



**PLAYBOOK**



LET'S PLAY!

# INHALTSVERZEICHNIS

## **5 Ideation Space**

- Raumausstattung
- Verhaltensregeln

## **11 Methoden**

### 12 *Aktivieren*

- Legless Chicken
- Marshmallow-Tower
- Papierflieger

### 20 *Verstehen*

- Empathy Map

### 26 *Generieren*

- Brainwriting
- Superman
- 6 Denkhüte

### 36 *Organisieren und selektieren*

- Clustering
- Auswahlmethoden

### 42 *Kreieren*

- Ideen greifbar machen
- Storyboard
- Rollenspiel

### 50 *Testen*

- Feedback einholen
- Online-Feedback
- Feedback-Erfassungsraster

## **58 Unser Playbook**

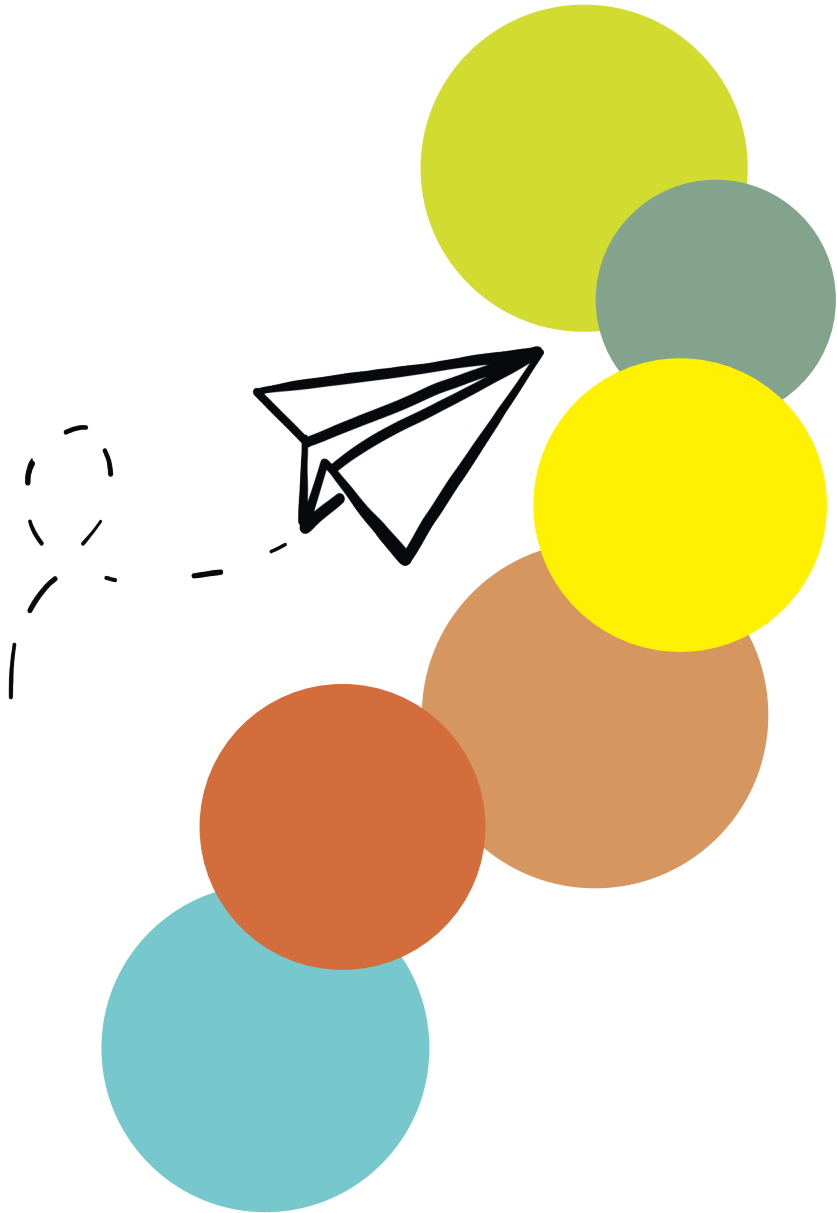
ALMOST ALL CREATIVITY REQUIRES  
PURPOSEFUL PLAY.

Abraham Maslow



IDEATION  
SPACE

# AUFBAU PLAYBOOK



# DEFINITION

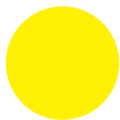
## Kapitelfarben



*Aktivieren:* Um das Gehirn für die kreativen Aufgaben aufzuwärmen ist es sinnvoll zu Beginn von Kreativ-Workshops Aktivierungsaufgaben durchzuführen.



*Verstehen:* Kein Problem kann gelöst werden, ohne dass man es kennt. Daher ist es wichtig, sich intensiv mit der eigenen Workshop Challenge zu befassen.



*Generieren:* Quantität vor Qualität – Dies ist das Motto dieser Phase. Wir zeigen verschiedene Methoden, wie ihr euer Team zu möglichst vielen Ideen verhelfen könnt.



*Organisieren und selektieren:* Was nun? Wir zeigen dir wie du mit deinen Teilnehmern bei der Vielzahl an Ideen wieder Ordnung schaffen kannst.



*Kreieren:* Nun geht es ans Eingemachte. Die zuvor ausgewählten Ideen sollen jetzt möglichst genau ausgearbeitet werden. Wichtig: Vergiss das Ausgangsproblem nicht!



*Testen:* Kein Launch ohne Test – Es ist wichtig zu Beginn von neuen innovativen Ideen herauszufinden, ob sie tatsächlich das Problem der Zielgruppe lösen.

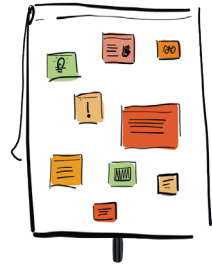
# RAUM AUSSTATTUNG

## Space matters!

Unsere Umgebung beeinflusst unser Verhalten – und auch unsere Kreativität. So solltest du dir bei der Planung auch überlegen, wie du den Raum optimal für die verschiedenen Phasen deiner Ideation Session nutzen kannst.

## Beschreibbare Flächen

Unempfindliche und beschreibbare Oberflächen fördern das Visualisieren.



## Material

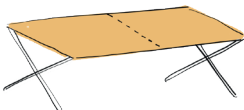
Natürlich brauchst du neben den Oberflächen auch Material, um die Oberflächen zu bespielen wie Stifte, Post-its etc. Aber vor allem bei den Prototyping-Aktivitäten kann man etwas kreativer werden. Natürlich hängt deine Materialliste aber vor allem von deiner Workshop Challenge ab. Hier ein paar Inspirationen:

- Legos
- Knete
- Karton
- Pool-Nudeln
- oder vielleicht einen 3D-Drucker?



## Raumnutzung

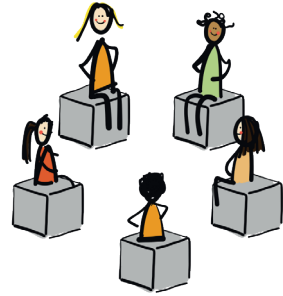
Flexible Sitzmöglichkeiten, Stauraum und höhenverstellbare Tische auf Rollen ... diese Raumausstattung ermöglicht ein schnelles Verändern und Anpassen.





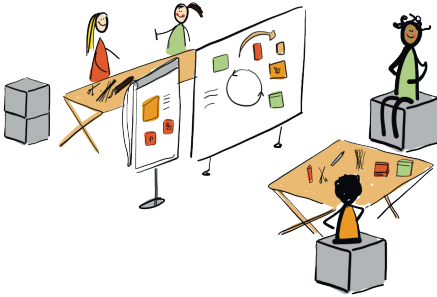
## Campfire

Dieses Setting eignet sich besonders für Reflexion, Feedback oder Erfahrungsaustausch. Nutze es aber nur für eine kurze Dauer.



## Prototyping in Teams

Let's get to work! Vor allem bei Hands-on Aufgaben macht es Sinn, die Gruppe aufzuteilen. Hierbei ist wichtig, dass die Teams möglichst unabhängig voneinander arbeiten können. Stelle ihnen möglichst viele verschiedene Materialien zur Verfügung und ermögliche den Teams ihren Space selbst zu konfigurieren.



## Presentation Modus

Dieses Setting ist vor allem am Anfang und am Schluss des Workshops hilfreich.



# VERHALTENSGREGELN

## 1 CHALLENGE DICH UND ANDERE

Hinterfrage Ideen und Vorschläge von dir und anderen konstant! Natürlich auf eine konstruktive Art und Weise, die eure Lösung besser macht.

## 2 BEHALTE DAS ZIEL IM FOKUS

Egal in welcher Phase des Workshops ihr seid, jedem sollte zu jeder Zeit klar sein, was das ultimative Ziel ist. Kleiner Tipp: Visualisiert es am Besten irgendwo im Raum.

## 3 USER IS KING!

Die Zielgruppe der Lösung, an der ihr arbeitet, ist der wichtigste Eckpunkt. Manchmal ist es hilfreich vor dem Workshop spezifische Informationen zu ihnen zu sammeln beispielsweise durch Interviews.

## 4 DOKUMENTIERE ALLES!

Während eines Workshoptages entstehen viele Ideen. Jedoch ist es wichtig, alles aufzuschreiben, dass man später eine verworfene Idee vielleicht doch nochmal in Betracht ziehen kann.

## 5 LASSE DEINEM TEAM FREIHEITEN, ABER COACHE SIE GLEICHZEITIG!

Je nach Arbeitsmodus ist es sinnvoll, dass die Teilnehmenden ihre Arbeitsumgebung selber gestalten können. Gerade Kreativ-Neulinge brauchen aber oftmals etwas Inspiration, wie sie dies umsetzen können. Zudem gilt: Je konkreter die Aufgabe, desto klarer die Raumstruktur.



**METHODEN**

# AKTIVIEREN

Kreative Aufwärmübungen führen nachweislich zu besseren Ideen.

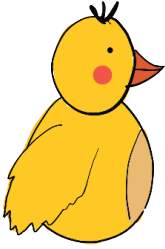
Daher lohnt es sich zu Beginn eines Workshops, als Warm-up vor einer Ideengenerierungsaktivität oder auch einfach nur zur Auflockerung zwischendurch eine kurze Aufwärmübung durchzuführen. Zudem hilft es auch, die Barrieren zwischen den Teilnehmenden zu eliminieren.



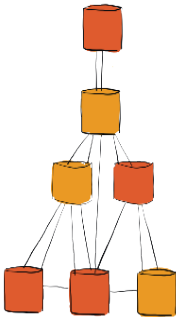
## TIPP:

Die Aktivierungsübungen haben verschiedene Ziele. Versuche die Übung so zu wählen, damit sie zum Ziel der Nachfolgeaktivität passt.

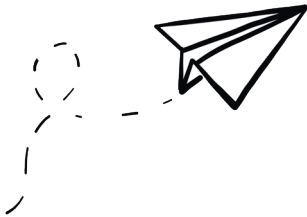
# METHODEN



**Legless Chicken**

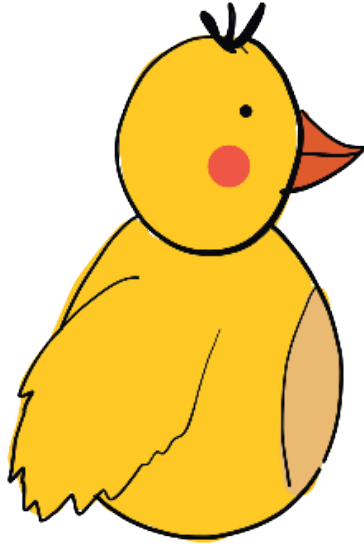


**Marshmallow-Tower**



**Papierflieger**

# LEGLER'S CHICKEN



## **DO'S:**

Die Teilnehmenden zu verrückten Ideen ermutigen und auf den Ideen der anderen aufbauen.

## **DON'TS:**

Bewerte oder diskutiere die Ideen nicht.

# VORGEHEN

**Zeitpunkt:** Zu Beginn oder vor einer Kreativitätsaktivität

**Zeit:** 5min

**Material:** Post-its, Stifte und Flipchart

---

## Anleitung

1

Alle Teilnehmenden stellen sich um einen Flipchart und statten sich mit Post-its und Stiften aus. Du stellst ihnen die Frage: «Wie kann ein beinloses Huhn die Strasse überqueren?».

2

Die Teilnehmenden schreiben oder zeichnen ihre Ideen auf ein Post-it, stellen sie kurz vor und kleben sie auf das Flipchart. Gib ihnen dafür 3 Minuten Zeit.

3

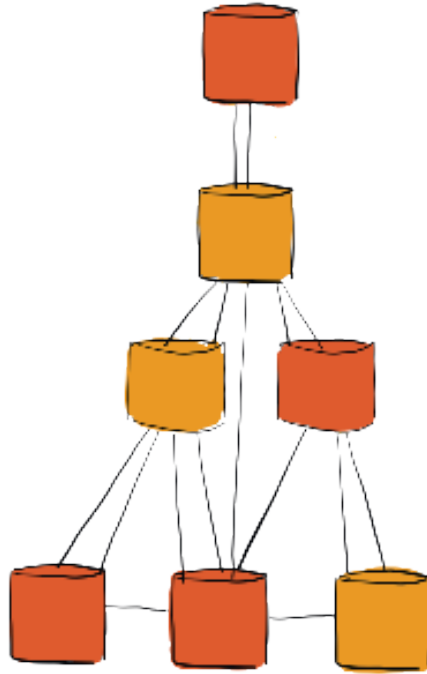
Weitere mögliche Fragestellungen:

- «Was kann man mit Büroklammern alles anstellen?» (Überwindung der funktionalen Fixiertheit)
- «Wie kann man mit einer Kuh-Herde Geld verdienen, ohne ihr Fleisch oder ihre Milch zu verwenden?» (Kreative Ideen mit Nutzen verknüpfen)

## ZIEL:

Das Out-of-the-box-Denken anregen.

# MARSHMALLOW TOWER



## DO'S:

Trefft euch am Ende für die Learnings im Campfire Modus wie auf Seite 9 beschrieben.

## DON'TS:

Sag ihnen am Anfang nicht, dass die Spaghetti auch gebrochen bzw. die Marshmallows geteilt werden können. Sie sollen selber darauf kommen.



# VORGEHEN

**Zeitpunkt:** Zu Beginn eines Workshops

**Zeit:** 10-15min

**Material:** Marshmallows, Spaghetti, Massband, Stoppuhr

---

## Anleitung

1

Bildet 3-5er Gruppen. Jede Gruppe erhält Marshmallows und Spaghetti. Die Aufgabe lautet:  
Den höchsten, alleinstehenden Turm aus Spaghetti und Marshmallows bauen (weitere Hilfsmittel sind verboten). Spicken bei den anderen Gruppen ist erlaubt. Der höchste Turm gewinnt. Der Timer wird auf 3min gestellt.

2

Die Türme werden gemessen. Die Gewinner teilen ihre Strategie. Bestenfalls hat eine Gruppe die Spaghetti zerbrochen oder die Marshmallows geteilt. Falls nicht, weise sie darauf hin!

3

Die zweite Runde beginnt. Der Timer wird auf 2min gestellt. Im Anschluss daran werden die Türme erneut gemessen.

4

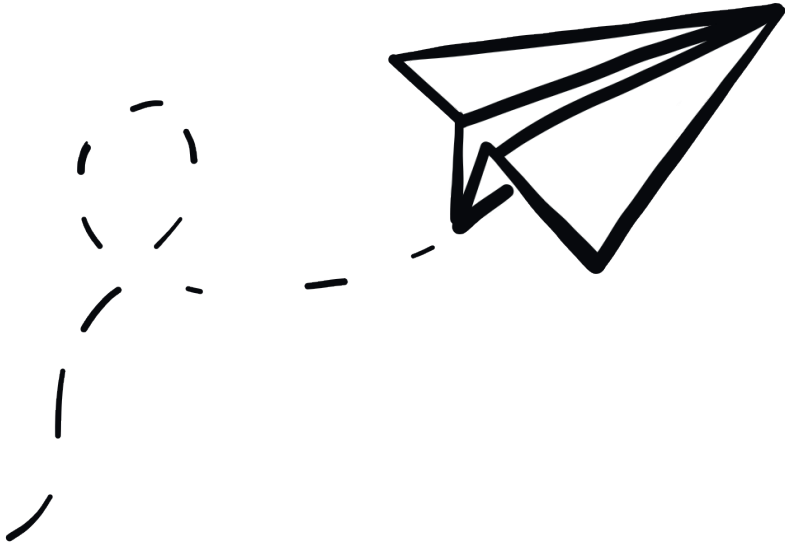
Teilt eure Learnings aus dieser Übung. Fasse die wichtigsten Punkte am Ende zusammen:

- Denkbarrieren aufbrechen
- Ideen verwerfen wenn nötig

## ZIEL:

Die Teilnehmenden sollen Platz für neues Denken schaffen. Zudem ist es eine Teambildungsübung.

# PAPIERFLIEGER

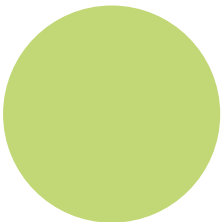


## **DO'S:**

Lasse Musik laufen und ändere den Stil nach den ersten 2 Minuten.

## **DON'TS:**

Verrate dein Teilnehmenden nicht, dass man eine Kugel formen kann.



# VORGEHEN

**Zeitpunkt:** Vor einer Prototypingssession

**Zeit:** 5min

**Material:** 1 A4 Seite pro Teilnehmer

---

## Anleitung

1

Alle Teilnehmenden erhalten ein A4 Blatt und sollen damit einen Papierflieger basteln. Der Gewinner ist derjenige, mit der grössten zurückgelegten Strecke. Dafür haben sie 2min Zeit.

2

Nach 1min verkündest du, dass sich die Spielregeln geändert haben und nun dasjenige Flugobjekt gewinnt, welches es schafft, den Flipchart zu treffen. Einige werden daraufhin die Strategie ändern und eine Kugel basteln, andere werden am Flieger weitermachen.

3

Im Anschluss an die Verkündung des Gewinners die Moral der Geschichte teilen: Man sollte sich nicht in die 1. Idee verlieben, sondern sie mit nötiger (emotionaler) Distanz betrachten und allenfalls aufgeben, falls sich die Rahmenbedingungen verändern.

## ZIEL:

Den Teilnehmenden zeigen eine gewisse Distanz zur eigenen Idee und somit eine Denkfähigkeit zu bewahren.

# VERSTEHEN

Niemand kann ein Problem lösen ohne es zu kennen. Darum ist es wichtig, einen Teil des Workshops dafür zu nutzen, das Problem genau zu definieren und Hypothesen dazu zu formulieren. Am Besten visualisiert ihr dies und hängt es für alle ersichtlich auf.

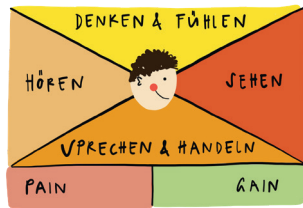
## TIPP:

Recherchiere im Vorfeld Informationen zu deinem Problem und mach diese am Anfang vom Workshop für alle zugänglich.



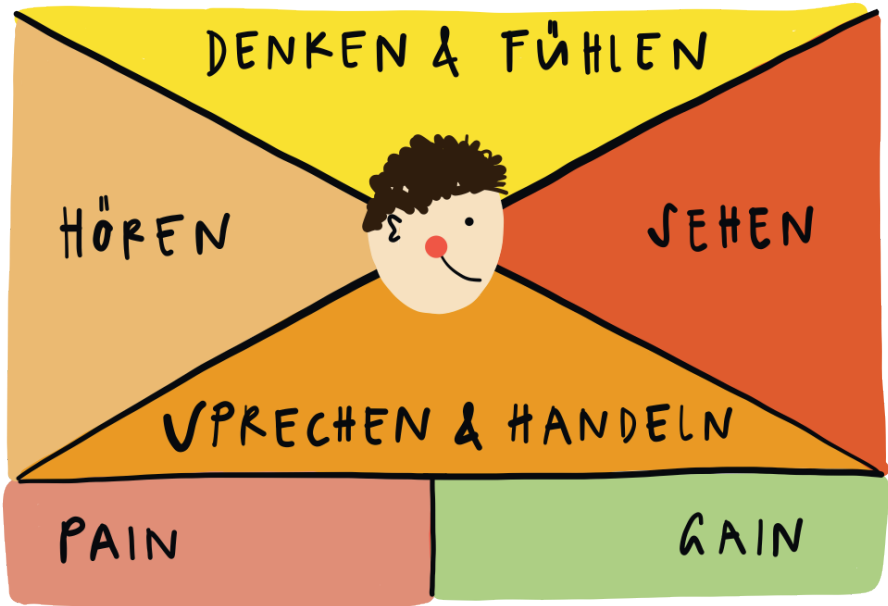
IV

# METHODEN



## Empathy Map

# EMPATHY MAP



## DO'S:

Versetze dich in die Lage des Nutzers. Brauche Video- oder Bildmaterial, um eine bestimmte Situation nachzustellen zu können.

## DON'TS:

Haltet euch nicht an demografische Merkmalen fest, sondern fokussiert euch auf Wünsche und Gefühle der Nutzer.

# VORGEHEN

**Zeitpunkt:** Vor einer Ideengenerierung

**Zeit:** 20min (beliebig anpassbar)

**Material:** Stifte, Papier, Whiteboard, evt. Bild- und Videomaterial

---

## Anleitung

1

Erkläre den Teilnehmenden das Raster der Empathy Map. Am Besten hast du das Raster bereits vorbereitet. Auf der nächsten Seite findest du die zentralen Fragestellungen pro Bereich. Arbeite hierfür in mehreren Gruppen.

2

Gib ihnen 20 Minuten Zeit das Raster für ihre Zielgruppe(n) auszufüllen.

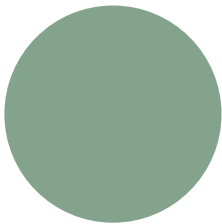
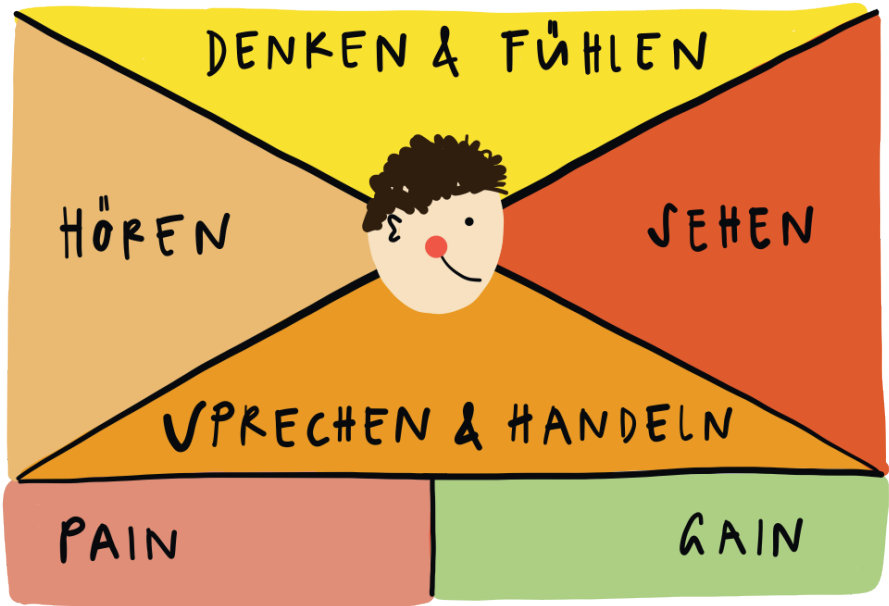
3

Jede Gruppe stellt im Anschluss ihre Zielgruppe den anderen Gruppen vor.

## ZIEL:

In der Lage sein sich völlig in den potenziellen Nutzer einzufühlen und somit ein besseres Verständnis für ihre realen Bedürfnisse zu erlangen.

# EMPATHY MAP





## Zentrale Fragestellungen



*Denken und Fühlen:* Was sind Gedanken, Gefühle und Erwartungen des Nutzers?



*Sehen:* Wie sieht die reale Umgebung des Nutzers aus? Was nimmt der Nutzer täglich visuell auf?



*Sprechen und Handeln:* Wie interagiert der Nutzer mit der Umwelt? Wie kommuniziert er?



*Hören:* Welche Geräusche nimmt der Nutzer sowohl bewusst als auch unbewusst wahr? Wer sind seine Gesprächspartner und welche Kanäle nutzt er?



*Pain:* Was sind die alltäglichen Ängste, Probleme und Hindernisse, mit denen sich der Nutzer auseinandersetzt?



*Gain:* Was sind die verinnerlichteten Wünsche des Nutzers? Welche Ziele werden verfolgt?

# GENERIEREN

Beim Sammeln einer Vielzahl von Ideen ist Kreativität gefragt und dafür sind folgende Regeln zu beachten:

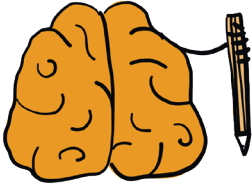
- Seid mutig
- Quantität vor Qualität
- Es gibt keine schlechten Ideen!



## TIPP:

Mache zuerst eine Aktivierungsübung, denn es hilft, vor einer Ideensammlung mindestens 1x zu lachen.  
Wichtig: anlächeln aber nie auslachen!

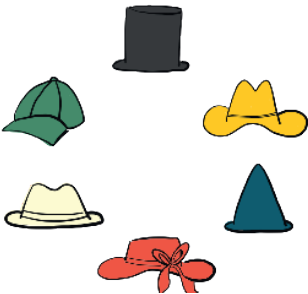
# METHODEN



**Brainwriting**

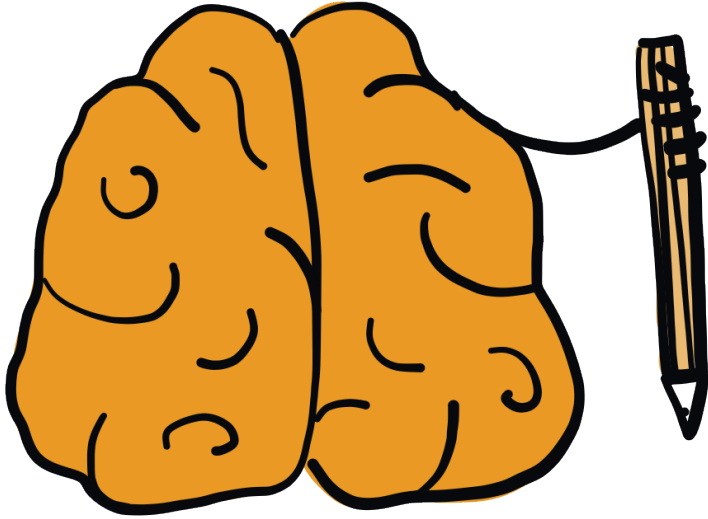


**Superman**



**6 Denkhüte**

# BRAINWRITING

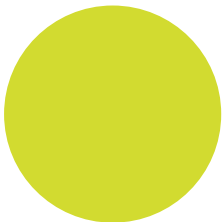


## **DO'S:**

Zu verrückten Ideen ermutigen.

## **DON'T'S:**

Ideengenerierung mit  
Ideenbewertung vermischen.



# VORGEHEN

**Zeitpunkt:** Um an eine Vielzahl von Ideen zu kommen

**Zeit:** 15 min (beliebig anpassbar)

**Material:** Stift und Papier pro Teilnehmer, Post-its und Flipchart

---

## Anleitung

1

Vor einer Brainwriting-Session wird die Fragestellung diskutiert. Es sind lediglich Verständnisfragen zugelassen. Die Teilnehmenden haben 3min Zeit, selbständig Ideen zu generieren.

2

Nach der abgelaufenen Zeit tauschen sie sich in Zweiergruppen 4min aus und stellen ihre Ideen untereinander vor.

3

Im Anschluss werden die diskutierten Ideen pro Zweiergruppe vorgestellt.

4

Die Ideen werden auf Post-its gesammelt und für alle gut sichtbar aufgehängt.

## ZIEL:

Die Beeinflussung des Denkens durch Hierarchiegefälle umgehen und introvertierten Teilnehmenden die Ideensammlung vereinfachen.

# SUPERMAN



## DO'S:

Eine Vielzahl an möglichst unterschiedlichen Idolen wird zu verrücktere Ideen führen.

## DON'T'S:

Falls keine Ideen zu Idolen vorhanden sind, hier einige Ideen: Kolumbus, Pippi Langstrumpf, Nelson Mandela...

# VORGEHEN

**Zeitpunkt:** Wenn die Ideensammlung ins Stocken gerät

**Zeit:** 10min

**Material:** Stifte und Papier

---

## Anleitung

1

Die Teammitglieder werden dazu aufgefordert, sich in die Rolle eines beliebigen Idols (fiktive Figuren, Prominente...) zu versetzen.

2

Jedes Teammitglied schreibt im Brainwriting-Modus Lösungen auf, die sein Idol gut finden würde. Gib ihnen dafür 4 Minuten Zeit.

3

Anschliessend werden die Ergebnisse im Team geteilt.

## ZIEL:

Diese Übung zeigt auf, wie andere Personen dieses Problem sehen und angehen würden und soll die bewährten Denkmuster der Teammitglieder aufbrechen.

# 6 DENKHUETE

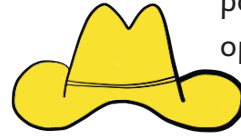
objektiv



kreativ



positiv,  
optimistisch



fakten-  
orientiert



kalt,  
fokussiert



emotional

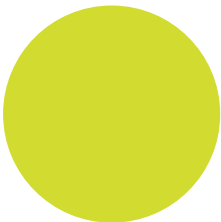


## DO'S:

Zu mutigen und kritischen  
Aussagen ermutigen.

## DON'T'S:

Nicht für zu kleine Gruppen  
geeignet.





# VORGEHEN

**Zeitpunkt:** Um verschiedene Perspektiven zu einzunehmen

**Zeit:** 20min (beliebig anpassbar)

**Material:** Notizzettel, 6 farbige Hüte und Kamera (optional)

---

## Anleitung

1

Jedes Teammitglied bekommt einen Hut zugewiesen. Erkläre die Bedeutung jedes Hutes (siehe nächste Seite).

2

Das Thema wird in der Runde diskutiert. Dabei nimmt jeder die Rolle seines Hutes ein. Optional kann die Diskussion auch aufgezeichnet werden.

3

Die Teilnehmenden verwenden die Notizzettel und protokollieren mit.

4

Nach der Diskussion werden die Ergebnisse diskutiert und reflektiert. Dazu dienen die Notizen.

## ZIEL:

Die Methode ermöglicht *laterales Denken*. Zudem ermutigen die Hüte zu Aussagen, die unter normalen Umständen nicht gesagt werden.

# 6 DENKHUETE

objektiv



kreativ



positiv,  
optimistisch



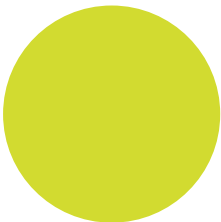
fakten-  
orientiert



kalt,  
fokussiert

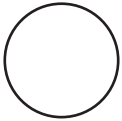


emotional



# VORGEHEN

## Bedeutung der Hutfarben



*Weisser Hut:* Der Träger nimmt eine fakten- und zahlengetriebene Sichtweise ein. Die Rolle ist eher nüchtern, neutral und objektiv. Ausschliesslich Fakten zählen.



*Roter Hut:* Der Standpunkt dieser Rolle ist sehr emotional. Die Charakterisierung kann bis zur Wut gehen. Das Ziel des roten Hutes ist emotionale Reaktionen zu erfahren.



*Schwarzer Hut:* Dieser Rolle ist pessimistisch und risikoavers und versucht überall Schwachpunkte und Probleme zu finden und anzusprechen.



*Gelber Hut:* Dieser Träger ist stets optimistisch und positiv. Sein Ziel ist die Identifikation aller Vorteile einer Lösung.



*Grüner Hut:* Dieser Hut steht für Kreativität und neue Ideen.



*Blauer Hut:* Der Standpunkt des Blauen ist kalt und fokussiert auf Kontrolle und Organisation von Prozessen.

# ORGANISIEREN UND SELEKTIEREN

Nachdem das Team eine Vielzahl an Ideen gefunden hat, folgt nun die Qual der Wahl: Welche Ideen sollen weiterverfolgt werden? Welche Ideen bleiben auf der Strecke? Diese Diskussion soll im Team geführt werden und ist wichtig für das weitere Vorgehen und das gemeinsame Verständnis.

Eine Strukturierung der Ideen ermöglicht eine anschließende Auswahl.

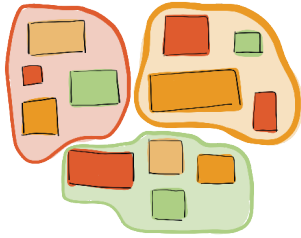
## TIPP:

Nutze Möglichkeiten der Strukturierung und Visualisierung, um Ideen, Situationen und Problem zu verstehen und zu kommunizieren!

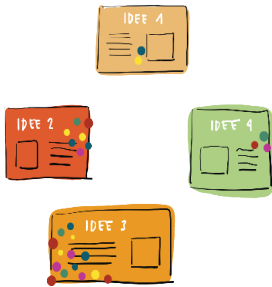


IV

# METHODEN

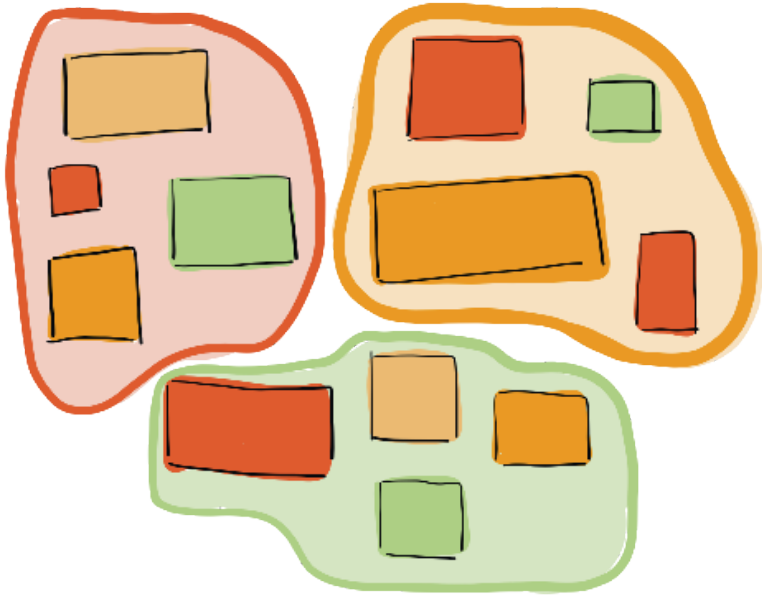


**Clustering**



**Auswahlmethoden**

# CLUSTERING

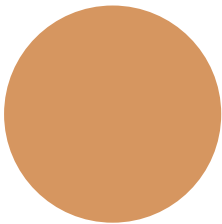


## **DO'S:**

Erstelle Mindmaps, die es dem Team ermöglichen, Verbindungen rasch zu sehen.

## **DON'TS:**

Ideen bereits bewerten.



# VORGEHEN

**Zeitpunkt:** Im Anschluss an Generierungsaktivität

**Zeit:** 5-20min je nach Klärungsbedarf

**Material:** beschreibbare Fläche, Post-its und Stifte

---

## Anleitung

1

Erkläre den Teilnehmenden, dass jetzt Ordnung in die Ideensammlung gebracht werden muss. Es muss sichergestellt werden, dass das Team das gleiche Verständnis von den Lösungsansätzen hat. Lass es zu einer Diskussion kommen, denn dies führt dazu, dass ein besseres Problem- und Lösungsverständnis im Team herrscht.

2

Helfe den Teilnehmenden passende Ideenkategorien zu finden. Hier einige Ideen zu möglichen Gruppierungen:

- passend zur Fragestellung - unpassend
- spannend - out of scope
- Thermometermethode: Heisse Ideen oben, kalte (weniger spannende) unten
- heute - morgen - Zukunft

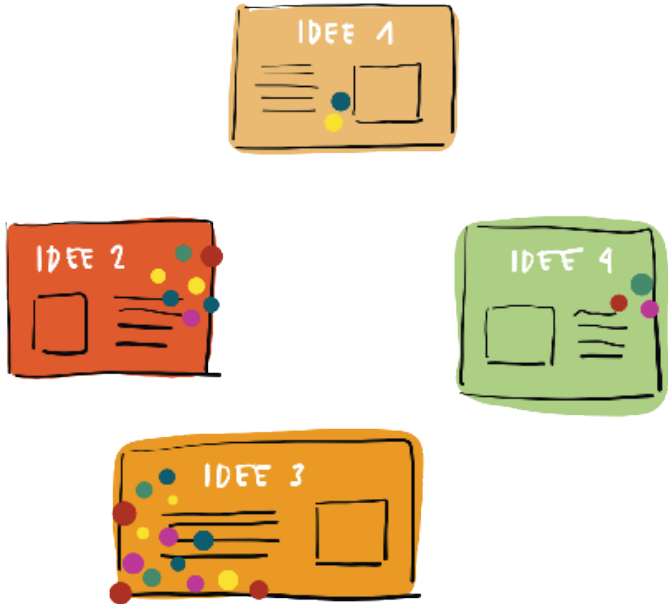
3

Stellt Verbindungen zwischen den Ideen her, kombiniert diese und versucht dabei möglichst visuell zu arbeiten!

## ZIEL:

Die Ideensammlung strukturieren, um das Problem- und Lösungsverständnis im Team zu verbessern und eine Auswahl zu ermöglichen.

# AUSWAHLMETHODEN

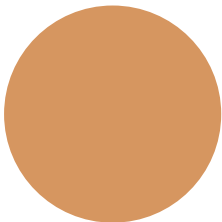


## DO'S:

Erstelle eine Dokumentation in Form eines Steckbriefs der Konzeptidee.

## DON'T'S:

Die Ideenpriorisierungen rechtfertigen.





# VORGEHEN

**Zeitpunkt:** Nach einem Clustering

**Zeit:** 5-15min

**Material:** Klebepunkte, Flipchart

---

## Anleitung

1

Du verteilst jedem Teammitglied 3 Klebepunkte. Die vorsortierte Ideensammlung ist für alle gut sichtbar. Du erklärst ihnen, dass nun ein demokratisches Auswählen stattfindet.

2

Die Teilnehmenden können ihre 3 Klebepunkte auf ihre Lieblingsideen kleben. Gib ihnen hierfür 5 Minuten Zeit.

3

An der Idee (oder einer Kombination von Ideen) mit den meisten Punkten wird weitergearbeitet. Die nächstplatzierten Ideen können auf einem Ideenparkplatz platziert werden. Alle anderen Ideen landen auf dem Ideenfriedhof.

4

Weitere Auswahlmethoden:

- Geheime Wahl (Stimmabgabe per Zettel)
- Veto (jedes Teammitglied sagt, an welcher Idee es auf keinen Fall weiterarbeiten möchte. Diese Ideen werden gestrichen)

## ZIEL:

Eine Idee oder eine Kombination von Ideen auswählen, die weiterentwickelt wird.

# KREIEREN

Prototypen dienen dazu, die Ideen greifbar bzw. erlebbar zu machen. Sie ermöglichen schnell und kostengünstig an zielgerichtetes Kundenfeedback zu kommen.

## Prototyping–Regeln:

- Love it, leave it, change it!
- Never fall in love with your prototyp!
- It's a never ending story. Prototyping bedeutet iterieren, iterieren und nochmals iterieren!

### TIPP:

Es sollten keine perfekten Prototypen erstellt werden, die Methoden lassen sich kombinieren!

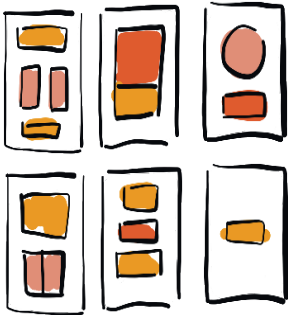


IV

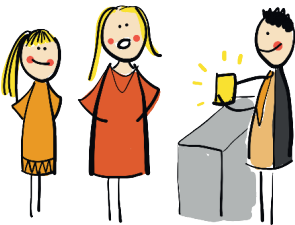
# METHODEN



**Ideen greifbar machen**

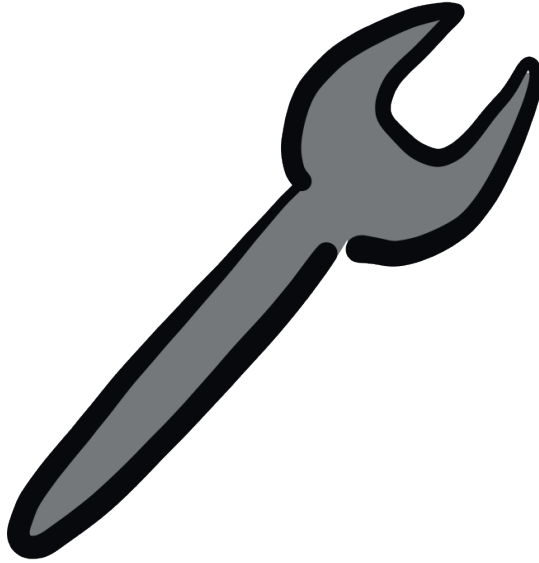


**Storyboard**



**Rollenspiel**

# IDEEN GREIFBAR MACHEN

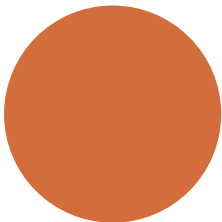


## **DO'S:**

Lass die Gruppe Prototypen unter Zeitdruck erstellen. Time boxing steigert den Ergebnisdruk!

## **DON'TS:**

Perfektioniert die Prototypen nicht. Es genügt, wenn ein Prototyp die zu testende Funktion beinhaltet.



# VORGEHEN

**Zeitpunkt:** Um die Ideen zu konkretisieren

**Zeit:** 20min–40min

**Material:** Prototyping–Material

---

## Anleitung

1

Erkläre den Teilnehmenden, dass sie jetzt ihre Ideen prototypisieren werden. Anstatt lange zu diskutieren, sollen sie die Ideen sofort greifbar machen und «mit den Händen denken».

2

Stelle den Timer auf die gewünschte Zeit. (ca.15min in der ersten Iteration)

3

Ermutige die Teilnehmenden dazu, das vorhandene Material zu nutzen und anstatt zu sprechen zu prototypisieren.

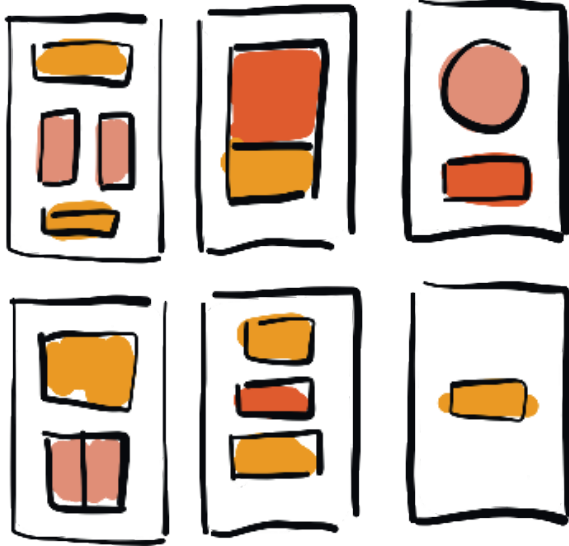
4

Nach Ablauf der Zeit die Prototypen kurz vorstellen. Die zweite Iteration starten.

## ZIEL:

Die Ideen erlebbar und testbar machen.

# STORYBOARD

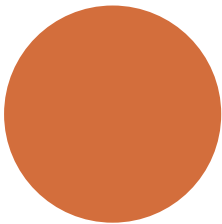


## DO'S:

Ermutige die Teilnehmenden dazu, Details sicht- und be- greifbar zu machen.

## DON'TS:

Die Teilnehmenden sollen die Funktionalitäten abbilden, nicht aber in Perfektionismus verfallen. Die Schönheit des Prototypen zählt nicht.



# VORGEHEN

**Zeitpunkt:** Um Abfolgen und Prozesse darzustellen

**Zeit:** 20min–25min

**Material:** Dicke Stifte, post-it's, beschreibbare Fläche

---

## Anleitung

1

Auf Post-its werden alle Schritte aufgeschrieben, die für die Lösung erforderlich sind.

2

Diese Schritte werden in eine Reihenfolge gebracht.

3

Die Teilnehmenden erstellen ein skizzenhaftes Storyboard mit den Prozessschritten. Der Ablauf wird wie in einem Comic mit Bildern unterlegt. Falls es sich um eine App handelt, werden die verschiedenen Screens aufgezeichnet.

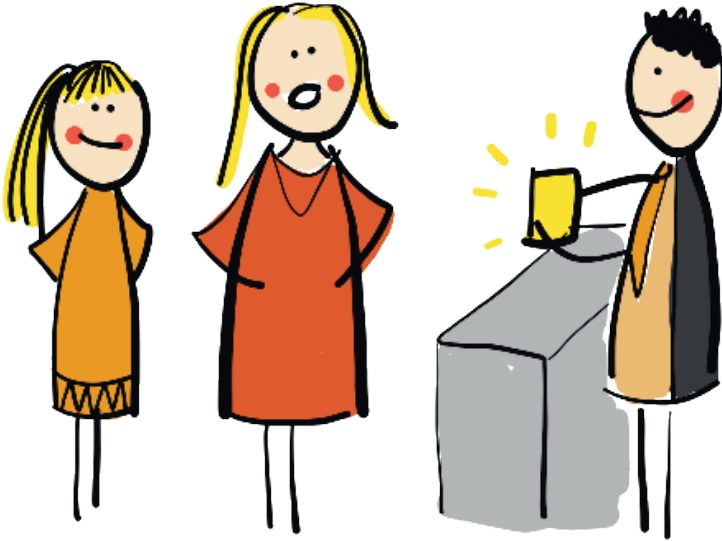
4

Die Storyboards können einfach digitalisiert werden (siehe unter Kapitel «Testen - Online-Feedback»)

## ZIEL:

Die Visualisierung von Abfolgen und Prozessen ermöglicht die Entscheidung von zeitlichen Abläufen.

# ROLLENSPIEL



## DO'S:

Verkleidungsmaterialien lassen die Übung echter erscheinen und sind ein Spassfaktor.

## DON'T'S:

Ein zu langes Rollenspiel kommt nicht gut an. Konzentriere dich aufs Wesentliche.



# VORGEHEN

**Zeitpunkt:** Um Abfolgen und Verhaltensweisen darzustellen

**Zeit:** 20min–30min

**Material:** Verkleidungsmaterial (optional)

---

## Anleitung

1

Die Teilnehmenden überlegen sich, was die Kernelemente ihrer Lösung sind. Wie würden Menschen beim Einsatz dieser Lösung reagieren? Wie würde der Einsatz ablaufen? (3min)

2

Sie sollen dazu aufgefordert werden, die Situation zu spielen. Die Teilnehmenden sollen improvisieren und sich überlegen, welche Rollen vorkommen. (5min)

3

Die Teilnehmenden sollen sich auf eine Geschichte einigen (max. 3 Minuten) und diese einüben. (10min)

4

Das Rollenspiel kann vor der Testgruppe vorgespielt oder per Videoaufnahme versendet werden. (5min)

## ZIEL:

Sich eine bestimmte Situation schnell vorstellen und kritische Punkte identifizieren.

# TESTEN

Nun werden die Prototypen getestet. Dabei werden die getroffenen Annahmen überprüft und Feedback für die Weiterentwicklung gesammelt. Beim Testen ist es wichtig, nach dem Warum zu fragen, um die wirkliche Motivation zu erfahren. Das Testen dient zum Lernen und nicht zum Verkaufen des kreierten Prototypen. Empathie ist gefragt!



IV

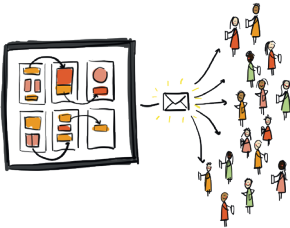
## TIPP:

Definiert ein klares Ziel vor dem Test!  
Gestaltet die Tests nicht zu lange, sondern konzentriert euch auf das Wesentliche!

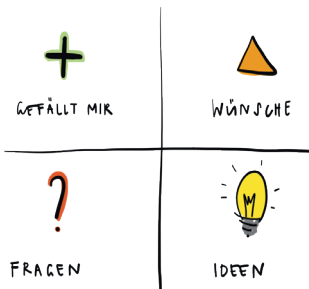
# METHODEN



## Feedback einholen



## Online-Feedback



## Feedback-Erfassungsraster

# FEEDBACK EINHOLEN



## **DO'S:**

Höre aufmerksam zu und bedanke dich beim Tester.

## **DON'TS:**

Tests zu lange gestalten und deine Prototypen verkaufen.

# VORGEHEN

**Zeitpunkt:** Um einen erarbeiteten Prototypen zu testen

**Zeit:** 2-10min (beliebig anpassbar)

**Material:** Prototyp, Feedback-Erfassungsraster, Stifte

---

## Anleitung

1

Erkläre dem Team, dass beim Testen die Frage nach dem Warum zentral ist, um die Motivation hinter den Aussagen zu verstehen. Grundsätzlich hilft es, 5x nach dem Warum zu fragen (siehe 5x-Warum-Regel)

2

Vor der Durchführung eines Testings müssen klare Lernziele oder Hypothesen definiert werden, die zu überprüfen sind. Dazu können einfache, klare und offene Fragen definiert werden. Hilfreiche Fragen sind auch "Was wäre wenn...".

3

Während der Durchführung des Testings sollte das Team nicht viel dazu sagen. Der Tester soll den Prototypen ohne grosse Einführung testen. Die Reaktionen der Tester werden beobachtet und beispielsweise im Feedback Erfassungsraster (siehe S.56) dokumentiert.

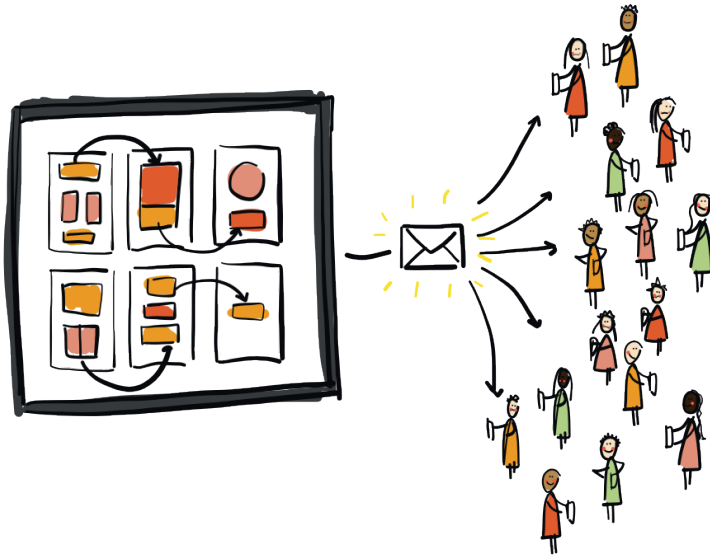
4

Das Team bedankt sich beim Tester und schaut sich in Ruhe das gesammelte Feedback an.

## ZIEL:

Die getroffenen Annahmen auf ihre Richtigkeit überprüfen und wertvolles Feedback für die Weiterentwicklung sammeln.

# ONLINE FEEDBACK



## **DO'S:**

An eine Vielzahl von verschiedenen Leuten senden.

## **DON'TS:**

Zu lange in das Design der Screens investieren.

# VORGEHEN

**Zeitpunkt:** Um einen App-Prototypen zu testen

**Zeit:** 10-20min

**Material:** Storyboard (Screens), Handy oder Tablet, Marvel-App

---

## Anleitung

1

Um an anonymes Online-Feedback zu kommen, eignet sich die intuitive Marvel-App hervorragend (<https://marvelapp.com/>). Schnell und einfach können App-Prototypen erstellt und versendet werden.

2

Nach der Registrierung kannst du über das + Icon ein neues Projekt erstellen. Nun kannst du entweder eigene Designs erstellen oder Bilder einfügen. Dieses Tool eignet sich gut, um einen Storyboard-Prototypen zu testen. Die einzelnen Screens können fotografiert, eingefügt und verlinkt werden. Die einzelnen Screens werden über "Link hinzufügen" miteinander verbunden.

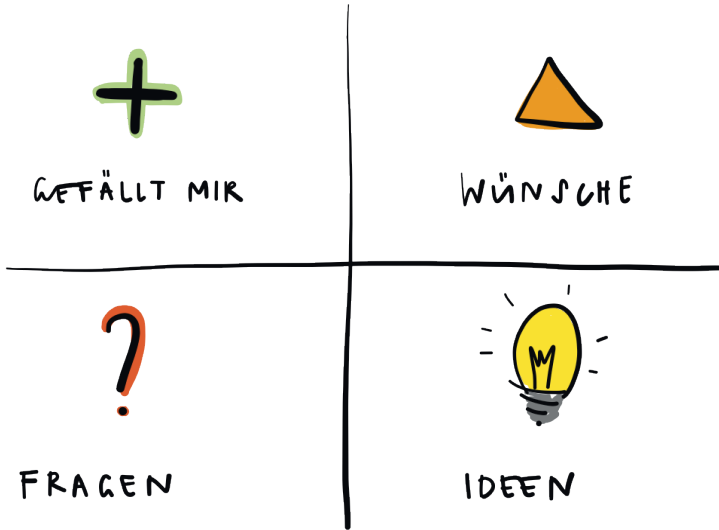
3

Um das Online-Testing zu ermöglichen, muss im Marvel-App einen Link generiert werden (share-Linke generieren). Dieser Link kann beliebig geteilt werden. Optional kannst du in einem Google-Forms einen Fragebogen anfertigen, welche die Testpersonen anonym ausfüllen kann. Die Testperson kann sich nun durch den Prototypen klicken.

## ZIEL:

Digitale Prototypen schnell und einfach testen und anonymes Feedback erhalten.

# FEEDBACK ERFASSUNGSRASTER

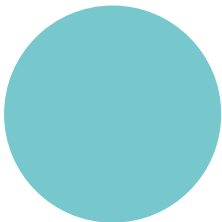


## DO'S:

Proaktiv als Erste das Feedback im Raster erfassen.

## DON'TS:

Zulassen, dass Teilnehmer Rückmeldungen geben, ohne sich an das Raster zu halten.





# VORGEHEN

**Zeitpunkt:** Zum Festhalten von Feedback

**Zeit:** 10-20min

**Material:** Flipchart, Post-its, Stifte

---

## Anleitung

1

Das Feedback-Erfassungsraster erleichtert die Dokumentation von Echtzeit-Feedback oder Rückmeldungen von Prototypen. Das Raster wird genutzt, um Feedback systematisch in 4 Bereichen zu erfassen. Erkläre dies den Teammitgliedern und zeichne das Raster auf einem Flipchart auf.

2

Die 4 Quadranten werden mit dem gesammelten Feedback gefüllt:


- Gefällt mir: Dinge, die dem Nutzer gefallen oder die erwähnenswert sind
- Wünsche: Konstruktive Kritik
- Fragen, die während dem Testen aufgekomen sind
- Ideen, die während dem Testen generiert wurden

3

Nun kann das Feedback besprochen werden und in die nächste Prototyping-Iteration miteinfließen.

## ZIEL:

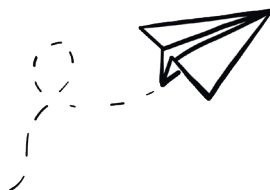
Die einfache Struktur hilft, konstruktives Feedback zu formulieren.



UNDER  
PLAYBOOK

# Über dieses Playbook

Wir hoffen wir konnten dich mit diesen Ideen, Methoden und Checklisten inspirieren und du kannst das eine oder andere mitnehmen in deinen nächsten Kreativ-Workshop. Dieses Handbuch ist im Rahmen eines Seminars im Master in Business Innovation von der Universität St.Gallen entstanden. Dabei war unser Auftrag, ein Handbuch für das Wunderlabor, der neu eingerichtete Ideation Space des Wunderraums in Pfäffikon, zu erarbeiten.



## The A—Team



NINA  
#OLENSTEIN



JULIA  
MOLL



CLAUDIO  
MARGHELLA



DIJOLIND  
VRENEZI



EMMA  
BUCKLAND

## Special thanks to...

Elisabeth Hirtl & Maria Bassi für die wertvollen Inputs und den spannenden Auftrag.

Und Barbara Josef für die fachliche Unterstützung.



WUNDERRAUM  
INSPIRIERT ARBEITEN



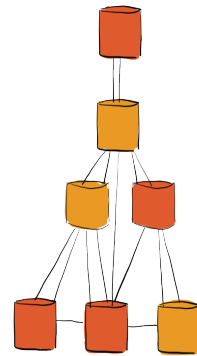
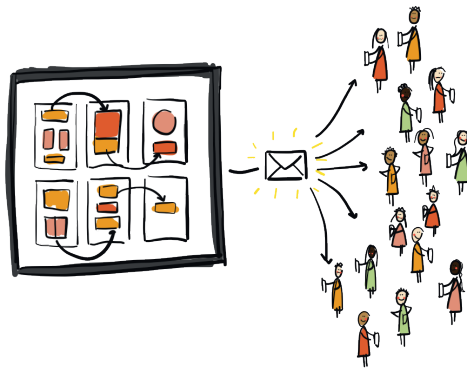
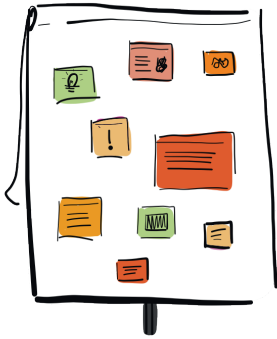
Universität St.Gallen

Illustrationen: © Nina Holenstein 2020.

## ...und noch zum Schluss

Du hast eigene coole Methoden, die du mit der Wunderlabor Community teilen möchtest?

Dann melde dich doch am besten direkt bei Elisabeth Hirtl ([elisabeth@wunder-raum.ch](mailto:elisabeth@wunder-raum.ch))



## Quellen

Man muss das Rad nicht immer neu erfinden, oder? Unsere Methoden und Inhalte sind von folgenden Quellen inspiriert:

- Uebernicketl, F. et al. (2015). Design Thinking. Das Handbuch. Frankfurt am Main: Frankfurter Allgemeine Buch.
- Lewrick, M. et al. (2017). Das Design Thinking Playbook. München: Franz Vahlen GmbH.
- Eppler, J. E. et al. (2017). Creability. Gemeinsam kreativ - Innovative Methoden für die Ideenentwicklung in Teams. (2. Auflage). Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Hopp O., Häusslein, G. (2017). Design Thinking und Schule. Das Handbuch für den Schulalltag. Berlin: Hopp Foundation.

HAVE FUN!

