

Design Thinking für Problemstellungen von Bildungspersonal – Theorie, Sprint-Workshop und Reflexion

Sebastian Wendland

Abstract

Design Thinking eignet sich (in Form von prozessualen iterativen Frameworks in handlungsorientierten und Kreativität-stiftenden Projekten) nicht nur für das zukunftsorientierte Lernen und Lehren in der schulformübergreifenden und universitären Bildung, sondern zeigt ebenso das Potenzial auf, um eine Bearbeitung gegenwärtiger und zukünftiger Problemstellungen, die sich rund um das Thema der Lehrkräftebildung bewegen, in interdisziplinären Arbeitsgruppen anzuleiten. Der vorliegende Beitrag widmet sich dem Aspekt der gemeinschaftlichen Bearbeitungs- und Lösungsstrategie, stellt die Bedeutung von Design Thinking für die Lehrkräftebildung hinsichtlich des gesellschaftlichen Wandels dar und gibt darüber hinaus Auskunft über Methodik, Inhalte und Ablauf eines Design-Thinking-Workshops, der vom Autor auf der Tagung »Gesellschaft im Wandel – Wandel in der Lehrkräftebildung?« des QLB-Projekts »Pro-Praxis« veranstaltet wurde.

1. Einleitung

Der ganzheitliche Wandel von Lebens- und Arbeitswelten in eine »Kultur der Digitalität«¹ innerhalb der VUCA-Welt² und der damit einhergehende Anspruch des ganzheitlichen (vor allem interdisziplinären und problemorientierten) Lernens und Lehrens (hinsichtlich der Vermittlung von Schlüsselkompetenzen des 21. Jahrhunderts³) verlangen nicht nur einen Paradigmenwechsel in der Bildung an allen Schulformen, sondern auch ein Umdenken in der Aus- und Weiterbildung von Lehrkräften. Eine Methodologie, die zur Lösung solcher Herausforderungen eingesetzt werden kann, ist das handlungsorientierte Konzept des sog. »Design Thinking«. Design Thinking erscheint in der zeitgenössischen Design- und Innovationsbranche als ganzheitlicher, Kreativität-stiftender, interdisziplinärer und stets nutzerorientierter Prozessansatz zum Lösen komplexer Problemstellungen. Um Personal aus verschiedenen Bereichen der (Lehrkräfte-)Bildung vor dem Hintergrund von Innovationen in der Bildung einen ersten praxisnahen Kontakt mit Design Thinking zu ermöglichen, wurde auf der Bilanzierungstagung des QLB-Projekts »ProPraxis« am Forschungs- und Studienstandort der Philipps-Universität Marburg von Mitarbeitenden der Bergischen Universität Wuppertal neben einem in die Theorie des Design Thinking einführenden Impuls vortrag ein Design-Thinking-Sprint-Workshop veranstaltet. Innerhalb des Sprint-Workshops haben interdisziplinäre Arbeitsgruppen eine kompakte (selbst erwählte) Design Thinking Challenge aus dem Themenkomplex der Lehrkräftebildung unter Berücksichtigung eines praxisnahen Design-Thinking-Prozesses und mittels des Einsatzes verschiedenster (Meso-)Methoden und

-
- 1 Der Begriff »Kultur der Digitalität« basiert auf dem gleichnamigen Werk von Stalder, Felix. Kultur der Digitalität. Cambridge, 2017.
 - 2 Vgl. dazu Bouée, Charles-Edouard. Light Footprint Management. Leadership in Times of Change. Bloomsbury, 2013; Willkomm, Dennis. Roadmap durch die VUCA-Welt: Für Führungskräfte, Scrum Master und Agile Coaches. Tübingen, 2021.
 - 3 Vgl. Scheer, Andrea/Noweski, Christine/Meinel, Christoph. Transforming Constructivist Learning into Action: Design Thinking in education. In: *Design and Technology Education* 17 (3), 2012, S. 8–19, hier S. 8; Fadel, Charles/Bialik, Maya/Trilling, Bernie. Die vier Dimensionen der Bildung. Was Schülerinnen und Schüler im 21. Jahrhundert lernen müssen. Hamburg, 2017, S. 118.

Tools durchgeführt. Theoretische Bezüge, praktische Implikationen und ein Blick auf makro- und mikromethodische Aspekte des Design Thinking werden in diesem Beitrag dargestellt.

2. Kurzbeschreibung – Design Thinking in Theorie und Praxis

Design Thinking lässt sich aus unternehmenstransformatorischer Sicht als prozessbasiertes Problemlösekonzept zum gemeinsamen, nutzerorientierten Produzieren von innovativen Ideen bezeichnen. Es kann mit Blick auf die Ausrichtung einer Implementierung sowohl als Methode wie auch als Mindset oder Prozess bezeichnet werden. Seinen Ursprung findet Design Thinking dabei in der abduktiven und problemorientierten Denk- und Arbeitsweise von Industriedesignern und gehört in Form einer Methode zum zielgruppenorientierten Gestalten innerhalb der Designpraxis gegenwärtig vor allem zum Repertoire von UX-Designern, die sich mit der Analyse und Ausgestaltung von Nutzererlebnissen auseinandersezten. Als wesentliches Merkmal des Design Thinking lässt sich das Bearbeiten von komplexen Problemstellungen (2.1) in multidisziplinären Teams (2.2) zugunsten menschenzentrierter Lösungen (2.3) identifizieren. Ebenso zeichnet sich Design Thinking durch das stetige Verfolgen einer dynamischen Prozessstruktur (2.4) sowie durch visuelles Denken mit Blick auf eine Prototyping-Kultur (2.5) aus.⁴ Diese Merkmale sollen in den folgenden Zeilen kurz skizziert und mit Blick auf die Erfahrungen innerhalb des Sprint-Workshops reflektiert werden.⁵

-
- 4 Grundlegende Prinzipien lassen sich auf der Grundlage der folgenden Design-Thinking-Standardwerke identifizieren: Brenner, Walter/Uebernickel, Falk. *Design Thinking. Das Handbuch*. Frankfurt a. M., 2017, S. 16–25; Brown, Tim. *Design Thinking*. In: *Harvard Business Review*, June 2008, S. 5; Plattner, Hasso/Meinel, Christoph/Weinberg, Ulrich. *Design Thinking. Innovation lernen – Ideenwelten öffnen*. Landsberg am Lech, 2009.
 - 5 Im Gegensatz zu einem ganzheitlichen Design-Thinking-Projekt, das sich durch immer wiederkehrende Iterationen auszeichnet, folgt das Sprint-Format stets einem festen zeitlichen Rahmen. Dazu sind Meso-Methoden im Vorfeld nicht gänzlich festgelegt, sodass in Sprints oftmals improvisiert werden muss. Im Falle des in Abschnitt 3 beschriebenen Sprint-Workshops wurde im Vorfeld ein Zeitfenster von 120 Minuten festgelegt.

2.1 Bearbeiten von komplexen Problemstellungen

Am Anfang von Design Thinking Challenges stehen komplexe Problemstellungen, die unter anderem aus der theoretischen Sichtweise der sog. »Wicked Problems« nach dem Mathematiker und Planungstheoretiker Horst Rittel (HfG Ulm) betrachtet werden können.⁶ Im Sprint-Workshop haben die Teilnehmenden zu Beginn eine Vielzahl an Problemstellungen aus dem Bereich der Lehrkräftebildung erarbeitet und sich danach auf eine Problemstellung zur gemeinsamen Bearbeitung geeinigt.

2.2 Multidisziplinäre Teams

Um komplexe Problemstellungen aus der Perspektive möglichst unterschiedlicher Fachdisziplinen und Expertisebereichen zu beleuchten und entsprechend vielseitige individuelle Lösungen zu gestalten, kommen in Design-Thinking-Projekten Menschen aus diversen Bereichen zusammen. Folglich trafen auch im Sprint-Workshop verschiedene Expertisebereiche aus der Lehrkräftebildung aufeinander (siehe Punkt 3.1).⁷

2.3 Menschzentrierte Lösungen

Der Aspekt der Menschzentrierung (hinsichtlich der Entwicklung von Lösungen) umfasst nicht nur das Erstellen eines konkreten Zielgruppenvertreters (sog. Persona), der als Orientierung während des gesamten Gestaltungsprozesses fungiert, sondern auch das damit einhergehende immer wiederkehrende Evaluieren der Lösungen vor realen Zielgruppenvertretern (aus denen sich die Persona wiederum synthetisiert).⁸

6 Vgl. Rittel, Horst/Webber, Melwyn. Dilemmas in a general theory of planning. In: *Policy Sciences* 4, 1973, S. 155–169; Buchanan, Richard. Wicked Problems in Design Thinking. In: *Design Issues* 8 (2), 1992, S. 5–21, <https://www.jstor.org/stable/1511637?origin=JSTOR-pdf> [28.02.2024].

7 Vgl. Brenner/Uebernickel, Design Thinking, S. 19.

8 Vgl. ebd., S. 146–181.

2.4 Dynamische Prozessstruktur (Iteration und Fehlerkultur)

Trotz der vorgegebenen Prozessstruktur von Design-Thinking-Projekten kann das Konzept als dynamisch bezeichnet werden, das sich mit Blick auf die individuelle Vorgehensweise in Abhängigkeit vom Problemgegenstand manifestiert. So wird Design Thinking weniger als Methode beschrieben, sondern vielmehr als Methodologie oder Mindset. Das Begehen, Erkennen und stetige Ausbessern von Fehlern im Lösungsprozess gehören dabei ebenso zum Design Thinking wie das Wiederholen von Prozessphasen zugunsten einer auf den Nutzer zugeschnittenen Lösung.

2.5 Visuelles Denken und Prototyping-Kultur

Das visuelle Denken beschreibt das durchgängige Verschriftlichen und Visualisieren von Gedanken, die auf diese Weise innerhalb der Arbeitsgruppe mitgeteilt bzw. festgehalten werden. Dabei werden nicht nur Gedanken, sondern auch Interaktionsgeschichten und Narrative mithilfe von Storytelling-Methoden illustriert, abstrahiert und somit handhabbar gemacht.⁹ Hinter dem Begriff der »Prototyping-Kultur« verbirgt sich wiederum das Darstellen in einem greifbaren Modell. Beide Aspekte spiegeln sich derweil in der Ausgestaltung von Design-Thinking-Raumstrategien wider.¹⁰

3. Design-Thinking-Sprint-Workshop

Der vorliegende Beitrag beleuchtet folgende Aspekte: Zunächst wird auf die Systematik des Design-Thinking-Sprint-Workshops eingegangen, wobei die wesentlichen Rahmenbedingungen des Workshops wie die interdisziplinäre Zusammensetzung der Teilnehmenden (3.1), die Design Thinking Challenge bzw. die Projektaufgabe (3.2) und die Methodik (3.3) dargestellt werden. Dementsprechend lassen sich hier nicht nur die einzel-

⁹ Vgl. Romero-Tejedor, Felicidad. Visual Storytelling im Design Thinking. Die Kraft von Bildern und Geschichten. Lübeck, 2021.

¹⁰ Vgl. Schwemmle, Martin. Mauern, Möbel, Menschen – der Raum im Design Thinking in Theorie und Praxis. New York, 2021, S. 107–143; Gerstbach, Ingrid. Innovationsräume. Raumkonzepte für agile Teams. München, 2019.

nen Gestaltungsparameter der jeweiligen Design-Thinking-Prozessschritte und Design-Thinking-Mesomethoden aufschlüsseln, sondern auch Beobachtungen der Workshopleiter (Autor und studentische Hilfskraft) zur jeweiligen Arbeitsphase wiedergeben. Den Abschluss des Beitrags bilden eine kurze Zusammenfassung des Beitragsgegenstands in Retrospektive auf die Theorie und die praktische Umsetzung im Workshop sowie ein Fazit. Ferner kann abschließend ein Ausblick auf weitere Implementierungsmöglichkeiten des Design Thinking innerhalb des Kosmos der Lehrerbildung gegeben werden.¹¹

3.1 Teilnehmende im Sprint-Workshop

Das Plenum des Workshops setzte sich aus Vertreter:innen verschiedenster Bereiche der Lehrkräftebildung zusammen. Folglich konnten so Design-Thinking-Aufgaben und entsprechende Problemstellungen zu Themen innerhalb der Bildungsbereiche »Lehrerbildung«, »schulformübergreifende Praxis«, »Schul- und Hochschulentwicklung« sowie »Hochschullehre/-didaktik« im Workshop definiert und bearbeitet werden. Blitzlichtartig wurde zunächst der Erfahrungsgrad mit Design Thinking in Theorie und Praxis abgefragt. Bei einer Vielzahl der Teilnehmenden bestand keinerlei Vorerfahrung. Wünschenswert wäre an dieser Stelle noch die Partizipation von Vertreter:innen gegenstandsentfernter Bereiche, so beispielsweise aus dem Kommunikationsdesign, der Informatik oder der Sozialen Arbeit, was dazu geführt hätte, den Problemgegenstand aus weitaus fachfremden und oftmals pragmatischen Perspektiven zu betrachten sowie eine erhöhte Varianz hinsichtlich der Lösungsideen zu entwickeln.

3.2 Design Thinking Challenge / Projektaufgabe

Am Anfang eines jeden Design-Thinking-Projekts steht eine Herausforderung, die idealtypisch mit einer komplexen Problemstellung einhergeht, wobei sie weniger allumfassend und für alle Zeit gelöst wird,

11 Im Sinne einer gesicherten Dokumentation und anschließenden Präsentation wurden die im Workshop analog erarbeiteten Ergebnisse digitalisiert und im Anhang des Beitrags gesichert.

sondern vielmehr den Gedanken einer (langfristigen) Iteration des Design-Thinking-Prozesses betonen soll. Im Falle des Workshops konnten die Teilnehmenden sich auf die Bearbeitung einer Problemstellung aus den Bereichen rund um das Kernthema »Lehrkräftebildung« verständigen. Dabei wurde innerhalb der Gruppe A der Problemgegenstand »Förderung des überschneidungsfreien Lehramtsstudiums«, in der Gruppe B hingegen die Problemstellung »Un-Attraktivität des Lehrberufs« als Grundlage des Design-Thinking-Sprints ausgewählt.

3.3 Makro- und mesometodische Ausformung

Der Schwerpunkt des Workshops sollte die methodengeleitete Konzeption zu aus der Abstimmung der Gruppen heraus entstandenen bildungspraktischen Problemstellungen darstellen. Das dem Workshop zugrunde liegende Design-Thinking-Framework bildet im Groben das originäre Design-Thinking-Framework der d.school der Stanford University ab und gliedert sich in die fünf aufeinanderfolgenden Prozessschritte Empathize, Define, Ideate, Prototype und Test.¹² Diese werden kurz zusammengefasst und anschließend mit Blick auf die im Workshop angewendeten Mesometoden (mitsamt der erarbeiteten Ergebnisse im Workshop) dargestellt.¹³

Empathize (E): Die Empathize-Phase dient zur Identifikation einer Problemstellung und zum gemeinsamen Erschließen der Rahmenbedingungen des Design-Thinking-Projekts.

12 Hier nach Plank, Irene Sophia/von Thienen, Julia/Meinel, Christoph. The Neuroscience of Empathy: Research-Overview and Implications for Human-Centred Design. In: Christoph Meinel, Larry Leifer (Hg.). Design Thinking Research. Translation, Prototyping, and Measurement. Singapore, 2021, S. 89–126, hier S. 90.

13 In der Unterscheidung von Makro-, Meso- und Mikromethodik kann auf die Schrift von Alexandra Bach verwiesen werden. Als Mikromethoden können hier z. B. kurze anleitende Impulse im Kreativprozess genannt werden. Für die Darstellung im Beitrag ist jedoch die Systematik von Makro- und Mesometodik von Bedeutung. Vgl. Bach, Alexandra. Methodik in der beruflichen Bildung 1. Theoretische Fundierung und methodisches Ordnungsraster. Bonn, 2022, S. 4–7.

Define (D): In der Define-Phase geht es anschließend um die Identifikation von Zielgruppen, die mit der Problemstellung zusammenhängen bzw. interagieren. Dabei werden nicht nur konkrete Handlungs- und Denkweisen der Zielgruppe im Hinblick auf das Problem dargestellt, sondern auch grundlegende Bedürfnisse der Zielgruppe herausgearbeitet. Am Ende der Phase steht eine dezidierte Beschreibung des Problems sowie ein Zielgruppenprofil, auf dessen Grundlage der weitere Gestaltungsprozess fußt.

Ideate (I): Die darauf folgende Ideate-Phase beschäftigt sich mit dem Finden von Ideen, welche die Bedürfnisse der Zielgruppe hinsichtlich der Problemstellung fokussieren. Die Ideenfindung gliedert sich in die Abschnitte des divergierenden und des konvergierenden Produzierens. In der Phase des divergierenden Arbeitens wird zunächst eine Vielzahl an Ideen generiert, die in der Phase des konvergierenden Arbeitens bewertet, ausgewählt und für eine Prototypisierung ausgebaut werden.

Prototype (P): Immaterielle Lösungen wie Dienstleistungen oder andere abstrakt darstellbare Artefakte können beispielsweise über erzählende Prototypen wie Storyboards für eine anschließende Evaluation handhabbar gemacht werden.

Test (T): In der Testphase wird der Prototyp dem Auftraggeber präsentiert. Durch stetiges Testen gilt es, die Lösung so lange auf Fehler hin zu untersuchen, bis eine möglichst fehlerfreie, zielgruppenorientierte Lösung entstanden ist.

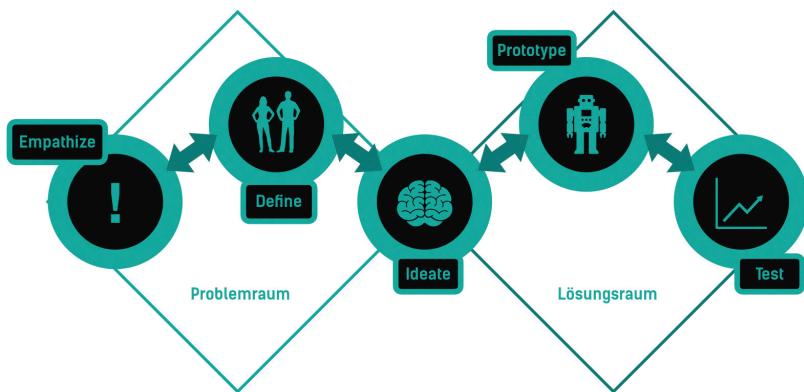


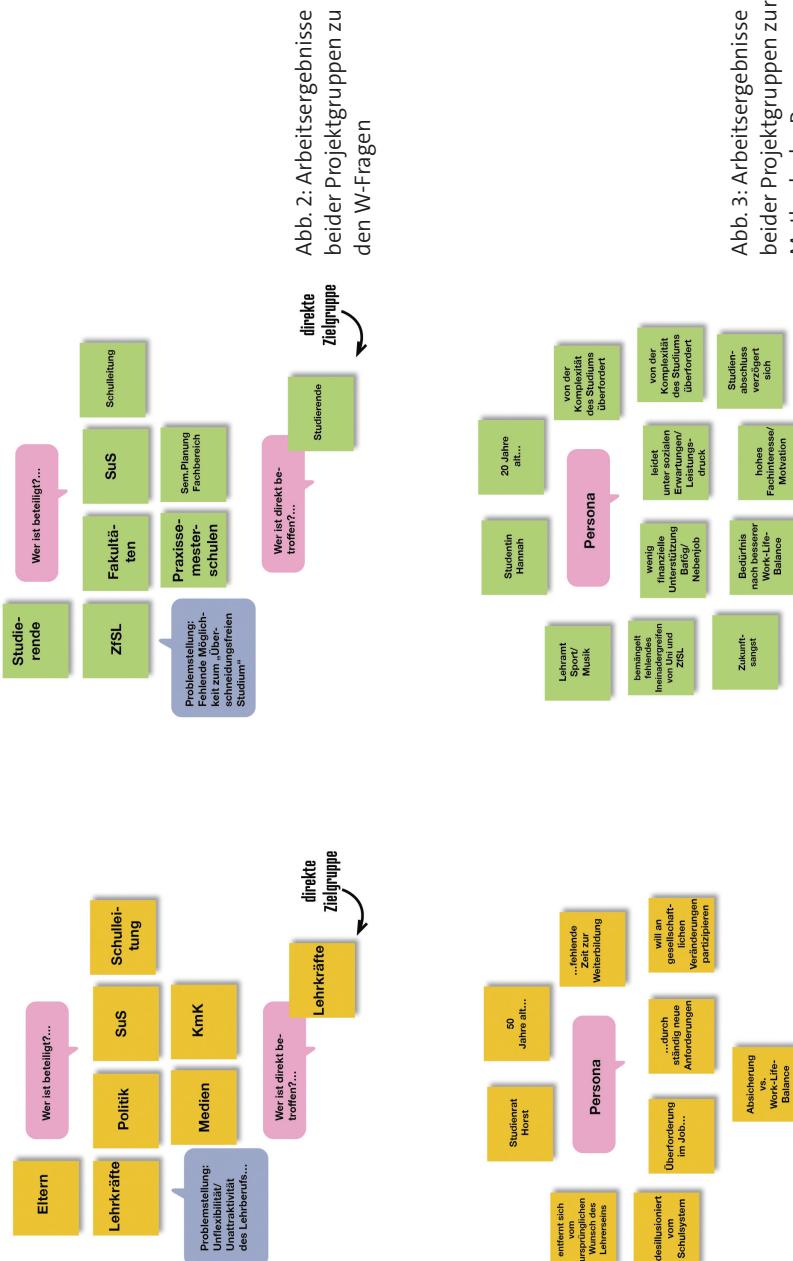
Abb. 1: Übersicht über die Reihenfolge der Design-Thinking-Prozessschritte bzw. -Phasen. Grundlage ist hier das Design-Thinking-Modell der d.school der Stanford University

Im Folgenden wird eine mesometodische Darstellung des Sprint-Workshops gegeben und es werden Beobachtungen aus dem Workshop aufgeführt. Als Grundlage für die mikromethodische Ausgestaltung dienen dabei die Methodenwerke der Autorengruppe um Lewrick et al. sowie der Design-Thinking-Autorin Ingrid Gerstbach.¹⁴

(E) *6-W-Fragen*: Die sog. »6-W-Fragen« eignen sich, um im Sinne einer ganzheitlichen Problemdefinition systematisch möglichst viel über das Problem zu erfragen. Dabei wird eine Vielzahl an Fragen zu den Fragewörtern »Wer?«, »Was?«, »Wo?«, »Warum?«, »Wann?«, »Wie?« ausformuliert und beantwortet.

Beobachtung im Workshop: Im Workshop wurde aufgrund des knappen Zeitkontingents lediglich auf die Fragen »Wer ist innerhalb unserer Problemstellung beteiligt?« sowie »Wer ist direkt betroffen?« geantwortet.

¹⁴ Siehe dazu Gerstbach, Ingrid. 77 Tools für Design Thinker. Insider-Tipps aus der Design-Thinking-Praxis. Offenbach, 2017; Lewrick, Michael/Link, Patrick/Leifer, Larry. Das Design Thinking Toolbook. München, 2019.



78

(D) *Persona*: Mithilfe der Persona lassen sich Daten zur Zielgruppenbestimmung in einer Person synthetisieren. Die Persona dient fortan als Orientierungshilfe im Gestaltungsprozess. So können Ideen und Prototypen immer aus der Sicht der Persona evaluiert bzw. aus der entsprechenden Perspektive erfasst werden.

Beobachtung im Workshop: Die Bildung der Persona entsprach im Großen den Gestaltungsgedanken der Design-Thinking-Praxis, wobei auf eine besonders detaillierte Ausformulierung (aufgrund des Zeitkontingents) verzichtet werden musste. Leitfragen waren hierbei, welche Rolle die Persona im Zusammenhang der Problemstellung spielt, welche Grundbedürfnisse und Ängste sie hat und welchen Trends sie folgt.

(I) *Brainstorming-Varianten*: Zur Ideengenerierung können im divergierenden Teil der Ideate-Phase verschiedene Brainstorming-Varianten angewendet werden. Im Brainstorming werden zunächst in Einzelarbeit und auf der Grundlage der individuellen Fachexpertise der Gruppenmitglieder in vorgegebenen Zeitsequenzen möglichst viele Ideen generiert, die anschließend mit den anderen Gruppenmitgliedern geteilt werden.

Das »2050-Brainstorming« versetzt den Design Thinker in das Jahr 2050, sodass Ideen aus einer technologisch zukünftigen bzw. utopischen Sicht generiert werden können.

Das »Negativ-Brainstorming« kann hingegen genutzt werden, um Ideen zu generieren, welche die Problemstellung nicht lösen, sondern intensivieren. Gesammelte Ideen können dann mithilfe der »Kopfstandmethode« wieder ins Positive umgewandelt werden.

Beobachtung im Workshop: Im Workshop wurden die Brainstorming-Varianten im Sinne einer zielgerichteten Ideenfindung unterschiedlich intensiv angewendet. Insbesondere das Potenzial eines technologischen Perspektivwechsels beim 2050-Brainstorming hat sich als ergiebig herausgestellt.

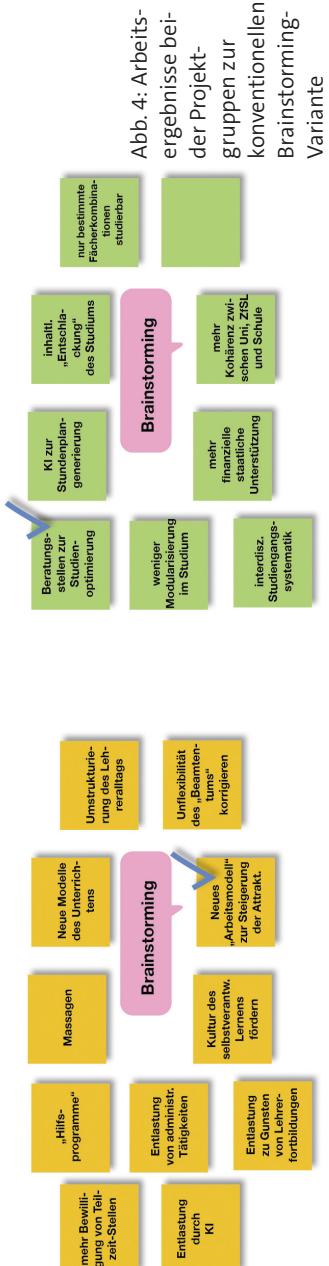


Abb. 4: Arbeitsergebnisse bei der Projektgruppen zur konventionellen Brainstorming-Variante

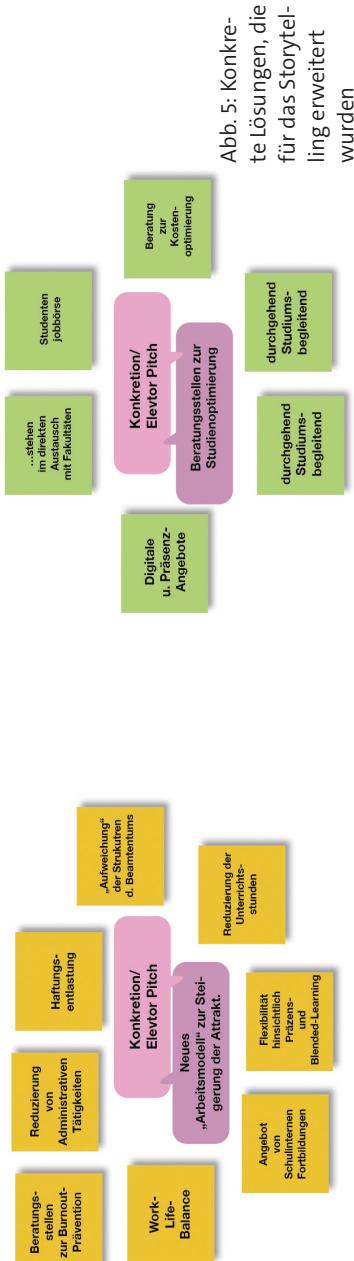


Abb. 5: Konkrete Lösungen, die für das Storytelling erweitert wurden

(I) *Dot-Voting*: Die Dot-Voting-Methode unterstreicht das demokratische Denken und Handeln im Design Thinking und eignet sich für die transparente Abstimmung über die Weiterführung gesammelter Ideen. Dabei werden die gesammelten Ideen in der Mitte einer Schreibfläche bzw. eines Whiteboards platziert. Jeder und jede Gruppenteilnehmende verfügt über ein Kontingent von 3 bis 5 Dots, die an die entsprechenden Ideen geklebt werden. Die Ideen mit den meisten Dots werden dabei weiter bearbeitet.

Beobachtung im Workshop: Im Workshop wurde die Methode erfolgreich angewendet, sodass eindeutig Ideen mit einem Übergewicht an »Stimmen« ausgewählt wurden. Ferner wurde an dieser Stelle eine weitere Reflexionsrunde eingebunden, sodass die Teilnehmenden auf der Grundlage ihrer jeweiligen Fachexpertise ihre Entscheidung begründen konnten.

(P) *Low-Resolution Prototyp/Storyboard*: Um Ideen dahingehend handhabbar auszustalten, dass Design-Thinking-Teams ihre Ideen dem Kunden/Auftraggeber oder einem Zielgruppenvertreter präsentieren können, werden Ideen in Form von mehr oder weniger detaillierten Prototypen umgesetzt. Storyboards können dabei ergänzend eingesetzt werden, um mithilfe weniger illustrierter Szenen die Nutzung des Prototyps darzustellen.

Beobachtung im Workshop: Im Workshop wurde auf die Bereitstellung eines physischen Prototyps verzichtet und stattdessen durch gezieltes Storytelling ein passendes Szenario zur Interaktion der Zielgruppe hinsichtlich der Lösung des Problems erzählt.¹⁵

(T) *Elevator-Pitch*: Der Elevator-Pitch eignet sich, um Ideen (in Form von Prototypen) einem potenziellen Nutzer/Kunden/Auftraggeber innerhalb kürzester Zeit¹⁶ zu präsentieren. Dabei steht das prägnante Darstellen der Kernaspekte der Ideen (Unique Selling Points) mithilfe emotionalisieren-

15 Vgl. Brenner/Uebenickel, Design Thinking, S. 146–181.

16 Der Name der Methode »Elevator-Pitch« basiert auf dem fiktiven Szenario, dass ein Auftragnehmer (Designer) einem Kunden eine Idee während einer (45–60 Sekunden dauernden) Aufzugsfahrt präsentiert bzw. diesen davon überzeugt.

der Sprache und sprachlicher Bilder im Mittelpunkt des Pitch. Als dramaturgischer Leitfaden eignet sich das aus der Marketingstrategie stammende AIDA-Prinzip.¹⁷

Beobachtung im Workshop: Infolge der geringen Zeit wurde das AIDA-Konzept zwar benannt, jedoch nicht weiter beachtet. Teilnehmende der jeweils anderen Gruppe übernahmen im Gespräch die Rolle der potenziellen Zielgruppe sowie des Auftraggebers. Der Workshop endete mit der kurzen Präsentation und verzichtete, entgegen der originären Design-Thinking-Denkweise, auf eine iterative Betrachtung der Prozessphasen.

(T) *Lessons Learned:* Der Sprint endete mit der Methode »Lessons Learned«. Mit ihrer Hilfe kann sowohl die Arbeit im gegenwärtigen Design-Thinking-Sprint wie auch das Konzept hinsichtlich seiner Bedeutung für die jeweilige Fachdisziplin der Teilnehmenden im Kontext der Lehrkräftebildung abschließend reflektiert und diskutiert werden.

Beobachtung im Workshop: Die Teilnehmenden des Workshops stellten heraus, dass sich Design Thinking sowohl für die arbeitsgruppenorientierte Erschließung interdisziplinärer Problemstellungen als auch für das Generieren und Präsentieren eignet. Mit Blick auf den gesellschaftlichen Wandel hin zu einer VUCA-Welt, mit dem auch ein tiefgreifender Paradigmenwechsel in der (Lehrkräfte-)Bildung einhergeht, bemerkten alle Teilnehmenden, dass das gemeinsame Arbeiten in schulformspezifischen Design-Thinking-Projekten den Lernenden ausgeprägte Selbst- und Sozialkompetenzen abverlange, sie jedoch auch nachhaltig fördere. Die Etablierung von Design Thinking in Form einer Lernkultur wurde folglich über einen bloßen Transfer als temporäre Makromethode in den Unterricht gestellt. Somit lohnt sich in allen Phasen der Lehrkräftebildung ein Blick auf die Prinzipien des Design Thinking.

17 Das AIDA-Prinzip entstammt der Marketing- und Wirtschaftswissenschaft und kann als dramaturgischer Leitfaden für Präsentationen, Gespräche und Werbemaßnahmen genutzt werden. Gemäß dem Akronym stehen die Vokale für »Attention«, »Interest«, »Desire« und »Action«.

4. Ausblick

Im Rahmen des knapp 120-minütigen Design-Thinking-Sprint-Workshops auf der Tagung »Gesellschaft im Wandel – Wandel in der Lehrkräftebildung?« produzierten die Arbeitsgruppen (die sich aus Vertreter:innen aus dem Bereich der Lehrkräftebildung zusammensetzten) zunächst zielgruppenorientierte konzeptionelle Lösungsvorschläge für Problemstellungen der gegenwärtigen Lehrer(aus)- und Weiterbildung. Anschließend wurde das Konzept Design Thinking für den Einsatz in verschiedenen Phasen innerhalb der Lehrkräftebildung diskutiert. Insbesondere mit Blick auf das Definieren und Lösen komplexer Problemstellungen zeigt es weitreichendes Potenzial zur Implementierung.

Literaturverzeichnis

- Bach, Alexandra. Methodik in der beruflichen Bildung 1. Theoretische Fundierung und methodisches Ordnungsraster. Bonn, 2022.
- Bouée, Charles-Edouard. Light Footprint Management. Leadership in Times of Change. Bloomsbury, 2013.
- Buchanan, Richard. Wicked Problems in Design Thinking. In: *Design Issues* 8 (2), 1992, S. 5–21, <https://www.jstor.org/stable/1511637?origin=JSTOR-pdf> [28.02.2024].
- Brenner, Walter/Uebenickel, Falk. Design Thinking. Das Handbuch. Frankfurt a. M., 2017.
- Brown, Tim. Design Thinking. In: Harvard Business Review, June 2008.
- Fadel, Charles/Bialik, Maya/Trilling, Bernie. Die vier Dimensionen der Bildung. Was Schülerinnen und Schüler im 21. Jahrhundert lernen müssen. Hamburg, 2017.
- Fichter, Christian. Wirtschaftspsychologie für Bachelor. Berlin, 2018.
- Freiling, Jörg/Harima, Jan. Entrepreneurship. Gründung und Skalierung von Startups. Berlin, Heidelberg, New York, 2019.
- Gerken, Stefanie/Uebenickel, Falk/De Paula, Danielly. Design Thinking: a Global Study on Implementation Practices in Organizations. Past – Present – Future. Potsdam, 2022, https://uploads-ssl.webflow.com/6216a9ec6e07c63aadd49553/6257387d56dc150ealf72b15_Gerken-et-al-2022-De

- sign%20Thinking-a%20Global%20Study%20on%20Implementation%20Practices%20in%20Organizations.pdf [15.01.2024].
- Gerstbach, Ingrid. 77 Tools für Design Thinker. Insider-Tipps aus der Design-Thinking-Praxis. Offenbach, 2017.
- Gerstbach, Ingrid. Innovationsräume. Raumkonzepte für agile Teams. München, 2019.
- Lewrick, Michael/Link, Patrick/Leifer, Larry. Das Design Thinking Toolbook. Die besten Werkzeuge & Methoden. München, 2019.
- Ney, Steven/Meinel, Christoph. Putting Design Thinking to Work. How Large Organizations Can Embrace Messy Institutions to Tackle Wicked Problems. Berlin, Heidelberg, 2019.
- Plank, Irene Sophia/von Thienen, Julia/Meinel, Christoph. The Neuroscience of Empathy: Research-Overview and Implications for Human-Centred Design. In: Christoph Meinel, Larry Leifer (Hg.). Design Thinking Research. Translation, Prototyping, and Measurement. Singapore, 2021, S. 89–126.
- Plattner, Hasso/Meinel, Christoph/Weinberg, Ulrich. Design Thinking. Innovation lernen – Ideenwelten öffnen. Landsberg am Lech, 2009.
- Rittel, Horst/Webber, Melwyn. Dilemmas in a general theory of planning. In: Policy Sciences 4, 1973, S. 155–169.
- Romero-Tejedor, Felicidad. Visual Storytelling im Design Thinking. Die Kraft von Bildern und Geschichten. Lübeck, 2021.
- Scheer, Andrea/Noweski, Christine/Meinel, Christoph. Transforming Constructivist Learning into Action: Design Thinking in education. In: Design and Technology Education 17 (3), 2012, S. 8–19, <https://eric.ed.gov/?id=EJ996067> [09.01.2024].
- Schwemmle, Martin. Mauern, Möbel, Menschen – der Raum im Design Thinking in Theorie und Praxis. In: Christoph Meinel, Tim Krohn (Hg.). Design Thinking in der Bildung. Innovation kann man lernen. New York, 2021, S. 107–143.
- Stalder, Felix. Kultur der Digitalität. Cambridge, 2017.
- Willkomm, Dennis. Roadmap durch die VUCA-Welt. Für Führungskräfte, Scrum Master und Agile Coaches. Tübingen, 2021.