

trend.at > Standpunkte

# Die Straßen von San Francisco

veröffentlicht am 1. 8. 2016 von Sabine Hoffmann | Gastkommentar





Sabine Hoffmann berät als Geschäftsführerin der ambuzzador GmbH Unternehmen beim digitalen Marketing.

© Jürgen Hammerschmid

## **Design Thinking ist der Trend in der digitalen Produktentwicklung.**

Nachdem ich mich seit mehr als 14 Jahren mit dem Thema Buzz Marketing - der guten alten "Mundpropaganda" - beschäftige und damit, was Konsumenten antreibt, Produkte auszuprobieren, war es mein großer Traum, mich dem Thema "Anwender-zentriertes Design" zu widmen: Was steckt hinter der "Design Thinking"-Methode, die derzeit in aller Munde ist? Also auf nach Stanford, wo das Design Thinking geboren wurde, hinein in das sommerliche Bootcamp für Executives.

Menschen und ihre Erwartungen in den Mittelpunkt meiner Arbeit zu stellen, bin ich ja gewohnt, aber die bedingungslose Ausrichtung an Emotionen von Nutzern eines Produkts oder Services im Design Thinking ist doch sehr faszinierend. Ausgangspunkt ist immer und in jedem Fall der Anwender. Also galt es, meine persönliche Komfortzone zu verlassen und mit vorbereiteten Fragen, aber vollkommen ergebnisoffen ins Gespräch mit potenziellen Anwendern zu treten: Es geht darum, Widersprüche zwischen Worten und Handeln, vor allem aber Emotionen aufzudecken, die sich als Kern des darauffolgenden Designprozesses eignen.

## Design Disruptors Trailer

© Video:

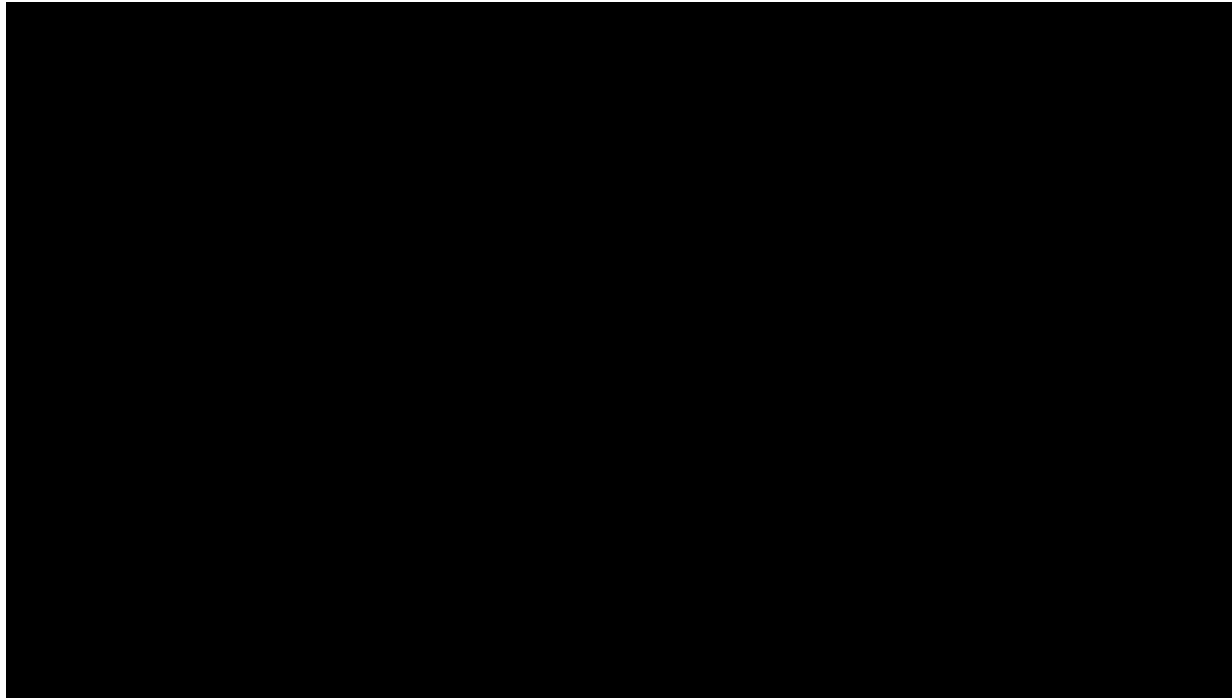
[designdisruptors.com](http://designdisruptors.com)

Für die US-Bank Capital One sollten wir das Thema "Sparen und Geld" ausloten und starteten unsere Ermittlungen in den Straßen von San Francisco. Die erste Runde war verdammt unangenehm, ist man aber erst einmal im Empathie-Modus (Empathie ist die erste Phase im Design-Thinking-Prozess), fällt die Übung leicht, und es ist unbeschreiblich, was für tiefe Einblicke Menschen in ihren Alltag, ihre Emotionen und persönlichen Werte geben. Was folgt, ist die Extraktion einer spezifischen Fragestellung, die man im Rahmen des nun folgenden Innovationsprozesses lösen soll. Ein inspirierendes Beispiel dazu ist die Geschichte von Doug Dietz, dem Chefdesigner von General Electric: Dem war es gelungen, das an sich eher negative Erlebnis einer Magnetresonanz-Untersuchung für Kinder in ein spielerisches zu verwandeln. Die fragten danach sogar, ob sie wiederkommen dürften! Dietz' konsequente Orientierung am Blickwinkel der Kinder, für die Kranksein kein Spaß ist, hat zum Design einer Computerspiel-ähnlichen Umgebung geführt: einer Art Fun Park, in dem unangenehme Geräusche in einen positiven Kontext gesetzt werden.

### **Der provokante Trick**

Auf solche Ideen kommt man in Phase drei des Design-Thinking-Prozesses, der Findungsphase, in der strukturiert möglichst viele Ideen generiert werden. Es gelten Grundregeln wie etwa, dass jeder Input in der Runde mit einem "Ja, und " aufgegriffen wird. Alle Teilnehmer und Ideen werden wertgeschätzt, um die Kreativität in den Flow zu bringen. Die Zusammensetzung des sogenannten Ideation Teams ist für mein Gefühl ein

Schlüsselfaktor im gesamten Prozess. Hier geht es darum, Experten in ihrem Fach zu gewinnen, die aber generalistisch denken können. Die Anzahl der Ideen vervielfacht man mit einem simplen, provokanten Trick: Jede Idee soll den Chef verärgern oder zumindest eine Million Euro kosten. Erst nach dieser hemmungslosen Sammlung geht es in die Bewertung: nach bewährten Kriterien "einfach in der Umsetzung", "Durchbruch" oder "macht den Nutzer besonders glücklich".



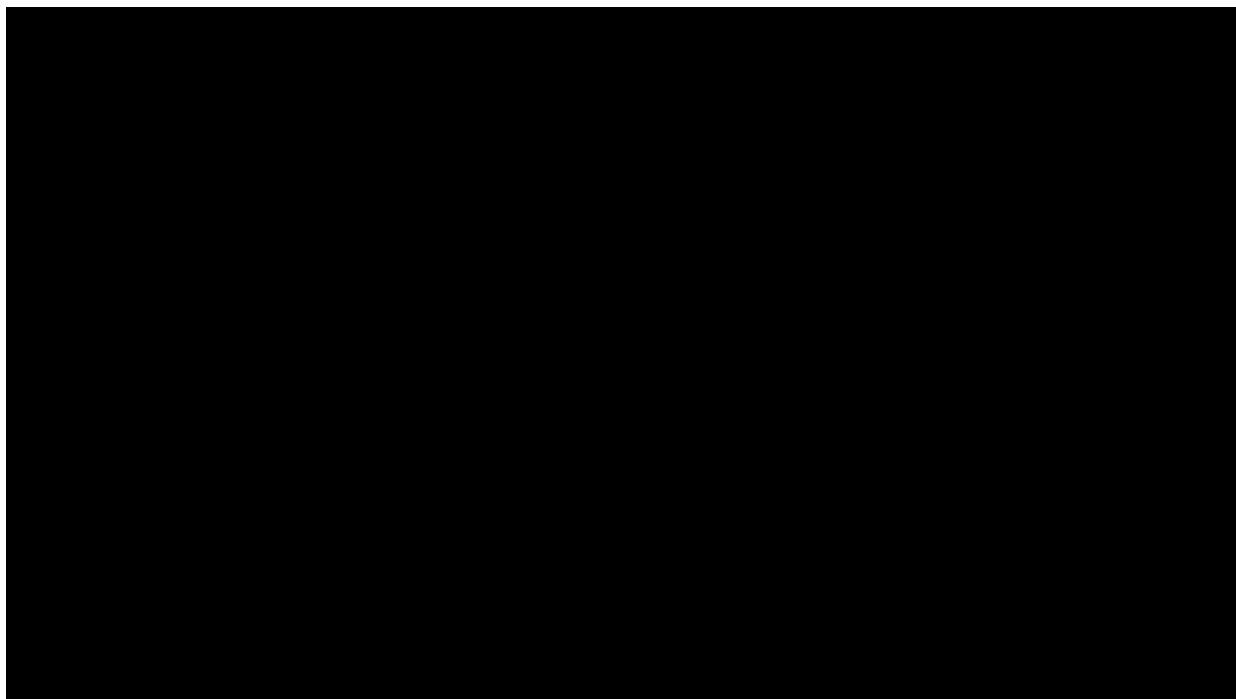
John Maeda, Kleiner Perkins Caufield & Byers - Design  
Partner

© Video:  
[designdisruptors.com](http://designdisruptors.com)

Nach den ersten drei Phasen geht es also endlich ans Tun. Die gekürzte Idee wird in einen Prototyp gegossen: der ruhig "Low-Fi" sein darf. Sprich: ein einfaches, oft angedeutetes Modell aus Papier, mit dem man erste Feldtests beim Verbraucher macht - also wieder raus auf die Straße.

Meine wichtigste Erkenntnis aus dem Bootcamp: Der Umweg über den vermeintlich

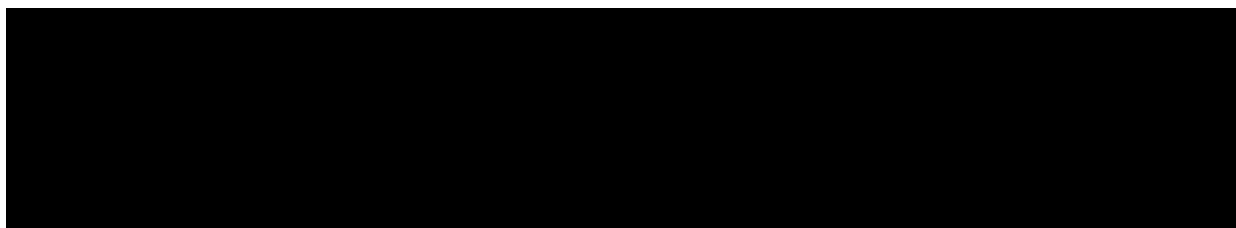
langsameren Prozess - ich springe nicht wie gewohnt direkt zur Lösung - setzt eine unglaubliche Umsetzungsenergie frei. Zurück in Wien, habe ich für mein eigenes Unternehmen gleich eine erste "Challenge" gelöst, fernunterstützt von den Coaches.

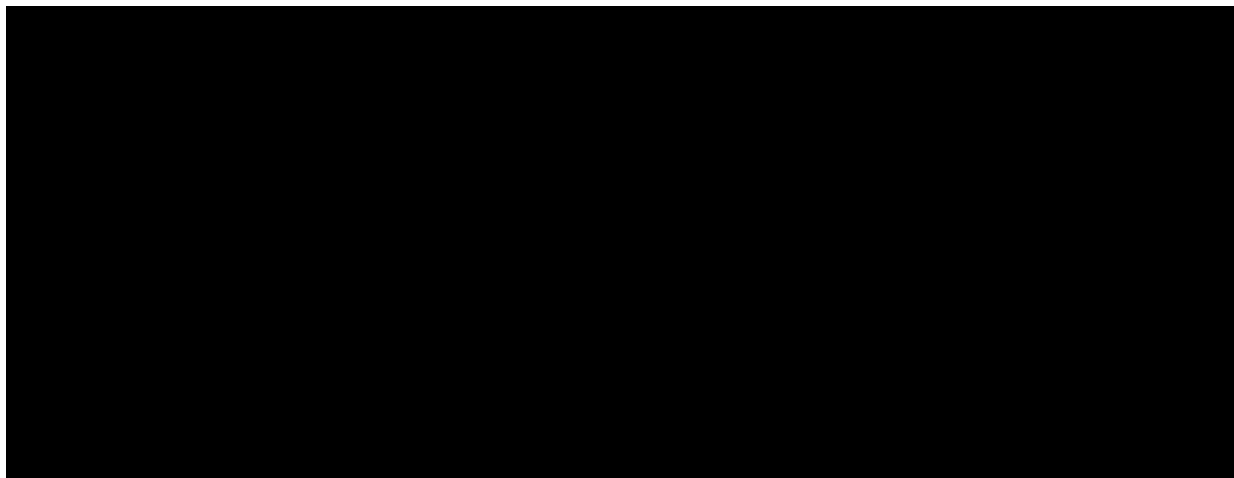


Julie Zhuo, Facebook - VP, Product Design

© Video:  
[designdisruptors.com](http://designdisruptors.com)

Für meinen persönlichen Design-Thinking-Ansatz wird das Befragen der Online-Communitys eine große Rolle spielen: raus auf die Straße, aber eben im Netz. Das stellt eine valide Messbarkeit her für den manchmal für seine Willkür kritisierten Prozess des Design Thinkings.





Jason Mayden, Accel Partners - Designer

© Video:  
designdisruptors.com



## IHRE MEINUNG ZUM THEMA

Einen Kommentar schreiben

Anmelden

Anmelden mit facebook

Kommentar

**STANDPUNKTE**  
**Österreich gehört  
gegeschwandnert**

**NEUES AUS DEM NETZWERK**

**Gut schlafen trotz Sommerhitze**  
(lustaufsleben.at)

---

**Bregenz siegt in Neusiedl**  
(yachtrevue.at)

---

**Schwarzwälder-Kirschtorte**  
(gusto.at)

---

**Die Rechtshaber: Hat Norbert  
Hofer schon gewonnen?**  
(profil.at)

**STANDPUNKTE**  
**Die Kraft der Schrittmacher**

**STANDPUNKTE**  
**Der Steuerzahler als  
Bankomat**

Kommentar

Kommentar

**10 AUSGABEN trend**  
**UM NUR € 10,-**

Sie sparen über € 27,-

trend. WIR BEWEGEN WIRTSCHAFT.

trend. Abo  
trend. Das Wirtschaftsmagazin.  
Ihr Abo zum Vorteilspreis

**AKTUELLE JOBS**

Produkt Manager für Dienstleistungen (m/w)  
W&H Dentalwerk Bürmoos GmbH

---

Projektleiter für die industrielle Forschung und  
Entwicklung (m/w)  
W&H Dentalwerk Bürmoos GmbH

---

Teamleitung Werbung & Design  
Tirol Werbung

**karriere.at**