

Design Workshop



Relevanz im Projekt

Eignung / Unique Selling Point

Zweckorientiertes, kreatives Workshopformat mit mehreren TeilnehmerInnen zur Generierung von Ideen.

Projektphase

Design Workshops können eingesetzt werden, wann immer eine Design-Entscheidung im Projekt ansteht. In frühen Phasen sind die Probleme eher allgemeiner Natur und werden mit Fortschritt des Projekts immer spezifischer.

Ziele

Generieren von Ideen für das Produktdesign und das Kommunizieren von Ideen innerhalb einer Gruppe.

Vorbedingungen

Ein definiertes, klar beschriebenes Problem, das im Rahmen des Design Workshops bearbeitet wird.

Tipps

Design Workshops eignen sich gut, um andere Perspektiven (z.B. von Usern) zu erhalten. Der Ablauf und die Wahl der Materialien sollten an die TeilnehmerInnen angepasst werden. Zum Beispiel kann der Einsatz von Legosteinen möglicherweise als wenig seriöser Zugang wahrgenommen werden, wodurch das Material nicht verwendet wird.

Ressourcen

Zur Durchführung eines Design Workshops benötigt es zunächst personelle Ressourcen zur Vorbereitung des Workshop selbst, zur Akquise der TeilnehmerInnen. Je nach Umfang und Dauer des Workshop ist der Aufwand für diese Tätigkeiten zu kalkulieren. Während des Workshops empfiehlt es sich mehrere Personen (2-3) zur Betreuung der TeilnehmerInnen und zur Dokumentation einzusetzen.

Zusätzlich wird Material benötigt, mit dem die TeilnehmerInnen arbeiten sollen. Dazu zählen klassische Workshopmaterialien (Workshopkoffer mit Stiften, Papier, Post-Its, etc.) aber wenn nötig auch Materialien zur Gestaltung und Modellierung (Knetmasse, Lego, etc.). Die Auswahl der Materialien ist jedenfalls an den Kontext des Projekts anzupassen.

Pitfalls

Für Gruppen, deren TeilnehmerInnen überhaupt keinen Bezug zu gestalterischen Tätigkeiten aufweisen, kann es schwer sein, Ideen in einem kreativen Prozess zu generieren.

Methodeninformationen

Beschreibung

Ein Design Workshop ist ein zweckgerichtetes, kreatives Meeting, um in einer kleinen heterogenen Gruppe kooperativ Designideen zu bearbeiten.

Ziele

Sichtbarmachen von unterschiedlichen Perspektiven, sowie das Erproben und Diskutieren von unterschiedlichen Design-Ansätzen innerhalb einer Gruppe um die Perspektiven der teilnehmenden Stakeholder in den Designprozess integrieren zu können.

Akteure

Durchgeführt werden Design Workshops beispielsweise von Designern, UX-Designern. Dies kann in Kooperation mit Technologiepartnern geschehen. Design Workshops haben mindestens 3 bis maximal 20 TeilnehmerInnen. Bei mehr als acht oder mehreren TeilnehmerInnen können diese in (während des Workshops wechselnde) Gruppen geteilt werden.

Ein bis zwei Personen werden zur Planung und Aufarbeitung der Ergebnisse benötigt. Bei der Durchführung von Workshops mit vielen TeilnehmerInnen ist eine dritte Person zur Betreuung ratsam.

Setting

Zu einem Design Workshop trifft sich die Gruppe aus WorkshopleiterInnen und TeilnehmerInnen zu einem festgesetzten Termin in geeigneten Räumlichkeiten (Besprechungsraum, Konferenzraum). Für alle Beteiligten soll genügend Platz zum Arbeiten zur Verfügung stehen und die Atmosphäre sollte eher locker gehalten werden, um die Kreativität der TeilnehmerInnen zu fördern. Die persönliche Anwesenheit der TeilnehmerInnen ist erforderlich.

Materialien

Veränderbare, kombinierbare Artefakte wie etwa Bastel- & Zeichenmaterial, Legosteine, Post-Its, Templates, etc.). Die Wahl der Materialien hängt stark von der konkreten

Planung und Zielsetzung ab. Für längere Workshops können auch Snacks zur Verfügung gestellt werden.

Zur Dokumentation dienen die im Workshop gestalteten Artefakte selbst. Zusätzlich können Video- bzw. Audioaufnahmen erstellt werden und Notizen bzw. Protokolle angefertigt werden.

Ablauf & Dauer

1 – Vorbereitung:

Zunächst werden die konkreten Ziele des Design Workshops definiert, die TeilnehmerInnen und deren Rollen bestimmt und ein Datum, Ort und Ablauf des Workshops festgelegt. Der Ablauf kann in mehrere Aufgaben unterteilt werden, in denen einzelne Aspekte der Designidee bearbeitet werden. Die TeilnehmerInnen müssen rechtzeitig informiert und eingeladen werden, als auch das benötigte Material zur Durchführung und Dokumentation vorbereitet werden.

Die Planung eines Workshops erfordert eher hohen zeitlichen Aufwand.

2 – Durchführung:

Als Einstieg werden die TeilnehmerInnen vorgestellt und der Ablauf des Design Workshops durch die WorkshopleiterInnen erläutert. Wird der Workshop aufgezeichnet (Audio, Video) müssen die TeilnehmerInnen darüber aufgeklärt werden und ihre Zustimmung (schriftlich) eingeholt werden.

Zu Beginn des Workshops kann eine kurze Brainstorming-Session abgehalten werden, damit alle TeilnehmerInnen das Problem verinnerlichen und erste Lösungsideen liefern. In weiteren Schritten wird eine gemeinsame Lösungsidee entwickelt, die auf kooperativ oder einzeln erarbeiteten Ergebnissen bzw. Vorschlägen beruht. Zum Abschluss des Design Workshops kann noch eine Phase zur detaillierten Ausgestaltung der Ideen durchgeführt werden.

Die Durchführung variiert je nach Vorhaben zwischen 2-3 Stunden dauernden und ganztägigen Design Workshops.

3 – Analyse und Dokumentation

Im Anschluss an den Workshop wird das zentrale Ergebnis multimodal beschrieben. Dazu werden zum Beispiel Bilder und Zitate verwendet, um die Beschreibung zu verdeutlichen. Wenn nötig, werden offen gebliebene Fragen in die Ergebnisbeschreibung aufgenommen. Eine Reflektion der Ergebnisse und die weiteren geplanten Tätigkeiten werden ebenso festgehalten.

Da während des Design Workshops Ideen und Artefakte generiert werden, kann die Analyse der Ergebnisse relativ schnell erfolgen.

Generierte Daten

Als Ergebnisse eines Design Workshops zählen die konkreten Beschreibungen der generierten Ideen. Je detailliert diese sind, desto besser ist es für die weitere Entwicklung. Die Ergebnisse stehen in Form von erstellten Artefakten, Fotos, Videos, ausgefüllten Templates, etc. zur Verfügung und dienen als Grundlage für die Analyse.

Verknüpfung mit anderen Methoden

Andere Methoden können im Rahmen eines Workshops genutzt werden, wie etwa bestehende Mockups oder Design Games.

Die erforderliche Problemdefinition kann mit Hilfe anderer Methoden wie etwa Interviews geschaffen werden.

Literatur

Lipp, U. (2008). Will, Hermann: *Das große Workshop-Buch*. 8. Auflage. Weinheim: Beltz

Stanfield, R. B. (2002). *The Workshop Book: From Individual Creativity to Group Action*. New Society Publishers

Ruedel, I. (2008). *Workshops. Optimal vorbereiten, spannend inszenieren, professionell nachbereiten*. Wien: Linde

Beermann, S., Schubach, M. (2009). *Workshops – vorbereiten, durchführen, nachbereiten*. Haufe-Lexware