

A large orange circle is centered on a white background. Inside the circle, the words "Design Thinking" are written in a bold, black, sans-serif font. The orange circle is surrounded by a ring of small, white, line-art icons representing various design and technology concepts, such as a laptop, a smartphone, a lightbulb, a gear, and a document. In the bottom-left corner of the orange background, the SAP logo is visible, followed by the text "User Experience" in a smaller, black, sans-serif font.

Design Thinking

SAP User Experience

1

Design Challenge

Wie können wir einen Raum unserer Schule als Lerninsel gestalten, in dem alle Klassenstufen sich wohlfühlen und zum konzentrierten Arbeiten, Lernen und Gruppenarbeiten zusammenkommen können?

2

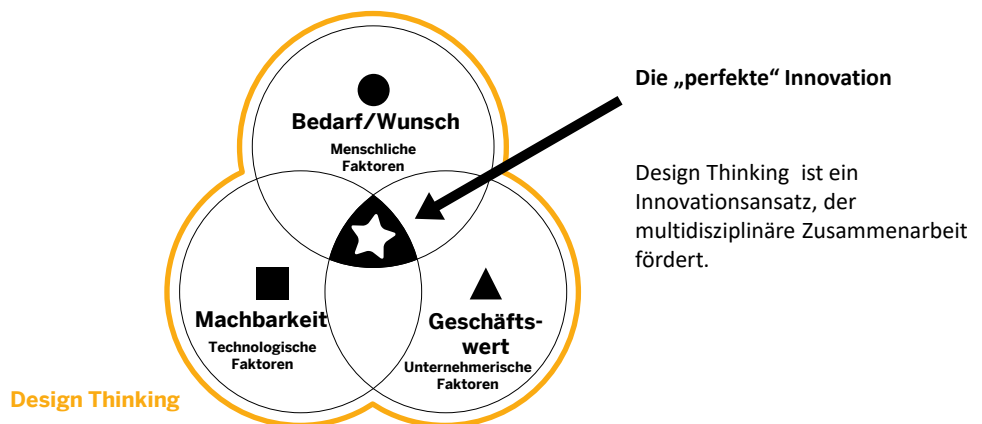
Warm-Up

Wenn Sie ein Raum wären, was für ein Raum wären Sie? (z.B. Konzertsaal, Bibliothek, Kaminzimmer, Hippe Bar...)

3

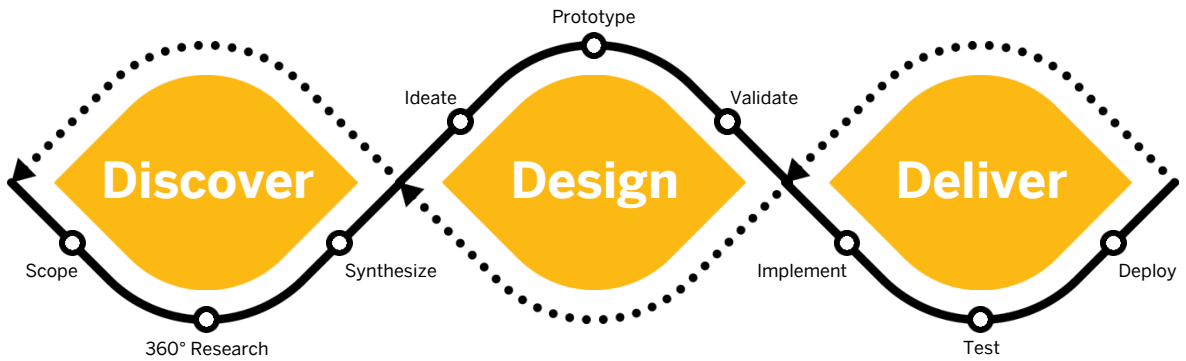
Die „perfekte“ Innovation

Innovative Lösungen erfüllen menschliche Bedürfnisse, haben Verkaufswert und sind technisch realisierbar



5

Design Thinking Prozess



10

Mindset des Design Thinking



Diversität wertschätzen



Think outside the box



Empathie üben



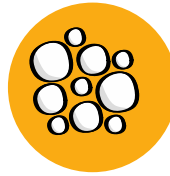
Experimentieren und iterieren



Neugier und ein offener Geist



Visuell denken

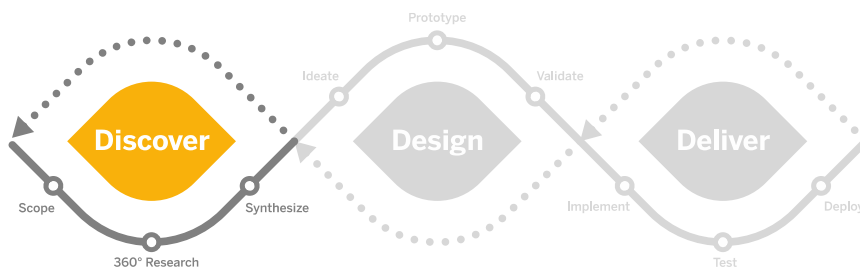


Mit Ambiguität umgehen



Feedback wertschätzen

12



Scope

Common understanding and the right focus

20

360° Research

Ziel: Empathie für den Nutzer entwickeln



Fragen und Zuhören



Beobachten



Ausprobieren und Tun

24

Warum ist Empathie so wichtig?



26

Technologie kombiniert mit Empathie



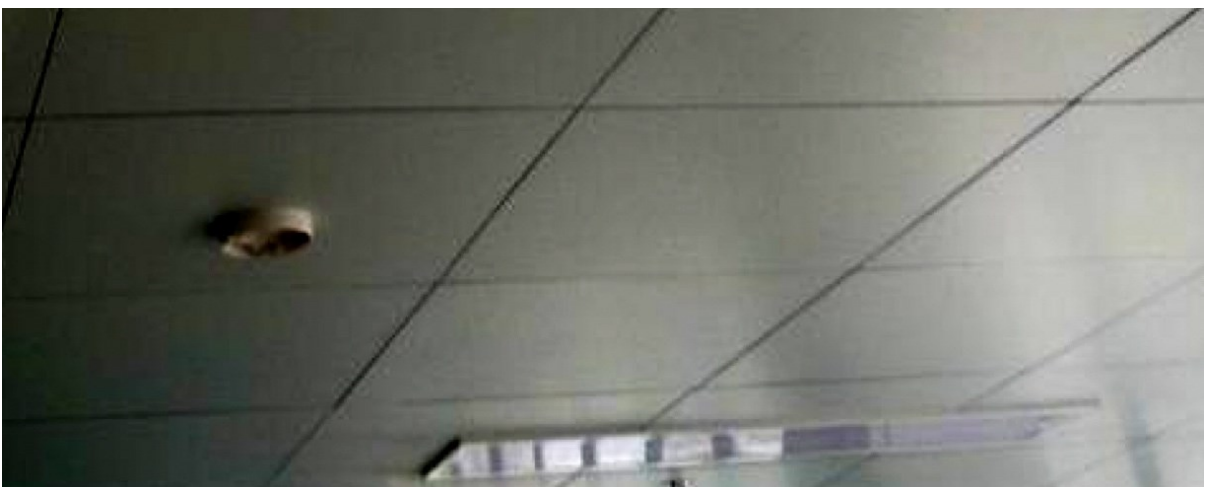
28

Nimm die Perspektive des Nutzers ein ...

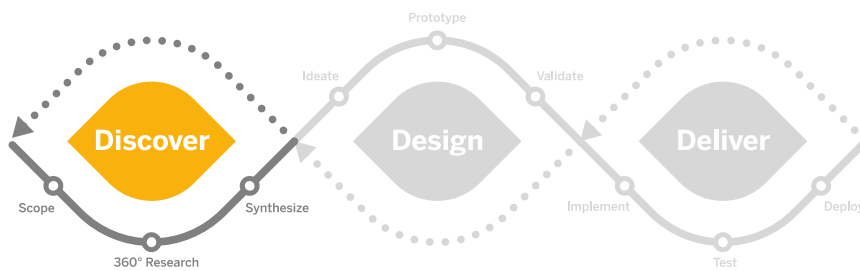


41

... und gewinne erstaunliche Erkenntnisse!



43



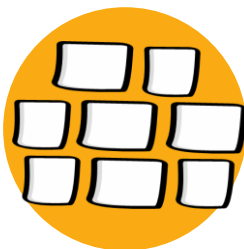
Synthesize

Structure your learnings and set a focus

49

Synthesize

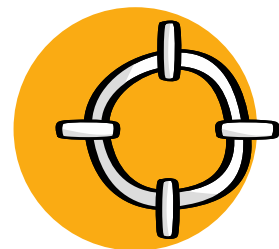
Ziel: Für wen lösen wir welches Problem?



Große Mengen an
Informationen strukturieren



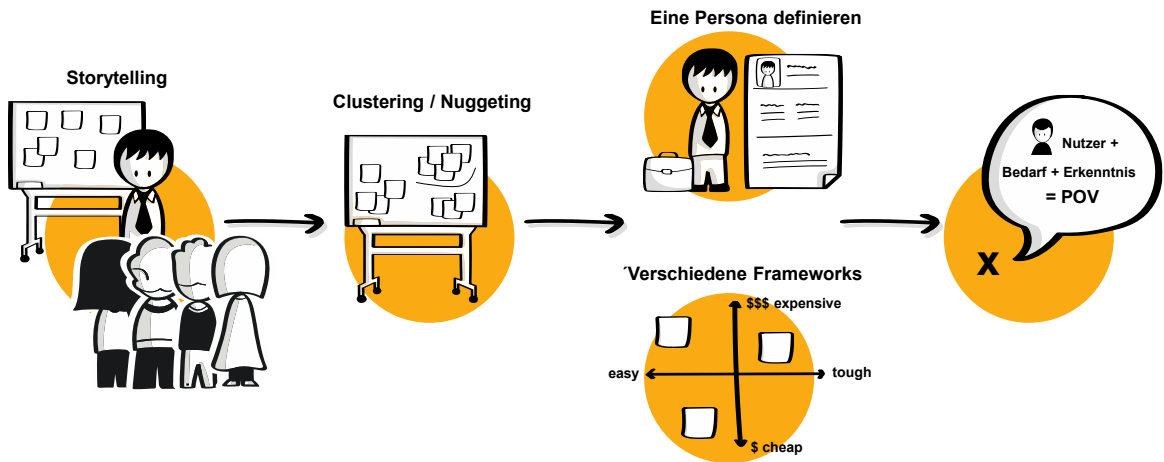
Daten Bedeutung
geben



Das Problem aus der Perspektive
des Nutzers definieren

52

Daten Bedeutung geben



54

Persona

Eine typische, aber fiktionaler NutzerIn , die auf der Analyse basiert



Was sind typische Eigenschaften unseres Nutzers?



Welche Ziele und Aufgaben hat unser Nutzer?



Was mag unser Nutzer, was frustriert ihn/sie?

61

Beispiele



Ellen

Name

35 **MBA**

Age Educational & Cultural Background

Coffee Shop Customer Beginner Advanced Expert

Role

My Goal is...

- To enjoy my breaks
- To stay in touch with my friends
- To get coffee quickly

My task is...

- To order coffee
- To pay for the coffee
- To pick-up the coffee

Trigger

Time for a break

Frequency

hourly weekly monthly

What I like...

- Show off
- Fancy Food / Drinks
- Trying new stuff
- Meeting friends

What frustrates me...

- Bad customer service
- Being late
- Wasting time

This is what my environment looks like...

- Time pressure
- Meetings in different locations
- Cubicle office
- Bad coffee in the office

62

Schüler*in

- Tom, 14 Jahre alt
- 9. Klasse Gymnasium
- Lieblingsfächer: Physik und Geschichte
- Hobbies: Archäologie

- Ziel: Geschichtsstudium in Rom

- Bedürfnisse: Ruhe zum konzentrierten (auswendig) Lernen, Platz für Bücher, gemütliche Stühle

- Pain Points: ärgert sich, dass die meisten Mitschüler nicht aufräumen, Müll fallen lassen



63

Lehrer*in

- Lydia
- Traumberuf Lehrerin seit der Kindheit
- Unterrichtsfächer: Mathematik und Biologie
- Hobbies: Theater, schreibt ihren ersten eigenen Roman

- Ziel: Ihre Schüler fit machen fürs Leben, v.a. durch Lernstrategien und Fokussierung

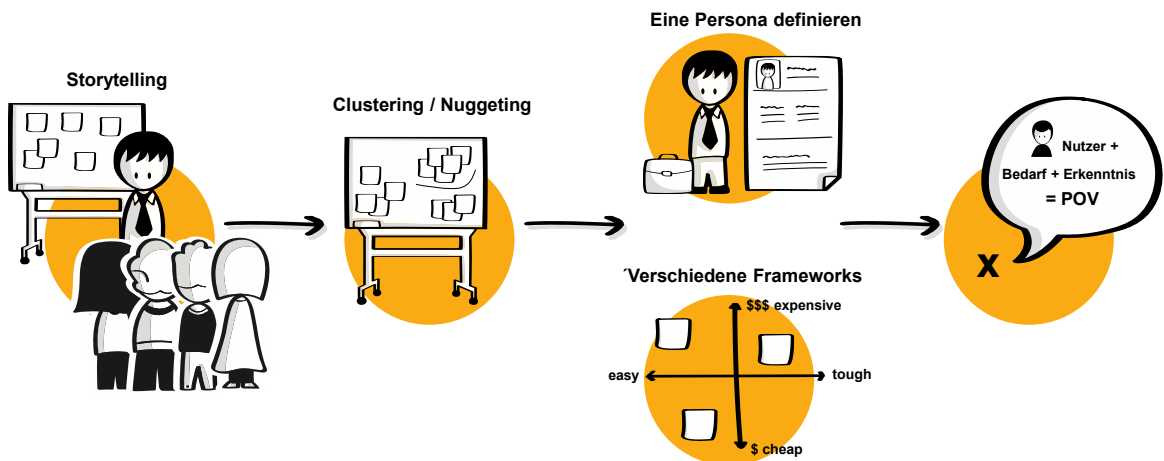
- Bedürfnisse: Klasse aufteilen können, Zusatzmaterial zur Verfügung stellen können und lagern, eine Lerninsel sollte multifunktional verwendbar sein,

- Pain Points: momentan hat sie das Gefühl, die Lerninsel ist ein zusätzlicher Pausenraum.



64

Daten Bedeutung geben



66

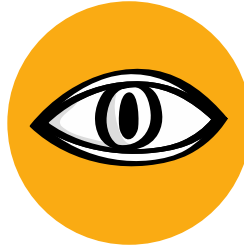
Point of View

Die Design Challenge aus Nutzersicht umformulieren



Nutzer

Kurze Beschreibung der Persona und Eigenschaften in Bezug auf Bedürfnisse und Einsichten



Bedürfnisse

Emotionale oder körperliche Bedürfnisse, in Verben formuliert. Entweder ausdrücklich benannt oder abgeleitet, z. B. aus dem Interview



Erkenntnisse

Aus Spannungen und Widersprüchen gewonnen: Warum verhält sich der Nutzer so? Beinhaltet unser eigenen Interpretationen.

67

Reframing innerhalb eines Projekts

Design challenge

zu Beginn des Projektes mit Projektpartnern formuliert

Wir wollen das Erleben der Wartezeit auf internationalen Flughäfen für Eltern, die mit kleinen Kindern reisen verbessern.



Point-of-view

als Ergebnis aus der Synthese

Maria, eine reisende, gestresste 32-jährige Mutter von drei Kindern rennt durch den Flughafen, nur um anschließend 3 Stunden am Gate warten zu müssen. Dort muss sie ihre verspielten Kinder beschäftigen. Überraschenderweise gibt es mehr Ablenkungen als angenehme sichere Warteorte am Flughafen.



Brainstorming Fragen

als Ergebnis des Point-of-view

Bedürfnis adressieren: *Wie kann Maria ihre Kinder während der Wartezeit am Gate unterhalten?*

Auf einer Erkenntnis basierend: *Wie schaffen wir sichere (Spiel)Erlebnisse für Kinder an Flughäfen?*

Die Gefühle des Nutzers im Blick: *Wie können wir Maria helfen, nicht so gestresst mit ihren Kindern zu reisen?*

Das Gegenteil: *Wie kann man die Wartezeit am Flughafen zum spannendsten Teil der Reise machen?*

Analogie: *Wie wird der Flughafen zum Spielplatz?*

Die Annahme in Frage stellen: *Wie kann man die Wartezeit am Flughafen eliminieren oder zumindest verkürzen?*

71

Reframing innerhalb eines Projekts

Design challenge

zu Beginn des Projektes mit Projektpartnern formuliert

Wir wollen einen Lernbereich in unserer Schule für alle SchülerINNen schaffen, wo individuelles bedarfsorientiertes Lernen und Lernen in Gruppen in einer angenehmen Atmosphäre stattfinden kann.



Point-of-view

als Ergebnis aus der Synthese

Tom ist 14 Jahre alt und in der 9. Klasse. Seine Lieblingsfächer sind Physik und Geschichte. Zuhause kann er nicht in Ruhe konzentriert lernen, da ihn sein kleiner Bruder gerne dabei stört. Er bleibt daher am liebsten in der Schule zum lernen findet aber selten einen Platz wo er ungestört ist und seine Bücher ausbreiten kann. Die meisten Räume sind unaufgeräumt und viele SchülerINNen lassen sogar ihren Müll auf den Tischen liegen. Das ärgert Tom sehr.



Brainstorming Fragen

als Ergebnis des Point-of-view

Bedürfnis adressieren: *Wie kann Tom einen aufgeräumten Platz finden wo er konzentriert lernen kann?*

Auf einer Erkenntnis basierend: *Wie schaffen wir einen Lernbereich wo jeder Schüler/in individuell und bedarfsorientiert lernen kann?*

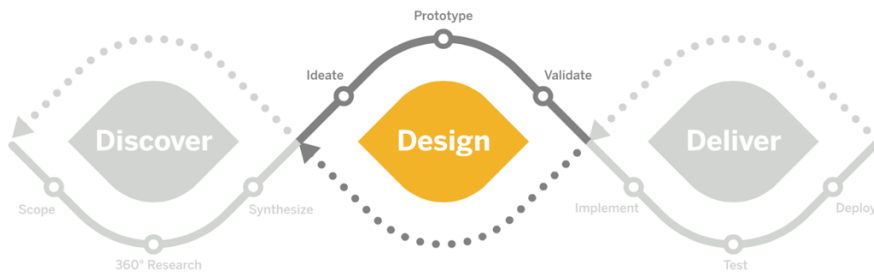
Die Gefühle des Nutzers im Blick: *Wie können wir Tom helfen einen Bereich zu haben um in Ruhe zu lernen und sich nicht ärgern zu müssen?*

Das Gegenteil: *Wie kann man den Lernbereich in der Schule zum Wohlfühlbereich machen in dem SchülerINNen gerne lernen?*

Analogie: *Wie wird der Lernbereich in der Schule zum "Lern-Treffpunkt"?*

Die Annahme in Frage stellen: *Wie kann man einen definierten Bereich als "Ruhezone" zum Lernen zur Verfügung stellen und einen Bereich für Gruppenarbeiten.*

72



Ideate

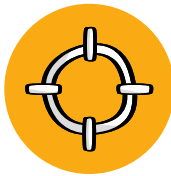
Find a lot of ideas to find the good ones

74

Folge den Regeln des Brainstorming



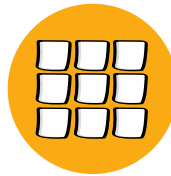
Arbeite visuell



Bleib beim Thema



Baue auf den Ideen anderer auf



Quantität vor Qualität



Nicht vorschnell urteilen

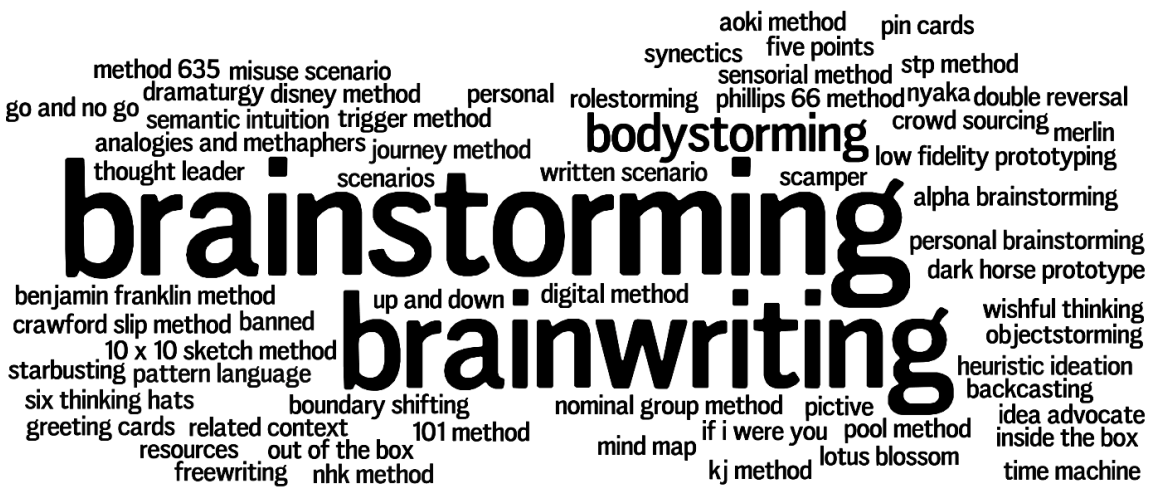


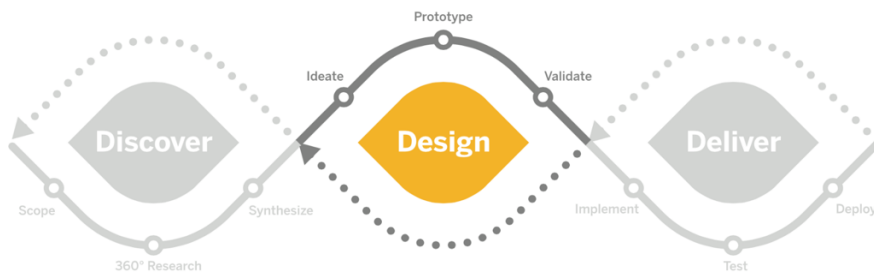
Nicht durcheinander reden



Wilde Ideen sind willkommen!

Use different brainstorming methods





Prototype

Make ideas tangible to develop them further

86

Warum Prototyp?



Ideen entwickeln und verstehen?



Ideen zum Testen bereitstellen

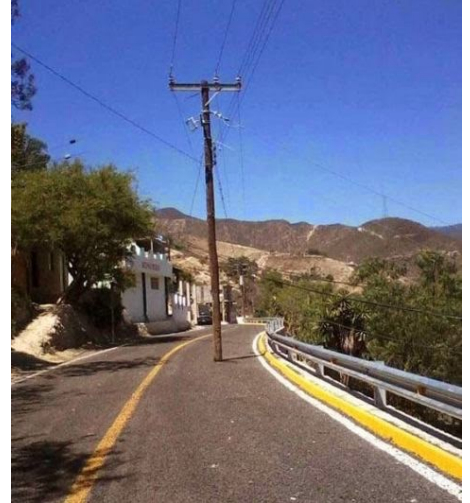


Ein gemeinsames Verständnis herstellen und kommunizieren

88

Warum Prototyp?

Früh scheitern, lernen, anpassen/korrigieren



90

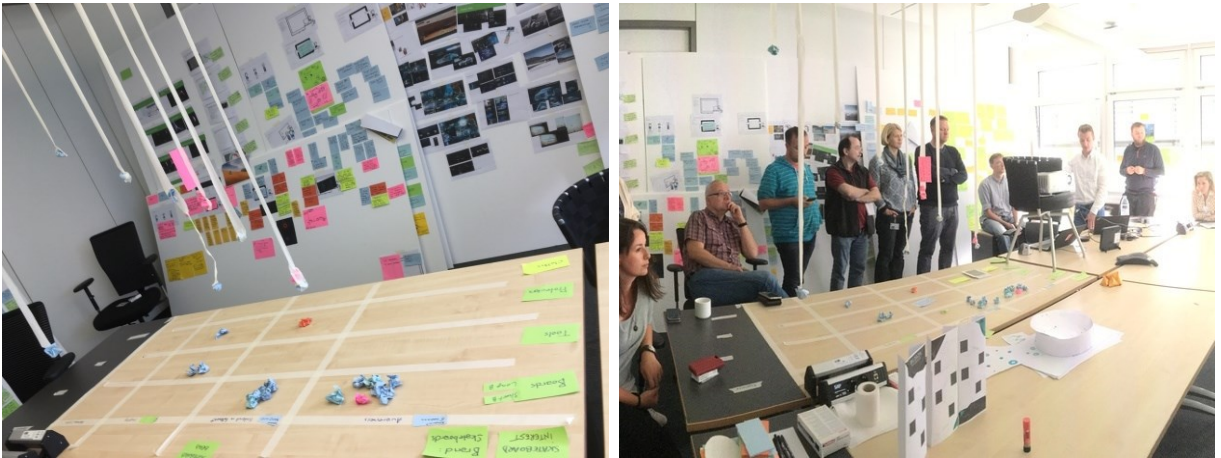
Rollenspiel



92

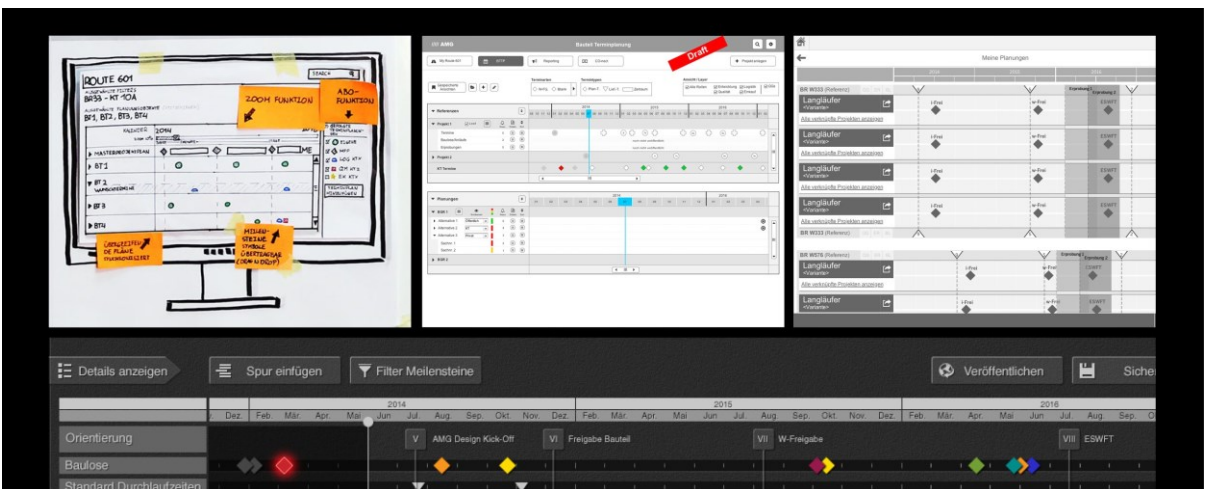
Physischer Prototyp

Der Nutzer kann ihn "anfassen" und benutzen



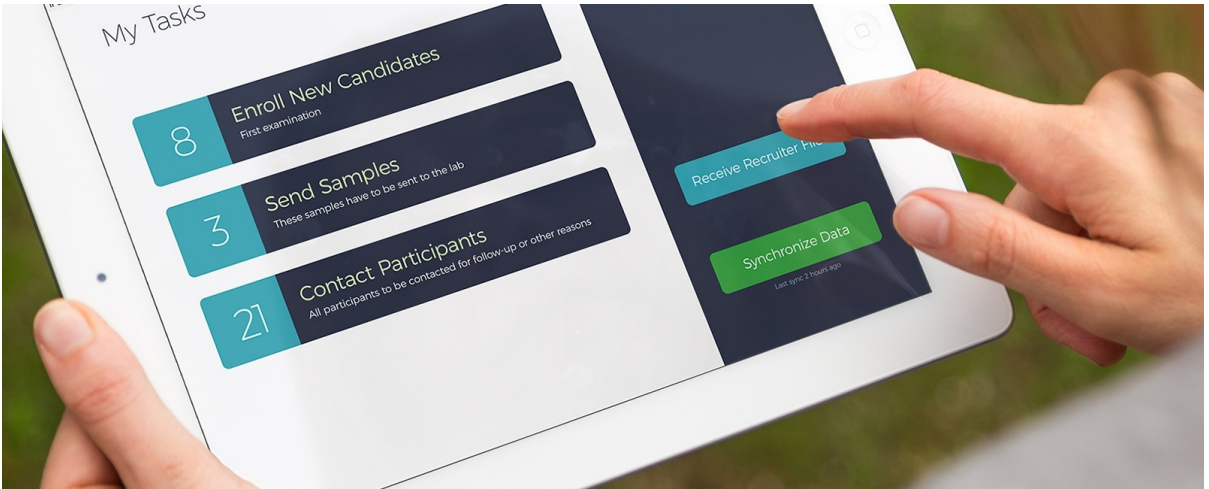
94

Papier Prototyp → Screen Design



96

Digital Clickdummy



97

Storyboard

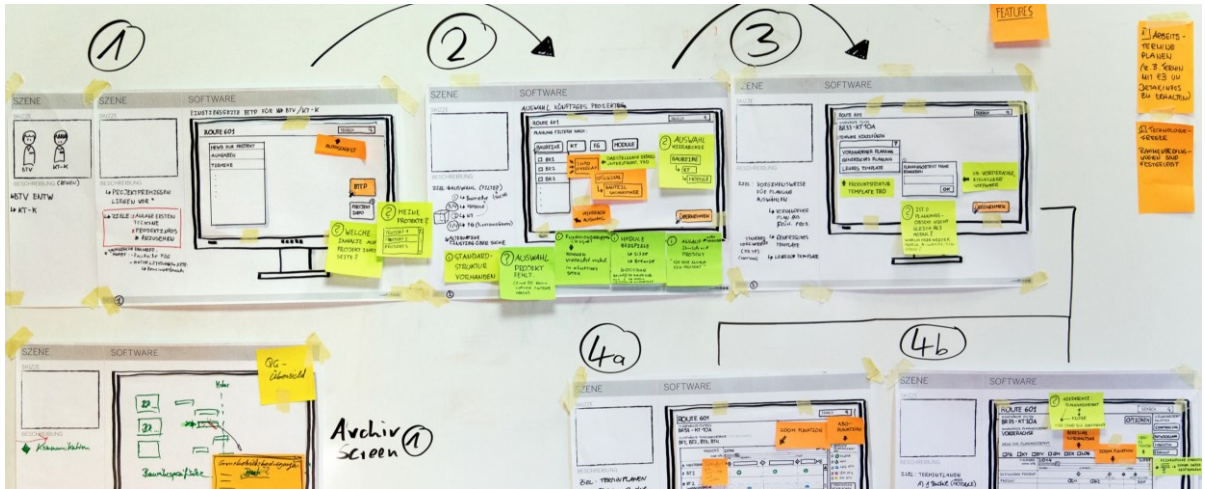


<https://experience.sap.com/designservices/approach/scenes>

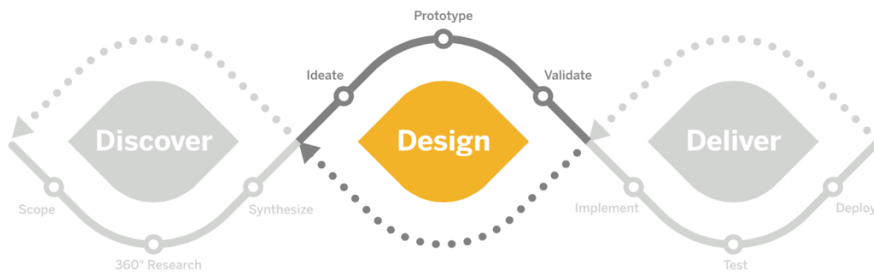


99

Prototypen sollen nicht perfekt sein



101



Validate
Test to fail and to learn

102

Claudia Reiss

Vocational Training
SAP SE
Walldorf, Germany
Claudia.reiss@sap.com

Ines Luther-Wallrabenstein

Design Thinking Coach
SAP SE
Walldorf, Germany
Ines.luther-wallrabenstein@sap.com

