

# DT

DESIGN THINKING IN SCHOOL

Janina **Behlert** /  
Florian **Heisterkamp**

# DT ABLAUF

01 — **Wer** wir sind

02 — **Was** wir machen

03 — **Wo** wir stehen

04 — **Was** ist DESIGN THINKING?

05 — **Was** kann DESIGN THINKING?

06 — **Was** macht DESIGN THINKING?

07 — **Wo** ist DESIGN THINKING?

08 — **Was** wir uns vom Workshop erhoffen

→ Wir freuen uns auf die kommenden sechzig Minuten.

# WER WIR SIND

Janina Behlert

seit 2020 an der Sekundarschule Hassel

TFD-Alumna 2022

# WAS JANINA MACHT / IST

Kunst / Ästhetische Bildung / Kulturelle Bildung /  
Farbenthusiastin / Kunstliebhaberin /

# WER WIR SIND

Florian Heisterkamp

seit 2016 an der Sekundarschule Hassel

TFD-Alumni 2016

# WAS FLORIAN MACHT / IST

Klassenleitung / Deutsch / GL / Organisationstalent /  
Fehlzeitenkontrolleur / Spaßanimateur

# WAS WIR MACHEN

# SCHÜLER

WAS WIR MACHEN

# VERTRETUNG



# WO WIR STEHEN

- weniger Reden, mehr machen
- weniger Nein, mehr Ja
- weniger „Hm, geht das wirklich?“, mehr „Lasst uns ausprobieren!“
- weniger Fragen, mehr Aussagen

DESIGN

THINKING IS THE

GLUE BETWEEN

ALL DISCIPLINES

# WAS IST DESIGN THINKING?

Design Thinking ist ein Ansatz, der zum Lösen von Problemen und zur Entwicklung neuer Ideen führen soll.

# WAS IST DESIGN THINKING?

Design Thinking ist ein **Ansatz**, der zum **Lösen** von **Problemen** und zur **Entwicklung** neuer **Ideen** führen soll.

# WAS IST DESIGN THINKING?

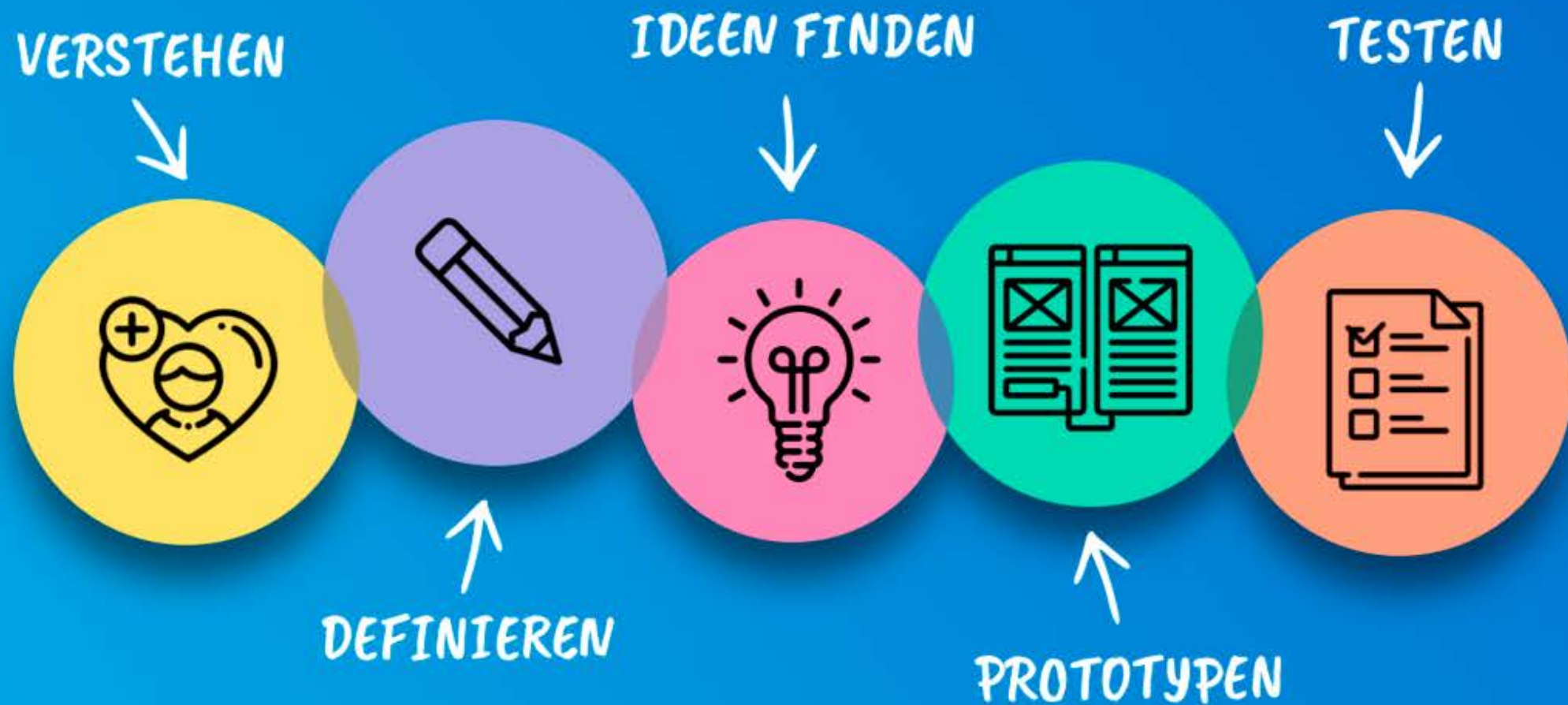
**Lösen**

**Problemen**

**Entwicklung**

**Ideen**

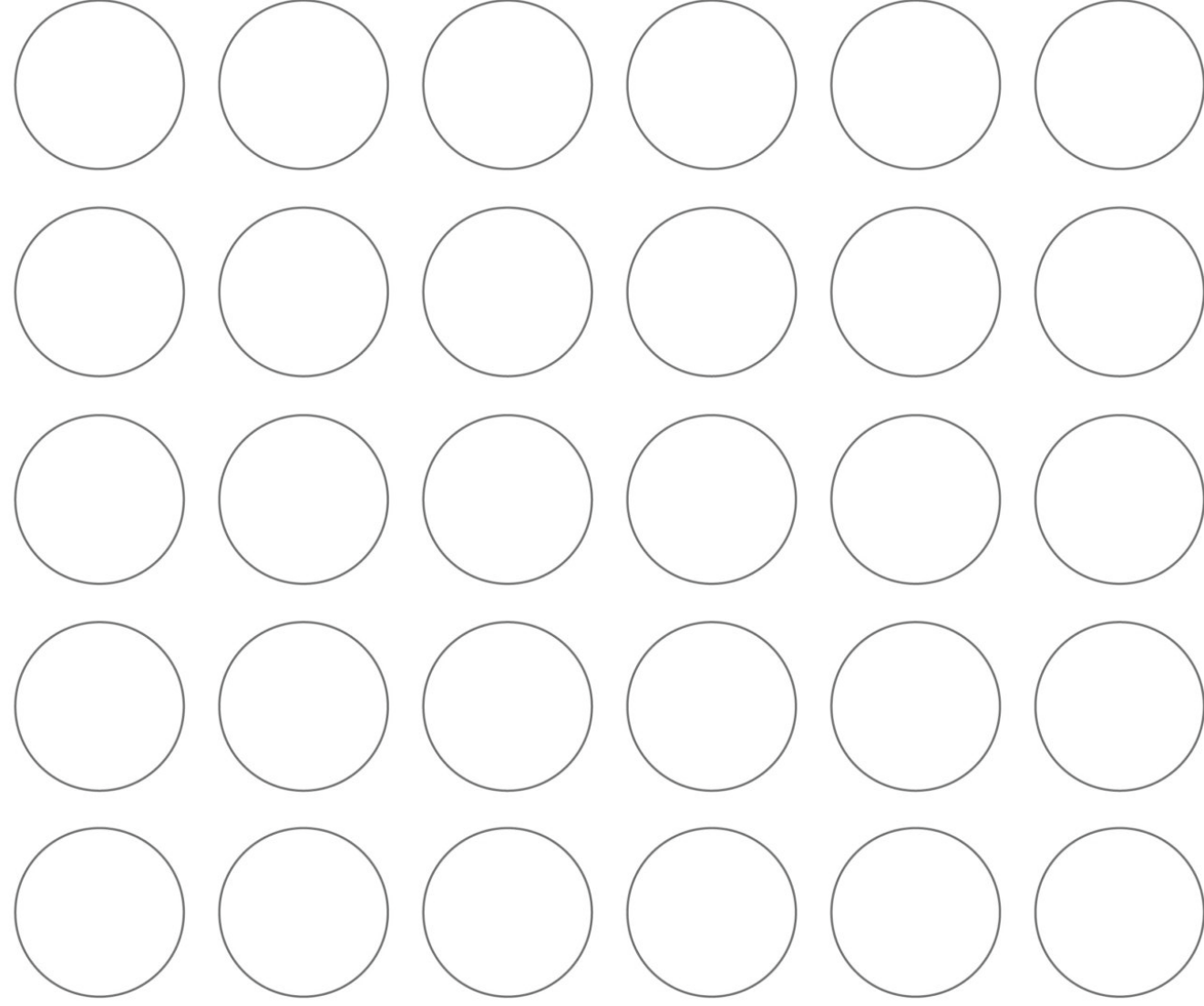
# WAS MACHT DESIGN THINKING?



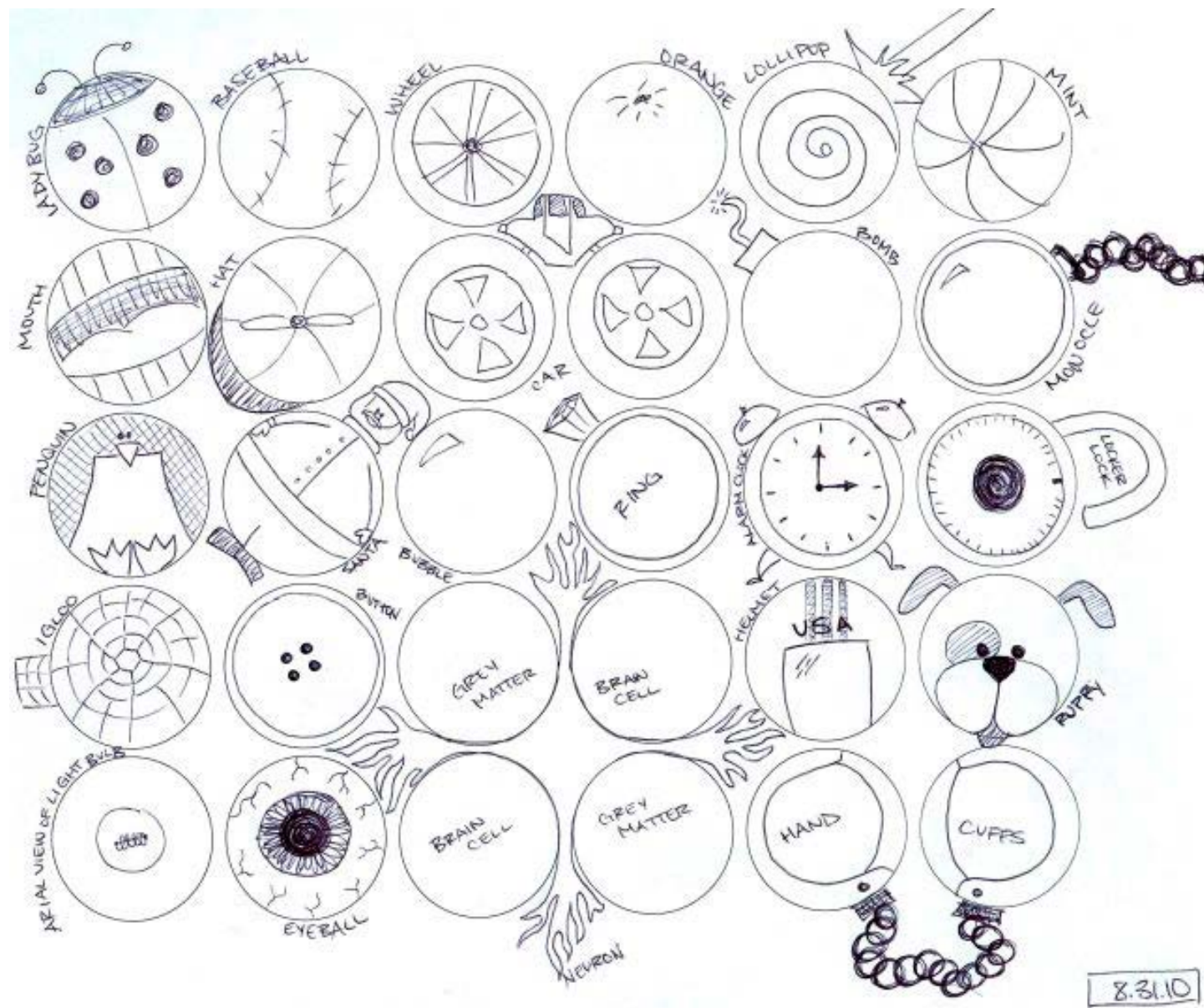
**WARM UP**

**THIRTY CIRCLES**

SCHULKRÄFTE





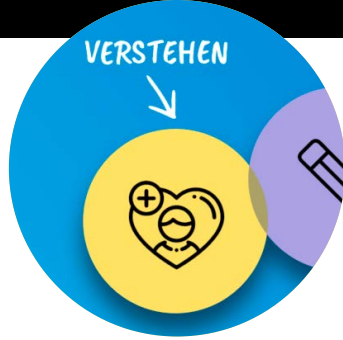


# WAS KANN DESIGN THINKING?

Methode und Haltung

ÜBUNG

VERSTEHEN



Projekt:  
Team:  
Version & Datum:

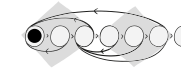


**Kurzanleitung:** Die 6W-Fragen helfen, tiefgehende Einsichten zu erhalten und neue Erkenntnisse und Informationen zu gewinnen und die Situation, resp. das Problem ganzheitlich zu verstehen. Die W-Fragen geben die Möglichkeit, mehr über die Wünsche und Meinungen des Nutzers oder eines Kunden zu erfahren.

## WEIHNACHTSGRUSSAKTION

## 6W-FRAGEN

Tipps & Tricks zum Template auf Toolbook-Seite: 71

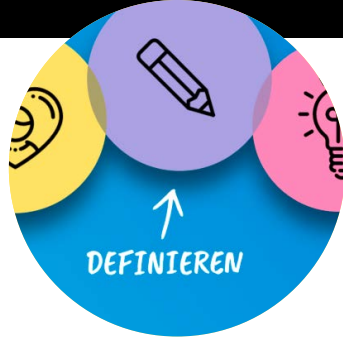


Lewrick / Link / Leifer  
Das Design Thinking Toolbook  
978-3-8006-5751-3

Wer?	Was?	Wann?	Wo?	Warum?	Wie?
Wer.....? <b>Umut</b>	Was.....? <b>Plakate</b>	Wann.....? <b>12.12.2022</b>	Wo.....? <b>Flure 5-10</b>	Warum.....? <b>Kommunikation</b>	Wie.....? <b>Plakate plotten</b>
Wer.....? <b>Jessica</b>	Was.....? <b>Kartengestaltung</b>	Wann.....? <b>05.12.2022</b>	Wo.....? <b>Online-Druckerei / Schuldruckerei</b>	Warum.....? <b>Schulgemeinschaft stärken</b>	Wie.....? <b>Man schickt sich gegenseitig Karten mit einem Gruß</b>
Wer.....? <b>Emirhan</b>	Was.....? <b>Verkaufsstand Kasse</b>	Wann.....? <b>14.12.2022</b>	Wo.....? <b>Schuleingang</b>	Warum.....? <b>Einnahmen für die SV</b>	Wie.....? <b>Planungsskizze</b>
Wer.....? <b>Birsel</b>	Was.....? <b>Verteilung der Grußkarten</b>	Wann.....? <b>16.12.2022</b>	Wo.....? <b>In den Klassen im Klassenrat</b>	Warum.....? <b>Schulgemeinschaft stärken</b>	Wie.....? <b>Karte mit Schokolenikolaus</b>

ÜBUNG

DEFINIEREN



Projekt:  
Team:  
Version & Datum:

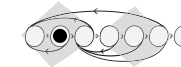


# WEIHNACHTSGRUSSAKTION

# PEERS-OBSERVING-PEERS

**Kurzanleitung:** Mit Peers-Observing-Peers soll durch eine natürliche und unauffällige Weise das Verhalten und die Bedürfnisse einer Person erkundet werden, um neue Erkenntnisse zu erhalten, wie z.B. das Problem heute gelöst wird und wie der Prozess in der realen Welt gelebt wird.

Tipps & Tricks zum Template auf Toolbook-Seite: 115

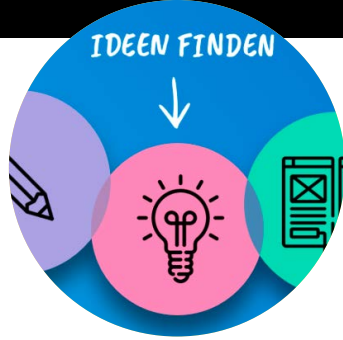


Lewriek / Link / Leifer  
Das Design Thinking Toolbook  
978-3-8006-5751-3

<p><b>1</b></p> <p><b>Ort</b> <i>Wo fand sie Beobachtung statt?</i></p> <p><b>Dauer</b> <i>Wann und wie lange hat sie stattgefunden?</i></p> <p><b>Personen</b> <i>Wer und welche Funktion/Aufgabe wurde beobachtet?</i></p>	<p><b>Beschreibung der Situation</b> <i>Was ist der Kontext der Beobachtung?</i></p>
<p><b>2</b></p> <p><b>Beobachtungen</b> <i>Beschreibe genau, was passiert.</i></p> <p><b>Beobachtungen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Grußkarten wurden zur Weihnachtszeit verkauft</li> <li>+ Karten verkauft, von SuS verfasst und adressiert</li> <li>+ SV verteilte die Karten mit Schokonikolaus an ihre Schulgemeinschaft</li> </ul>	<p><b>Bemerkungen und Interpretation</b> <i>Interpretiere die Verhaltensweisen.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ SuS übernehmen gerne Aufgaben und Verantwortung</li> <li>+ SuS wollen mehr „anpacken“</li> </ul>
<p><b>3</b></p> <p><b>Anmerkungen des Teams</b> <i>Ergänze die Beobachtungen von anderen Beobachtern und diskutiere die Unterschiede.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Verkaufsstand klarer abgrenzen</li> <li>+ Positionierung der Plakate</li> <li>+ noch mehr Motive für die Weihnachtskarte</li> <li>+ gutes Feedback &gt; weitere Anlässe erwünscht</li> </ul>	<p><b>4</b></p>
<p><b>5</b></p> <p><b>Erkenntnisse</b> <i>Leite Schlüsse und Erkenntnisse ab. Welche Beobachtung überraschte? Was kann daraus gelernt werden?</i></p> <p>+ gutes Feedback &gt; weitere Anlässe erwünscht</p>	

# ÜBUNG

# DEEN FINDEN



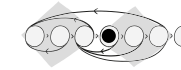
Projekt:  
Team:  
Version & Datum:

# WEIHNACHTSGRUSSAKTION BRAINWRITING/6-3-5-METHODE



**Kurzanleitung:** Brainwriting mit der 6-3-5-Methode ermöglicht die strukturierte Ideenfindung und -weiterentwicklung in sämtlichen Iterationen und über den gesamten Designzyklus. Nachdem im ersten Schritt das Problem definiert ist, bearbeiten alle Teilnehmer in jeder Runde jeweils drei Ideen.

Tipps & Tricks zum Template auf Toolbook-Seite: 163



Lewrick / Link / Leifer  
Das Design Thinking Toolbook  
978-3-8006-5751-3

## 1

### Problem

*Beschreibe das zu lösende Problem oder den definierten Standpunkt (Point of View).*

## WEITERE SV-AKTIONEN

---

### 6-3-5 Methode

*Führe die 6-3-5 Methode mit dem Team durch.*

**TEILNEHMER 1**

VALENTIN	ZUCKERFEST	UKRAINE
FLORIAN	FLORIAN	FLORIAN
ANDREA	ANDREA	ANDREA

**TEILNEHMER 2**

IDEE 1		

### Konsolidieren

*Die Teammitglieder können nun ihre Ideen vorstellen.*

---

**TEILNEHMER 3**

IDEE 1		

**TEILNEHMER 4**

IDEE 1		

## 4

---

**TEILNEHMER 5**

IDEE 1		

**TEILNEHMER 6**

IDEE 1		

### Entscheidung

*Halte die besten Ideen fest und vergib Prioritäten.*

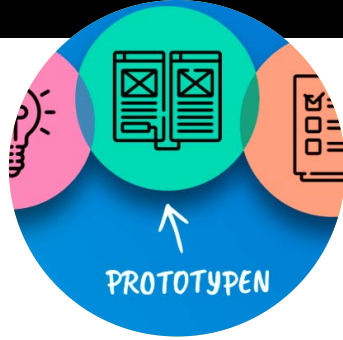
## 2

## 3



ÜBUNG

PROTOTYPEN



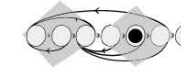
Projekt:  
Team:  
Version & Datum:



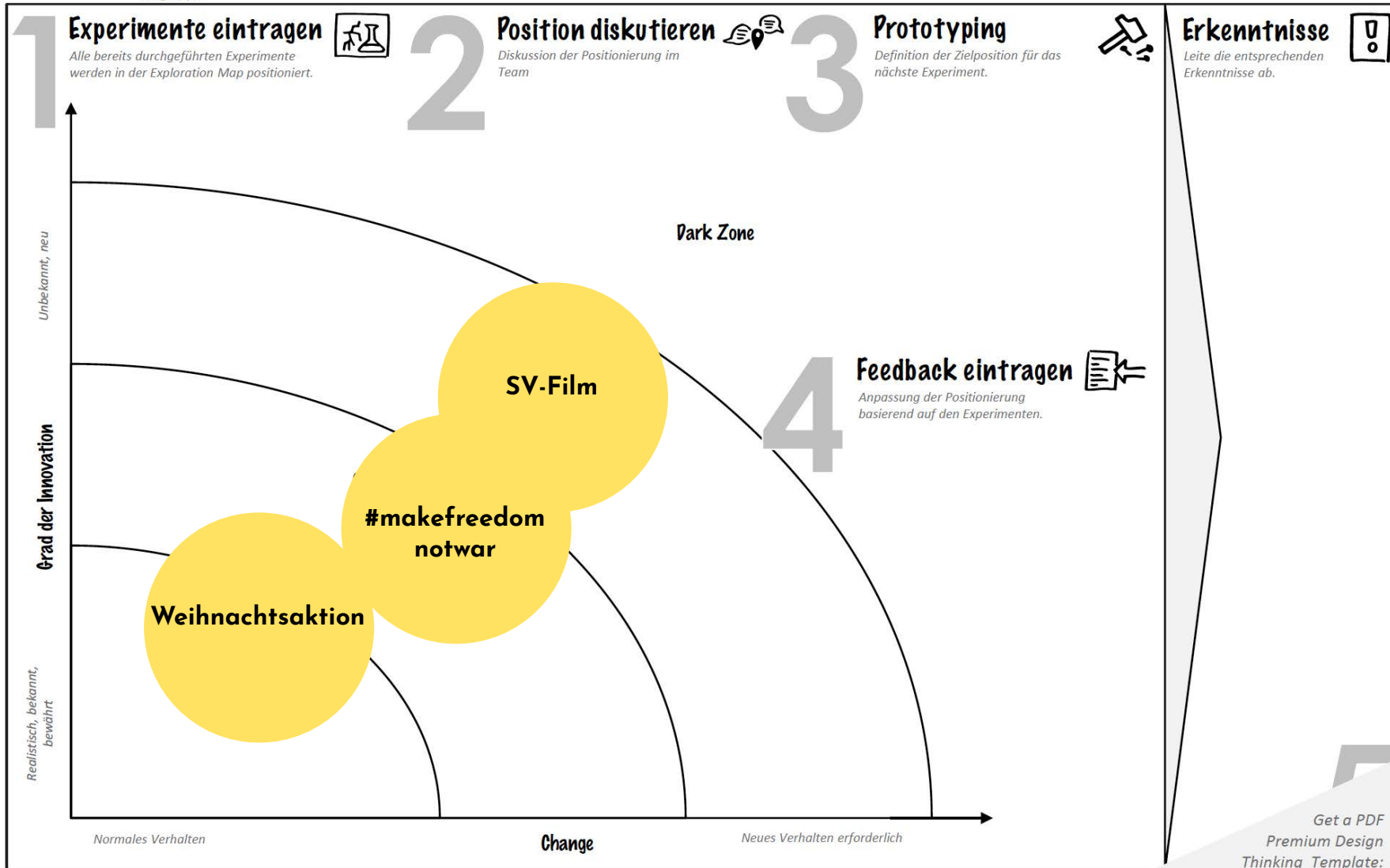
**Kurzanleitung:** Die Exploration Map verschafft dem Team einen Überblick über die durchgeführten Experimente und zeigt z.B. auf, in welchen Bereichen noch zusätzliche Experimente durchgeführt werden sollten. Die Map gibt Auskunft über die Erwartungen an ein Experiment und dessen Wirkung bei der Zielgruppe.

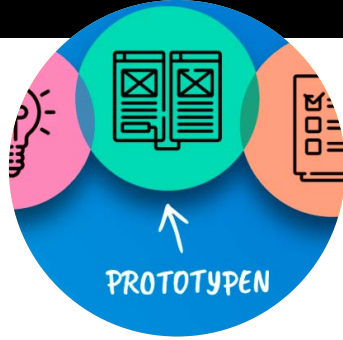
# EXPLORATION MAP

Tipps & Tricks zum Template auf Toolbook-Seite: 195



Lewrick / Link / Leifer  
Das Design Thinking Toolbook  
978-3-8006-5751-3





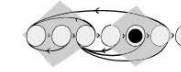
Projekt:  
Team:  
Version & Datum:



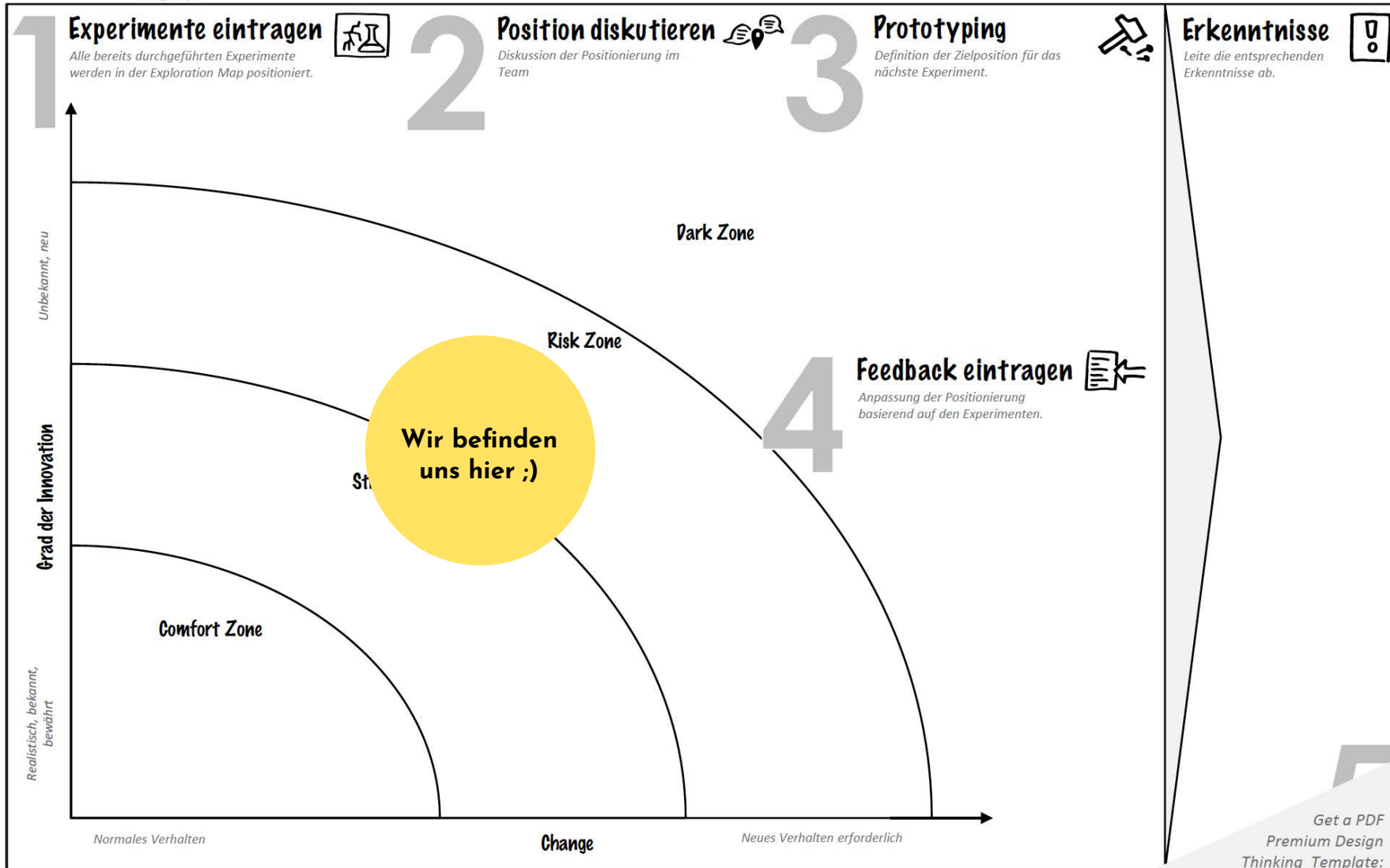
**Kurzanleitung:** Die Exploration Map verschafft dem Team einen Überblick über die durchgeführten Experimente und zeigt z.B. auf, in welchen Bereichen noch zusätzliche Experimente durchgeführt werden sollten. Die Map gibt Auskunft über die Erwartungen an ein Experiment und dessen Wirkung bei der Zielgruppe.

# EXPLORATION MAP

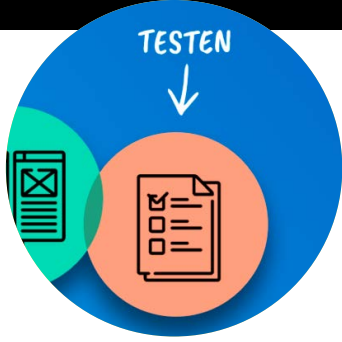
Tipps & Tricks zum Template auf Toolbook-Seite: 195



Lewrick / Link / Leifer  
Das Design Thinking Toolbook  
978-3-8006-5751-3



# ÜBUNG TESTEN



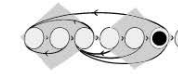
# FEEDBACK CAPTURE GRID

Projekt:  
Team:  
Version & Datum:



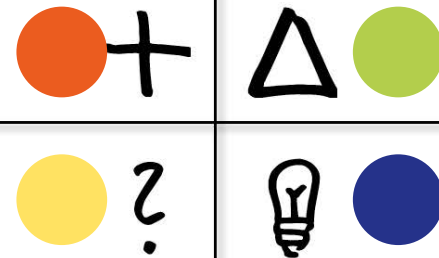
**Kurzanleitung:** Das Feedback-Capture-Grid unterstützt z.B. das Testen von Ideen mittels Prototypen, indem es eine Möglichkeit bietet, in sehr einfacher Form Testergebnisse zu dokumentieren. Es wird vor allem dann eingesetzt, wenn es darum geht herauszufinden, wie gut eine Idee ein zuvor identifiziertes Nutzerproblem löst.

Tipps & Tricks zum Template auf Toolbook-Seite: 217



Lewrick / Link / Leifer  
Das Design Thinking Toolbook  
978-3-8006-5751-3

<p><b>I like ...</b> <i>Dinge, welche die Testperson mag oder bemerkenswert findet.</i></p>	<p><b>I wish ...</b> <i>Dinge, die geändert oder verbessert werden müssen</i></p>
<p><b>Fragen...</b> <i>Fragen, die sich ergeben haben</i></p>	<p><b>Ideen ...</b> <i>Ideen, die sich ergeben haben</i></p>

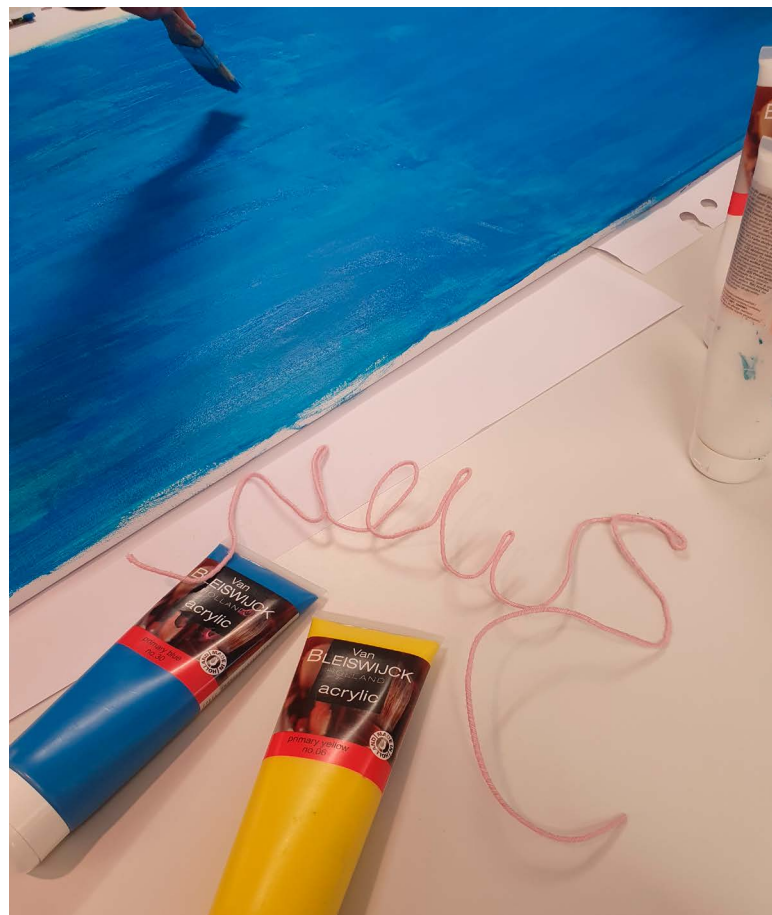




# WO IST DESIGN THINKING?



# WO IST DESIGN THINKING?





# WO IST DESIGN THINKING?





# WO IST DESIGN THINKING?

13

14

15

16



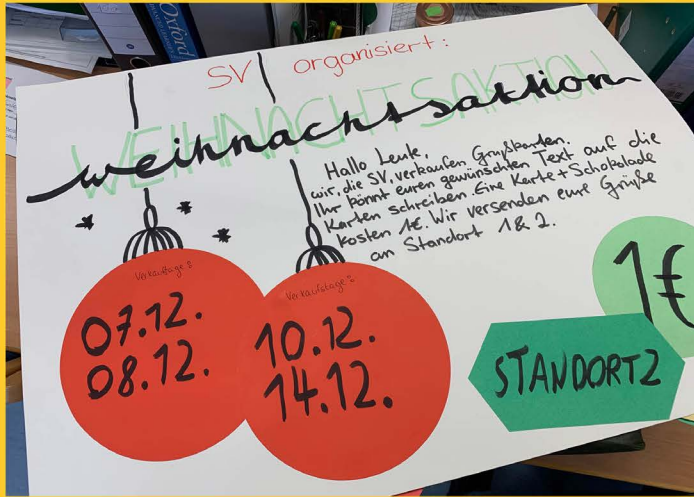
13

14

15

16





**HIER GEHTS ZUR TOOL BOX:**

