

STARTUP

Design Thinking

Design Thinking ist eine Vorgehensweise, die dir hilft Fragen, Probleme und Herausforderungen kreativ zu lösen bzw. zu beantworten. Der Ansatz geht von einem tiefen Verständnis menschlicher Bedürfnisse als Grundlage für Neuerungen aus. Design Thinking ist viel mehr als ein Prozess. Es ist eine Einstellung, um ergebnisoffene Herausforderungen zu lösen.

Herausforderung erkennen

Sieh dich um! Welche Herausforderungen, Bedürfnisse oder Chancen fallen dir auf? Das sind alles mögliche Ausgangspunkte für Veränderung, Innovation & unternehmerisches Handeln!



Definiere

Ein gutes Verständnis der Frage bzw. der Herausforderung ist entscheidend. Wichtig ist vor allem ein gutes Gefühl für die tieferliegenden Bedürfnisse, die mit der Fragestellung verbunden sind.

Verstehe



Recherche

Es gibt bereits viel Wissen. Manchmal können diese Quellen (z. B. Internet, Bücher) deine übrigen Nachforschungen gut ergänzen.



Beobachte

Du kannst viel lernen, indem du genau zusiehst oder einen Gegenstand genau untersuchst.



Empathie

Sehr hilfreich ist es, wenn du versuchst, dich in eine andere Person „hineinzufühlen“. So verstehst du die Herausforderung besser.



Frag nach

Oftmals erfährst du interessante Sachen, wenn du dir gute Fragen überlegst und die richtige(n) Person(en) interviewst. Frage oft „Warum?“ – so kommst du auf interessante Details.

Erkunde



Brainstorming

Das ist eine Technik, aber auch eine Einstellung. Hier geht es um eine große Anzahl von Ideen. Alle Ideen sind gefragt und erlaubt.

Entwickle Ideen



Feedback & Entscheidung

Erst im zweiten Schritt ist die Auswahl der besten und neuartigsten Ideen wichtig. Hole dir Feedback ein, wende einfache Abstimmungsverfahren an oder höre auf dein Bauchgefühl.



Prototyping

Erstelle zu allererst etwas, das deine Idee greifbar oder erlebbar macht. Prototypen sind schnelle und grobe Darstellungen deiner Idee. Sie helfen dabei, deine Ideen anderen verständlich zu machen und Feedback einzuholen.



Feedback

Was sagen andere über deinen Prototypen? Finde heraus, was funktioniert und was nicht.

Experimentiere & Teste



Reflexion

Wie ist es dir bei der Bearbeitung der Herausforderung gegangen? Was war einfach, was schwierig? Wie kann dir diese Vorgehensweise im Alltag oder bei anderen Herausforderungen helfen?

Plane & Setze um



Projekt Management

Was ist die Aufgabe und wie kannst du diese umsetzen? Plane deine nächsten Schritte allein oder im Team und überlege, wie du deine Idee realisieren kannst.



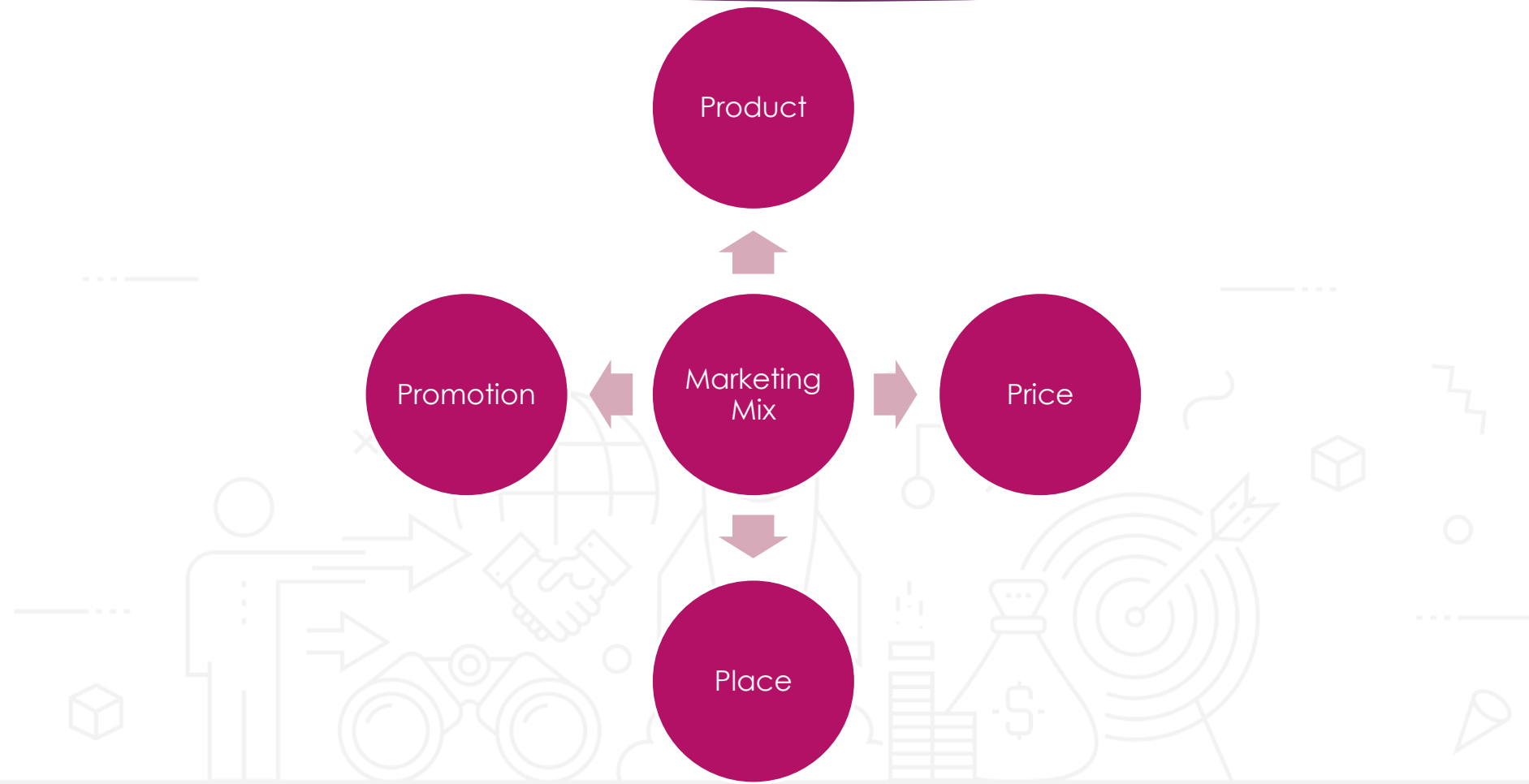
Feedback einarbeiten

Bewerte das gehörte Feedback. Hole dir zusätzliche Informationen ein, wenn nötig. Entscheide dann, ob du deinen Prototypen änderst.

Marketing-Konzept



Marketing Mix – 4Ps



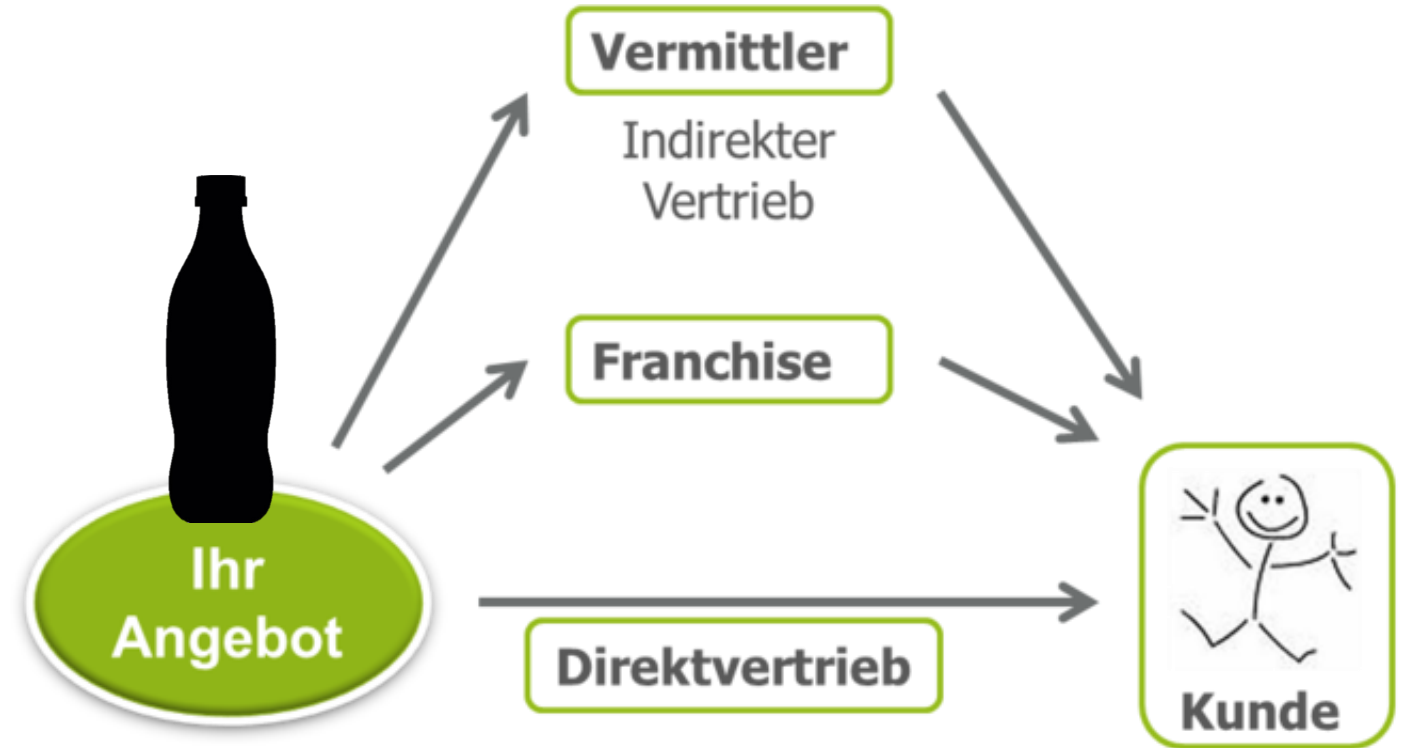
Place

- ▶ Wie kommt mein Produkt zum Kunden?
- ▶ Absatzwege
- ▶ Marketinglogistik



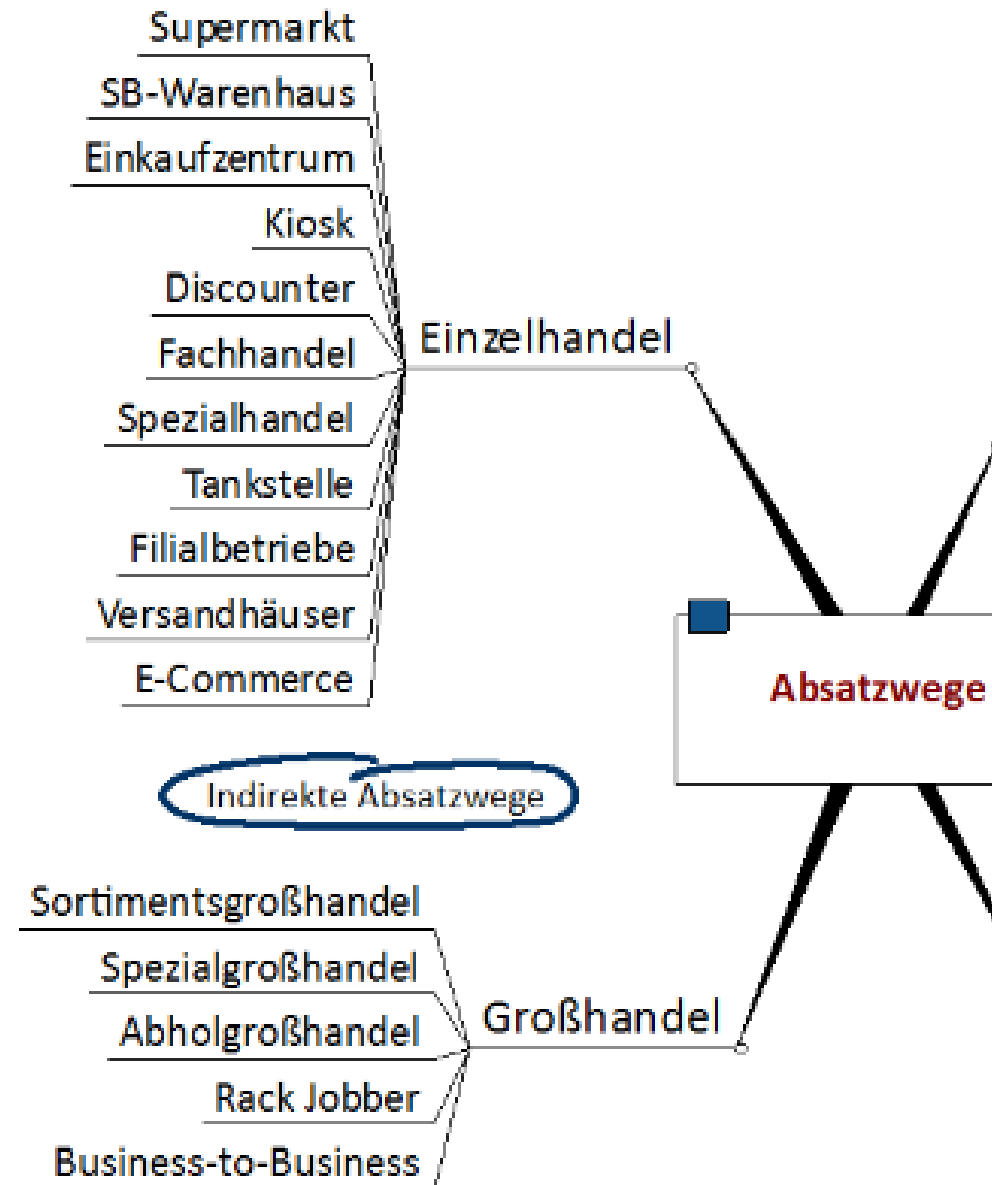
Place

- ▶ Wie kommt mein Produkt zum Kunden?
- ▶ Absatzwege
- ▶ Marketinglogistik



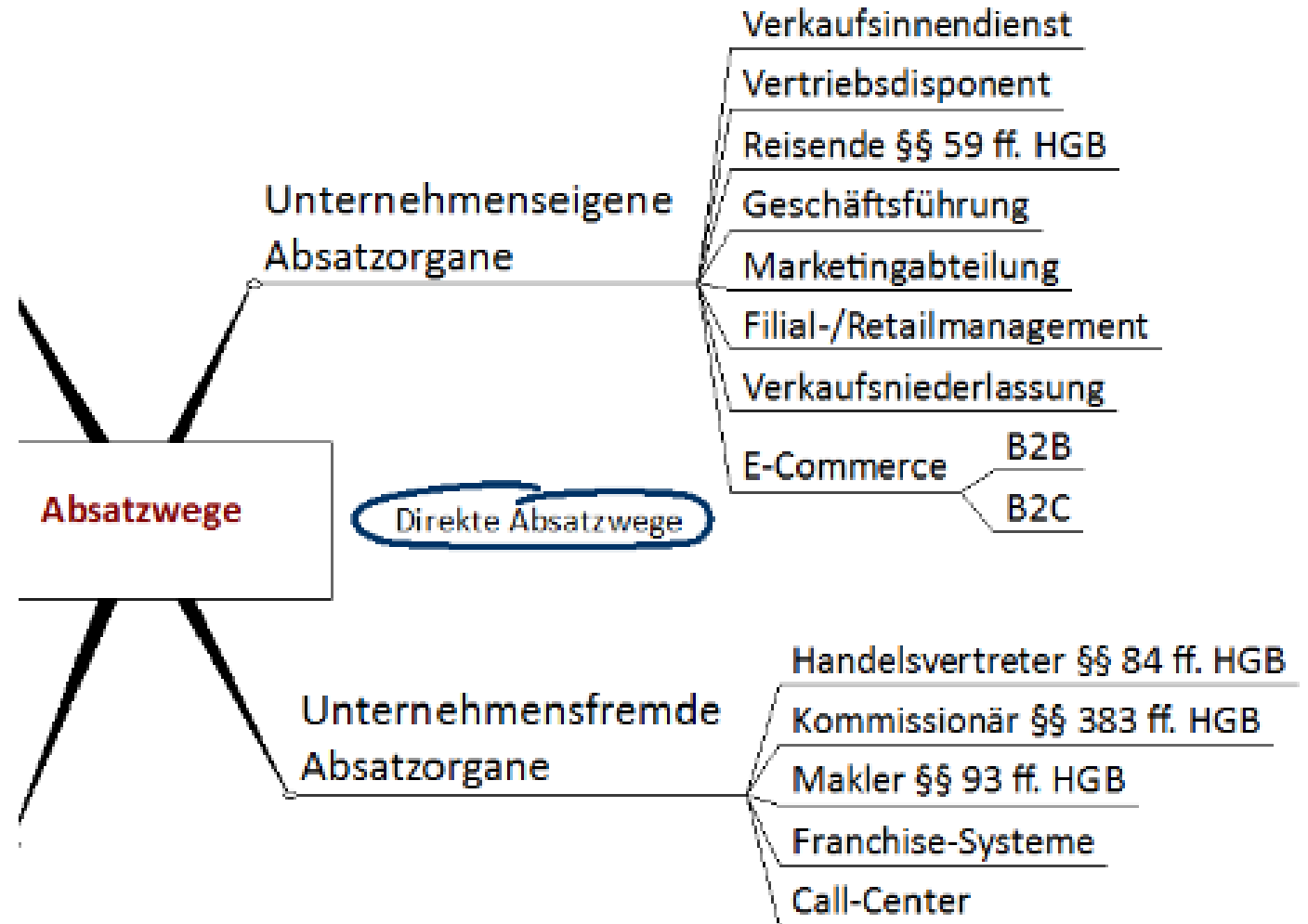
Place

- ▶ Wie kommt mein Produkt zum Kunden?
- ▶ Absatzwege
- ▶ Marketinglogistik



Place

- ▶ Wie kommt mein Produkt zum Kunden?
- ▶ Absatzwege
- ▶ Marketinglogistik



Place

- ▶ Wie kommt mein Produkt zum Kunden?
- ▶ Absatzwege
- ▶ Marketinglogistik



Place

- ▶ Wie kommt mein Produkt zum Kunden?
- ▶ Absatzwege
- ▶ Marketinglogistik

designed by freepik.com

TRANSPORTATION INFOGRAPHIC



TRANSPORTATION

Transport or transportation is the movement of people, animals and goods from one location to another



TRANSPORTATION

Transport or transportation is the movement of people, animals and goods from one location to another



TRANSPORTATION

Transport or transportation is the movement of people, animals and goods from one location to another

Aufgabe

Erstellen Sie das perfekte Getränk für Ihre Zielgruppe:

- Marketing (4Ps)
 - Promotion (Werbeplan)
 - Place
 - Produkt
 - Price



Persona

“Opi” ist ein alter Mann, der sich oft über Schmerzen beschwert und daher manchmal griesgrämig ist. Da er Schwierigkeiten hat zu gehen, hat er einen Gehstock. Ihm fällt es auch schwer, sich hinzusetzen und aufzustehen, wodruch er fast den ganzen Tag im Sessel sitzt.

Ralph ist Schüler in der Unterstufe und verbringt acht Stunden in der Klasse. Meistens sitzt er auf einem ungemütlichen Sessel, wo er aufrecht sitzt und in Richtung Tafel sieht. Wenn er in einen anderen Klassenraum wechselt, schleppt er eine schwere Schultasche mit. An seinem Platz muss er viel „Zeugs“ verstauen.

Neil ist Astronaut und daher oft im Weltraum. In seinem Raumschiff ist er schwerelos. Das ist ziemlich cool, aber auch herausfordernd, wenn er sich einmal hinsetzen, muss um zu essen und zu trinken. Er trägt einen ziemlich schweren und einengenden Raumanzug, der ihm oft im Weg ist.

Maggie ist ein Jahr alt und liebt es, zu spielen und überall hin zu krabbeln. Sie mag es, ihre Umgebung eigenständig zu erkunden und dabei an ihrem Schnuller zu nuckeln. Wenn sie ruhig sitzen muss, wird sie ganz weinerlich und fängt an zu quengeln.

Lisa ist Marathon-Läuferin und rennt jeden Tag – sie hasst es, sich auszuruhen. Da sie jeden Tag Sport macht, schmerzen ihre Muskeln manchmal. Wenn sie sich einmal hinsetzt, ist es ihr wichtig, dass der Sessel sehr gemütlich ist und ihr beim Entspannen hilft, damit sie für den nächsten Tag wieder fit ist.

Qualitätskriterien

- ▶ Präsentation ist lebendig und kreativ (kein runterlesen, Einsatz von Mimik, Gestik, Überraschungen, Showelemente, Betonung, Satzpausen, Blickrichtung, Publikum einbinden)
- ▶ Bei Verwendung von Power Point (Folien haben Design und Bilder, saubere und detaillierte Aufbereitung)
- ▶ Prototypen sind detailliert ausgearbeitet und werden auch detailliert präsentiert unter Einhaltung der Zeit 2 – 3 min.
- ▶ Das Team übt „Probepäsentationen“ und gibt sich Feedback
- ▶ Feedback vom/von Lehrer/in wird eingeholt und eingearbeitet