Social Design Guide
–
Prozesse planen und begleiten

Entwicklung eines Konzepts zur Unterstützung von Social Design Projekten

Jennifer Gallen | Master Advanced Design | Hochschule München | Wintersemester 2017/18

Entwicklung eines Konzepts zur Unterstützung von Social Design Projekten

Jennifer Gallen | Master Advanced Design | Hochschule München | Wintersemester 2017/18

Jennifer Gallen
Master Advanced Design
Masterarbeit
Matrikelnummer: 11592816
Hochschule für angewandte Wissenschaften München
Wintersemester 2017/18

Betreut von: Prof. Matthias Edler-Golla
und Dr. Ralph Boch (Hans Sauer Stiftung)

Die Abschlussarbeit ist in Kooperation mit der Hans Sauer Stiftung entstanden. Ein großer Dank an die Lab Academy (Ralph, Barbara, Veneta, Saskia, Christina, Melina und Conor) und an Vera und Marco.

Danke auch an meine Familie und Freunde für die Unterstützung, ganz besonders an Eva, Sabine und Chris.

/ Inhalt

Einleitung 04

/ Entdecken: Recherche 06

Der Bereich »Social Design« 08
Aspekte des Social Design 08
Die Rolle des Designers 11

Methoden im Social Design 13
Bedeutung 13
»Designmethoden« 13
Prozessmodelle 15
Kreativitätstechniken 17
Methoden des Partizipativen Design 18

Bestehende Strukturen und Konzepte 19

Der Schwerpunkt »Schule macht sich« der Hans Sauer Stiftung 21

Erkenntnisse aus der Recherche 23

/ Entwickeln: Konzept 25

Projekt- und Methodenschrank 27
Prozessmodell 33
Anforderungen an den Entwurf 39
Das Social Design Lab 45

/ Ausprobieren: Entwurf 51

Design Website 52
Konzept Website 54
Werkzeuge 60
Methoden 64
Pläne 70
Social Design Guide 74

/ Umsetzen: Ausblick 81

Fazit 83

Literaturverzeichnis 84

Einleitung

Welche Verantwortung haben Designerinnen und Designer heute? Der Designprofessor und Autor Florian Pfeffer schreibt dem Design keine geringere Rolle zu als die »Motor für gesellschaftliche Veränderung« zu sein. Sein Buch mit dem Titel »To Do: Die neue Rolle der Gestaltung in einer veränderten Welt.« von 2014 ist nur eines von vielen Büchern und er nur einer von vielen Designern, die sich im letzten Jahrzehnt intensiv mit der Frage beschäftigt haben, wo es für die ohnehin schwer einzugrenzende Disziplin »Design« hingehen soll. Diese veränderte Welt, von der er spricht, ist nicht mehr die der Industrialisierung oder des hohen Wirtschaftswachstums, die Produkt- und Kommunikationsdesign erst notwendig und groß gemacht haben. Die Tage in denen das Hauptaugenmerk des Designs auf der Ökonomisierung von Produkten und Dienstleitungen lag, sind lange gezählt. Die großen Herausforderungen unserer Zeit sind der Klimawandel, soziale Krisen und die Digitalisierung. Klingt alles nach großer Verantwortung.[1]

In diesen Zeiten des Wandels gibt es viele Menschen und Organisationen, die versuchen die Veränderungen in eine positive Richtung zu lenken. Eine neue Form von aktiver Gesellschaftsgestaltung ist gefragt. Ein Beispiel hierfür ist die Hans Sauer Stiftung in München, die 1989 aus der Motivation heraus ins Leben gerufen wurde, »dass Innovationen zukünftig generell aus einer sozialen und ethischen Motivation heraus entstehen und damit messbaren gesellschaftlichen und ökologischen Nutzen stiften«.[2] Aus diesem Grundgedanken heraus hat die Stiftung in den letzten Jahren den Förderschwerpunkt »Social Design« entwickelt, der »die Entwicklung neuer Ansätze und Wege zu sozialen Innovationen und Transformationen im Bereich Migration/Integration, Bildung und Stadtentwicklung« verfolgt.[3] Im Gegensatz zu einer passiven Förderung von Projekten, werden die MitarbeiterInnen der Stiftung hier selbst aktiv: Projekte werden in multidisziplinären Teams und unter Einbeziehung verschiedener Stakeholder durchgeführt. Dabei wird methodisch vorgegangen, es wird ein kollaborativer Prozess durchlaufen, der durch Methoden unterstützt und strukturiert wird. Ziel ist es, gemeinsam mit den Betroffenen, möglichst wirkungsvoll, positive Veränderungen in den verschiedenen Bereichen zu bewirken.

In den kommenden Jahren möchte die Stiftung diesen operativen Zweig der Stiftungsarbeit weiter ausbauen und zusammen mit verschiedenen Partnern Social Design in München voran bringen: Unter dem Dach des Social Design Labs sollen partizipative Prozesse angestoßen und begleitet werden. Die notwendigen Strukturen, die es dafür braucht, sind momentan im Aufbau und eine Grundvoraussetzung um aktiv werden zu können ist die fachliche Kompetenz und das praktische Wissen der zukünftigen Lab-Mitarbeiter. Es besteht der Wunsch nach einer eigenen Methodensammlung, einem Toolkit, auf das alle zugreifen können. Außerdem sollen die bisher durchgeführten Pilot-Projekte der Stiftung so reflektiert und aufbereitet werden, dass sich Anleitungen für ähnliche Projekte ergeben und auf den Erfahrungen aufgebaut werden kann. Ein langfristiges Ziel ist zudem, dass Social Design sich auch ohne großen personellen Aufwand von Seiten des Labs weiter verbreitet und Prozesse zunehmend selbstgesteuert werden können: Indem die Methoden so aufbereitet werden, dass Dritte sie möglichst selbstständig anwenden können. Dadurch könnten mehr Projekte parallel laufen und sich weiter entwickeln.[4]

Aus diesen Zielen ergibt sich die Leitfrage dieser Arbeit: *»Wie können Personen dabei unterstützt werden, Social Design Projekte durchzuführen?«*

Dieser Fragestellung wurde auf unterschiedlichen Ebenen nachgegangen: Literatur aus Designtheorie und -forschung sowie aus den Sozialwissenschaften diente als theoretische Grundlage. Bestehende Konzepte aus der Praxis wurden untersucht und verglichen. Letztlich lag der Fokus darauf, die bisherige Arbeit der Hans Sauer Stiftung im Bereich Schule praktisch anwendbar zu machen und gleichzeitig die Strukturen für eine Skalierung auf Lab-Ebene zu schaffen. Im intensiven Austausch mit dem Stiftungs-Team wurde ein Konzept erarbeitet, das beides berücksichtigt und möglichst praxisnah ausgerichtet ist. Auf dieser Basis wurde ein Entwurf gestaltet: Ein Lösungsvorschlag, der alle Menschen die im gesellschaftlichen Kontext etwas verändern möchten – seien es DesignerInnen oder nicht – umfassend unterstützen soll.

/ Entdecken
Recherche

Am Anfang des Projekts stand die Recherchephase, deren Ergebnisse auf den folgenden Seiten knapp dargelegt werden.

Zu Beginn wird der Bereich Social Design eingegrenzt und die Bedeutung des methodischen Arbeitens für Social Design heraus gestellt. Dazu wird untersucht, um was für Methoden es sich handelt, welchen Bereichen sie zuzuordnen sind und wie sie strukturiert werden können. Bestehende Strukturen und Konzepte werden analysiert und schließlich der Schwerpunkt »Schule macht sich« der Hans Sauer Stiftung genauer betrachtet.

Die Recherche diente der Entwicklung der praktischen Arbeit. Nach einer Konzeptentwicklungsphase wurde ein Entwurf erarbeitet, der die Leitfrage durch angewandtes Design beantwortet. Weitere Fragen, die sich aus der Recherche ergaben, sind farbig hinterlegt. Sie halfen beim Entwicklungsprozess und konnten darüber hinaus im Entwurf zum Teil direkt beantwortet werden.

Am Ende befindet sich eine Übersicht mit den relevantesten Erkenntnissen für die praktische Arbeit.

Der Bereich »Social Design«

Social Design wird oft als Überbegriff für ein Feld verwendet, das auch unter vielen anderen, oft ähnlichen und zum Teil noch detaillierteren Begriffen bekannt ist. Wie der Name suggeriert, geht es um die Ausrichtung der Designpraxis auf gesellschaftliche Themen. Dieser Fokus ist historisch gesehen nicht grundsätzlich neu und doch lässt sich in den letzten Jahren eine erhebliche Zunahme und Weiterentwicklung dieser Thematik feststellen. Sie beeinflusst die Designlehre und -praxis und spiegelt sich im aktuellen theoretischen Designdiskurs wider.[5]

Aspekte des Social Design

Zur Differenzierung von »Social Design Projekten« wurden für diese Arbeit vier Kriterien festgelegt:

I. Aspekt der Transformation

Ziel von Social Design ist eine gesellschaftliche Veränderung.
Um den Herausforderungen unserer Zeit zu begegnen und die Welt verantwortungsvoll mitzugestalten, muss sich der Status quo ändern. Das ist die Motivation von Social Design. Kleine und große Veränderungen, die in der Summe eine Transformation der Gesellschaft bewirken. Die Schwierigkeit in Zeiten ständigen Wandels ist dabei zu benennen, was sich konkret verändern soll. Die Herausgeber des Buchs »Transformation Design« beschreiben, dass es im Grunde immer um veränderte Verhaltensweisen geht: »The final goal is behaviour change – individually, locally and globally.«[6]

Fragen:
Wie lassen sich Veränderungsprozesse begleiten und steuern? Wie wird Veränderung sichtbar und greifbar? Wie kann man die Beteiligten dazu motivieren, sich selbst oder einen Zustand verändern zu wollen?

II. Aspekt der Wirkung

Social Design Projekte sollen einen positiven Einfluss auf Menschen haben.
Die Wirkung, die durch den Gestaltungsprozess erzielt wird, soll positiv sein. Eine Auseinandersetzung mit ethischen Fragestellungen ist somit unumgänglich. Hier gibt es bereits viele Ansätze und Konzepte, die über die Formulierung von Werten versuchen zu definieren, in welche Richtung sich unsere Welt entwickeln soll. Schlagworte sind beispielsweise »Value sensitive Design«[7] im technologischen Bereich oder die »Sustainable Development Goals« der Vereinten Nationen[8].
Darüber hinaus stellt sich die Frage der Wirkungsmessung. Wie kann überprüft werden, ob die gewünschten Veränderungen eingetreten sind und wie können die Ergebnisse transparent kommuniziert werden? Die »Social Reporting Initiative e.V.« hat seit 2011 ein Instrument zur Reflexion der Wirkungslogik erarbeitet, den sogenannten »Social Reporting Standard«. Dieser setzt Standards für die Bewertung von Projekten und unterstützt Organisationen dabei, ihren tatsächlichen Impact bzw. Outcome beurteilen zu können.[9]

Fragen:
Wie können Werte in den Gestaltungsprozess integriert werden? Welche Wertekonzepte gibt es bereits, die für das Social Design gelten könnten? Wie lässt sich sicherstellen, dass diese im Laufe eines Projekts eingehalten werden? Könnten Werkzeuge zur Wirkungsmessung wie der »Social Reporting Standard« in einen Projektablauf integriert werden bzw. selbst in eine Methode umgewandelt werden?

III. Aspekt der Innovation

Um eine positive Veränderung zu erreichen, wird ein kreativer Prozess durchlaufen. Das Ergebnis dieses Prozesses ist eine soziale Innovation.
In Social Design Projekten werden bewusst Gestaltungsprozesse angestoßen, um die gegebenen Umstände zu verändern und etwas Neues zu Schaffen, zu innovieren. Die Grundlage für Innovation ist Kreativität.
Die Kreativitätsforschung sammelt seit Jahrzehnten Erkenntnisse darüber, wie man Kreativität fördern und ein kreatives Umfeld für Projekte schaffen kann. Insbesondere im wirtschaftlichen Kontext ist die Literatur hierzu umfangreich.[10]
Speziell der Bereich der sozialen Innovation hat in den letzten Jahren einen enormen Zuwachs an Aufmerksamkeit, Projekt- und Forschungsarbeit erlebt. Für soziale Innovationen wird nicht immer ein bewusst gesteuerter Designprozess durchlaufen. Und doch ist der Prozess ähnlich. Überall auf der Welt gibt es unzählige Beispiele, bei denen Personen aus eigenem Antrieb die Initiative ergreifen und die Lebensbedingungen der Menschen

vor Ort verbessern und Probleme lösen, an denen die Politik oder die bestehenden wirtschaftlichen Strukturen bisher gescheitert sind, beziehungsweise, von diesen ignoriert wurden. Aus jeder dieser Geschichten lassen sich Erkenntnisse für andere Projekte gewinnen. Durch die digitalen Kommunikationsmöglichkeiten ist zudem der Erfahrungsaustausch und die Vernetzung erheblich leichter als früher.[11]

Fragen:
Wie kann der Gestaltungsprozess strukturiert werden? Wie lässt sich für Social Design Projekte ein kreatives Umfeld schaffen und fördern?
Was lässt sich aus bestehenden Initiativen lernen? Wie könnte die Hans Sauer Stiftung ihre Projekterfahrungen und -ergebnisse aufbereiten?

IV. Aspekt der Partizipation

In den Prozess werden diejenigen Personen integriert, in deren Lebenswelten die Veränderung stattfinden soll.
Social Design Projekte verfolgen den Ansatz eines Co-Design Prozesses. Alle Menschen und Organisationen, die direkt oder indirekt von der gewünschten Veränderung betroffen sind, werden (zumindest stellvertretend) in die Entwicklung mit einbezogen. Jeder kann mit seinem individuellem Wissen und seiner persönlichen Perspektive einen wertvollen Beitrag leisten. Außerdem soll so sicher gestellt werden, dass die Lösungen, die am Ende implementiert werden, auch wirklich zu denjenigen passen und von denjenigen angenommen werden, für die sie gemeint sind. Darüber hinaus kann eine solche Vorgehensweise die Denkweise von Design verändern: Es geht weniger um die Suche nach der einen perfekten (Produkt)Lösung, sondern vielmehr darum, den Prozess des gemeinsamen Arbeitens und des Austauschs als solches, schon als potentielle Innovation zu betrachten.

Diese Überlegungen entsprechen den heutigen Vorgehensweisen im sogenannten Partizipativen Design (auch: Partizipatorisches Design).
Dieses Verständnis von Design hat seine Ursprünge in den 1970er Jahren in Schweden, wo Arbeitnehmer in die Verbesserung ihres Arbeitsplatzes und ihrer Werkzeuge mit einbezogen wurden. Seitdem hat es sich stark weter entwickelt und erlebt momentan in etlichen Designdisziplinen großen Zuspruch.[12]

Auch in den Sozialwissenschaften spielt der Gedanke der Partizipation eine wichtige Rolle. Der Begriff »Partizipative Forschung« steht in diesem Zusammenhang für Forschungsansätze, die gesellschaftliche, nichtakademische Akteure in ihre Untersuchungen mit einbeziehen und gleichzeitig beeinflussen sollen. Dabei handelt es sich um ein »wertebasiertes Unterfangen: Soziale Gerechtigkeit, Umweltgerechtigkeit, Menschenrechte, die Förderung von Demokratie und andere Wertorientierungen sind treibende Kräfte.«[13]

Die Hans Sauer Stiftung legt einen großen Wert darauf, partizipativ vorzugehen und Projekte von vornherein dementsprechend zu planen. Sie grenzt sich damit bewusst von Ansätzen ab, die zwar eine soziale Absicht haben und sich für gesellschaftlich benachteiligte Gruppen einsetzen, die dabei jedoch »top-down« vorgehen, das heißt, dass sie Lösungen vorgeben anstatt sie gemeinsam zu erarbeiten. Durch die partizipative Vorgehensweise bekommt der Prozess an sich zudem eine größere Bedeutung. Hier spielen viele »weiche Faktoren« eine Rolle, wie beispielsweise das Entstehen eines neuen Gemeinschaftsgefühls, das kurz- und langfristig viel bewirken kann, jedoch schwer zu greifen oder zu messen ist. Die Perspektive der Projektleiter ist damit weniger auf ein Ziel ausgerichtet, das möglichst schnell oder möglichst gut erreicht werden muss, sondern es soll ein ergebnisoffener Prozess durchlaufen werden, der sich individuell entwickeln darf.[14]

Fragen:
An welchen Stellen des Prozesses ist es wichtig, wen mit einzubeziehen?
Wie können Menschen zu Teilnahme und Teilhabe motiviert werden?
Welche Erkenntnisse aus der partizipativen Forschung aus den Sozialwissenschaften sind für die Durchführung von Social Design Projekten relevant?

Die Rolle des Designers

Eine Folge der Popularität und Verbreitung des Design Thinking und Designmethoden im Allgemeinen ist die, dass immer mehr Menschen zu Social Designern werden, auch ohne klassische Designausbildung. Das wirft die Frage auf, welche Rolle der professionelle Designer in solchen Prozessen überhaupt noch spielen wird. Banny Banerjee, der an der Stanford Universität unterrichtet, an der sowohl Design als auch Design Thinking (d.school) gelehrt wird, spricht in diesem Zusammenhang von einer Identitätskrise der Designer und Designstudierenden. Andererseits betont er, dass es unter-

schiedliche »levels of expertise« gebe und dass, gerade in der krisenträchtigen Zeit in der wir leben, Designer mehr gefragt seien denn je. Sie haben die Fähigkeit und Erfahrung, hochinnovative Lösungen für komplexe Probleme zu entwickeln und dadurch großes Transformationspotential in allen Lebensbereichen zu entfalten.[15] Ezio Manzini unterscheidet dazu in seinem Buch »Design, when everybody designs« zwischen Designern und »Design Experts«.[16]

Fragen:
Welche Rollen nehmen Designer in welchen Phasen ein? Wann fungiert der Designer mehr als Moderator und wann als Experte seines Fachs; wann mehr als Konzepter und wann als handwerklicher Gestalter? An welchen Stellen des Prozesses ist professionelle Designexpertise besonders wichtig?

Methoden im Social Design

Bedeutung

Neben der theoretischen Eingrenzung des Bereichs, sollte vor allem untersucht werden, wie Social Design praktisch umgesetzt werden und gelingen kann. Hier spielt methodisches Vorgehen eine bedeutende Rolle:

An der Züricher Hochschule der Künste (ZHdK) setzt sich die Initiative »Design with Social Impact« in interkulturellen Projekten die nachhaltige Verbesserung der Lebensumstände weniger entwickelter Gesellschaften zum Ziel.[17] Prof. Michael Krohn, der diese Projekte mitbetreut, betont in seinem Aufsatz »Ist ›Social Design‹ eine neue Designkategorie?« die Bedeutung der Methoden. Seine Vorstellung von einer neuen Ausrichtung des Designs geht »weg von einer anonymen, arbeitsteiligen Produktlösung hin zu Prozessen und sozialen Wirkungen mittels Designmethoden.«
Er betont zudem wie wichtig es sei, sich auf die individuellen Besonderheiten jedes Umfelds einzustellen und fordert in diesem Zusammenhang »ausdrücklich, neue Methoden des Designs zu entwickeln, in denen die Nutzer aktiv in Designprozesse mit einbezogen werden und diese mitgestalten.[18]

Fragen:
Welche Methoden gibt es und welche sind für die Praxis besonders zielführend? Wie können Methoden für Social Design angepasst oder neue Methoden entwickelt werden?

»Designmethoden«

Der Begriff »Designmethoden« könnte zu der Annahme führen, dass es einen festen Satz an Methoden gibt, die eindeutig dem Design zuzuordnen sind und welche in Social Design Projekten eingesetzt werden.
Allerdings ist die Lage deutlich komplexer. Es gibt unzählige Methoden, die bei kreativen Prozessen unterstützen können und in der Praxis Anwendung finden. Wo die Methoden ihren Ursprung haben ist dabei unterschiedlich und oft nicht klar zu benennen. Zum methodischen Arbeiten im Social Design fasst Ezio Manzini die Thematik folgendermaßen zusammen: »In between the tools that we have there are some tools we share with others, some tools that are specific of us and some that we can call tool, but in reality it is better to say that it is a cultural background than a specific tool.«[19] Manzini

spricht also eher von Werkzeugen (»tools«) als von Methoden.

Bella Martin und Bruce Hanington beschreiben in ihrem Buch »Designmethoden« Methoden und Techniken. Sie sollen uns die Gelegenheiten bieten »Gespräche zu strukturieren, die uns dabei helfen, Menschen besser zu verstehen und uns in sie hineinzuversetzen und damit letztendlich sinnvollere Produkte zu entwerfen.« Außerdem betonen die Autoren, wie wichtig die Verbesserung der Kommunikationsfähigkeit von Designern sei, die durch die Arbeit mit den Methoden und Techniken gestärkt werde.

Um ihre Methoden und Techniken zu strukturieren, haben die beiden eine Einteilung in fünf unterschiedliche Kategorien gewählt: 1. Die Differenzierung in »Verhaltensbezogen« und »Einstellungsbezogen«. 2. Unterscheidung »Quantitativ, Qualitativ«. 3. Die drei Optionen »Innovativ, Angepasst, Traditionell« deuten auf die Ursprungsdisziplin hin, aus der das Konzept stammt, beziehungsweise ob es verändert wurde. 4. »Explorativ, Generativ, Evaluativ« weist auf den Zweck der Methode hin und für welche Prozessphase sie geeignet ist. 5. verweist auf die Rolle der Personen, die die Methode anwenden und in welcher Art und Weise: »Partizipativ, Beobachtend, Selbstbetrachtend, Expertenprüfung, Designprozess«. Die Kategorien werden im Buch anfangs kurz erklärt und anschließend die jeweils zutreffende Einteilung bei jeder Methode gekennzeichnet. Zusätzlich gibt es zu jeder Methode eine Empfehlung, für welche Phase des Designprozesses sie geeignet ist (Einteilung in fünf Phasen).[20]

Anmerkung:
Die Begriffe, die für die fünf Kategorien gewählt wurden, sind sehr abstrakt.
Sie scheinen für einen Laien erstmal keine große Hilfe zu sein.
Die Zuordnung in ein Phasenmodell könnte die Methodenwahl vereinfachen.

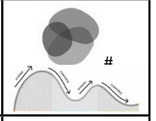
Fragen:
Wie lassen sich Methoden sinnvoll und praktikabel strukturieren?
Welche weiteren Möglichkeiten gibt es, welche könnten sinnvoll sein?
Welche Informationen sind für den Anwender am hilfreichsten?

Prozessmodelle

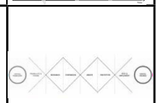
Gestalterisches Arbeiten verläuft in einem kreativen Prozess, auch Innovationsprozess genannt. Im Gegensatz zu einer Arbeitseinstellung, die ausschließlich auf Effizienz ausgelegt ist, soll im kreativen Arbeiten etwas Neues entstehen, man arbeitet ergebnisoffen. Es gehört dazu, viel anzudenken und wieder zu verwerfen, Dinge auszuprobieren und dabei auch zu scheitern. Es ist also gleichzeitig ein Lernprozess. Obwohl diese Beschreibung schon zeigt, dass sich ein solcher Ablauf nicht genau planen lässt, gibt es doch hilfreiche Modelle, die den Prozess in verschiedene Phasen einteilen. Besonders im Arbeiten mit Teams ist eine solche Struktur sehr wertvoll, sodass alle Beteiligten wissen, in welcher Phase man sich gerade befindet und ob divergent (öffnend, nicht-linear) oder konvergent (schließend, fokussiert) gedacht werden sollte. Wichtig ist dabei, einen Schritt abzuschließen, bevor man in die nächste Phase übergeht und die Phasen nicht zu vermischen. Die Schritte werden in der Regel mehrfach durchlaufen, es gibt Wiederholungen, der Prozess ist »iterativ«.
Es gibt mittlerweile viele Prozessmodelle, die unterschiedlich komplex und detailliert sind. Im Wesentlichen sind sie alle ähnlich. Eine der ersten solcher Strukturen geht auf Graham Wallas zurück, der in den 1920er Jahren den kreativen Prozess in vier Schritte einteilte: 1. Eine Situation klären – 2. Ideen entwickeln – 3. Lösungen entwickeln – 4. Lösungen umsetzen.[21]
Die Orientierung am Modell ist zudem eine gute Ausgangsbasis für die Wahl der richtigen Methode. Je nachdem in welcher Phase man sich befindet, sind verschiedene Methoden geeignet.

Der »Design Thinking Prozess«
Eines der mittlerweile bekanntesten Prozessmodelle, ist das Design Thinking. Das Konzept hat seine Ursprünge in Kalifornien, wo David Kelley, der Mitbegründer der Designagentur IDEO, durch Beobachtung der Vorgehensweisen im Design das Konzept entwickelt hat. An sich handelt es sich um den ganz natürlichen menschlichen Prozess kreativen Denkens. Hier vermeiden die Macher es, die Phasen als Schritte (steps) zu benennen, da dies suggerieren würde, dass es immer ein lineares Vorgehen gibt.
Sie verwenden den Begriff »spaces« für die drei Hauptphasen, die man (möglicherweise mehrfach) durchläuft. Diese drei Spaces sind »Inspiration, Ideation und Implementation.« Kelley ist auch Mitleiter des Hasso Plattner Institute of Design in Stanford, der sogenannten »d.school«, hier hat das Design Thinking seinen akademischen Ursprung und verbreitete sich von dort aus in die ganze Welt.[22]

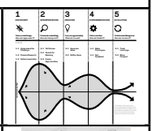
Allgemein

Modell	von	Phasen								Grafik
Field Guide to Human-Centered Design	IDEO.org / Designkit	INSPIRATION / Inspiration			IDEATION / Ideenentwicklung			IMPLEMENTATION / Umsetzung		
Design Thinking	HPI	Verstehen	Beobachten	Sichtweise definieren (auch: Synthese)	Ideen finden (auch: entwickeln)	Prototypen entwickeln (auch: erstellen)	Testen	-		
Creative Problem Solving	Version von Puccio, Murdock, Mance	Vision erkunden	Situation einschätzen	Herausforderungen formulieren	Ideen erkunden	Lösungen formulieren	Akzeptanz erkunden	Plan formulieren		
		= Klärung			= Transformation		= Implementation			
	Graham Wallas 1920er Jahre	1. Eine Situation klären		2. Ideen entwickeln		3. Lösungen entwickeln	4. Lösungen umsetzen	-		-

Social Design

Fieldstudio	Fieldstudio	EXPLORING / Recherche		MAKING SENSE / Problemdefinition		PROPOSING / Ideenfindung	ITERATING / Ausprobieren & Umsetzen	-		
MICA		Translate & Frame / Übersetzen und Eingrenzen	Research / Recherchieren	Synthesize / Formulieren	Ideate / Ideen entwickeln	Prototype / Prototypen erstellen	Test & Implement / Testen & Umsetzen			
mAgri		Plan / Planen	Learn / Lernen		Create / Gestalten	Develop / Entwickeln	Maintain / Instandhalten, Weiterführen			
		= Concept Development / Konzept Entwicklung			= Concept Realization / Konzept Realisierung		= Execution & Scaling / Umsetzung und Skalierung			

Schulbereich

Design Thinking for Educators	Riverdale & IDEO	Discovery (3 Steps)	Interpretation (3 Steps)		Ideation (2 Steps)		Experimentation (2 Steps)	Evolution (2 Steps)		
Prozessleitfaden / Reise	Schule im Aufbruch	Anfangen	Initiative gründen	Gemeinschaft werden	Informationen einholen	Essenz finden	Designen	Umsetzen	Feiern	Weiterlernen	

Hans Sauer Stiftung

Schule designen	Marco K.	Vorbereiten		Recherchieren		Definieren	Transformieren	-		
Schule macht sich 1	Marco K.	01 Problemerhebung		02 Co-Gestaltung		03 Evaluation	04 Implementierung	-		-
Schule macht sich 2	Marco K.	Auftakt / Vorbereitung	Vision	Atmosphäre gestalten	Funktionen bestimmen	Entwürfe darstellen	Entwürfe darstellen	Entwürfe testen	Umsetzung	

Gegenüberstellung verschiedener Prozess-Modelle

Gliedert man die drei Hauptphasen weiter auf, ergeben sich sechs Phasen, die im klassischen Design Thinking gelehrt werden und grafisch linear (mit Verbindungen untereinander) dargestellt werden: Verstehen – Beobachten – Sichtweise Definieren – Ideen finden – Prototypen entwickeln – Testen.[23] Mittlerweile gibt es von dieser Grundstruktur auch andere Versionen und Weiterentwicklungen.

Weitere Modelle
Eine dieser Weiterentwicklungen stellt das Service Design dar, das den Prozess in vier Hauptphasen gliedert: Exploration – Creation – Reflection – Implementation.[24]
Es gibt auch kreisförmige Modelle, die die Iterationsschleifen deutlicher visualisieren, wie beispielsweise das sogenannte »Creative Problem Solving«, das auf Alex Osborn, den Erfinder des Brainstorming, zurück geht oder der »Basic Design Cycle« von Roozenburg und Eekels (1995).[25, 26]
Es gibt also eine Vielzahl an Modellen, die unterschiedlich viele Phasen aufweisen und verschiedene Vor- und Nachteile mit sich bringen.

Fragen:
Welches Modell macht für Social Design Projekte am meisten Sinn? Gibt es Unterschiede zum reinen Innovationsprozess? Welche grafische Darstellungsform ist am praktikabelsten? Lassen sich bei abgeschlossenen Projekten der Hans Sauer Stiftung im Nachhinein Phasen nachvollziehen?

Auf der Suche nach einer geeigneten Prozessstruktur für die Arbeit des Social Design Lab wurden verschiedene Modelle verglichen und gegenübergestellt. Die Tabelle links diente als Ausgangsbasis für die weitere Konzeptentwicklung.

Kreativitätstechniken

Unter dem Schlagwort »Kreativitätstechniken« – oder auch »Denkwerkzeuge« oder »Brain-Tools« – findet man unzählige Methoden, die dabei helfen, Denkprozesse zu strukturieren. Diese Methoden sind nicht nur für Designer interessant, sondern werden überall dort eingesetzt, wo gezielt neue Ideen entstehen sollen. Die Literatur für den Wirtschaftsbereich ist umfangreich. Hier wird das Ziel verfolgt, durch Innovationen Wettbewerbsvorteile zu erzielen. Beispiele für Kreativitätstechniken sind zum Beispiel das Mindmapping oder der Morphologische Kasten.

Mario Pricken hat in seinen Büchern gezielt für und mit Menschen aus der Kreativbranche die Methoden weiter entwickelt. Er betont, wie wichtig es ist, sich bei der Arbeit mit den Techniken immer eine große Flexibilität zu bewahren und sie als Experimentierfeld zu betrachten. Dabei ist das Verändern bestehender Methoden ausdrücklich erwünscht, da es im Endeffekt nie um die Methode an sich, sondern immer um den kreativen Output geht, jeder Mensch und jedes Projekt sind anders. Es geht darum, durch Ausprobieren der Methoden heraus zu finden, was gerade am besten zur kreativen Lösung beiträgt.[27]

Methoden des Partizipativen Design

Wie bereits beschrieben, ist der Aspekt der Partizipation essentiell in Social Design Projekten. Speziell für Partizipatives Design gibt es eigene Methodensammlungen. Die Methoden stammen klassischerweise aus dem Bereich der Informationstechnologien, wobei sie mittlerweile häufig im Social Design Anwendung finden und für diese Art von Projekten angepasst werden. So steht oft nicht mehr »der User« im Fokus und wird in den Prozess integriert, sondern ganze »Communities« in sozialen Umfeldern werden Teil von partizipativen Gestaltungsprojekten und es werden sozio-kulturelle Herausforderungen adressiert.

Partizipatives Design unterscheidet zwischen »Methods« und »Tools and Techniques«. Methoden können wie Rezepte betrachtet werden, die die Organisation und Durchführung von Projekten unterstützen. Die »Tools and Techniques« sind wie unterschiedliche Werkzeugkisten zu betrachten, die individuell kombiniert und angepasst werden können, je nach Projekt. Es werden Teams gebildet die gemeinsam an Zukunftsvisionen arbeiten. Die Vorgehensweisen sind aktive Vorgänge des »telling, making oder enacting«, um diese Visionen in Workshops – oft spielerisch – zu erarbeiten. Beispiele hierfür sind »Future Workshops«, das Herstellen von Prototypen oder sogenannte »Design Games«. Um solche Techniken zu veranschaulichen werden oft Beispiele erfolgreicher Anwendung aus der Praxis beschrieben. Das zeigt, dass das Setting selten eins zu eins übertragen werden kann und es essentiell ist insbesondere partizipative Werkzeuge auf die jeweilige Situation und das Umfeld anzupassen.[28]

Bestehende Strukturen und Konzepte

Human Centered Design
IDEO beziehungsweise IDEO.org sind große Vorreiter was die Arbeit mit Designmethoden im gesellschaftlichen Kontext angeht. Sie arbeiten dabei auch intensiv an der Weitergabe ihrer eigenen Projekterfahrungen und Verbreitung der Ideen. 2009 veröffentlichten sie das sogenannte »HCD Toolkit« (Human Centered Design), das zeigt, wie die Instrumente des Design Thinking auch gezielt für die Bekämpfung von Armut eingesetzt werden können. Es handelt sich um eine Darstellung vieler Methoden und praktischer Beispiele, die dazu motivieren, selbst zum Human Centered Designer zu werden, ganz egal welchen beruflichen Hintergrund derjenige hat. 2015 erschien die Neuauflage dieses Toolkits, der »Field Guide to Human-Centered Design«, der thematisch etwas allgemeiner für den sozialen Bereich gefasst ist und kostenfrei von der Website herunter geladen werden kann.[29]

Der Guide umfasst 192 Seiten und beschreibt insgesamt 57 Designmethoden, die wiederum den drei Hauptphasen des Design Thinking »Inspiration« (19 Methoden), »Ideation« (24 Methoden), »Implementation« (14 Methoden) zugeordnet sind. Im ersten Teil werden die grundsätzlichen »mindsets« vorgestellt, die dazu motivieren, Designprozesse im gesellschaftlichen Bereich durchzuführen und einige Grundlagen kreativen Arbeitens vorstellen. Zu manchen Methoden werden vorgefertigte Arbeitsblätter angeboten, die die Durchführung erleichtern. Zudem wird nach jeder Phase ein Projektbeispiel beschrieben, das die Praxis des Human Centered Design illustriert.[30] IDEO.org hat darüber hinaus noch andere Formate entwickelt, die einen unterschiedlicher Fokus haben. Dazu gehören ein 51-teiliges Kartenset, die sogenannten »Method Cards«[31] sowie ein weiterer kostenfreier Guide speziell für den Bildungsbereich, der sich »Design Thinking for Educators« nennt.[32]

Mit allen drei Medien haben Mitarbeiter der Hans Sauer Stiftung bereits in Projekten gearbeitet. An einigen Stellen wären mehr Informationen hilfreich gewesen. Die Beschreibung der Methoden ist teilweise sehr knapp gehalten und für die tatsächliche Durchführung noch viel weitere Recherche notwendig. Dazu kommt, dass kaum Hilfestellung geboten wird, wie die Methoden kombiniert und zu ganzen Workshops zusammen gestellt werden können.[33]

Toolkits
Neben dem Designkit von IDEO.org gibt es mittlerweile etliche weitere Methodensammlungen im Netz. Agenturen, Hochschulen und Projektinitiativen veröffentlichen ihre eigene Zusammenstellung von Methoden und Modellen. Diese Toolkits bieten neben Büchern praktische Informationen und Material zur Durchführung von Projekten. Die Zielsetzung und der Schwerpunkt sind dabei unterschiedlich. Ein besonders relevantes Beispiel für die Hans Sauer Stiftung ist die Stiftung Nesta, die in England ihren Sitz hat und sich dem Ziel der »Sozialen Innovation« verschrieben hat. Ihr »DIY-Toolkit« gibt es als Pdf zum Download.[34]

IPG
Im Juli 2017 führten Sonja Hörster und Jascha Rohr vom Institut für partizipatives Gestalten (IPG) einen Workshop zum Thema »Verfahrensdesign« mit der Hans Sauer Stiftung und einigen Partnern durch. Das IPG leitet seit vielen Jahren Bürgerbeteiligungsprojekte.
Sie haben für ihre Arbeit einheitliche Begriffe festgelegt, da es keine allgemeingültigen Definitionen gibt: »Methoden« sind für sie die kleinste Einheit, hierunter fallen alle Methoden, Techniken und Werkzeuge, die in irgendeiner Weise eingesetzt werden, um etwas zu erreichen (griechisch »methodos«: »der Weg zu etwas hin«). Werden Methoden miteinander kombiniert, so entstehen »Formate«. Diese Sequenzen miteinander verbunden, ergeben insgesamt ein Verfahren. Ein Verfahren ist für sie »ein strukturierter, geplanter Ablauf zur Bearbeitung eines Themas oder einer Aufgabe«. Der vierte Begriff, der die Metaebene des Geschehens beschreibt, ist der »Prozess«. Dieser geht über das Verfahren hinaus und hat eine eigene Dynamik, die für eine erfolgreiche Durchführung des Verfahrens berücksichtigt werden muss.[35]

Fragen:
Wo liegen die Stärken und Schwächen bestehender Toolkits und Konzepte? Welche Strukturen können übernommen werden, wo gilt es neue Strukturen für das Social Design Lab zu schaffen? Was braucht es neben einer Sammlung an Methoden noch? Wie kommt man von einzelnen Methoden zu einem Workshopkonzept, hin zu einem Projektplan? Ist es sinnvoll eigene Anleitungen für die einzelnen Bereiche der Hans Sauer Stiftung (Bildung, Migration, Umwelt, Gesundheit[36]) zu erstellen oder gilt es, universelle Strukturen zu schaffen? Welche einheitlichen Begriffe sollten eingeführt werden?

Der Schwerpunkt »Schule macht sich« der Hans Sauer Stiftung

Unter dem Überbegriff »Schule macht sich«, organisiert die Hans Sauer Stiftung seit 2015 Projekte mit Schulen. Dieser Förderschwerpunkt befasst sich mit der Frage »Wie kann es gelingen ein partizipatives und kreatives Umfeld für Schulentwicklung zu schaffen?« Es wurden drei Fokusbereiche definiert: »Interaktion/Integration«, »Räume« und »Lernkonzepte«.
Die ersten Projekte erfolgten an und mit der Südschule Bad Tölz.[37]

»Schule designen«
Im Wintersemester 2015/16 organisierte die Stiftung ein Projekt zusammen mit 21 Design- und Architekturstudierenden der TU München. Kooperationspartner waren außerdem die Innovationsagentur IXDS und Frog Design, die den Prozess mit Vorträgen und Workshops begleiteten. Die Studierenden arbeiteten zusammen mit Schülern, Lehrern und Eltern an sieben Projekten in den Bereichen Ernährung, Integration, Kommunikation, Identifikation, Präsentation, Spielen und Forschen. Die Vorstellungen vom Ergebnis waren dabei sehr offen gehalten. Vorgegeben wurde lediglich, dass die Lösungen angepasst an die Situation vor Ort, bedarfsorientiert und niedrigschwellig umsetzbar sein sollten. Entstanden sind sieben Entwürfe, die sich auch auf andere Schulen übertragen lassen können.[38]

»Raumproben«
Das Projekt »Raumproben« entstand aus dem Schwerpunkt »Interaktion und Integration«. Gemeinsam mit der Initiative »Architektur und Schule« und Designern und Architekten aus Münchner Büros wurde an der Südschule Bad Tölz die Frage gestellt, »inwieweit Methoden aus dem Design in der Lage sind, neue Formen des Lernens, der Interaktion und der räumlichen Gestaltung zu initiieren und über prototypische Impulse auch zu etablieren.«
In einem partizipativen Prozess wurde auf experimentelle Art und Weise das Potential von großen Gemeinschaftsflächen in der Schule (Aula, Gänge, Außenbereiche) erforscht. Im Projekt wurden bereits zwei Workshops durchgeführt und der Prozess ist noch nicht abgeschlossen.[39]

»Visionenspiel«
Im Fokusbereich »Räume« wurde mit dem Architekturbüro Baupiloten kooperiert, das sich auf partizipativ entwickelte Architektur spezialisiert hat. Die Baupiloten beschäftigen sich schon länger mit Methoden zur Beteiligung von Nutzern bei der Weiterentwicklung von Schulbauten und Schulalltag.
Mit der Hans Sauer Stiftung und der Südschule Bad Tölz entwickelten sie

das Planspiel »Unsere perfekte Lernlandschaft«. Zusammen mit Schülern, Lehrern und Eltern wird das Spiel eingesetzt und verbessert um gemeinsam Visionen für räumliche Veränderungen zu entwickeln.[40]
Das Spiel verbindet verschiedene Methoden miteinander und deckt mehrere Phasen eines kreativen Prozesses ab. Das Projekt ist ein Beispiel dafür, dass die Hans Sauer Stiftung auch das Ziel verfolgt, eigene Methoden und Formate zu entwickeln, die für spezielle Themenbereiche und Zielgruppen immer wieder eingesetzt werden können.

Weitere Projekte im Schulbereich laufen unter den Namen »Lernreisen«, »Digitalisierung an der Schule« und »Bildungslandschaften«.[41]

Fragen:
Wie können die Erfahrungen, die in Social Design Projekten gemacht werden auf zukünftige Projekte übertragen werden? Können Projekte »methodisch reproduzierbar« aufbereitet werden? Wie könnte ein solcher Fahrplan aufgebaut sein? Inwiefern kann das gelingen, ohne den kreativen Prozess einzuschränken?

Die »Schule macht sich«-Projekte dienten als Praxisbeispiele für die weitere Konzeptentwicklung.

Erkenntnisse aus der Recherche:

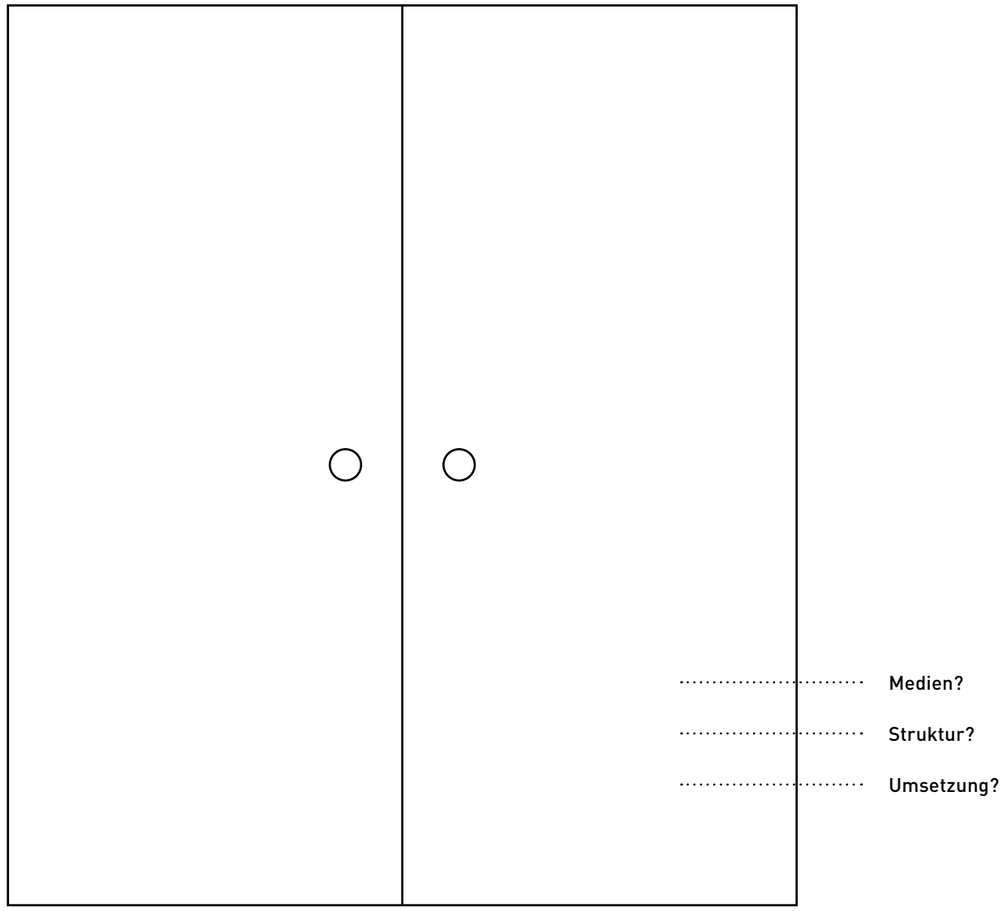
Das Social Design Lab ist Initiator und Begleiter von Veränderungsprozessen. Es sollte sich über seine Werte klar sein, diese kommunizieren und in die Projektarbeit, besonders in der Anfangsphase, integrieren. Um Social Design zu ermöglichen, hat es die Aufgabe Räume und Atmosphären für kreative Prozesse zu schaffen. Abgeschlossene Projekte sollten so aufbereitet werden, dass der Prozess nachvollziehbar wird und man für künftige Projete auf der Erfahrung aufbauen kann. Bei der Planung von partizipativen Projekten sollte die Rollenverteilung gründlich durchdacht werden. Für spezielle Aufgaben sollten Experten ihres Fachs hinzugezogen werden, beispielsweise Designer oder Architekten.

In Social Design Projekten werden Methoden aus unterschiedlichsten Bereichen eingesetzt. Die Herkunft einer Methode ist für ihre Anwendung nicht relevant. Bei der Methodenwahl sollte immer das »Wozu« im Mittelpunkt stehen, nicht die Methode selbst. Man sollte flexibel mit den Methoden umgehen und nicht zögern sie zu verändern, wenn es dem Ziel dient.
Eine Herausforderung liegt dabei, Methoden so aufzubereiten und in Strukturen einzuordnen, dass Anwender sich leicht zurecht finden. Dazu ist es sinnvoll einheitliche Formulierungen und Begriffe festzulegen.

Darüber hinaus braucht es mehr Hilfestellungen, wie man Methoden sinnvoll miteinander kombiniert und zu Workshops zusammenstellt.
Wenn ein Projekt in die Umsetzung geht oder wichtige Phasen abgeschlossen wurden, ist es sinnvoll eine Routine einzuführen, wie Projekte reflektiert und aufbereitet werden.

/ Entwickeln
Konzept

Basierend auf der Recherche, wurden einige Aspekte genauer untersucht und nach und nach ein praktisches Konzept für die Unterstützung von Social Design Projekten entwickelt.



Projekt- und Methoden-Schrank

Am Anfang stand die Vision einer eigenen Methodensammlung für das Social Design Lab. Um genauer herauszufinden, was in diesem Toolkit enthalten sein sollte, wurde das Bild eines Schranks gewählt. Der Schrank steht metaphorisch für die ideale Ausrüstung, die Projektmacher für Social Design benötigen.

Welche äußere Form dieser Schrank haben würde und welche Medien den Schrank bilden würden, war anfangs noch völlig offen. Von vornherein war offensichtlich, dass es nicht reichen würde, nur eine Vielzahl an Methoden in diesem Schrank vorzufinden, sondern dass eine eigene Ordnung und Struktur notwendig sein würde.

Die Zielgruppen für die Nutzung des Schranks sind unterschiedlich: einerseits die Mitarbeiter der Hans Sauer Stiftung bzw. alle zukünftigen Social Design Lab Mitarbeiter. Andererseits Laien, die sich vielleicht zum ersten Mal mit Social Design beschäftigen. Im Speziellen könnten das konkrete Projektinitiatoren in verschiedenen Bereichen, wie zum Beispiel ein Lehrer an einer Schule sein. Der Schrank sollte somit nicht nur der Hans Sauer Stiftung bzw. dem Lab zur Verfügung stehen, sondern auch allen Interessierten an Social Design.

Nach und nach wurde der Schrank weiter entwickelt und konkreter. In Gesprächen sowie in einer Abfrage mit den Hans Sauer Mitarbeitern wurde untersucht, welche Anforderungen der Schrank für die Durchführung von Social Design Projekten idealerweise erfüllen müsste.

/ Vorgehen

Für den Aufbau des Labs hat die Hans Sauer Stiftung unter dem Namen »Lab Academy« intern ein Team zusammengestellt, das sich regelmäßig trifft und sich über Methoden und die Zukunft des Social Design Labs austauscht.

Im ersten Treffen mit der Lab Academy wurde das Bild des Schranks vorgestellt. Ohne irgendwelche Angaben über den Inhalt zu vorzugeben, wurde abgefragt, was aus Sicht der Hans Sauer MitarbeiterInnen in einen solchen Schrank hinein müsste.

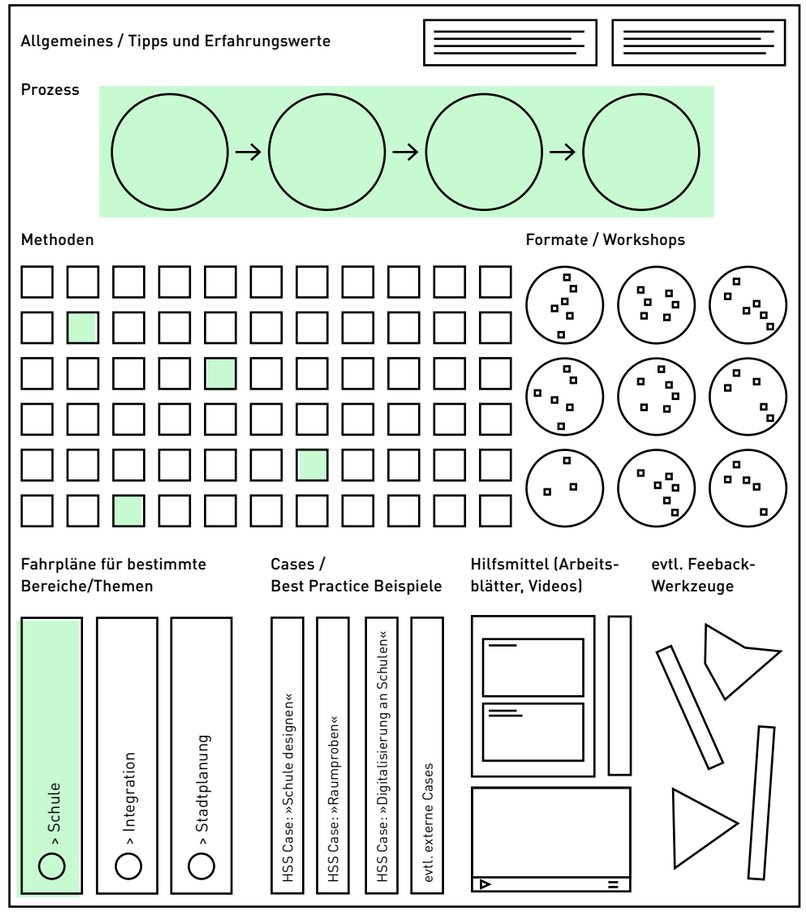
Das Bild war sehr hilfreich, um einerseits visionäres Denken anzuregen und andererseits ganz konkreten Input zu generieren. Die Visualisierung war für einige Team-Mitglieder wertvoll, weil das komplexe Thema sichtbar wurde und durch den Schrank einen Rahmen bekam.
Durch die unterschiedlichen Sichtweisen und die fachliche Expertise der MitarbeiterInnen entstand so in nur 15 Minuten eine gute Ausgangsbasis für die weitere Entwicklung.

Was müsste in einem Projekt-Schrank für das Social Design Lab alles vorhanden sein?

- Übersicht über Methoden
- Methodische Anleitungen
- Videos (zur Benutzung der Methoden)
- Hinweise zur Kombination von Methoden
- Templates für Workshop-Abläufe (verschiedene Längen)
- Beispiel-Abläufe von Workshops inkl. Methoden und Ergebnissen
- Workshop-Generator
- Beispiele, Case Studies (in Bezug zu Methoden gesetzt)
- Ein Prozess-Guide
- Gliederung nach Projektphase:
  > Wie finde ich erste Ideen? bis hin zu
  > Wie setze ich mein Projekt um?
- Dos & Don'ts für wichtige Prozessschritte
- Nudging (Methoden und Know-How)
- Infos / Hilfe zu Gruppenprozessen
- Wie motiviert man die TN, danach weiter zu machen?

Input Lab Academy (sortiert)
Die MitarbeiterInnen schrieben ihre Ideen für den Schrank auf Klebezettel. Nach und nach wurden die Zettel in eine Schrank-Silhouette geklebt und bei Bedarf kurz erläutert.

/ Inhalt Schrank



Die eigene Recherche wurde um den Input der Lab Academy ergänzt und so entstand nach und nach eine immer konkretere Vorstellung davon, was der Schrank beinhalten müsste.

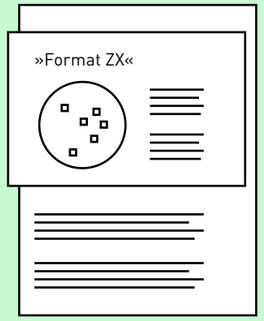
Im Schema wird die Komplexität sichtbar und gleichzeitig konnten erste Strukturen entstehen. Grün gekennzeichnet sind die Bereiche, die als erstes umgesetzt werden sollten: Mit Hilfe der Schulprojekte, die die Stiftung in den letzten Jahren umgesetzt hatte, sollten die ersten Inhalte für den Schrank entstehen.

Medien:

> zur Projektunterstützung:

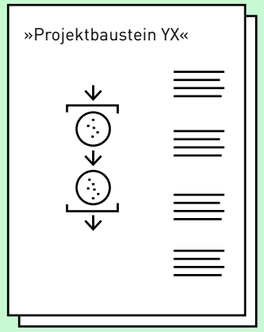
Methoden
z.B. »Journey Map«

»Diese Methode gibt es und so wird sie durchgeführt«



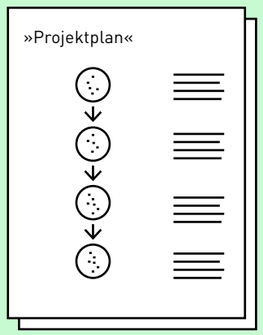
Formate
z.B. »Open Space«

»Dieses Format gibt es und so wird es durchgeführt«



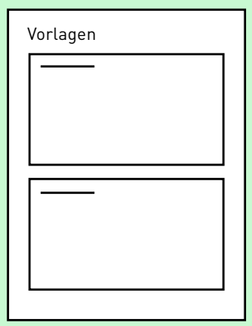
Projektbausteine
z.B. »Bildungslandschaft«

»So lässt sich ein Projektabschnitt zu einem Thema YX gut durchführen«



Projektpläne
individuell

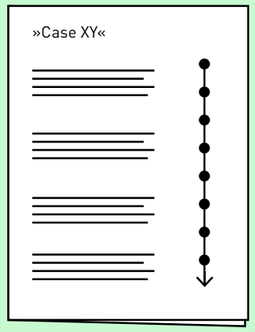
»So wird ein Projekt durchgeführt«



evtl. Arbeitsblätter

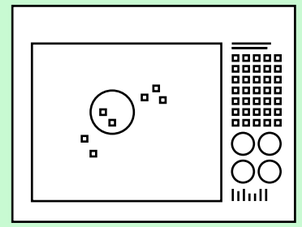
evtl. Videos

> zum Nachlesen:



Cases / Projektbeispiele
z.B. »Raumproben an der Südschule Bad Tölz«

»So verlief das Projekt XYZ und das haben wir dabei gelernt«



... evtl. Prozess-Generator?

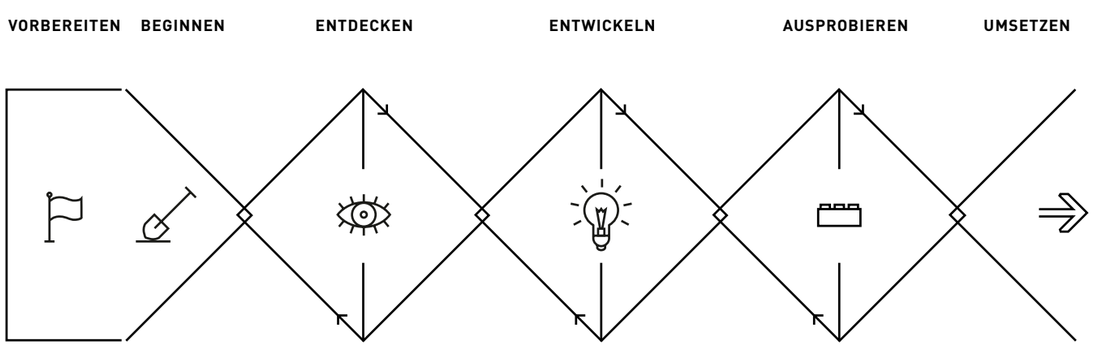
»Damit wird ein neues Projekt geplant«

Die Grafik zeigt einen Zwischenstand der Medien-Entwicklung. Schon früh stand die Idee eines Prozess-Generators im Raum, der individuell Projekte konfiguriert. Wie dieser aussehen oder funktionieren könnte war anfangs noch völlig unklar.

Immer wieder herrschte Unklarheit was die Begrifflichkeiten betraf. Dafür wurde diese Grafik erstellt, die die benötigen Medien und ihre verschiedenen Zwecke klären sollte. Besonders der Unterschied zwischen »Projektbeispielen (Cases)« und den Anleitungen für zukünftige Projekte, die sich aus diesen Projekten ergeben, war schwer zu greifen. Gleichzeitig ist genau diese Transferleistung entscheidend, um gesammelte Erfahrung für andere umsetzbar zu machen.

Die Grafik macht deutlich, dass es am Anfang die Vorstellung gab, man könne einen Projektplan vorgeben, der sich ohne Abänderung auf neue Projekte übertragen ließe. Die Recherche und Analyse von Projekten hat jedoch gezeigt, dass dies nicht möglich ist, weil jedes Projekt seine Eigenheiten hat. Außerdem widerspricht es dem Anspruch von Social Design sich den Themen ergebnisoffen zu nähern. Wären schon von Beginn an alle Schritte geplant, würde man zu weit vorgreifen und die Innovationskraft reduzieren. Andererseits gibt es natürlich Projektabläufe und Workshops die sich immer wieder ähnlich durchführen lassen.

Aufgrund dieser Beobachtungen sind die »Projektbausteine« entstanden. Hier werden bestimmte Teilabschnitte von Projekten direkt in Anleitungen und Workshop-Pläne übersetzt.



Prozess-Modell

In Hinblick auf das Lab und das Ziel professioneller Prozessplanung, wurde der Versuch unternommen, ein Modell zu entwickeln, das möglichst praktikabel für die Durchführung von Social Design Projekten ist. Wie in der Recherche beschrieben, wurden dazu im Vorfeld verschiedene Modelle untersucht, verglichen und analysiert. Anschließend wurde im Team in mehreren Schritten ein Modell erarbeitet und getestet.

Es sollte herausgefunden werden, welches Modell am geeignetsten ist, wie viele Phasen sinnvoll wären und welche äußere Form. Außerdem sollte getestet werden, inwiefern es sich zur Projektplanung eignet. Im nächsten Schritt sollten den unterschiedlichen Phasen Methoden zugeordnet werden und so die Methodenwahl vereinfacht werden. Innovative Prozesse sollten damit strukturiert begleitet werden können.

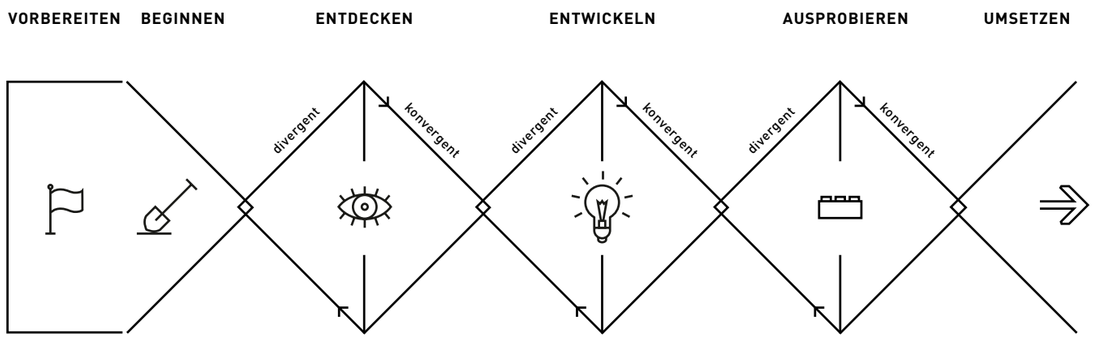
Außerdem galt es, herauszufinden, ob die bisherigen Stiftungsprojekte in die Phasen eines Modells einzuordnen wären und ob es dabei helfen könnte, aus den Projekten Anleitungen für die Zukunft zu generieren.

Zusammen mit Vera Steinhauser und Marco Kellhammer wurde in zwei intensiven Arbeitstagen ein erster Prototyp eines Modells für das Social Design Lab entwickelt. Die Lücken, die manche Modelle haben, sollten geschlossen, die Erfahrungen aus der Stiftungsarbeit integriert werden. Eine wichtige Erkenntnis dabei: ein Innovationsprozess allein ist noch kein Social Design Prozess. Die Phasen VORBEREITEN, BEGINNEN und UMSETZEN sind genauso wichtig wie die drei klassischen Innovationsphasen ENTDECKEN, ENTWICKELN und AUSPROBIEREN.

Um schnell erfassen zu können, worum es in den Phasen geht, wurden die WIE und die WAS-Fragen entwickelt. Ihre Formulierung in »Wir«-Form betont den partizipativen Anspruch. Außerdem wurde für jede Phase ein Etappenziel definiert, das die Arbeit mit dem Modell weiter vereinfacht.

Die Entwicklung lief im ständigen Abgleich mit den bestehenden und geplanten Schulprojekten der Hans Sauer Stiftung. Trotz anfänglicher Zweifel, ob sich die Projektschritte den Prozess-Phasen zuordnen lassen würden, gelang es gut, die verschiedenen Phasen auch rückwirkend nachzuvollziehen.

Anfangs entstand das Modell mit Klebezetteln und Filzstift-Skizzen

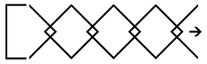


			WIE IST ES?	WAS WOLLEN WIR VERÄNDERN?	WIE KÖNNTE ES SEIN?	WAS WOLLEN WIR AUSPROBIEREN?	WIE KÖNNTEN WIR ES UMSETZEN?	WAS SETZEN WIR UM?	WIE IST ES?
Etappenziel	Ausreichend tragfähige Konstellation für Projektbeginn	Gemeinsame Motivation	Status quo verstehen / abbilden	Einigung auf Herausforderung	Vielfalt an Ideen	Einigung auf Lösungsansatz bzw. -ansätze	Entwürfe für Lösungsansätze	Einigung auf Implementierung	

Die drei Phasen ENTDECKEN, ENTWICKELN und AUSPROBIEREN entsprechen den grundlegenden Phasen der meisten Innovationsmodelle. Die Teilung in divergent und konvergent unterstützt die kreative Arbeitsweise.

VORBEREITEN und BEGINNEN sind wichtige Ergänzungen um möglichst nachhaltige Grundlagenarbeit zu leisten und eine gemeinsame Vorstellung von Social Design zu bekommen.

Die Phase UMSETZEN ist essentiell für die langfristige Wirkung von Projekten. Der Pfeil, der auch im Piktogramm erhalten bleibt, betont das Ziel der Verstetigung über das eigentliche Projekt hinaus.



/ Vorgehen

Nachdem ein erster Prototyp des Modells entwickelt war, wurde er der Lab Academy vorgestellt und in diesem Rahmen getestet. Als Beispiel wurde mit einem fiktiven Schulprojekt gearbeitet, in dem die Elternschaft auf das Social Design Lab zukommt, weil es vermehrt zu Gewalt in den Pausen gekommen ist.

Das Prozessmodell wurde zusammen mit einer Vorlage zum Ausfüllen vorgelegt um den Prozess an der fiktiven Schule zu Planen. Direkt im Anschluss wurden die Reaktionen auf den Prototypen mithilfe der Methode »Denkhüte« von Edward de Bono abgefragt. Nacheinander wurde anhand von vier unterschiedlichen Hüten (also Sichtweisen) diskutiert:
»In wieweit ist das Prozessmodell für das Social Design Lab praktikabel?«

Mit der Methode der Denkhüte wurde das Potential des Modells für die Zukunft erörtert.

/ Analyse

Ergebnisse zum Prozess-Modell:

Anwendung
Das Modell soll unterstützen und Orientierung bieten. Es soll nicht einengen. Der individuelle Prozess kann mithilfe des Modells begleitet werden und sich trotzdem individuell und flexibel entfalten.

Iteration
Je nach Projektverlauf, werden Phasen mehrfach durchlaufen oder es wird zwischen den Phasen gesprungen. Es taugt somit nicht als linearer Fahrplan, kann jedoch trotzdem eine wertvolle Struktur bieten. Das Wissen, in welcher Phase man sich befindet, kann für die Arbeit und die Methodenwahl sehr hilfreich sein.

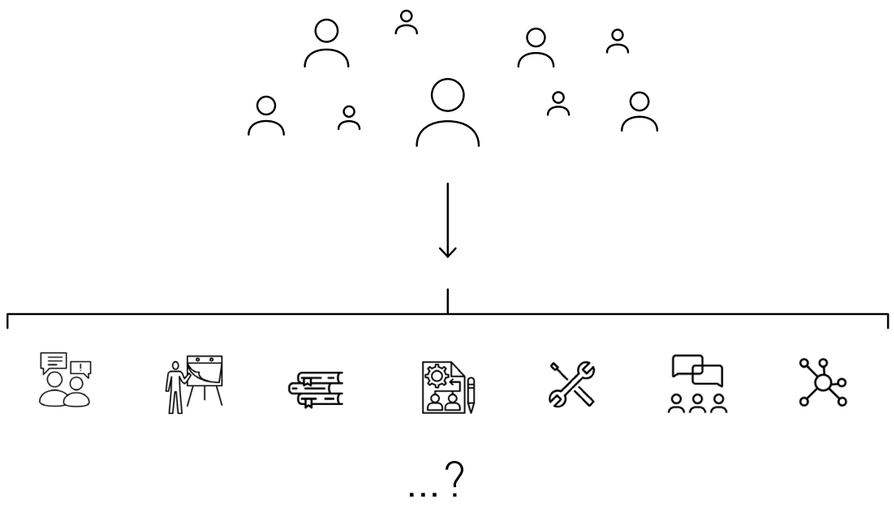
Methodisches Arbeiten
Das Modell selbst könnte zu Beginn eines Projekts wie eine Methode verwendet werden. Darüber hinaus lassen sich diverse Methoden gut den unterschiedlichen Phasen zuteilen. Viele Methoden sind für mehrere Phasen geeignet. Manche Formate beinhalten das Durchlaufen mehrerer Phasen.

Meta-Ebene
Um die Handhabung des Modells zu verstehen benötigt es zusätzliche Informationen, die wie in einem Begleitheft die wichtigsten Dinge erklären.

Beteiligung
Die Beteiligten sollten in alle Phasen einbezogen werden. Manchmal neigt man dazu in den konvergenten Phasen allein zu entscheiden.

Übergänge
Es ist wichtig, dass die Ergebnisse aus den konvergenten Phasen mit in den nächsten Projektschritt einfließen und keine Ergebnisse verloren gehen. Dazu gibt es grafisch eine Überlappung. Auf diese Stellen sollte im Prozess besonders geachtet werden.

Weiterentwicklung
Um allen Anforderungen und Anwendern gerecht zu werden, sollte das Modell noch mehrere Praxis-Tests durchlaufen.



Icons: thenounproject.com

Anforderungen an den Entwurf

Bei dieser Arbeit handelt es sich nicht um ein Social Design Projekt. Trotzdem war der Anspruch, dort wo es möglich ist, methodisch vorzugehen und Stakeholder miteinzubeziehen. Es war wichtig nicht voreilig einen Entwurf zu erstellen, ohne vorher zu überprüfen, ob es überhaupt einen Bedarf dafür gibt beziehungsweise ob die Lösungsansätze in eine sinnvolle Richtung zielen.

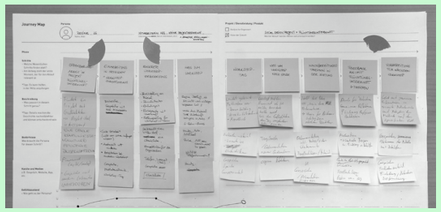
Dementsprechend offen wurde die Fragestellung am Anfang formuliert: *»Wie können Personen dabei unterstützt werden, Social Design Projekte durchzuführen?«* Der Nutzer wurde in den Mittelpunkt gestellt und nicht die Lösung. Diese Herangehensweise entspricht dem des Service Designs.

Zur weiteren Ideenfindung und Konzeptentwicklung wurden deshalb noch weitere kurze Workshops mit der Lab Academy durchgeführt, um festzustellen, was es alles braucht, um den Nutzern einen Entwurf zu bieten, der ihren Bedürfnissen entspricht und sie optimal unterstützt ohne etwas zu übersehen. Das Social Design Lab wurde dafür wie eine klassische Dienstleistung gesehen und das Nutzen des Projektschranks wie ein Erlebnis, das es zu gestalten gilt.

/ Vorgehen

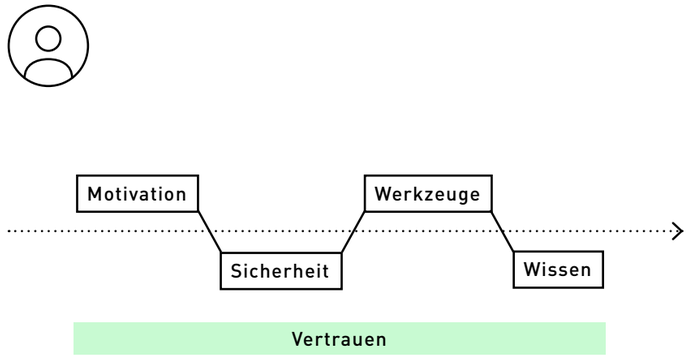
In einem einstündigen Workshop mit der Lab Academy wurde die Methode »Journey Map« aus Sicht von zwei unterschiedlichen Personas durchgeführt. Die Personas sollten das Erlebnis des Durchführens eines Workshop in vier Jahren, also wenn alle Strukturen und Medien des Social Design Labs aufgebaut und etabliert sind, entwerfen. So wurde kein Aspekt ausgelassen und die Kontaktmomente, Medien und Kanäle, die das Lab anbieten könnte mit berücksichtigt.

Am Ende wurde mit Punkten gekennzeichnet, welches die drei kritischsten Schlüsselmomente in dieser Reise der Persona wären, ohne die der Workshop nicht erfolgreich verlaufen würde. So wurde der »Schrank« nicht isoliert betrachtet sondern gedanklich in die zukünftigen Lab-Strukturen eingebunden.



Für die Journey Map wurde eine Vorlage erstellt, die das Social Design Lab in Zukunft zur Verfügung stellen könnte.

/ Bedürfnisse des Nutzers



Durch die Methode wurde deutlich, dass der Bedarf für den Schrank definitiv besteht. Darüber hinaus kamen jedoch noch einige andere Faktoren auf, die essentiell für das Gelingen von Social Design Projekten sind. Besonders in der Anfangsphase spielt eine gelungene Kommunikation zwischen dem Social Design Lab Team und anderen Projektmachern eine wichtige Rolle. Hierzu könnten im Speziellen auch Methoden oder Hilfsmittel entwickelt werden. Diese Aspekte sollten beim weiteren Aufbau des Labs berücksichtigt werden.

Spannend für die Weiterentwicklung des Schranks war die Analyse der Bedürfnisse und möglichen Emotionen des Nutzers. Diese ließen sich indirekt aus den Journey Maps ablesen. Was braucht es, damit sich der Nutzer beim Planen und Durchführen eines Workshops wohlfühlt? Am Anfang des Prozesses braucht es eine gewisse Motivation anzufangen. Die Motivation kann schnell nachlassen, wenn eine gewisse Sicherheit verloren geht. Gleichzeitig braucht es Werkzeuge, um sich sicher und gut ausgerüstet zu fühlen. Das sind in der Regel die Methoden. Wenn hier einmal etwas nicht klappt, sollte auf hilfreiches Wissen zurück gegriffen werden können.

Bei dieser Betrachtung wird sichtbar, dass ein Prozess manchmal eine recht turbulente Reise sein kann. Vieles lässt sich nicht vorhersehen. Da ist es wichtig, dass man über den gesamten Projektverlauf ein gewisses Vertrauen behält: Vertrauen in sich selbst als Organisator oder Workshopleiter, Vertrauen in die Beteiligten und Vertrauen in den kreativen Prozess selbst. Hier können die Werkzeuge und das Wissen im Projekt-Schrank einen wichtigen Beitrag leisten. Doch entscheidend ist gerade hier auch die Rolle des Labs, das die weichen Faktoren Sicherheit und Motivation mit im Auge behalten sollte.

/ Vorgehen

Bei der Weiterentwicklung des Schranks standen schon früh Anforderungen auf der Liste, die am einfachsten digital gelöst werden können.
Deswegen wurde der Lab Academy ein konkreter Vorschlag unterbracht: Eine digitale Ressource, die Druckversionen der Inhalte mit anbietet und mit einem Prozesskonfigurator ausgestattet ist. Dieser Entwurf wurde gemeinsam mit Hilfe der PMi-Methode bewertet. Ohne zu diskutieren wurden die positiven, negativen und interessanten Aspekte dieses Vorschlags gemeinsam gesammelt.

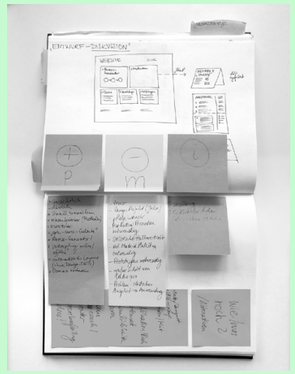
Der Punkt, der den weiteren Verlauf am stärksten beeinflusst hat, war der kritische Aspekt, dass der Schrank für sich allein nur ein isoliertes, statisches Angebot darstellt.

P

+ übersichtlich
+ deutsch
+ überall zu erreichen
+ rekombinierbar (Methoden)
+ erweiterbar
+ »Open Source«-Gedanke
+ Prozess-Generator!
+ Verknüpfung online/offline
+ automatisiertes Layout (keine Design-Skills notwendig)
+ Domain vorhanden

M

- teuer
- langes Projekt (Jahre)
- pflegeintensiv
- Marketing / Promotion notwendig
- stilistische Halbwertszeit
- viel Material / Anleitung notwendig
- großer Schritt vom Status quo
- bleibt statisches Angebot -> Anwendung?



i

– Skalierung
– Begleiter für Aufbau des Labs -> kann mit-wachsen

... Weiteres?

– IPG-Kooperation
– Kontakte (Betty, designit)
– Publikation / Buch
– Kartenset
– Räumlichkeiten
– Team / Coach
– Prozessbegleitung
– Videos

Durch die PMi-Methode wurden in kurzer Zeit die verschiedenen Pluspunkte und Bedenken von Seiten der Lab-Academy deutlich. Die Ergebnisse flossen in die Entwicklung des Entwurfs mit ein.

/ Analyse

Wichtigste Anforderungen an den Entwurf:

– Kombination aus digital und analog

– Deutsch

– Erweiterbar, kann nach und nach wachsen

– Assistenz notwendig: Eine umfangreiche Sammlung von Methoden und Best Practice Beispielen allein ist nicht ausreichend.
Bildhaft gesprochen: Wie kommt man vom Schrank zu einem konkretem Projektplan? Wie packe ich meinen Koffer für den nächsten Workshop?

– Vertrauen, Sicherheit, Wissen, und Erfahrung vermitteln

– Flexibilität für unterschiedliche Zielgruppen, die unterschiedliche Vorgehensweisen ermöglicht: Sowohl selbst zusammen stellen als auch geführt

– Prozessmodel als Orientierung integrieren

– Als Teil des Lab-Service denken: Der beste Schrank bringt nichts, wenn ihn niemand benutzt.

– Eine schrifliche Anleitung kann das persönliche Gespräch nicht ersetzen: Der Kontakt und die Unterstützung des Labs sollten jederzeit möglich sein.

Die Ergebnisse aus der Konzeptentwicklung ergaben, dass es für das Social Design Lab sinnvoll ist, eine umfangreiche, digitale Methoden- und Wissens-Sammlung aufzubauen, die gleichzeitig in die Strukturen des Labs eingebettet ist.

Das Lab ist somit kompetenter Dienstleister für Social Design: Es hat das fachliche Know-How und die Werkzeuge und ist gleichzeitig persönlicher Ansprechpartner mit einem Netzwerk zur Unterstützung im Hintergrund. So kann sichergestellt werden, dass die Methoden auch tatsächlich genutzt werden und bei Unsicherheiten jederzeit der persönliche Kontakt zum Lab gesucht werden kann.

social design lab

Das Social Design Lab

Durch die Konzeptentwicklung hat sich deutlich gezeigt, dass das Social Design Lab, das sich gerade erst in der Entstehungsphase befindet, eine große Rolle für die Weiterentwicklung des Methoden-Schranks spielt und dieser nicht isoliert betrachtet werden kann.

Das Lab besitzt das Potential Personen bei der Durchführung von Projekten wirklich ganzheitlich zu unterstützen anstatt es bei einem rein statischen Angebot zu belassen. Dafür sollten im weiteren Aufbau des Labs neben den medialen Kanälen auch die notwendigen personellen und organisatorischen Strukturen mit bedacht werden.

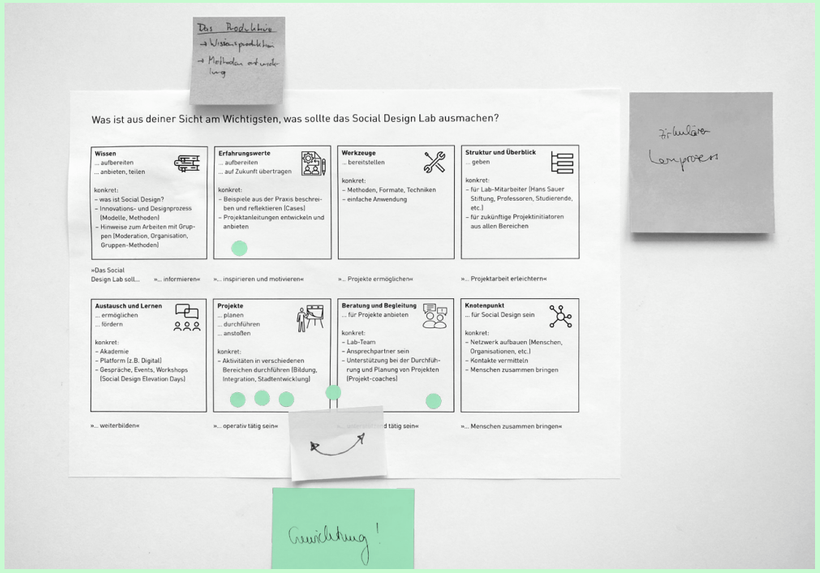
Für die Entwurfsentwicklung und die Gestaltung war es somit sinnvoll, sich genauer mit dem Social Design Lab auseinander zu setzen und heraus zu arbeiten, welche Rolle der Schrank mit seinen Werkzeugen einnimmt und wo er einzuordnen sei.

Bisher gibt es keine definierte Markenstrategie für das Lab, die wiederum auch nicht Schwerpunkt dieser Arbeit ist. Dennoch wurden einige Grund-parameter für Strategie und Design festgelegt, da diese direkt und indirekt Teil des Entwurfs sein würden.

/ Vorgehen

Auf Basis der Dokumente, die es in der Hans Sauer Stiftung bereits zum Social Design Lab gab und weiterer Gespräche wurde eine Übersicht der verschiedenen Aktivitäten erstellt, die bis dato geplant waren. Diese Aktivitäten wurden in acht gleich große Kacheln geteilt und der Lab Academy vorgelegt um heraus zu finden, ob ein Bereich fehlt. Dann wurde eine kurze Punktabfrage unternommen mit der Frage »Was ist aus deiner Sicht am Wichtigsten, was sollte das Social Design Lab ausmachen«?

Auf Grundlage der Antworten und der anschließenden Diskussion wurde die Grafik leicht überarbeitet und anders angeordnet. Diese Methode zeigte, dass der Schwerpunkt des Labs eindeutig bei der Projektarbeit liegt. Voraussetzungen, um diese durchführen zu können, sind das Wissen, die Erfahrungen und die Werkzeuge. Dieser Überblick diente als Grundstruktur für die weitere Entwicklung.



Trotz der Vielseitigkeit der Lab-Aktivitäten liegt der inhaltliche Antrieb und der Schwerpunkt eindeutig bei der Durchführung von Social Design Projekten.

/ Aktivitäten des Social Design Labs

Projektarbeit

Projekte
... planen
... durchführen
... anstoßen

Beratung und Begleitung
... für Projekte anbieten

Was braucht das Lab für die Projektarbeit?

Wissen
... aufbereiten
... weiterentwickeln und anwendbar machen

Erfahrung
... sammeln und reflektieren
... auf die Zukunft übertragen, anwendbar machen

Werkzeuge
... aufbereiten
... weiterentwickeln und testen

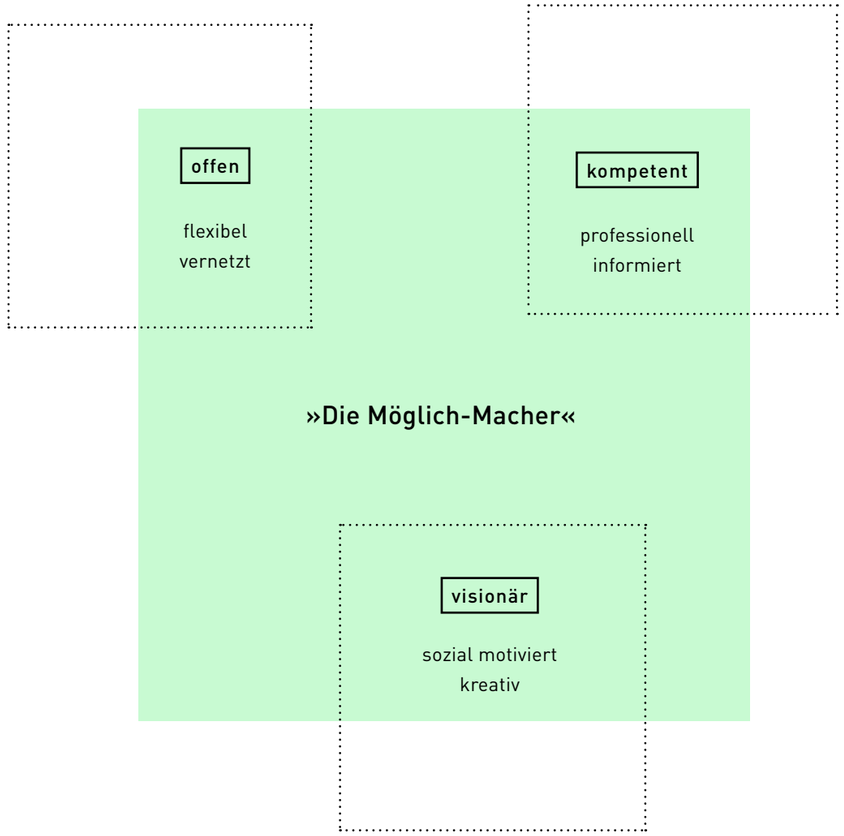
... anbieten, teilen und
bei der Anwendung unterstützen

Was noch?

Austausch und Lernen
... ermöglichen
... fördern

Knotenpunkt
... für Social Design sein
... Netzwerk aufbauen

Icons: thenounproject.com



Das Social Design Lab soll in Zukunft den operativen Zweig der Stiftungsarbeit repräsentieren und wird mit Partnern zusammen arbeiten. Insofern ist das Lab als eigene Marke zu betrachten, die in Inhalten und Optik zwar Gemeinsamkeiten mit der Hans Sauer Stiftung haben kann, dabei jedoch sehr eigenständig handelt und kommuniziert.

Um Kommunikation und Corporate Design zu entwickeln wurden deshalb einige Parameter definiert, die das Lab in Zukunft ausmachen könnten. Diese Parameter können sich noch verändern und das Lab soll alles andere als eine statische Identität auferlegt bekommen, die ihren Akteuren ein Leitbild vorgibt, mit dem sie sich nicht identifizieren können.

Nach gründlicher Betrachtung der jetzigen Situation und der Reflexion von Diskussionen während eines Workshops und in den Lab Academy Meetings, wurde ein erster Aufschlag für die Markenstrategie erarbeitet.

Im Kern steht das Selbstverständnis des Labs: »Die Möglich-Macher«. Dieser Kern beinhaltet zwei wesentliche Aspekte des Labs: Einerseits das »Machen«, um das es in der Projektarbeit geht. Operativ agieren, dabei aktiv und engagiert bei der Sache sein und experimentieren. Andererseits das »Ermöglichen«. Es geht darum Möglichkeiten aufzuzeigen und ein offenes Labor zu bieten in dem Dinge ausprobiert werden können, die sonst nicht möglich wären. Ergänzend zum Markenkern wurden drei Grundwerte definiert, die das Lab beschreiben: »offen«, »kompetent« und »visionär«.

Diese Grundgedanken bilden die Ausgangslage für das Design des Entwurfs.

/ Ausprobieren
Entwurf

Im Folgenden wird der Entwurf vorgestellt, der aus der Konzeptentwicklungsphase entstanden ist. Entsprechend der Anforderungen, die sich ergeben haben, handelt es sich um eine digitale Lösung, die in die zukünftige Social Design Lab Website integriert ist. So ist sichergestellt, dass das Lab als Ansprechpartner immer präsent ist und die Werkzeuge durch kompetentes Wissen ergänzt werden.

Das Konzept des Projekt- und Methodenschranks wurde in eine umfangreiche und ständig wachsende digitale Ressource übersetzt, die strukturiert und sortiert alle Werkzeuge enthält, die das Lab für die Projektarbeit zur Verfügung stellt. Darüber hinaus gibt es den Social Design Guide, ein intelligentes Tool, das dabei hilft, sich in dieser Menge an Material zurecht zu finden und Projekte und Workshops zu planen. Das Prozessmodell dient als Orientierungs- und Planungsstruktur im Hintergrund und fördert das Innovationspotential der Lösungen.

Das ganze Konzept ist so ausgelegt, dass es den unterschiedlichen Zielgruppen gerecht wird. Für unerfahrene Nutzer gibt es die Möglichkeit, sich vom Guide komplett führen zu lassen. Personen mit Projekterfahrung und konkreten Vorstellungen können dagegen auch sehr selbstständig ihre Workshopkonzepte erstellen und lediglich auf die vorhandenen Vorlagen und Pläne zugreifen oder diese individuell anpassen. Für Social Design Interessierte ohne konkretes Projektvorhaben besteht die Möglichkeit zu stöbern und sich so durch die Fülle an Wissen und Werkzeugen zu klicken. Der Übergang zwischen digital und analog ist fließend: Zu allen wichtigen Ressourcen gibt es auch Druckversionen, die wiederum durch die Online-Inhalte ergänzt werden. So findet kein Bruch zwischen den Medien statt.

Design Website

Die Gestaltung der Website stellt gleichzeitig einen Vorschlag für das Corporate Design des zukünftigen Social Design Labs dar.

Das Logo bzw. die Wortmarke leitet sich von der bestehenden Wortmarke des Online-Angebots »socialdesign.de« ab, das die Stiftung 2017 ins Leben gerufen hat. Die fette Linie über der Schrift symbolisiert ein abstrahiertes Dach und passt inhaltlich gut zum Selbstverständnis der »Möglich-Macher«. Die Schrift der Wortmarke, die DIN OT wird zur typografischen Gestaltung in den Schnitten Regular, Italic und Medium eingesetzt. In der Regel wird sie in Gemischtschreibweise und einer Laufweite von 10 gesetzt.

Die Farbigkeit ergibt sich aus Weiß, Schwarz, Grau- und Grüntönen, wobei Farben mit einer hohen Deckkraft (100 % Schwarz, 100 % Grün) niemals großflächig eingesetzt werden. Für Farbflächen kommen blasse Farben (helle Grautöne und Grün-Abstufungen) zum Einsatz. Insgesamt dominiert Weiß die Farbwirkung. Dadurch wird sichergestellt, dass Layouts im Druck keinen hohen Tintenverbrauch haben.

Illustrationen und Piktogramme sind in einer linearen Optik gehalten. Ausnahmen bilden die kreisförmigen Info-Buttons, die besonders auffallen sollen oder extrem kleine Icons. Alle Grafiken werden aus geometrischen Formen konstruiert und haben, wenn linear, eine einheitliche Strichstärke.

Ein geordnetes Layout mit Marginalspalte strukturiert die oftmals komplexen Inhalte. Auf unnötige Elemente und Schnick-Schnack wird verzichtet. Insgesamt ergibt sich so ein zeitgemäßer, reduzierter und klarer Stil, der dem professionellen Anspruch des Social Design Labs gerecht wird.

Wortmarke

social design lab

Typografie

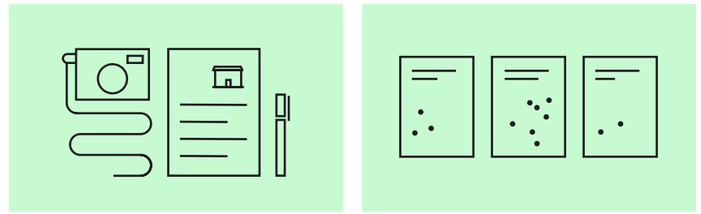
DIN OT Regular
The quick brown fox jumps over the lazy dog

DIN OT Medium
The quick brown fox jumps over the lazy dog

DIN OT Italic
The quick brown fox jumps over the lazy dog

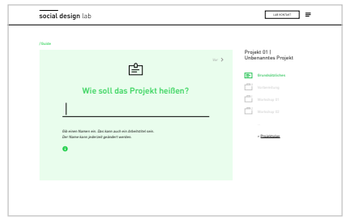
Farbigkeit

Grafiken



Piktogramme

Layout



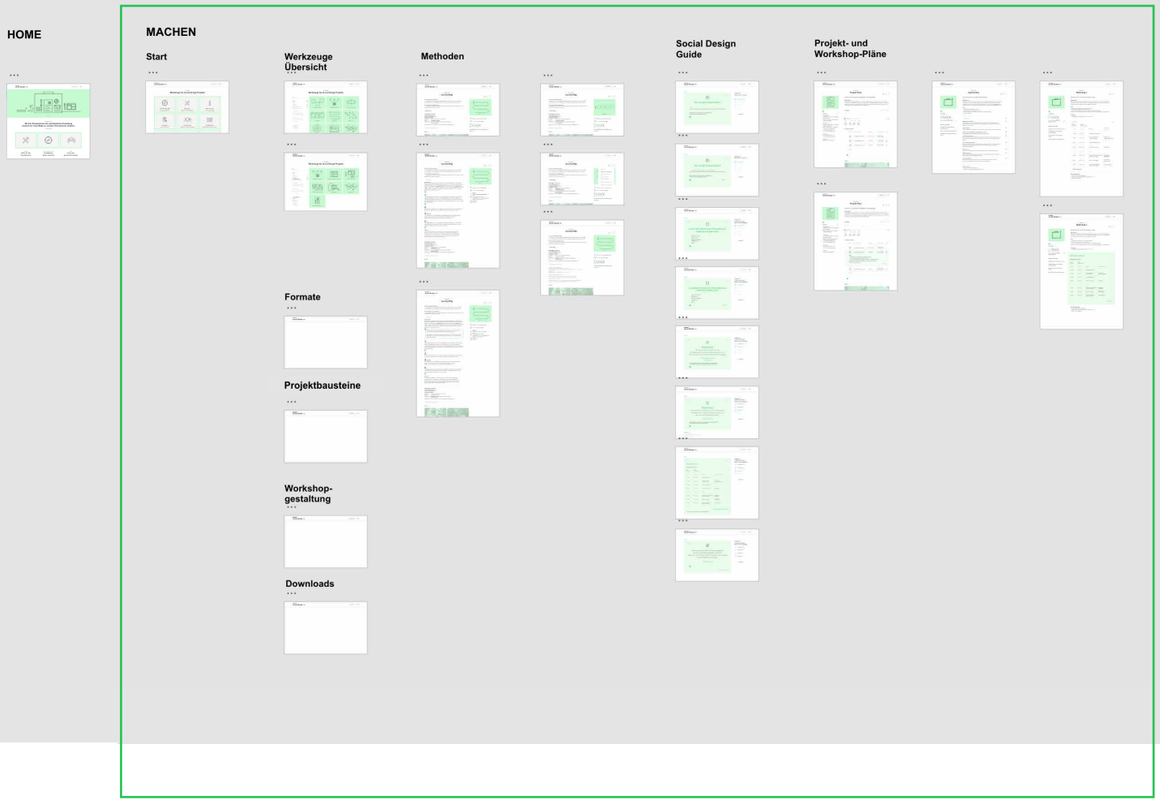
Konzept Website

Die zukünftige Website des Social Design Labs ist nicht nur die Plattform auf der sich interne und externe Projektmacher und Interessierte informieren und austauschen können, sondern gleichzeitig auch praktische Ressource für die Durchführung von Social Design Projekten. Die Struktur der Website teilt sich in drei große Schwerpunkte: ÜBER DAS LAB, LERNEN und MACHEN. Die Website ist so konzipiert, dass sie nach und nach wächst und die Bereiche sich erweitern können. Die drei Bereiche sind direkt miteinander verknüpft und ergänzen sich gegenseitig.

ÜBER DAS LAB
Hier wird das Lab vorgestellt: sein Selbst-Verständnis, das Verständnis von Social Design und die Grundprinzipien des Arbeitens werden erläutert. Die Community wird mit Personenprofilen sichtbar. Das stetig wachsende Netzwerk wird übersichtlich abgebildet und es gibt Steckbriefe der Partner. Außerdem findet man hier alle Informationen zu Veranstaltungen.

LERNEN
Social Design steckt in vieler Hinsicht noch in den Kinderschuhen. Dieser Bereich der Website klärt auf und bietet qualifizierte Antworten zu allen Fragen rund um das Thema. Darüber hinaus geht es darum, (potentielle) Projektmacher zu informieren und mit wertvollem Wissen zur Projektarbeit zu versorgen. Hier werden Projektberichte gesammelt und vorgestellt. Auch das Voneinander-Lernen wird vereinfacht: In einem Forum gibt es die Möglichkeit, sich auszutauschen und sich gegenseitig zu unterstützen. Außerdem soll es in Zukunft Fortbildungs- und Coaching-Angebote (on- und offline) zu Social Design geben, die motivierte Personen dazu befähigen, selbst Projekte durchzuführen.

Diese beiden Schwerpunkte bilden das organisatorische und theoretische Fundament für die Projektarbeit und damit für den Schwerpunkt MACHEN.



MACHEN
Der Bereich MACHEN fokussiert auf die praktische Umsetzung von Social Design. Hier finden sich alle Werkzeuge und Hilfsmittel, um Personen bei der Arbeit zu unterstützen. Um Projekte zu planen gibt es den Social Design Guide. Er hilft dem Nutzer der Website sich zurecht zu finden und direkt Projekt- und Workshop-Pläne zu erstellen.

Dieser Teilbereich der Website wurde weiter entwickelt und wird im Folgenden anhand einiger Beispielseiten vorgestellt. Die Seiten gibt es bereits digital als klickbaren Prototypen.

Um zu erarbeiten, welche Seiten, Inhalte und Funktionen ein Nutzer für die Projektplanung benötigen würde, wurden zwei unterschiedlichen Szenarios entworfen.

Diese beiden Gedankenspiele halfen dabei zu entscheiden, welche Seiten des Websitekonzepts als erstes realisiert werden sollten.

Persona 1:
Nadine, 28 Jahre, studiert im Master (2. Semester, Sozialwissenschaften) und arbeitet bei der Hans Sauer Stiftung für das Social Design Lab.
Durch ihr Studium und die Arbeit im Lab hat sie bereits Erfahrung mit Methoden. Sie hat Spaß daran, Workshops zu leiten, fühlt sich aber nur wohl, wenn sie gut vorbereitet ist und auch über Hintergrundinfos Bescheid weiß.

Für das nächste Projekt sind die ersten Vorbereitungen schon getroffen und sie hat schon eine grobe Vorstellung, was als nächstes passieren soll.
Ihr Kollege hat ihr vorgeschlagen, im ersten Workshop mit derJourney Map zu arbeiten, die sie noch nicht kennt.

Es ist Dienstag Vormittag, Nadine ist in der Stiftung und hat sich eben einen Tee gemacht. Sie geht auf die Website des Social Design Labs um ein bisschen nach Methoden zu stöbern und um mehr über die Journey Map heraus zu finden.

Persona 2:
Michael, 40 Jahre alt, Lehrer an der Mittelschule Augsburg.
Familienvater, motivierter und engagierter Lehrer.

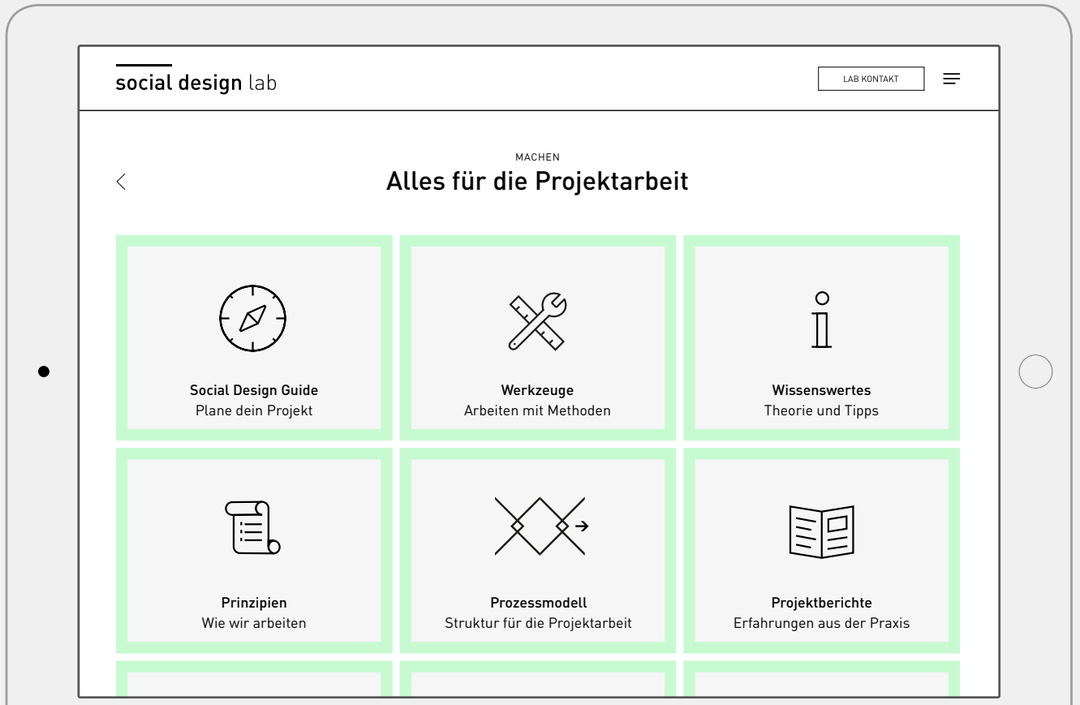
Macher-Typ, hat in letzter Zeit immer wieder von Schulentwicklung gehört und gelesen. Er ist sehr motiviert und hat Lust so ein Projekt an seiner Schule zu machen. Es gibt so viele Dinge, wo er Potential sieht. Eine Bekannte erzählt ihm vom Social Design Lab und dass dort Schulentwicklungsprozesse angestoßen werden.

Ein Abend in den Pfingstferien, seine Kinder sind schon im Bett, seine Freundin ist beim Sport. Er hat die letzten Schulaufgaben korrigiert und jetzt Zeit ein bisschen zu recherchieren. Er findet die Website und klickt sich durch.

Fotos: Unsplash (Tirza van Dijk, Dai Ke)

/ Home

/ Startseite Bereich MACHEN



Werkzeuge

Ein Kernangebot des Social Design Labs ist das methodische Vorgehen. Auf der Seite »Werkzeuge« wird die volle Bandbreite an Methoden und Hilfsmitteln sichtbar. Es handelt sich um eine Sammlung die ständig wächst. Verschiedene Filterfunktionen vereinfachen die Orientierung und helfen beim Stöbern. Diese Seite ist besonders geeignet für Personen, die bereits Methoden-Erfahrung mitbringen, gezielt nach einem Werkzeug suchen oder für diejenigen, die sich für eine bestimmte Methode interessieren.

Das Spektrum an angebotenen Werkzeugen geht über das von einer reinen Methodensammlung hinaus. Hier wurde die Einteilung in vier Kategorien entwickelt: Methoden, Formate, Projektbausteine und Hilfsmittel zur Workshopgestaltung. Die Unterscheidung zwischen Methoden und Formate orientiert sich an der Definition des IPG.[42]

M **Methoden** sind alle einzelnen Methoden oder Techniken, die im Prozess eingesetzt werden um das Vorhaben voran zu bringen. Es geht also um die Sache an sich und weniger um das Organisatorische oder um die Unterstützung von Gruppenprozessen.

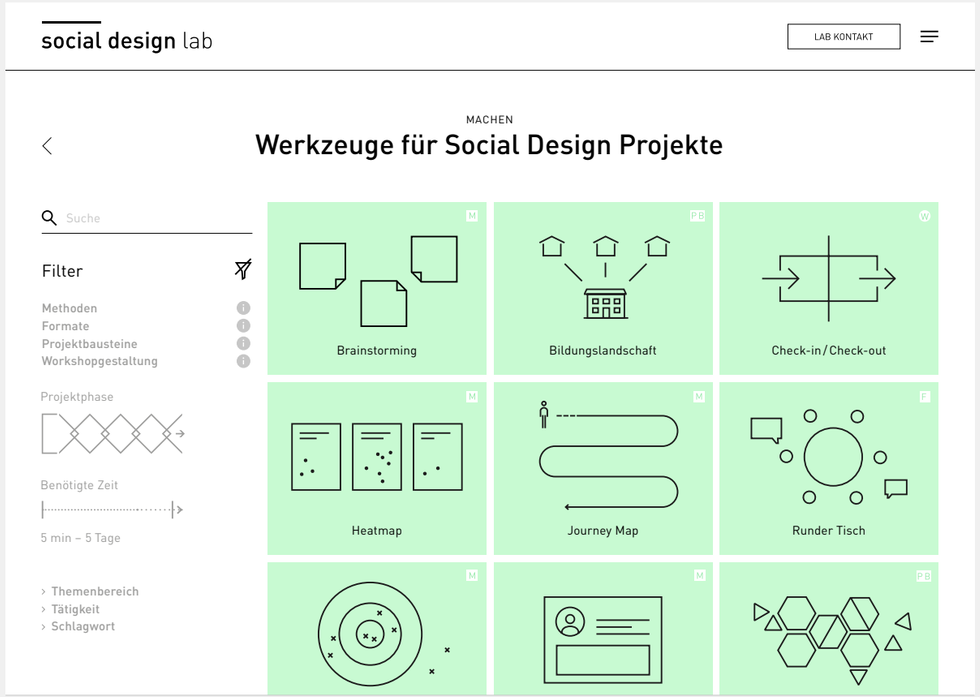
Beispiele: Brainstorming, Interview, Stakeholder Map

F **Formate** sind Abfolgen von mehreren Methoden. Sie sind in der Regel so zusammengestellt, dass sie ein bestimmtes Ziel erreichen sollen und können auf mehrere Tage ausgelegt sein.

Beispiele: Open Space, Zukunftswerkstatt

W **Hilfsmittel zur Workshopgestaltung** sind alle Methoden und Techniken, die dabei helfen, optimale Rahmenbedingungen für das Vorhaben zu schaffen. Sie zielen nicht direkt auf die Sache oder den Designprozess, sondern dienen den Organisatoren.

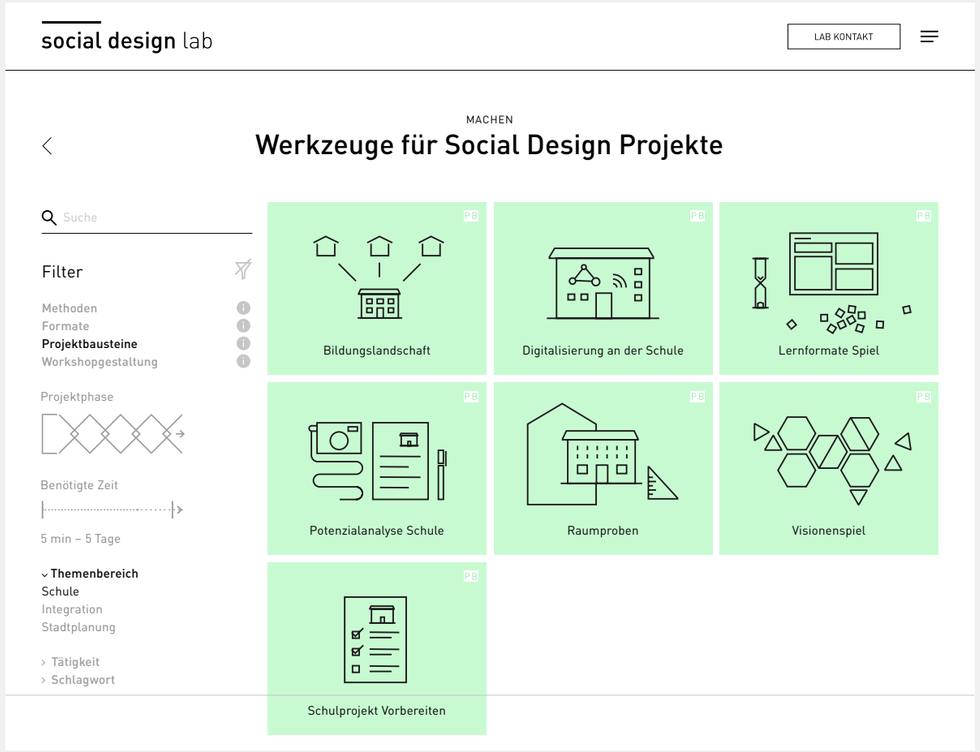
Beispiele: Check-In / Check-Out, Pausen, Methoden der Soziokratie



PB **Projektbausteine** sind eigene Kombinationen von Methoden, evtl. Formaten und Hilfsmitteln für die Workshopgestaltung. Diese entstehen aus der praktischen Projekt-Erfahrung und sind konkrete Anleitungen, die genau vorschlagen, was in welchem Prozessschritt zu tun und zu beachten ist und welche Methoden sinnvoll sind. Sie beinhalten Vorlagen für Workshop-abläufe inklusive Alternativ-Vorschläge zur Methodenwahl. Dazu gibt es Tipps für die speziellen Themenbereiche. Diese Vorlagen sind wie Muster-Abläufe zu betrachten, die individuell angepasst und verändert werden können.

Diese Kategorie ist aus der Analyse der bisherigen Projektarbeit im Themenbereich Schule entstanden: Es ist abzusehen, dass an Schulen immer wieder ähnliche Themen aufkommen werden, wie beispielsweise »Wie wollen wir in Zukunft lernen?« oder »Unzufriedenheit mit der Aula«. Gleichzeitig ist jedes Projekt anders und es ist essentiell, dass nicht vorschnell in Lösungen gedacht wird. Die Methodenwahl ergibt sich immer erst nach und nach, Änderungen sowie Iterationsschleifen können oft nicht vorher gesehen werden. Kein Prozess gleicht dem anderen. Es ist unsinnig, einen ganzen Projekt-Plan von Anfang bis Ende vorzugeben. Aus diesen Beobachtungen ist das modulare System der Projektbausteine entstanden.

So kann das Lab auf den eigenen Erfahrungswerten aufbauen und die Dinge, die gut funktioniert haben aufgreifen und für andere zugänglich machen. Es soll zur Routine des Labs werden, dass alle Organisatoren im Nachgang an Workshops und Projektphasen diese reflektieren und ihre (möglicherweise daraufhin angepassten) Workshop-Pläne zu neuen Projektbausteinen zusammenstellen. So entstehen mit der Zeit immer mehr Bausteine und das Repertoire an anwendbarem Wissen vergrößert sich. Gleichzeitig etabliert sich so eine Kultur des Lernens, die dem Selbstverständnis des Labs entspricht und eine hohe Qualität sichert.

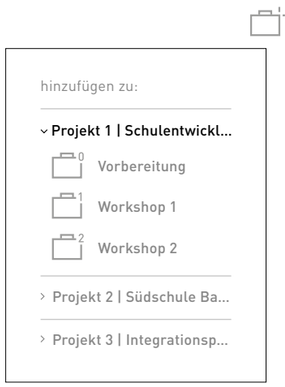


Im Themenbereich Schule lassen sich aus der bisherigen Projektarbeit der Hans Sauer Stiftung bereits sieben verschiedene Projektbausteine ableiten.

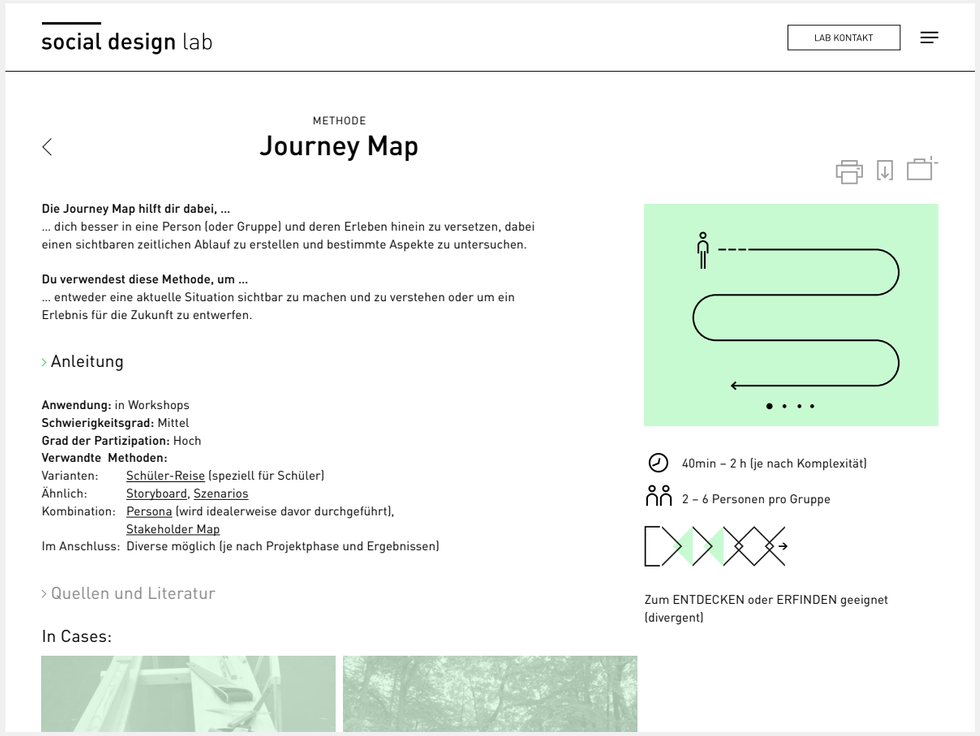
Methoden

Die Sammlung, Aufbereitung und Weiterentwicklung von Methoden gehört besonders in der Aufbauphase des Social Design Labs zu den wichtigsten Tätigkeiten. Dazu wurde zusammen mit Saskia Steyrer und Conor Trawinski eine Vorlage für die einheitliche Verwaltung von Methoden im Lab entwickelt. Einerseits sollen Methoden schnell erfassbar sein und man bekommt beim Suchen die wichtigsten Infos wie in einem Steckbrief dargestellt. Andererseits kann der User auch direkt die Anleitung abrufen und wird mit Tipps für die Durchführung versorgt. Hinweise zu anderen Methoden erleichtern die Kombination und die Orientierung. Nicht nur weil im Stiftungszweck der Hans Sauer Stiftung Wissenschaft und Forschung eine wichtige Rolle spielen, ist ein lückenloser und transparenter Umgang mit Quellenangaben wichtig. Außerdem darf das gesammelte Wissen nicht verloren gehen. Auch diese Aspekte sind in der Vorlage berücksichtigt.

Das Layout ist so konzipiert, dass es sich direkt in eine Druckversion übersetzen lässt. Der Übergang zwischen digital und analog ist fließend und gleichzeitig braucht es keine Designfähigkeiten um die Methoden online einzupflegen.



Für die Planung von Projekten und Workshops kann eine Methode über das Koffersymbol direkt gespeichert werden (mit Overlay-Effekt).



Das Layout- und Typografie-Konzept für die Methoden wurde anhand von der Methode Journey Map entwickelt. Die Übersetzung zwischen digitaler und druckbarer Version ist ein wichtiges Prinzip der Website und für das Design ein wichtiger Faktor.

social design lab

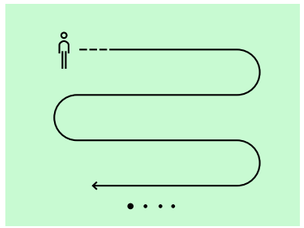
LAB KONTAKT

METHODE

Journey Map

Die Journey Map hilft dir dabei, ...
... dich besser in eine Person (oder Gruppe) und deren Erleben hinein zu versetzen, dabei einen sichtbaren zeitlichen Ablauf zu erstellen und bestimmte Aspekte zu untersuchen.

Du verwendest diese Methode, um ...
... entweder eine aktuelle Situation sichtbar zu machen und zu verstehen oder um ein Erlebnis für die Zukunft zu entwerfen.



40min – 2 h (je nach Komplexität)

2 – 6 Personen pro Gruppe

Material
Gedruckte Vorlage „Journey Map"
oder
Selbst vorbereitete Plakate
(mind. DIN A2-A0, je nach Gruppengröße und Größe der Klebezettel)
Klebezettel
Filzstifte

Anleitung

Vorbereitung
Falls noch nicht vorhanden, wird ein Ziel oder eine Fragestellung definiert. Wozu wird die Methode durchgeführt? Außerdem wird festgelegt, welches Erlebnis untersucht werden soll.
Für die Journey Map wird eine Persona benötigt. Wenn im Vorhinhein keine Persona in der Gruppe erarbeitet wurde, kann diese vorgegeben werden. Es werden Gruppen (2-6 Personen) gebildet und Personas zugeteilt. Entweder erarbeiten alle Gruppen die „Reise" derselben oder die unterschiedlicher Personas.

Erlebnisse können in Dauer und Komplexität unterschiedlich sein, z.B. das Benutzen eines Produkts, der Kontakt mit einer Dienstleistung oder eine Aktivität.

In den Gruppen sollte zumindest ein knapper Steckbrief der Persona, die sie bearbeiten, bekannt sein. Eine möglichst klare gemeinsame Vorstellung von der Persona vermeidet unnötige Diskussionen.

1.
Die wichtigsten Momente, die die Persona durchläuft, werden auf Klebezettel geschrieben. In kurzen Schlagworten entsteht ein zeitlicher Ablauf. Der erste Zettel beschreibt die Situation ganz zu Beginn, noch bevor die Persona überhaupt mit dem eigentlichen Erlebnis oder den dazugehörigen Menschen/ Medien in Berührung kommt und der letzte Schritt zeigt die Situation danach.

2.
Zu jedem Moment wird ein weiterer Klebezettel geschrieben, der genauer beschreibt, was die Persona erlebt. Die Geschichte soll durch Details noch anschaulicher werden.

3. (optional)
Der entstandene zeitliche Ablauf dient als Grundlage für die Untersuchung bestimmter Aspekte. Diese können sein: Ort, Zeit, Emotionaler Zustand der Persona, Medien/Kanäle, Kontaktpersonen, Relevanz, kritische Momente, etc.

4.
Die Gruppen präsentieren sich gegenseitig ihre Ergebnisse. Was war entscheidend? War etwas überraschend? Wo haben sich kritische Momente gezeigt? Wo könnte noch etwas verändert werden, damit es der Persona besser geht?

Ausblick

Anleitung: Es wird durch die wichtigsten Schritte der Methode geführt. Dazu gibt es Tipps und Hinweise zum Ausklappen.

social design lab

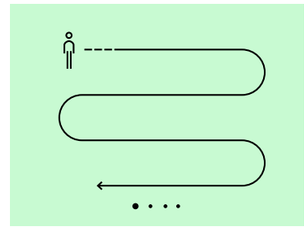
LAB KONTAKT

METHODE

Journey Map

Die Journey Map hilft dir dabei, ...
... dich besser in eine Person (oder Gruppe) und deren Erleben hinein zu versetzen, dabei einen sichtbaren zeitlichen Ablauf zu erstellen und bestimmte Aspekte zu untersuchen.

Du verwendest diese Methode, um ...
... entweder eine aktuelle Situation sichtbar zu machen und zu verstehen oder um ein Erlebnis für die Zukunft zu entwerfen.



40min – 2 h (je nach Komplexität)

2 – 6 Personen pro Gruppe

Zum ENTDECKEN oder ERFINDEN geeignet (divergent)

Anleitung

Anwendung: in Workshops
Schwierigkeitsgrad: Mittel
Grad der Partizipation: Hoch
Verwandte Methoden:
Varianten: Schüler-Reise (speziell für Schüler)
Ähnlich: Storyboard, Szenarios
Kombination: Persona (wird idealerweise davor durchgeführt), Stakeholder Map
Im Anschluss: Diverse möglich (je nach Projektphase und Ergebnissen)

Quellen und Literatur

Zur praktischen Anwendung:
http:// Methoder.mind-lab.dk/en/service-journey (E)
https://mrthinkr.com/collections/templates/journey-maps (E) (weitere Vorlagen)
smaply.com (E)
https://vimeo.com/192753895 (Video zu smaply) (E)

Weiterführende Informationen:
»Designmethoden: 100 Recherchemethoden und Analysetechniken für erfolgreiche Gestaltung.« Bella Martin, Bruce Hanington. München: Stiebner, 2013. S.196 (D)
»Mapping Experiences: A Complete Guide to Creating Value through Journeys, Blueprints, and Diagrams« James Kalbach. O'Reilly Media, 2016. (E)

Cases:

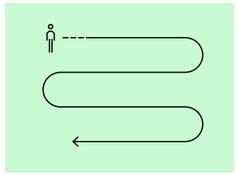
Die Seite bietet viele relevante Links zur praktischen Anwendung und Literatur.

METHODE

Journey Map

Die Journey Map hilft dir dabei, ...
... dich besser in eine Person (oder Gruppe) und deren Erleben hinein zu versetzen, dabei einen sichtbaren zeitlichen Ablauf zu erstellen und bestimmte Aspekte zu untersuchen.

Du verwendest diese Methode, um ...
... entweder eine aktuelle Situation sichtbar zu machen und zu verstehen oder um ein Erlebnis für die Zukunft zu entwerfen.



Anwendung: in Workshops
Schwierigkeitsgrad: Mittel
Grad der Partizipation: Hoch
Verwandte Methoden:
Varianten: Schüler-Reise (speziell für Schüler)
Ähnlich: Storyboard, Szenarios
Kombination: Persona (wird idealerweise davor durchgeführt), Stakeholder Map
Im Anschluss: Diverse möglich (je nach Projektphase und Ergebnissen)

40min – 2 h (je nach Komplexität)

2 – 6 Personen pro Gruppe

Zum ENTDECKEN oder ERFINDEN geeignet (divergent)

in der Mitte falten

Quellen und Literatur

Zur praktischen Anwendung:
- http://metoder.mind-lab.dk/en/service-journey (E)
- https://mrthinkr.com/collections/templates/journey-maps (E) (weitere Vorlagen)
- smaply.com (E)
- https://vimeo.com/192753895 (Video zu smaply) (E)

Weiterführende Informationen:
- »Designmethoden: 100 Recherchemethoden und Analysetechniken für erfolgreiche Gestaltung.« Bella Martin, Bruce Hanington. München: Stiebner, 2013. S.196 (D)
- »Mapping Experiences: A Complete Guide to Creating Value through Journeys, Blueprints, and Diagrams« James Kalbach. O'Reilly Media, 2016. (E)

Anwendungsbeispiele / Cases:
„More Homes Now", Social Design Lab
„XYM", Social Design Lab

Die entstandene Karte hat uns geholfen zu überlegen, welche Auswirkungen die geplanten Veränderungen für alle Beteiligten haben würden. Wir haben sie über die Monate oft angeschaut und angepasst.
/ Birgit im Projekt More Homes Now

Fragen oder Anregungen zu dieser Methode? Kontaktiere uns auf **www.socialdesign.de** oder unter **0115 137 004 376**

social design lab
CC BY 2.0

Erstellt von:
Jenny Gallen, Social Design Lab
Aktualisiert: 01/18

DIN A5

Vorderseite: Das Blatt kann mit einem einfachen Drucker auf DIN A4 ausgedruckt und in der Mitte gefaltet werden.

METHODE

Journey Map Anleitung

Vorbereitung
Falls noch nicht vorhanden, wird ein Ziel oder eine Fragestellung definiert. Wozu wird die Methode durchgeführt? Außerdem wird festgelegt, welches Erlebnis untersucht werden soll.
Für die Journey Map wird eine Persona benötigt. Wenn im Vorhinhein keine Persona in der Gruppe erarbeitet wurde, kann diese vorgegeben werden. Es werden Gruppen (2-6 Personen) gebildet und Personas zugeteilt. Entweder erarbeiten alle Gruppen die „Reise" derselben oder die unterschiedlicher Personas durch das Erlebnis.

Erlebnisse können in Dauer und Komplexität unterschiedlich sein, z.B. das Benutzen eines Produkts, der Kontakt mit einer Dienstleistung oder eine Aktivität.

In den Gruppen sollte zumindest ein knapper Steckbrief der Persona, die sie bearbeiten, bekannt sein. Eine möglichst klare gemeinsame Vorstellung von der Persona vermeidet unnötige Diskussionen.

1.
Die wichtigsten Momente, die die Persona durchläuft, werden auf Klebezettel geschrieben. In kurzen Schlagworten entsteht ein zeitlicher Ablauf. Der erste Zettel beschreibt die Situation ganz zu Beginn, noch bevor die Persona überhaupt mit dem eigentlichen Erlebnis oder den dazugehörigen Menschen / Medien in Berührung kommt und der letzte Schritt zeigt die Situation danach.

Manchmal fällt es leichter mit dem eigentlichen Erlebnis (d.h. eher in der Mitte) anzufangen.

Wenn die Teilnehmer hier schon Schritt 2 und 3 mit bearbeiten, geht das auch. Wichtig ist, dass am Ende eine nachvollziehbare Geschichte entsteht.

2.
Zu jedem Moment wird ein weiterer Klebezettel geschrieben, der genauer beschreibt, was die Persona erlebt. Die Geschichte soll durch Details noch anschaulicher werden.

3. (optional)
Der entstandene zeitliche Ablauf dient als Grundlage für die Untersuchung bestimmter Aspekte. Diese können sein: Ort, Zeit, Emotionaler Zustand der Persona, Medien / Kanäle, Kontaktpersonen, Relevanz, kritische Momente, etc.

4.
Die Gruppen präsentieren sich gegenseitig ihre Ergebnisse. Was war entscheidend? War etwas überraschend? Wo haben sich kritische Momente gezeigt? Wo könnte noch etwas verändert werden, damit es der Persona besser geht?

Hier ist es wichtig das ursprüngliche Ziel im Auge zu behalten. Je nachdem wie viel Zeit man diesem Schritt einräumt, können Diskussionen sinnvoll sein oder sie sollten vermieden werden. (Moderation)

Ausblick
Die wichtigsten Ergebnisse werden in den weiteren Projektverlauf mitgenommen. Es kann sein, dass es sinnvoll ist, einen Aspekt noch genauer mit der Gruppe zu analysieren oder einzelne Erkenntnisse hervorzuheben und separat aufzuschreiben. Die entstandene „Reise" kann im weiteren Prozess immer wieder einbezogen und genutzt werden und sich nach und nach verändern.

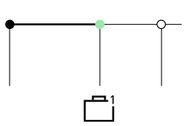
Material
Gedruckte Vorlage „Journey Map" oder
Selbst vorbereitete Plakate (mind. DIN A2-A0, je nach Gruppengröße und Größe der Klebezettel)
Klebezettel
Filzstifte

... mehr Tipps und Erfahrungsaustausch unter socialdesign.de

Auf der Rückseite sind alle wichtigen Anleitungs-Schritte abgebildet sowie Tipps zur Durchführung und zum Material.

Pläne

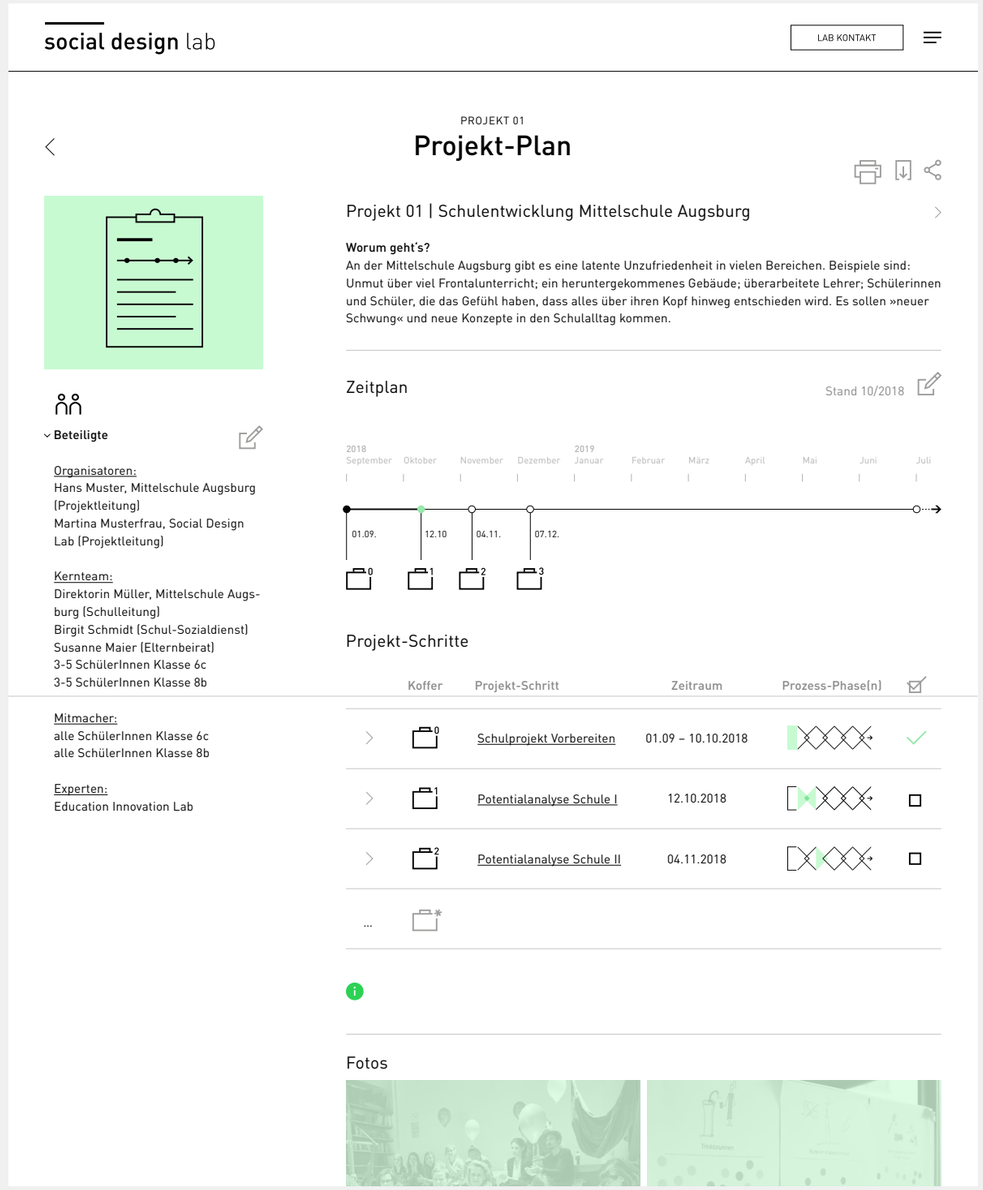
Für jedes Projekt lassen sich ein individueller Projekt-Plan und dazu gehörige Workshop-Pläne für die einzelnen Projektschritte erstellen. Die Pläne bieten einen guten Überblick und können unter den Organisatoren geteilt und gemeinsam bearbeitet werden. Sie sind jederzeit anpassbar und bieten eine hohe Flexibilität.



Projekt-Plan
Die wichtigsten Fakten zum Projekt werden im Projekt-Plan aufgeführt. Schon am Anfang ist es hilfreich in ein paar kurzen Sätzen zu klären, worum es im Wesentlichen geht. Hier werden auch die Beteiligten aufgeführt.
Der eigentliche Plan enthält eine Zeitleiste in der sichtbar wird, wo man sich im Projektverlauf gerade befindet. Dazu eine Auflistung aller wichtigen Projektschritte. Bei Projekten, die über mehrere Monate oder Jahre gehen, erweitert sich der Plan nach und nach. Wenn Personen während des Projektverlaufs einsteigen ist dies eine übersichtliche Stütze, um schnell zu erfassen, was bereits geschehen ist. Auch für die Nachbereitung von Projekten kann der Plan hilfreich sein.

Neben dem Teilen kann der Plan auch heruntergeladen oder direkt ausgedruckt werden. Außerdem gibt es die Möglichkeit, Fotos und Projektergebnisse direkt hochzuladen.

Projektschritt-Pläne
Für jeden Projektschritt gibt es einen gepackter Koffer, in dem alles vorhanden ist, was ich für den Schritt benötige. Auch dazu gibt es ein übersichtliches Dokument, in dem die wichtigsten Fakten zusammen getragen sind. Diesen Plan können Projektmacher dann ausgedruckt mit zum Workshop nehmen oder direkt digital einsehen. Um den Fokus nicht zu verlieren, ist im oberen Teil kurz erklärt, worum es jeweils geht und was die wichtigsten Ziele sind. Es wird aufgeführt, was im Vorfeld zu tun ist und es gibt einen detaillierten Zeitplan für den Workshop. In der Seitenleiste finden sich neben ein paar grundlegenden Infos auch alle Links zu Vorlagen oder weiterführenden Informationen.



Plan für ein fiktives Schulprojekt

social design lab

LAB KONTAKT

PROJEKT 01

Vorbereiten

0

› Beteiligte

Prozess-Phase VORBEREITEN

Vorlagen, Infos, Tipps

Grundprinzipien zur partizipativen Schulentwicklung

Video: »Schule gemeinsam gestalten«

Projektbaustein »Schulprojekte Vorbereiten«

Projekt-Schritt 0 | Schulprojekt Vorbereiten

Worum geht's?
Zusammenstellung eines Teams, welches für die Gestaltung und Moderation des Projektprozess verantwortlich ist. Die Schulleitung und andere verantwortliche Akteure auf lokaler Ebene werden über das Projekt informiert und sind bei Interesse Teil des Teams. Einigung auf einen ergebnisoffenen Prozess, bei dem die Inhalte und die Prozessqualität im Vordergrund stehen.

Ziele:
– Teamkonstellation, mögliche Partner
– Zeitraum für die Durchführung des Prozess
– Nächste Maßnahmen zur Information an alle Beteiligten, Motivation
– Prozess skizzieren

Checkliste

Organisationsteam bilden
Es sollte klar sein, wer sich um die grundsätzlichen organisatorischen Dinge kümmert und Ansprechpartner ist. Aufgaben können dann weiter gegeben und Verantwortlichkeiten verteilt werden. Ca. 2-4 Personen.

Kernteam bilden
Wer ist über das ganze Projekt dabei? Das Team kann im weiteren Verlauf noch erweitert werden.

Gemeinsame Vorstellung der Projektarbeit in den Teams
Über Grundprinzipen zur partizipativen Schulentwicklung einigen

Schulleitung informieren
Die Schulleitung muss über das Vorhaben informiert sein und sollte ausreichend motiviert sein den Prozess zu unterstützen. Die Schulleitung informiert i.d.R. das Lehrerkollegium über das Projekt.

Lehrerkollegium informieren
Das Lehrerkollegium sollte dem Entwicklungsprozess gegenüber offen sein. Fragen und Kritik sollten jeweils sofort geäußert werden. Offene Fragen werden dokumentiert und an das Projektteam weitergeleitet.

Rollen verteilen
Wer macht was? Dokumentation, Moderation, Kommunikation? Projektteam Koordination.

Finanzierung klären
Welche Finanziellen Mittel und sonstige Ressourcen sind vorhanden? Welche Partner/Mittel können kurzfristig/langfristig akquiriert werden?

Ort und Sichtbarkeit
Welcher Ort oder Räumlichkeiten können genutzt werden. Welche Flächen stehen zur permanenten Sichtbarkeit des Prozess in der Schule zur Verfügung?

Plan für das Vorbereiten eines neuen Schulprojekts. Hier kommt der Projektbaustein »Schulprojekte vorbereiten« zum Einsatz und dieser wird individuell angepasst.

social design lab

LAB KONTAKT

PROJEKT 01

Workshop 1

1

› Beteiligte

Prozess-Phasen BEGINNEN und ENTDECKEN

Vorlagen, Infos, Tipps

Fragebogen »Potentialanalyse Schule«

Grundprinzipien zur partizipativen Schulentwicklung

Projektbaustein »Potentialanalyse Schule«

Tipps: »Durchführen von Workshops«

Projekt-Schritt 1 | Potentialanalyse Schule I

Worum geht's?
Auftakt-Veranstaltung zum Projektbeginn: Informieren und motivieren. Offene Fragen klären.
Die Entdecken-Phase einleiten: Wie ist es? Beobachten und festhalten, wie die Situation an der Schule momentan ist und wo es Veränderungs-Potential gibt.

Ziele:
Schulfamilie soll auf den Prozess eingestellt werden:
– Eine Gemeinsame Motivation für das Projekt
– Gemeinsames Bild, wie partizipative Schulentwicklung gelingen kann
Entdecken-Phase (öffnend): Situation beobachten, verstehen und Ergebnisse sichtbar machen.

Im Vorfeld:
– Fragebogen „Potentialanalyse Schule" verschicken

Workshop

Datum 12.10.2018
Uhrzeit 8.45 – 11.45 Uhr

Dauer	Uhrzeit	Aktivität	Methoden & Hilfsmittel
15 min	8.45 – 9.00	Begrüßung und Check-In	
30 min	9.00 – 9.30	Infos zu partizipativer Schulentwicklung	Video: »Schule gemeinsam gestalten«
15 min	9.30 – 9.45	Team-Building Warm-Up	
30 min	9.45 – 10.15	Einstimmen auf Projekt	Charta Schule
15 min	10.15 – 10.30	Pause	
15 min	10.30 – 10.45	Einführung Phase ENTDECKEN, Aufteilung in Gruppen	Regeln Phase ENTDECKEN
60 min	10.45 – 11.45	Entdecken in Gruppen	Foto-Reporter Interview Schule
15 min	10.30 – 11.45	Sammeln der Ergebnisse,	Kurz-Präsentation

Plan für den ersten Workshop. Grundlage bildet der Projektbaustein »Potentialanalyse Schule«, der regulär aus zwei Workshops besteht.

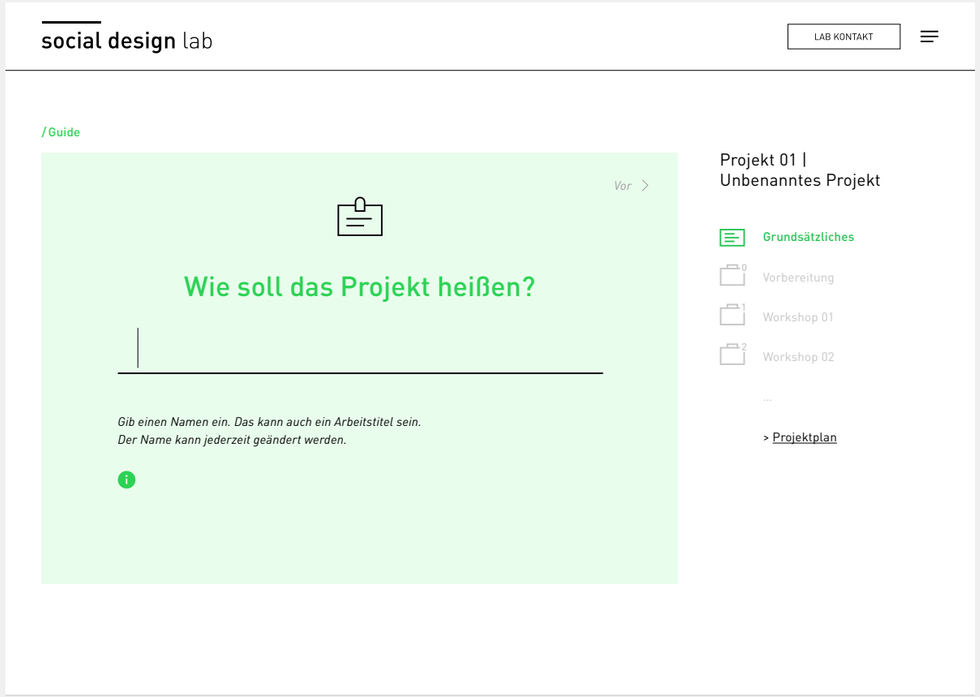
Social Design Guide

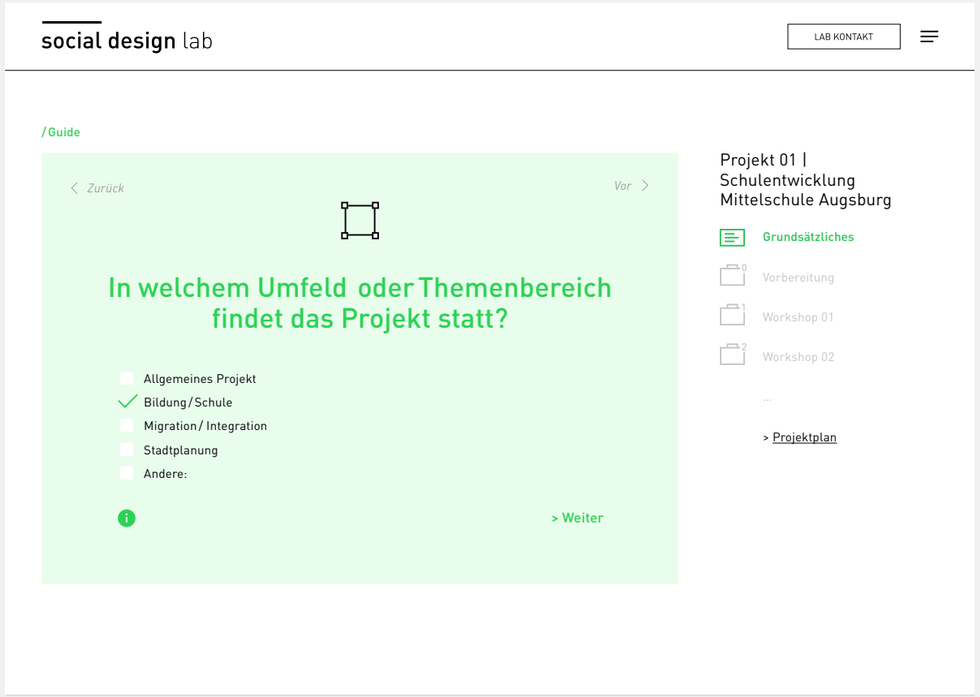
Für viele ist die größte Hürde die tatsächliche Planung von Projekten und Workshops. Auch wenn die Methodensammlung noch so umfangreich und die Methoden gut aufbereitet sind, ist es – besonders beim ersten Projekt – gar nicht so leicht zu starten und zu entscheiden, was man in einem Workshop macht und welche Werkzeuge man miteinander kombiniert. Dazu kommt, dass besonders die ersten Phasen des Projekts (VORBEREITEN und BEGINNEN) entscheidend für den ganzen Prozessverlauf sein können und es dazu nur wenig konkrete Tipps und Literatur gibt.

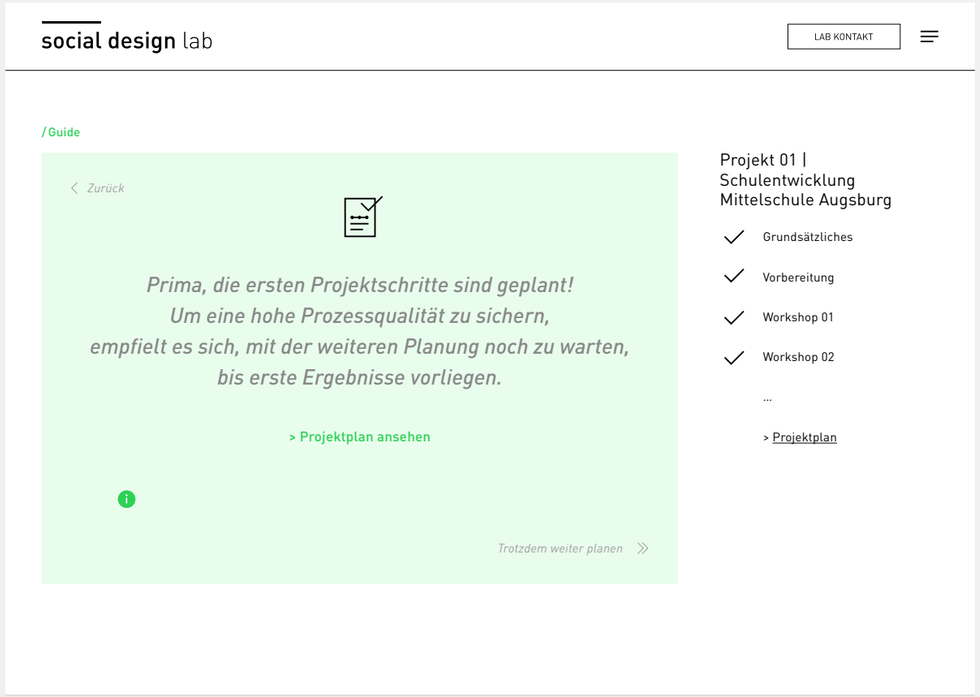
Dafür gibt es auf der Website im Bereich MACHEN den Social Design Guide. Es handelt sich um ein digitales Tool, was dabei hilft zu entscheiden wie man beginnt, wertvolle Tipps gibt und einen durch den ganzen Prozess begleitet. Er funktioniert ähnlich wie eine Meinungsabfrage, stellt einem Fragen und stellt mit dem Nutzer zusammen Projekt- und Workshop-Pläne zusammen. Sobald man in den Projektschritt-Plänen in den Bearbeitungsmodus wechselt, erscheinen die relevanten Fenster für die Bearbeitung.

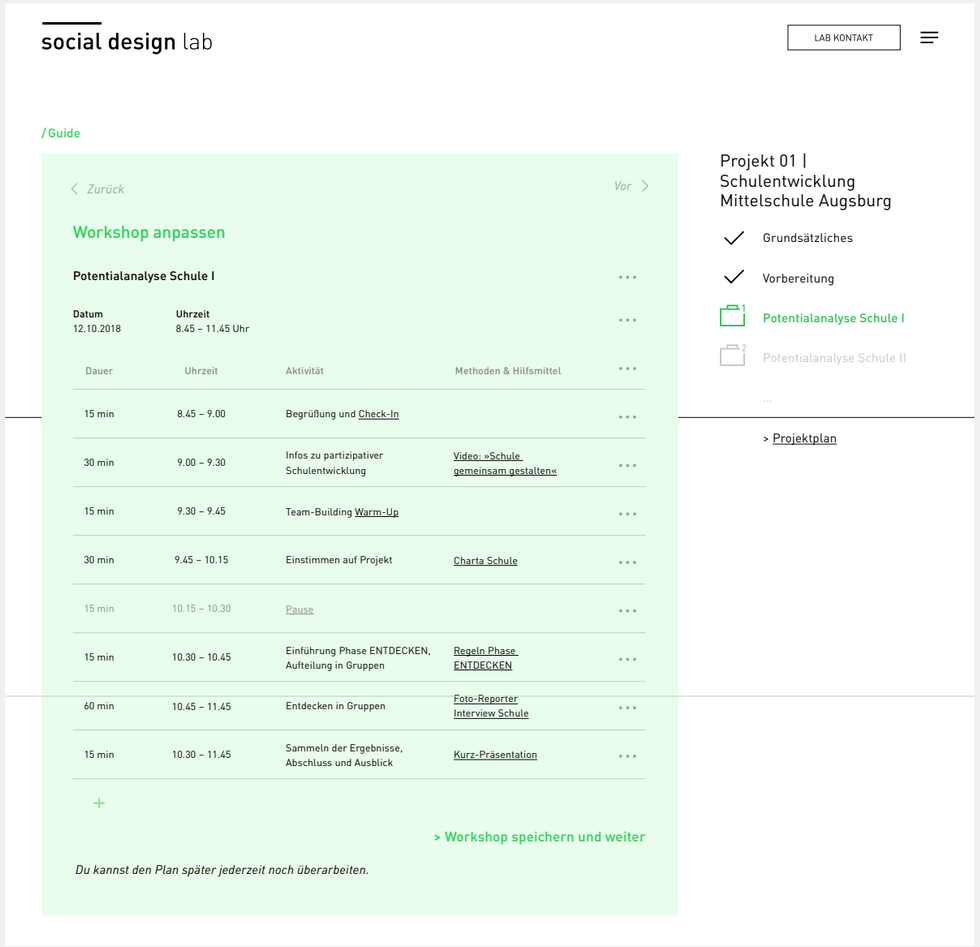
Neben grundsätzlichen Fragen, greift der Guide auf Projektbausteine zurück und ermöglicht die individuelle Anpassung. Auch die Hinweise auf den Methoden-Seiten zur möglichen Kombination von Methoden sind Informationen, die das Tool nutzt. Außerdem gibt der Guide Warnhinweise, wenn er merkt, dass beispielsweise bei der Planung etwas nicht berücksichtigt wurde oder zu wenig Zeit eingeplant wurde und hilft im Prozessablauf dabei zu entscheiden, ob Iterationsschleifen angebracht sind oder nicht.

Eine extrem intelligente, selbstlernende Version des Guides ist momentan noch eine Zukunftsvision, doch sobald die grundsätzlichen Fragen definiert sind und einige Projektbausteine inhaltlich ausgearbeitet sind, kann eine Beta-Version umgesetzt werden.

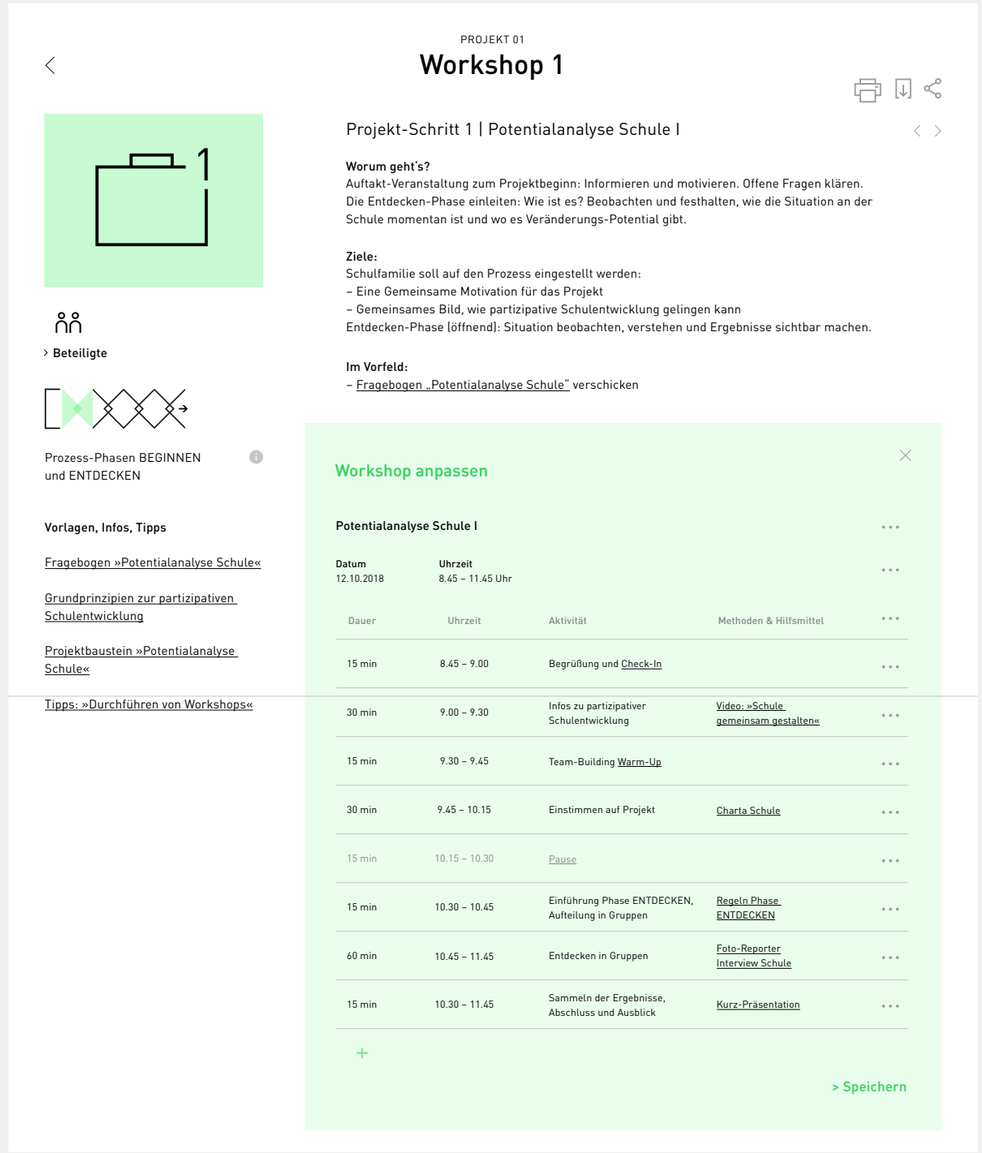



social design lab
LAB KONTAKT
/ Guide
Zurück
Vor
In welchem Umfeld oder Themenbereich findet das Projekt statt?
Allgemeines Projekt
Bildung / Schule
Migration / Integration
Stadtplanung
Andere:
> Weiter
Projekt 01 | Schulentwicklung Mittelschule Augsburg
Grundsätzliches
0 Vorbereitung
1 Workshop 01
2 Workshop 02
...
> Projektplan

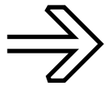

social design lab
LAB KONTAKT
/ Guide
Zurück
Prima, die ersten Projektschritte sind geplant!
Um eine hohe Prozessqualität zu sichern,
empfielt es sich, mit der weiteren Planung noch zu warten,
bis erste Ergebnisse vorliegen.
> Projektplan ansehen
Trotzdem weiter planen
Projekt 01 | Schulentwicklung Mittelschule Augsburg
Grundsätzliches
Vorbereitung
Workshop 01
Workshop 02
...
> Projektplan



Anpassung von Workshop-Plänen



Für die Bearbeitung der Pläne wird automatisch der Guide für die entsprechende Funktion aktiviert.



#Umsetzen
Ausblick

Ein Grundgerüst sowie die ersten Seiten der Website sind somit entworfen. Für die tatsächliche Umsetzung wären folgende Schritte notwendig:

Prototyp ausbauen und testen
Für die weitere Detaillierung des Entwurfs müssen mehr Inhalte eingepflegt und die Navigation (mit Menü) optimiert werden. Wie bereits begonnen, könnte ein gewisser Grundstock an Methoden von der Lab Academy angelegt werden. Bei den Schulprojekten sind die Mitarbeiter der Stiftung schon dabei, weitere Projektbausteine auszuformulieren. Im Anschluss sollte der Prototyp getestet werden. Usability und inhaltliches Verständnis sollten überprüft werden bevor die Seite weiter ausgebaut wird.

Workshopmodus
Für eine fortgeschrittene Version des Prototyps ist ein Workshopmodus geplant, in dem die Anleitungen für die Methoden direkt digital durchlaufen werden und mit Bewertungsfunktionen ausgestattet sind. Es sollte auch eine Möglichkeit geben, Ergebnisse direkt digital abzuspeichern. Eventuell könnte neben dem Lab-Kontakt-Button auch noch eine Chat-Funktion eingerichtet werden, die jederzeit Beratung anbietet.

Programmierung Backend
Für das reibungslose Nutzen des Planers müssten User Accounts freigeschaltet werden. Wie in einem Warenkorb beim Online-Shopping könnten so Koffer und Pläne gespeichert werden. Außerdem wäre es wichtig, dass die Daten-Einpflege einfach von allen Lab-Mitarbeitern durchgeführt werden kann, beispielsweise das Anlegen neuer Methoden. Sowohl die Online Darstellung wie auch die Druckversionen könnten so einfach und einheitlich erstellt werden.

So könnte nach und nach eine erste digitale Version des Projektschranks inklusive Guide entstehen, der einerseits in die Arbeit und den Aufbau des Social Design Labs integriert ist und diese andererseits unterstützt.

Fazit

Das Projekt hat aufgezeigt, wie relevant und spannend der Bereich Social Design ist. Es gibt laufend mehr Literatur dazu, weltweit viele Initiativen, die etwas verändern möchten und diverse Hilfsmittel und Erfahrungen werden über das Internet geteilt.

Gleichzeitig ist gerade für den deutschsprachigen Raum das Angebot noch überschaubar und die Gründung des Social Design Labs in München ein wichtiger Schritt um das zu ändern. Es ist sinnvoll in diesem Zuge eine eigene Methodensammlung aufzubauen, die eine gewisse Einheitlichkeit bietet und Qualität sichert, dabei übersichtlich aufbereitet ist und gemeinsam mit dem Lab wachsen kann. Auch sinnvoll, sich dazu auf ein Prozessmodell zu einigen, in das die Methoden eingeordnet werden können.

Das Wissen und die Erfahrungswerte zur Durchführung von Projekten über die einzelnen Methoden hinaus zu entwickeln und zu teilen, sodass es leicht angewendet werden kann, wäre ein großer Schritt und eine wertvolle Ergänzung zu dem, was der Bereich bisher zu bieten hat. Dabei spielt auch die Ebene der Kommunikation eine große Rolle. Wenn das Lab sein Selbstverständnis, seine Prinzipien des Arbeitens und das gesammelte Wissen über Social Design Projektarbeit strukturiert aufbereitet, kann es eine wichtige Ressource für alle Interessierten sein. Die Einbettung in die Website ist dabei nur logisch.

Und trotzdem muss bei aller Systematik und allen Plänen darauf geachtet werden, dass die Methoden nicht überbewertet werden. Eine Methode sollte niemals der Methode wegen eingesetzt werden. Es geht darum, das zu machen, was gerade zielführend ist und das kann manchmal auch vom individuellen Bauchgefühl des Workshopleiters abhängen. Flexibel reagieren zu können und ein gesundes Gleichgewicht zwischen Planen und Improvisieren zu finden ist mindestens genauso wichtig für den Erfolg der Projekte.

Methoden sind im Social Design Hilfsmittel aber bei weitem nicht alles! Der persönliche Austausch, die Einbeziehung in ein kompetentes und vielfältiges Netzwerk und die individuelle Unterstützung kann womöglich genau das Vertrauen erzeugen, das es zur Durchführung solcher Projekte braucht. Dieses Potential steckt im Aufbau des Social Design Labs.

Literaturverzeichnis

1 Pfeffer, Florian. »To Do: die neue Rolle der Gestaltung in einer veränderten Welt: Strategien, Werkzeuge, Geschäftsmodelle.« Zweite Auflage. Mainz: Verlag Hermann Schmidt, 2014.

2 http://www.hanssauerstiftung.de/stiftung/ Zuletzt aufgerufen am 19.06.2017, 13:47

3 Hans Sauer Stiftung: Stellenausschreibung »Werkstudent_Social Design_Hans Sauer Stiftung« (Pdf), Juni 2017

4 Gespräch mit Ralph Boch, Hans Sauer Stiftung. Am 03.07.2017

5 Joost, Gesche und Andreas Unteidig in: Jonas, Wolfgang, Sarah Zerwas, Kristof von Anshelm, und Board of International Research in Design, Hrsg. »Transformation Design: Perspectives on a New Design Attitude.« Basel, Switzerland: Birkhäuser Verlag GmbH, 2016. S.134 – 135

6 Jonas, Wolfgang, Sarah Zerwas, Kristof von Anshelm, und Board of International Research in Design, Hrsg. »Transformation Design: Perspectives on a New Design Attitude.« Basel, Switzerland: Birkhäuser Verlag GmbH, 2016. S.134 – 135

7 https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3124645/ Zuletzt aufgerufen am 14.07.2017, 13:40

8 http://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-development-goals/ Zuletzt aufgerufen am 14.07.2017, 13:28

9 http://www.social-reporting-standard.de/sri-ev/ueber-uns/ Zuletzt aufgerufen am 14.07.2017, 14:42

10 Rustler, Florian. »Denkwerkzeuge der Kreativität und Innovation: das kleine Handbuch der Innovationsmethoden.« Dritte Auflage, St. Gallen Zürich: Midas Management Verlag AG, 2016. S.18 – 35

11 Manzini, Ezio. »Design, When Everybody Designs: An Introduction to Design for Social Innovation.« Cambridge, Massachusetts: The MIT Press, 2015. S. 9 – 15

12 Pfeffer, Florian. »To Do: die neue Rolle der Gestaltung in einer veränderten Welt: Strategien, Werkzeuge, Geschäftsmodelle.« Zweite Auflage. Mainz: Verlag Hermann Schmidt, 2014. S.191 – 192, 260

13 Unger, Hella von. »Partizipative Forschung: Einführung in die Forschungspraxis.« Lehrbuch. Wiesbaden: Springer VS, 2014. S. 1–2

14 Gespräch mit Ralph Boch, Hans Sauer Stiftung. Am 29.11.2017

15 Yee, Joyce, Emma Jefferies, und Lauren Tan. »Design transitions.« Amsterdam: BIS Publishers, 2013. S. 192 – 195

16 Manzini, Ezio. »Design, When Everybody Designs: An Introduction to Design for Social Innovation.« Cambridge, Massachusetts: The MIT Press, 2015. S.3

17 https://blog.zhdk.ch/designsocialimpact/design-for-social-impact/ Zuletzt aufgerufen am 13.07.2017, 22:38

18 Krohn, Michael in: Banz, Claudia, Hrsg. »Social Design: Gestalten für die Transformation der Gesellschaft.« Bielefeld: transcript, 2016. S. 103 – 111

19 Manzini, Ezio. Im Interview mit der Hans Sauer Stiftung: http://socialdesign.de/interview-mit-ezio-manzini/ Zuletzt aufgerufen am 16.07.2017, 15:35

20 Martin, Bella, und Bruce Hanington. »Designmethoden: 100 Recherchemethoden und Analysetechniken für erfolgreiche Gestaltung.« München: Stiebner, 2013. S.6 – 7

21 Rustler, Florian. »Denkwerkzeuge der Kreativität und Innovation: das kleine Handbuch der Innovationsmethoden.« Dritte Auflage, St. Gallen Zürich: Midas Management Verlag AG, 2016. S.66 – 69

22 Brown, Tim, Wyatt, Jocelyn. »Design Thinking for Social Innovation (SSIR)«, 2010. https://ssir.org/articles/entry/design_thinking_for_social_innovation. Zuletzt aufgerufen am 16.07.2017, 21:56

23 https://hpi.de/school-of-design-thinking/design-thinking/mindset.html, Zuletzt aufgerufen am 16.07.2017, 22:17

24 Stickdorn, Marc, und Jakob Schneider. »THIS IS SERVICE DESIGN THINKING: Basics, Tools, Cases.« Hoboken, New Jersey: WILEY, 2011. S. 122 – 123

25 Boeijen, Annemiek van, Jaap Daalhiuzen, Jelle Zijlstra, Roo van der Schoor, und Technische Universiteit Delft, Hrsg. »Delft Design Guide: Design Methods.« Amsterdam: BIS Publishers, 2013. S. 18 – 19

26 Rustler, Florian. »Denkwerkzeuge der Kreativität und Innovation: das kleine Handbuch der Innovationsmethoden.« Dritte Auflage, St. Gallen Zürich: Midas Management Verlag AG, 2016. S.70 – 74

27 Pricken, Mario, und Christine Klell. »Kribbeln im Kopf: Kreativitätstechniken & Denkstrategien für Werbung, Marketing & Medien.« 11. komplett überarb., aktualisierte Aufl. Mainz: Schmidt, 2010. S.8 – 9

28 Simonsen, Jesper, und Toni Robertson. »Routledge International Handbook of Participatory Design.« New York: Routledge, 2013. S.117 – 209

29 https://www.ideo.com/post/design-kit, Zuletzt aufgerufen am 08.07.2017, 17:53

30 IDEO, Hrsg. »The Field Guide to Human-Centered Design: Design Kit.« 1st. ed. San Francisco, Calif: IDEO, 2015.

31 https://www.ideo.com/post/method-cards, Zuletzt aufgerufen am 09.07.2017, 13:15

32 https://designthinkingforeducators.com/about-toolkit/, Zuletzt aufgerufen am 17.07.2017, 12:40

33 Gespräch mit Marco Kellhammer, Hans Sauer Stiftung. Am 11.07.2017

34 https://www.nesta.org.uk/ Zuletzt aufgerufen am 02.02.2018, 15:18

35 https://gut-beteiligt.de/grundlagen/methode-format-verfahren-prozess/ Zuletzt aufgerufen am 2.02.2018, 14:51

36 http://www.hanssauerstiftung.de/projekte/ Zuletzt aufgerufen am 2.02.2018, 12:53

37 http://schulemachtsich.de/about/ Zuletzt aufgerufen am 8.07.2017, 12:30

38 http://www.id.ar.tum.de/projekte/kooperationen/schule-designen/ Zuletzt aufgerufen am 18.07.2017, 13:34

39 Hans Sauer Stiftung: Projektbericht zum Förderschwerpunkt »Schule designen« (Projektunterlagen), 2017

40 http://schulemachtsich.de/portfolio/sms-visionenspiel-1/ Zuletzt aufgerufen am 18.07.2017, 15:32

41 Gespräch mit Ralph Boch und Marco Kellhammer, Hans Sauer Stiftung. Am 03.07.2017

42 https://gut-beteiligt.de/grundlagen/methode-format-verfahren-prozess/