren die Teams ihre Idee den anderen Teams in kurzen Präsentationen (max 2-5 Minuten pro Team). Du kannst auch das beste Vorhaben wählen lassen und diesem Team z.B. ein Budget für die weitere Umsetzung des Vorhabens zur Verfügung stellen.

Ich finde es immer gut die Ergebnisse bzw. Präsentationen auf Video zu dokumentieren. Vor laufender Kamera steigt die Spannung etwas und ihr habt eine Dokumentation, auf die ihr zurückschauen oder mit anderen nicht anwesenden Kollegen teilen könnt.



Design Thinking Prototyping

Debriefing - Abschluss des Design Thinking Workshops

Im abschließenden Schritt bekommen die Teams noch ein wenig Zeit ihre Erkenntnisse zu reflektieren und nächste Schritte zu dokumentieren. Die "next steps" sind vor allem dann wichtig, wenn eure Aufgabenstellung Praxisbezug hatte und ihr sicherstellen wollt, dass der Transfer in die Praxis stattfindet.

Debriefing: Anleitung für das Team

- Was waren die wesentlichen Erkenntnisse für Dich?
- Welcher Schritt war besonders einfach / schwierig für Dich?
- Wie bewerten wir unser Ergebnisse als Team?
- Welche Elemente der Design Thinking Methode kannst Du gut in deinen Alltag integrieren?

Sofern ihr an echten Aufgabenstellungen bearbeitet habt:

- Sind wir zuversichtlich, dass wir die gestellte Aufgabe erfüllen können? Wenn ja, warum? Wenn nein, warum?
- Haben wir das Problem aus Sicht des Nutzers verstanden und richtig formuliert?
- Welche Aspekte unserer Lösung können wir noch streichen?
- Was sind die nächsten Schritte?

Fazit - Die wichtigsten Learnings in deinem Design Thinking Workshop

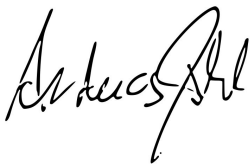
Ein Design Thinking Workshop ist ein guter Einstieg in die Design Thinking Methode. Die wichtigsten Learnings für deine Teilnehmer sind dabei:

- Problem und Lösung getrennt voneinander betrachten.
- Ziele des Unternehmen nicht mit den Kundenanforderungen verwechseln.

- Direkter Kundenkontakt ist ein unbedingtes Muss.
- Mut haben einfach zu machen. Es geht nicht darum ein perfektes Produkt oder aufgeblähte Pläne zu entwickeln, sondern Ideen durch das Feedback des Kunden zu nutzen und weiter zu entwickeln.

Die meisten Teams sind tief beeindruckt, was sie in der kurzen Zeit auf die Beine stellen. Damit hat der Design Thinking Workshop seine wichtigste Aufgabe erfüllt. Nämlich Teams den Raum aber auch den Mut zu geben ihre Ideen umzusetzen. Das fällt vielen schwer, weil wir damit mit unserer beruflichen Sozialisierung brechen, dass nämlich alles was wir abliefern und präsentieren möglichst perfekt und fehlerfrei sein muss. Aber der Mut etwas zu probieren und den Kunden frühzeitig einzubeziehen, ist ein wichtiger Erfolgsfaktor für die [Umsetzung deiner digitalen Transformation](#).

Viel Erfolg dabei.



Weiterführende Artikel:

- [Design Thinking - Einführung in den Prozess und die Methode](#)
- [Die fünf wichtigsten Kompetenzen eines Design Thinking Coach](#)
- [Design Sprints - 5 Tage Design Thinking Workshop powered by Google](#)
- [Andreas als Design Thinking Coach kennenlernen](#)