

# Workshop

## Design Thinking - Salzburgs Mobilität neu denken

04.12.2015

### Workshop Zusammenfassung

Der Design Thinking Workshop zum Thema „Salzburgs Mobilität neu denken“ wurde von Friederike Korte im Rahmen des Robert-Jungk-Stipendiums 2015 durchgeführt. Friederike Korte möchte die kreative Problemlösungsmethode Design Thinking für politisch-partizipative Fragestellungen testen. Durch persönliche Erfahrungen, Gespräche mit Salzburgerinnen und Salzburgern sowie Recherchen kristallisierte sich bald die Salzburger Mobilität als Workshop-Thema heraus. Eine Wende hin zu einem nachhaltigen Verkehr blieb trotz Anstrengungen vieler in Salzburg bisher erfolglos. Grund dafür sind vor allem widerstreitende Interessen und eine mangelnde Umsetzung von Maßnahmen. Diese Thematik wurde im Workshop aufgegriffen.

Die 3 Workshop-Gruppen konnten durch die Methode einen neuen Zugang zum Thema Mobilität erfahren und haben Ideen für drei fiktive Mobilitätsteilnehmer, sog. „Extreme User“, entwickelt. Die Verknüpfung zur Umsetzung dieser und bereits vorhandener Ideen konnte nicht geleistet werden. Dafür müsste die Methode dahingehend angepasst werden, dass die zuständigen Akteure für die Umsetzung mit einbezogen werden. Auch die Ausweitung der Workshop-Dauer auf einen ganzen Tag mit der Möglichkeit zu mehreren Iterationen wäre nötig. Es ist denkbar, Design Thinking in einem umfassenden Partizipationsprozess einzubauen, in dem die Methode die Rolle übernimmt, den Teilnehmenden den Blick für das Thema zu öffnen und zu motivieren, sowie ein Gruppenverständnis auszubilden. Diese Funktionen kann die Methode leisten. Der Workshop hat dies in der Praxis gezeigt. F. K.

### Dokumentation

- 1 Der Workshop
- 2 Der Design Thinking Prozess
- 3 Die Challenge
- 4 Empathie
- 5 Extreme User
- 6 Point of View
- 7 Ideenfindung
- 8 Testen
- 9 Reflexion

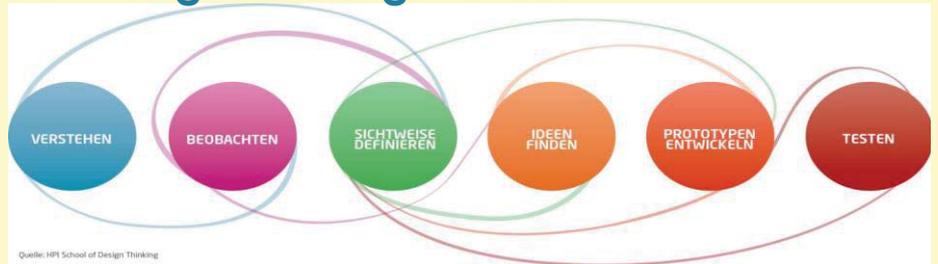
---

*Design Thinking ist eine  
kreative Problemlösungs-  
methode*

---



## Der Design Thinking Prozess



Es geht nicht um künstliche Fähigkeit, sondern um kreatives Selbstvertrauen



Der Prozess im Design Thinking setzt sich aus 6 Phasen zusammen. Die Schleifen stehen für ein iteratives Vorgehen. Das bedeutet, dass jede Phase erneut durchlaufen werden kann und soll. Der Design Thinking Prozess ist darauf ausgelegt Dinge auszuprobieren, Feedback zu bekommen und sie immer weiter zu verbessern.

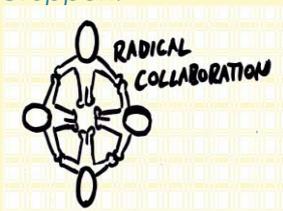
## Die Challenge

Findet einen Weg nachhaltige Mobilität in Salzburg attraktiv zu machen in einer Situation in der es nicht an guten Ideen, sondern an einer beherzten Umsetzung mangelt.

Menschliche Bedürfnisse stehen im Fokus.



Bei Design Thinking arbeiten wir in möglichst heterogenen Gruppen.



## Empathie



Was braucht dieser Mann?

HAUPTWÖRTER suggerieren sofort Lösungen (Stuhl, Arbeitsplatz...)

VERBEN versuchen die Bedürfnisse zu verstehen (arbeiten, sich erholen, sich die Zeit vertreiben) und öffnen so den Lösungsraum um ein vielfaches.

## Extreme User



Schäler der Firma OXO mit breitem, weichem Griff, designt für die Frau des Entwicklers, die an Arthritis leidet.

Extreme User schärfen den Blick, da sie besondere Bedürfnisse haben. Wenn wir uns auf die Bedürfnisse von Extreme Usern konzentrieren, dann sind die Lösungen oft kompatibel für Viele. Andersherum klappt das eher selten.

Design Thinking möchte Aktion



## Point of View – Sichtweise definieren

4. Entwickle einen klaren Point-of-View (POV)

	<b>Richard</b> Name deines Partners/Beschreibung
braucht	morgens einen Anreiz, sich etwas zum Mittagessen zuzubereiten
weil	nach dem Aufwachen das Bedürfnis, länger zu schlafen
	größer ist als das Bedürfnis, nach einem gesunden, günstigen Mittagessen 6 Stunden später...

**Konkreter Nutzer**

**Ein konkretes Bedürfnis, das seines ist und nicht das der breiten Masse**

**Interessanter Konflikt, an den angeknüpft werden kann**

Nach der Sammlung von allgemeinen Ideen wurden Lösungen für konkrete Mobilitätsteilnehmer mit besonderen Bedürfnissen entwickelt (Personas). Der Point of view beschreibt die Personas und ihre Bedürfnisse.

**Mozart fuhr nicht Auto**

**Doppler- Vision**

**Green Sacher Torte**

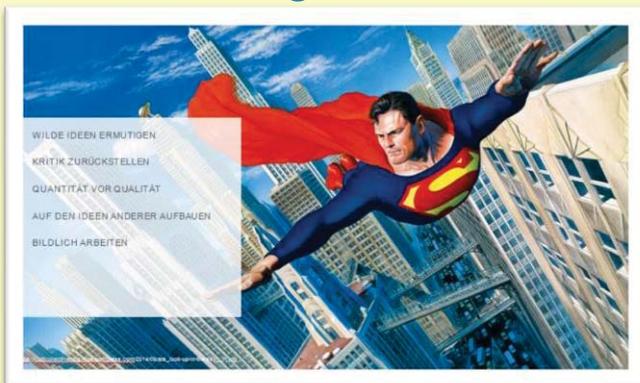
Susanne braucht eine gute Verbindung zwischen ihren Geschäften (eine entspannte Art ihre 2 Geschäfte zu führen), weil sie mit dem Auto viel im Stau steht.

Josef Gruber braucht aktive Teilhabe am öffentlichen Leben, weil ihm und seiner Frau ein Grundrecht auf Lebensvielfalt zusteht.

Edwin besteht auf einen sehr hohen Status, weil er Anerkennung braucht.

Die 3 Gruppen gaben sich kreative „Teamnamen“.

## Ideenfindung



## Testen



Eine Gruppe von Design Thinkern testet ihren Prototyp auf der Straße. Im Workshop wurden die entwickelten Ideen in der großen Gruppe vorgestellt und es konnten Fragen gestellt werden.



# Ideen

Mozart fuhr nicht Auto	Doppler -Vision	Green Sacher Torte
<p>-Begegnungszone in der Auersbergstraße. Laufpublikum steigt und erhöht Umsatz, sodass 2. Geschäft von Susanne geschlossen werden kann</p> <p>- Rohrpost für Brillen unter der Erde durch</p> <p>- Susanne besser auf öffentliche Verbindungen aufmerksam machen</p>	<p>Der Cyber-Doppler für Josef Gruber</p> <p>Kann ihn navigieren</p> <p>Kahn ihn verteidigen</p> <p>Über ihn kann mit J.G. kommuniziert werden</p> <p>steht auch symbolisch für eine hilfsbereite Gesellschaft</p> <p>auch Menschen können Doppler sein</p>	<p>„Erwin the green hero“</p> <p>Erwin wird buchstäblich der Horizont geöffnet.</p> <p>Durch hochwertige, aber grüne Angebote (Tesla) kann Erwin einen hohen Lebensstandard beibehalten, aber mehr auf Nachhaltigkeit achten. Grün als Positivimage soll ihm beim Wandel helfen.</p>

Die entwickelten Ideen für die Personas wurden von den Gruppen als Prototypen gebaut (siehe rechts).



# Reflexion & Rückmeldungen

„Es ist hilfreich ein komplexes Thema auf Personas runterzubrechen.“

„Wechselspiel von abstrakt und konkret“

„Problem beim Wesentlichen packen“

„Fragestellung wurde nicht erreicht und war zu kompliziert“

„Am Ende waren wir alle kreativ“

