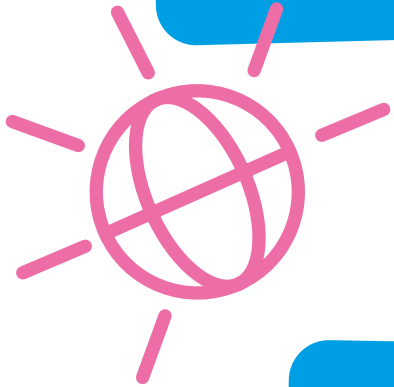
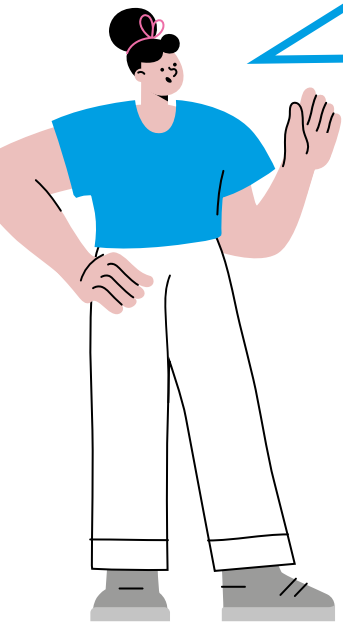


**HANDBUCH**

**IDEEN-**

**ENTWICKLUNG**



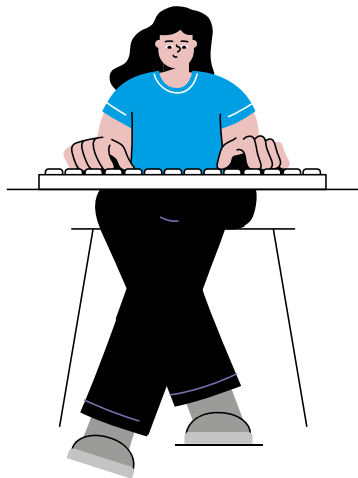


Liebe Schüler:innen, liebe Lehrer:innen,  
in diesem Handbuch lernt ihr mithilfe praktischer  
Übungen ein Projekt für eure Schülerfirma, oder  
euer Umfeld zu entwickeln. Ihr durchlauft dafür  
den Design-Thinking-Prozess, um zu klugen Ideen  
zu gelangen.

Dieses Handbuch ist sowohl für Schülerfirmen  
gedacht als auch für AGs und andere Schulgruppen,  
die sich für die Ideen- und Projektentwicklung  
interessieren. Viel Spaß!

# CHECKLISTE

Um die Übungen aus dem Handbuch optimal zu bearbeiten, benötigt ihr folgende Utensilien aus der Materialliste. Für eure Teamarbeit stellen wir euch ausgewählte Seiten zur Verfügung, die ihr ausdrucken und händisch ausfüllen könnt.

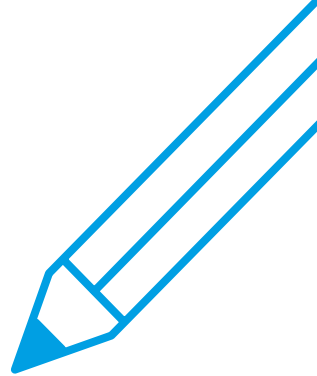
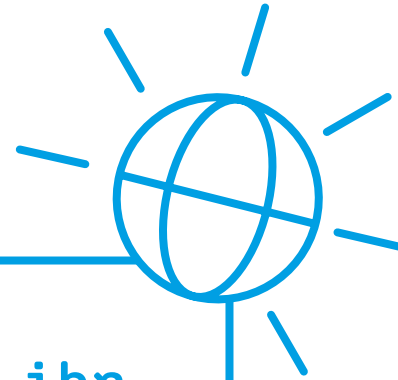


## SEITEN ZUM AUSDRUCKEN

15/16/17, 19/20, 27/28, 30/31, 34/35,  
37/38, 44/45, 47/48, 51/52, 59/60,  
62/63, 65/66, 70/71, 73/74/75  
Ihr findet die Seiten in einem  
separaten PDF zum Ausdrucken.

## MATERIALLISTE

- Projektmappe
- Desktop-Computer / Tablet
- Internetzugang
- Stifte
- Haftnotizen
- zusätzliche Blätter A3 oder A4
- ggf. Materialien & Werkzeuge (S. 61)



# INHALT <sup>1/2</sup>

## ÜBERBLICK S.06

Was bedeutet Ideenentwicklung?

Design-Thinking-Prozess

### TEIL 1:

Umsetzung in ca. 6  
Unterrichtseinheiten

## 1 VERSTEHEN S.10

1.1 Was möchtet ihr verändern?

1.2 Nachhaltigkeitsziele

1.3 Themenbereiche

### 1A ÜBUNG

1.4 Formate eures Projekts

### 1B ÜBUNG

## 2 DEFINIEREN S.22

2.1 Zielgruppen und ihre Bedürfnisse

2.2 Personas

### 2A ÜBUNG

2.3 Kernfrage

### 2B ÜBUNG

2.4 Recherche

### 2C ÜBUNG

2.5 Interviews und Umfragen

### 2D ÜBUNG

2.6 Rückblick

# INHALT <sup>2/2</sup>

## TEIL 2:

Umsetzung in ca. 9  
Unterrichtseinheiten

### 3 IDEEN ENTWICKELN S.41

3.1 Tipps zur Ideenentwicklung

#### 3A ÜBUNG

3.2 Variantenbildung

#### 3B ÜBUNG

3.3 Verantwortungsvoll gestalten

3.4 Strukturierung und Auswahl  
der Idee

#### 3C ÜBUNG

### 4 PROTOTYPING S.53

4.1 Von der Idee zum Prototyp

4.2 Wie kann ein Prototyp aussehen?

4.3 Gestaltung

#### 4A ÜBUNG

4.4 Materialien, Werkzeuge und  
Räume

#### 4B ÜBUNG

4.5 Schritt für Schritt zum Ziel

#### 4C ÜBUNG

### 5 PRÄSENTIEREN S.67

5.1 Projektkommunikation

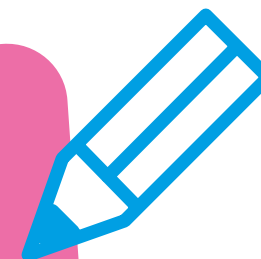
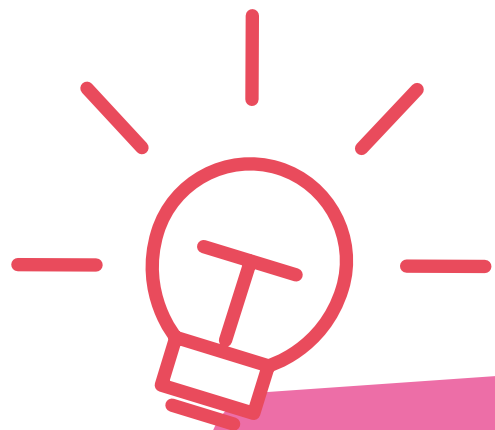
#### 5A ÜBUNG

5.2 Nachbereitung

#### 5B ÜBUNG

5.3 Let's go!

### PROJEKTBEISPIELE ANDERER SCHÜLER:INNEN S.77



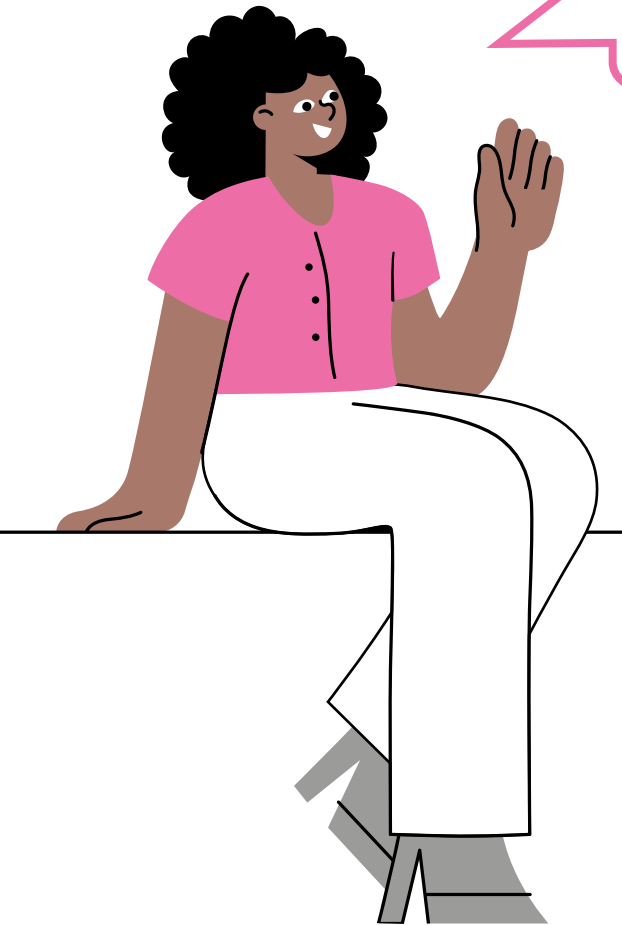
ÜBER-

BLICK



# WAS BEDEUTET IDEENENTWICKLUNG?

Ideen werden euch reichlich einfallen,  
keine Sorge – trust the process!



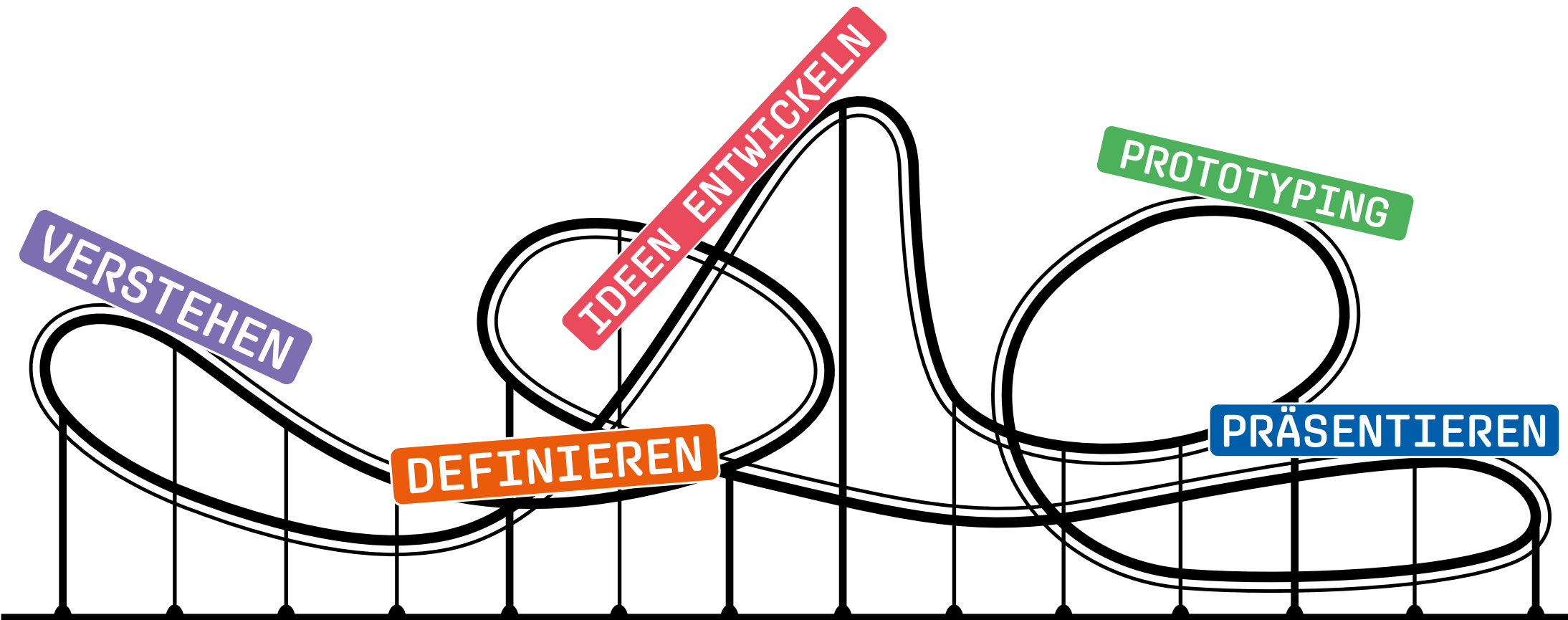
Der Prozess, eine Idee zu entwickeln, ist manchmal chaotisch und eher mit einer Achterbahnfahrt voller Loopings vergleichbar als mit einer geraden Straße.

Dieses Handbuch wird euch mithilfe verschiedener Übungen dabei unterstützen, Schritt für Schritt durch den **Design-Thinking-Prozess** zu gehen und etwas Struktur in diesen Ablauf zu bringen.

Am Ende stellt sich nicht die Frage, ob ihr eine Idee haben werdet, sondern für welche der vielen Möglichkeiten ihr euch entscheidet!

# DESIGN-THINKING-PROZESS

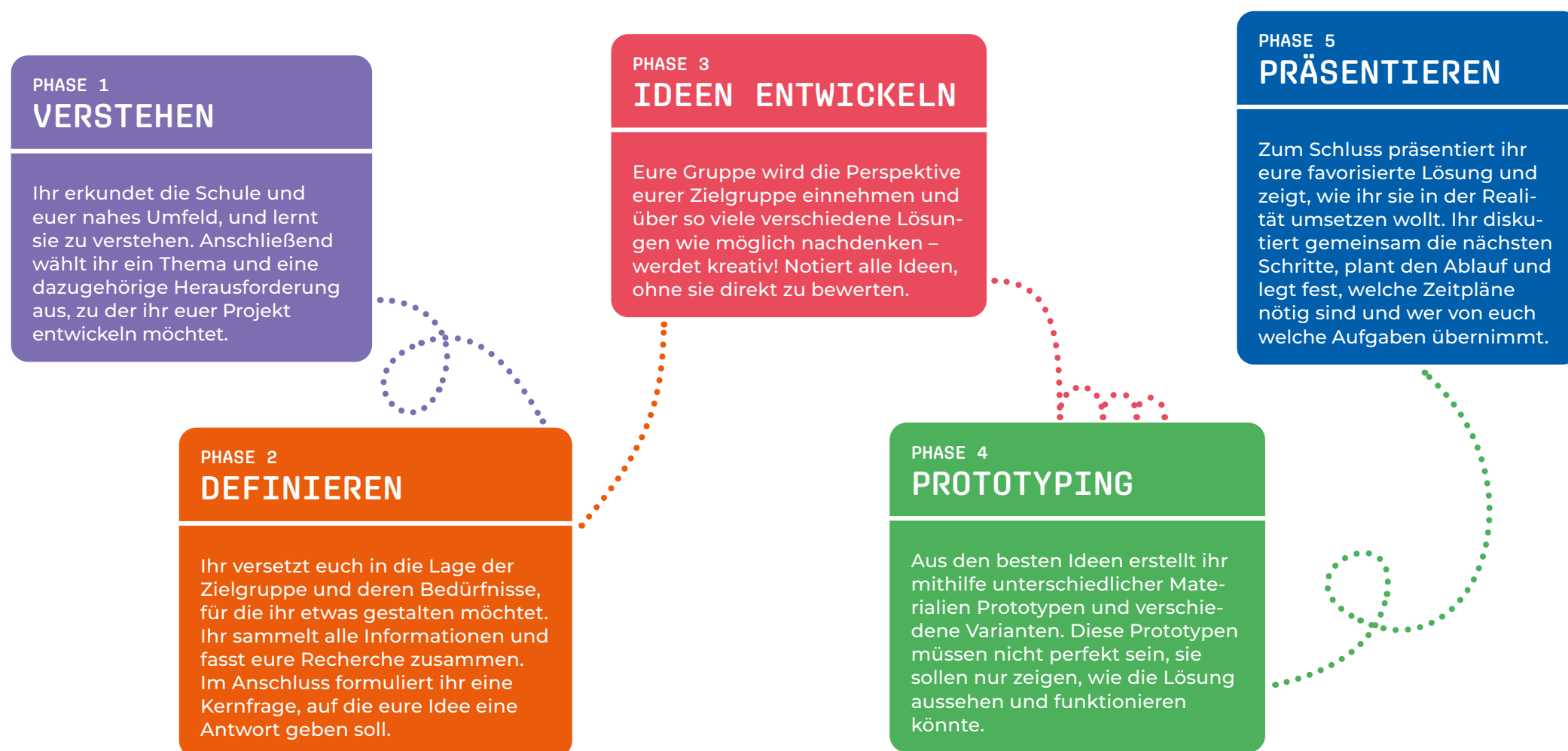
Der Design-Thinking-Prozess ermöglicht es euch, gezielt Ideen und Lösungsansätze zu Herausforderungen eures Alltags oder neuer Lebensumstände zu entwickeln. Anhand eures eigenen Projekts und mithilfe der **blau gekennzeichneten Übungen** werdet ihr die unterschiedlichen Phasen dieses Prozesses durchlaufen.





Der Design-Thinking-Prozess ist **iterativ** – das bedeutet: Ideen werden entwickelt, getestet, überarbeitet oder manchmal auch verworfen. Ihr könnt deshalb jederzeit zu früheren Phasen zurückkehren oder Schritte überspringen, wenn ihr schon eine Idee habt.

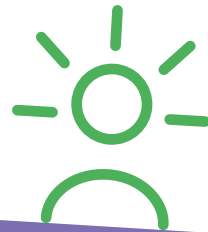
Die **Phasen des Design-Thinking-Prozesses** sind:



HIER BEGINNT DER DESIGN-THINKING-PROZESS

PHASE 1

VERSTEHEN





Im Rahmen dieses Projekts könnt ihr eure Schule oder euer gesellschaftliches Umfeld außerhalb der Schule aktiv mitgestalten. Doch wie identifiziert man Themenbereiche und Herausforderungen? Und wie entscheidet man sich?

Ihr startet den Design-Thinking-Prozess mit der Auswahl eures Themas.

# 1.1 WAS MÖCHTET IHR VERÄNDERN?

Zu allererst ist es notwendig, sich einen Überblick zu verschaffen und nach Themen zu suchen, die euch **persönlich beschäftigen oder sogar direkt betreffen**. In jedem Thema stecken unterschiedliche Herausforderungen, die ihr identifizieren und für euer Projekt wählen könnt.

Überlegt gemeinsam, welche Fähigkeiten und Interessen euch vereinen. Gibt es etwas, was an eurer Schule fehlt oder verbessert werden kann? **Was möchtet ihr verändern?**

Die Übungen zu diesen Fragen findet ihr auf den folgenden Seiten.



Als Anregung zu möglichen Themenbereichen für euer Projekt könnt ihr euch auf den folgenden Seiten inspirieren lassen!

# 1.2 NACHHALTIGKEITSZIELE

Die UN-Nachhaltigkeitsziele sind 17 globale Ziele, die darauf abzielen, durch die Förderung sozialer Gerechtigkeit, wirtschaftlichen Fortschritts und ökologischen Schutzes eine nachhaltige Zukunft für alle zu sichern.



Die 17 Ziele können euch als Anregung dienen, euer gesellschaftliches Umfeld auf mögliche Themen für euer Projekt zu untersuchen.

Schaut euch die Ziele auf [www.17ziele.de](http://www.17ziele.de) an oder lasst euch von den „Tu Du’s“ inspirieren.

# 1.3 THEMENBEREICHE

Hier sind weitere beispielhafte **Themenbereiche**, die ihr in eurem Schulumfeld finden und von denen ihr euch inspirieren lassen könnt.

## THEMENBEREICH

WAS WÜNSCHT IHR EUCH ODER  
WAS KÖNNTE VERBESSERT WERDEN?

### SPRACHBARRIERE

Was könnten wir tun, um Mitschüler:innen, die eine andere Sprache sprechen, besser einzubeziehen?

### SCHULGARTEN

Wie könnten wir in unserem Schulgarten frische Lebensmittel für die Schule und die Nachbarschaft erzeugen?

### AG/WORKSHOP

Koch-AG oder Workshops, in denen wir die Lebensmittel aus dem Schulgarten verwenden.

### TAUSCHEN

Wie könnte ein Ort in der Schule aussehen, an dem Bücher, Kleidung und andere Dinge getauscht werden können?

### RECYCLING

Wie könnte man spielerisch dazu ermutigen, Müll zu trennen?

### REPARATUR

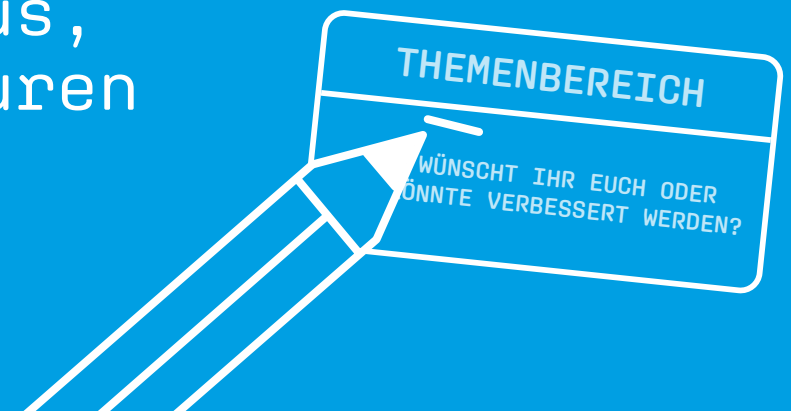
Werkbänke und Werkzeuge, um Fahrräder reparieren zu können.

### MENSA/KANTINE

Mehr Essensauswahl für Vegetarier:innen und Veganer:innen.

Jetzt seid ihr an der Reihe:  
Geht über den Schulhof, durch die Schule oder  
das direkte Umfeld. Beobachtet aufmerksam, was  
euch dort auffällt oder stört.

Gibt es Probleme, Herausforderungen oder  
Dinge, die verbessert werden könnten?  
Haltet eure Beobachtungen auf den Themenkarten  
fest, schneidet sie aus und ergänzt sie mit  
Fotos oder Skizzen.  
Wählt anschließend ein Thema aus,  
das euch interessiert und zu euren  
Stärken passt.



# 1A ÜBUNG 30🕒

Tragt eure Ideen hier auf den Themenkarten ein.

THEMENBEREICH

WAS WÜNSCHT IHR  
EUCH ODER WAS KÖNNTE  
VERBESSERT WERDEN?

THEMENBEREICH

WAS WÜNSCHT IHR  
EUCH ODER WAS KÖNNTE  
VERBESSERT WERDEN?

THEMENBEREICH

WAS WÜNSCHT IHR  
EUCH ODER WAS KÖNNTE  
VERBESSERT WERDEN?

THEMENBEREICH

WAS WÜNSCHT IHR  
EUCH ODER WAS KÖNNTE  
VERBESSERT WERDEN?

THEMENBEREICH

WAS WÜNSCHT IHR  
EUCH ODER WAS KÖNNTE  
VERBESSERT WERDEN?

THEMENBEREICH

WAS WÜNSCHT IHR  
EUCH ODER WAS KÖNNTE  
VERBESSERT WERDEN?



# 1A ÜBUNG 15🕒

Ein gutes Projekt macht Spaß!  
Orientiert euch an den folgenden Schritten und wählt ein Thema aus, das euch interessiert und zu euren Stärken passt.

## 1. Sammeln

Legt alle Themenkarten auf einen Tisch oder heftet sie an eine Pinnwand.

## 2. Gruppieren

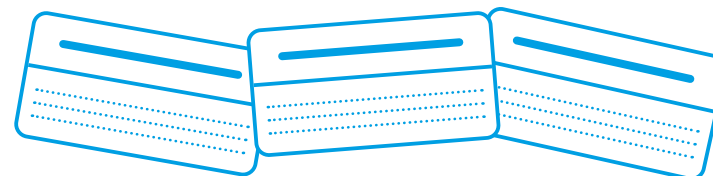
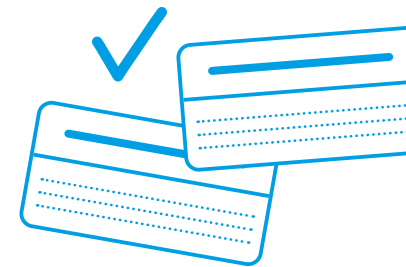
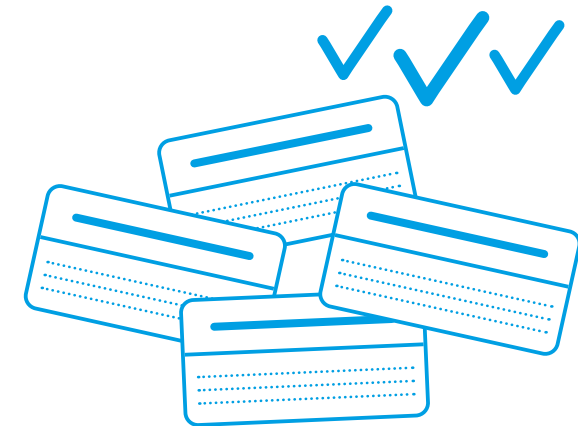
Fasst ähnliche Themen zusammen und gruppiert sie.

## 3. Diskutieren

Besprecht in der Gruppe, welche Themen euch am wichtigsten erscheinen.

## 4. Abstimmen

Markiert die Karten z.B. mit einem Strich, um die favorisierten Themen auszuwählen.  
Entscheidet euch für eine Idee.



# 1.4 FORMATE EURES PROJEKTS

Euer Projekt kann viele Formen annehmen – ob **Dienstleistung**, **Produkt** oder **Aktion**, jede Umsetzung hat ihre eigenen Stärken.

## DIENTSTLEISTUNGEN

Eine Dienstleistung ist ein Angebot, bei dem ihr anderen Personen eure Hilfe offeriert. Das können zum Beispiel handwerkliche Dienstleistungen sein, ein Verkaufsshop mit eigenen Produkten oder das Erstellen von Social-Media-Beiträgen für eine Firma in der Nachbarschaft.

## PRODUKTE

Vielleicht habt ihr Zugang zu bestimmten Materialien und Werkzeugen, aus denen ihr Produkte herstellen könntet. Zum Beispiel Kleidung, Nahrungsmittel oder Möbel.

## AKTIONEN

Aktionen verbinden Menschen und fördern die Gemeinschaft. Ihr könntet ein Event oder ein Freizeitangebot organisieren, das zu einem bestimmten Zeitpunkt in der Schule oder der Nachbarschaft stattfindet.

Falls ihr neugierig seid, was für Projekte andere Schülergruppen entwickelt haben, schaut euch die unterschiedlichen Projektbeispiele (S. 77) an.

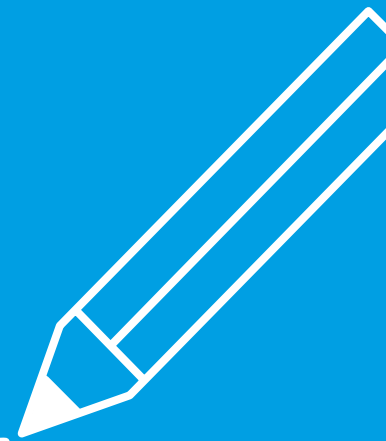
# 1B ÜBUNG 15🕒



Was wollt ihr bewirken?

Kreuzt auf der nächsten Seite an,  
was zu euch passt, und beantwortet  
die Fragen im Team.

So legt ihr das Fundament für starke  
Ideen, auf die ihr später aufbauen könnt.



# 1B ÜBUNG 15🕒

**Was ist das Thema / die Herausforderung, mit der ihr euch in eurem Projekt beschäftigt?**

---

---

---

---

---

**Was motiviert euch und welche Werte sind euch wichtig?**

---

---

---

**Für wen ist euer Projekt?**

- ☐ Unser Projekt soll die Klasse oder die Schulgemeinschaft ansprechen.
- ☐ Unser Projekt soll der lokalen Gemeinschaft außerhalb der Schule zugutekommen.
- ☐

---

**Was möchtet ihr machen?**

- ☐ Wir möchten eine Dienstleistung in der Schule oder Nachbarschaft anbieten.
- ☐ Wir möchten ein Produkt entwerfen, herstellen und verkaufen.
- ☐ Wir haben einen Überschuss an bestimmten Materialien und möchten sie kreativ einsetzen.
- ☐ Wir planen, eine Aktion oder Veranstaltung zu organisieren.
- ☐ Wir möchten digitale Lösungen entwickeln, wie eine App oder Website.
- ☐ Unser Projekt orientiert sich an einem spezifischen Schulfach.
- ☐ Unser Projekt soll den Zusammenhalt in der Schulgemeinschaft fördern.

☐

---

---

---

**Was ist für euer Projekt noch wichtig?**

---

---

---

Ihr habt jetzt ein  
Thema für euer Projekt  
gefunden und eine grobe  
Idee davon, in welche  
Richtung es geht!

WEITER  
GEHT'S!



# PHASE 2 DEFINIEREN



In dieser Phase des Design-Thinking-Prozesses legt ihr eure Zielgruppe fest, formuliert eine Kernfrage und recherchiert nach Lösungen.

Legt euch eine Projektmappe zu, in der ihr von nun an alles – wie Bilder, Ideen, Materialien und die Übungsblätter – ablegt. So behaltet ihr den Überblick und entwickelt eure Idee Schritt für Schritt weiter.



**PROJEKT  
MAPPE**

## 2.1 ZIELGRUPPEN UND IHRE BEDÜRFNISSE

Eure **Zielgruppe** sind Menschen, für die ihr eure Idee entwickelt, die sie nutzen und davon profitieren. Man nennt sie auch **Nutzer:innen**. Wenn ihr ihre Bedürfnisse versteht, könnt ihr benutzerfreundliche und erfolgreiche Lösungen gestalten.

**NACHHALTIGKEIT**

**SELBSTVERWIRKLICHUNG**

**BEZAHLBARKEIT**

**GESUNDHEIT**

**UMWELTSCHUTZ**

**GEMEINSCHAFT & AUSTAUSCH**

**SICHERHEIT**

**LOKALITÄT**

**SPASS & UNTERHALTUNG**



## 2.2 PERSONAS

**Personas** sind erfundene Personen, die typische Nutzer:innen eures Projekts darstellen. Das Auswählen und Beschreiben von Personas ermöglicht einen **Perspektivwechsel**, der euch hilft, die Bedürfnisse eurer **Zielgruppe** besser zu verstehen und in eure Idee einzubauen – das macht euer Projekt stark!

PERSONAS SIND  
INDIVIDUELL

Statt über „alle Schüler:innen“ oder „ältere Menschen“ zu sprechen, solltet ihr an konkrete, erfundene Personen mit Namen, Interessen, Bedürfnissen und Alltagsroutinen denken.



## 2.2 PERSONAS

Welche Personen könnte euer Projekt ansprechen?  
Und welche Merkmale und Wünsche haben diese Menschen?  
Auf der folgenden Seite findet ihr die passende Übung dazu.

### LIAN

Alter: 17

Lian ist Sängerin und plant nach der Schule als Popstar durchzustarten.

Sucht:

Ort an dem sie mit der Band proben, Songs aufnehmen und veröffentlichen kann.

### ROBIN

Alter: 42

Robin leitet eine Werbeagentur und möchte moderne Jingles für ihre Kund:innen erstellen.

Sucht:

Kreative Partner:innen für die Entwicklung und Produktion.

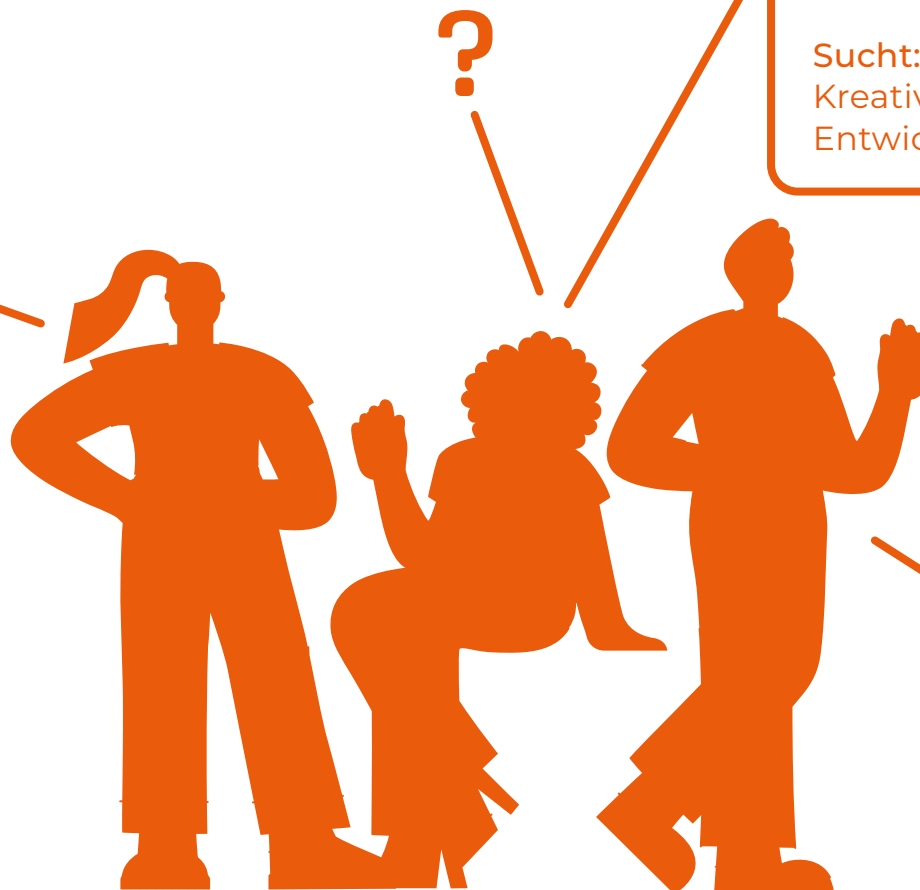
### MIKA

Alter: 15

Mika ist Podcast-Fan und möchte selbst einen eigenen Podcast produzieren.

Sucht:

Unterstützung bei Aufnahme, Technik und Veröffentlichung sowie einen Proberaum.



Welche Personen könnten eure Idee nutzen?

Wählt mindestens drei Personas, also potentielle Nutzer:innen aus und notiert in Stichworten, wie euer Projekt-Thema zu ihren Bedürfnissen passt.

Achtet bei der Auswahl der Personas auf Vielfalt – das hilft euch, verschiedene Perspektiven zu berücksichtigen und bessere Lösungen zu entwickeln.



Nutzt diese Vorlage und erstellt mindestens drei unterschiedliche Personas.

Name

Alter

Was macht die Persona im Beruf/Alltag?  
(z. B. Schüler:in, Sportler:in, berufstätig)

Was macht die Persona in ihrer Freizeit?  
(Hobby/Interessen)

Was sind die Ziele, Bedürfnisse und Herausforderungen der Persona?  
Was ist ihr wichtig?

Was braucht die Persona, um ihre Ziele zu erreichen?

## 2.3 KERNFRAGE

Habt ihr eure Zielgruppe festgelegt, geht es nun darum, eine Kernfrage zu formulieren: **Was ist das zentrale Problem, für das ihr eine kreative Lösung finden wollt?**

Schaut euch dazu noch einmal eure Personas und die bisherigen Übungen an – sie helfen euch, die Frage klar und treffend zu formulieren.

### DIE KERNFRAGE BEINHALTET:

- Eure Herausforderung (Was?)
- Eure Zielgruppe (Wer?)
- Das Bedürfnis der Zielgruppe (Warum?)

Nach dem **Wie?** sucht ihr mithilfe der Kernfrage.

### BEISPIEL - KERNFRAGE:

„Wie können wir für Schüler:innen oder Leute aus der Umgebung (Zielgruppe) einen Ort in der Schule einrichten (Herausforderung), um professionelle Musik, Podcasts oder Werbesongs zu produzieren? (Bedürfnis)“



Formuliert eure Kernfrage.

Eine Kernfrage kann z.B. lauten:  
„Wie können wir **Zielgruppe A** dabei unterstützen, **Herausforderung B** zu bewältigen und so das **Bedürfnis C** zu befriedigen?“

## BEISPIEL-KERNFRAGE:

„Wie können wir für Schüler:innen oder Leute aus der Umgebung (Zielgruppe) einen Ort in der Schule einrichten (Herausforderung), um professionelle Musik, Podcasts oder Werbesongs zu produzieren? (Bedürfnis)“



# 2B ÜBUNG 10🕒

Für folgende Kernfrage sucht ihr nach einer Lösung:

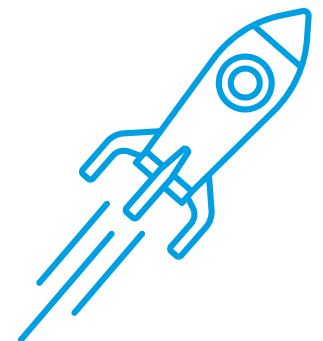
---

---

---

---

Auf geht's!



## 2.4 RECHERCHE

Die Recherche hilft euch, eure Kernfrage besser zu verstehen und passende Lösungen zu entwickeln. Gespräche mit eurer Zielgruppe und Internetrecherchen liefern wichtige Impulse und zeigen, welche Lösungen es bereits gibt. So könnt ihr eure Idee prüfen, anpassen und weiterentwickeln – und das nicht nur einmal: **Die Recherche begleitet euch durch den gesamten Design-Thinking-Prozess.**

### INHALTE DER RECHERCHE KÖNNEN SEIN:

- Weitere Informationen zur Zielgruppe und zu ihren Bedürfnissen
- Weitere Informationen zum Ort/Umfeld, in dem euer Projekt stattfindet
- Welche Lösungsversuche gibt es bereits?
- Was funktioniert daran gut und was nicht?
- Was kann eine gute Lösung bewirken?

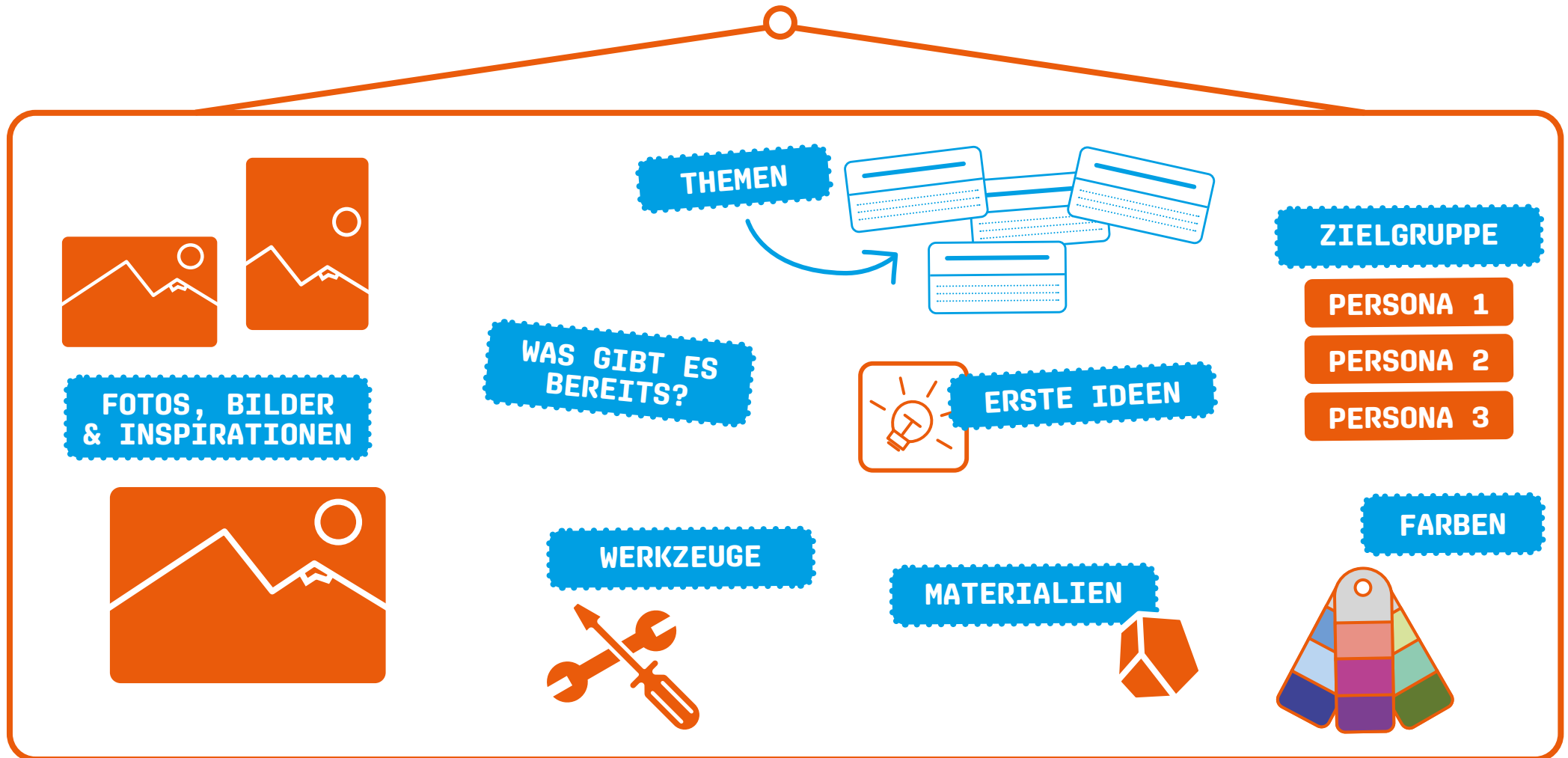
### RECHERCHEFORMEN KÖNNEN SEIN:

- Interviews und Umfragen mit potenziellen Nutzer:innen oder Expert:innen
- Internet-Recherche
- Literatur-Recherche (z. B. in Bibliotheken)
- Feld-Recherche vor Ort
- Besuch von Ausstellungen, Museen, etc.
- Websites von anderen Schulen oder Schülerfirmen





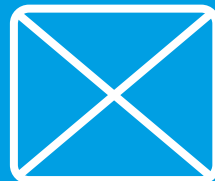
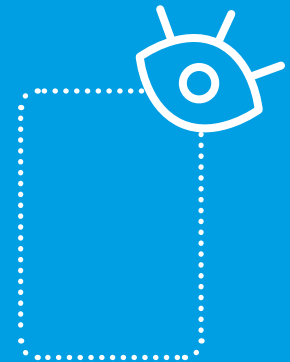
## 2.4 RECHERCHE



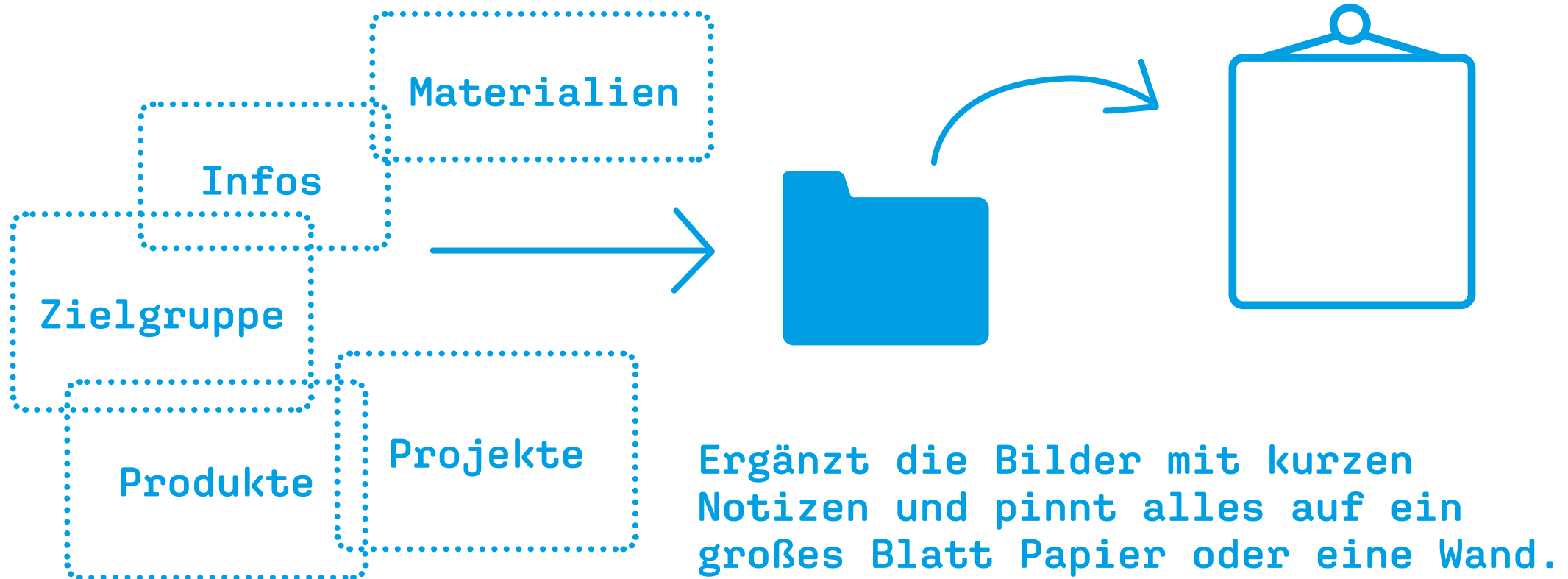
# 2C ÜBUNG 30🕒

Schaut in eure Projektmappe und sammelt alles, was euch inspiriert – Infos, Bilder, Farben, Materialien.

Gestaltet daraus eine Moodboard-Collage, die eure Projektidee und Stimmung zeigt. Sprecht darüber in der Gruppe und haltet erste gute Ideen fest.



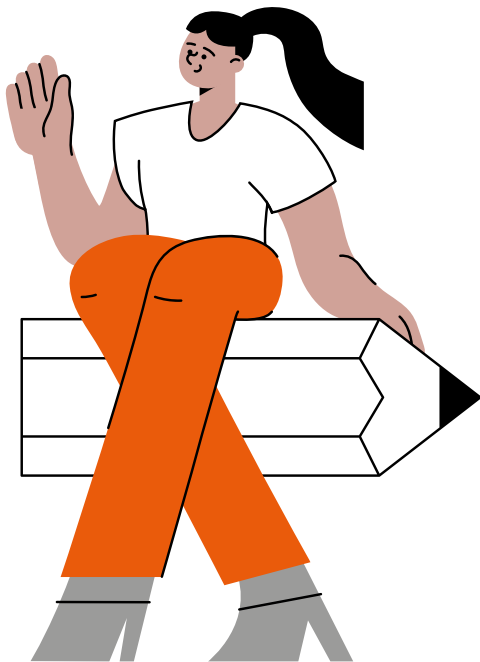
Für euer Moodboard sammelt ihr Bilder. Diese können eure Zielgruppe, ähnliche Projekte, Produkte oder Materialien zeigen.



## 2.5 INTERVIEWS UND UMFRAGEN

Durch Befragungen lernt ihr eure Zielgruppe besser kennen. Fragt sie – online oder persönlich – mithilfe offener oder Multiple-Choice-Fragen nach ihren **Erfahrungen** und **Wünschen**.

So könnt ihr sicherstellen, dass die Lösungen, die ihr entwickelt, zielorientiert gestaltet und für die Zielgruppe nützlich sind.



### FRAGEN FÜR EIN INTERVIEW KÖNNTEN SEIN:

- Wie gehst du aktuell mit (Problem/Thema) um?
- Was wäre für dich eine perfekte Lösung für dieses Problem?
- Wie wichtig ist dir (z. B. Nachhaltigkeit, Gesundheit) bei einem Produkt?  

UNWICHTIG						SEHR WICHTIG
-----------	--	--	--	--	--	--------------
- Welche drei Eigenschaften findest du am wichtigsten (Produkt/Dienstleistung)?

Findet heraus, was eure Zielgruppe braucht.

Überlegt euch passende Fragen und führt Interviews durch. Welche Infos helfen euch, eine gute Lösung für eure Kernfrage zu entwickeln?

Wertet anschließend eure Umfragen aus und sucht nach Gemeinsamkeiten in den Antworten.

Tipp:

Fragt vorher, ob ihr das Gespräch z.B. per Sprachnachricht / Sprachmemo aufnehmen dürft, sodass ihr es später nochmal anhören könnt.



# 2D ÜBUNG 20🕒

Ihr könnt diese Vorlage für eure Interviews verwenden und die Fragen ergänzen.

## Infos zum Interview

Datum:

Name:

Alter:

Beruf:

## Frage 3 Wie wichtig ist/sind dir...

..... ? UNWICHTIG ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ SEHR WICHTIG

..... ? UNWICHTIG ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ SEHR WICHTIG

..... ? UNWICHTIG ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ SEHR WICHTIG

Was wäre dir noch wichtig?

## Frage 1 Was sind deine bisherigen

Erfahrungen zu ..... [z. B. eurem Thema / eurer Kernfrage] ?

## Frage 4 .....

## Frage 5 .....

## Frage 2 Was würdest du dir für .....

..... [z. B. euer Projekt / eure Idee] .....

## Frage 6 .....

## 2.6 RÜCKBLICK

IHR WISST NUN:

EUER THEMA UND DIE  
RAHMENBEDINGUNGEN  
FÜR EUER PROJEKT.

WAS DIE KERNFRAGE ZU EUREM  
PROJEKT IST.

WER EURE ZIELGRUPPE(N)/  
PERSONAS SIND.

WAS WICHTIG IST, DAMIT  
SICH EURE ZIELGRUPPE  
ANGESPROCHEN FÜHLT.

WAS EUCH DIE RECHERCHE  
ÜBER EUER PROJEKT AN  
NEUEN INFORMATIONEN  
GELIEFERT HAT.

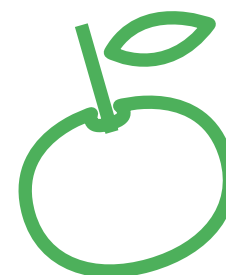




TEIL 1



GESCHAFFT







PHASE 3

IDEEN

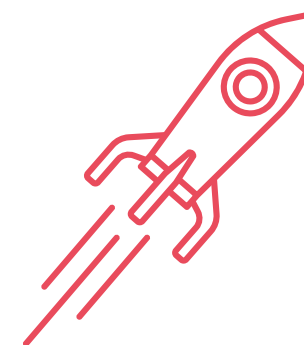


ENTWICKELN



Jetzt wird's konkret – und kreativ!

Aus eurer Recherche entstehen in dieser Phase des Design-Thinking-Prozesses zahlreiche verrückte Ideen, brillante Konzepte und bahnbrechende Lösungen für eure Kernfrage. Schnappt euch Stifte und Papier, schreibt los und skizziert drauflos – let's go!



# 3.1 TIPPS ZUR IDEENENTWICKLUNG

## Alles ist erlaubt

Es gibt keine dummen Ideen  
– je verrückter, desto besser!  
Auch wenn sie zuerst  
unrealistisch erscheinen,  
seid offen für alle Ideen.

Trust the process!

## Werdet kreativ

Verwendet  
Kreativitätstechniken, um  
verschiedene Varianten und  
Ansätze zu finden.  
(Übung 4A & 4B)

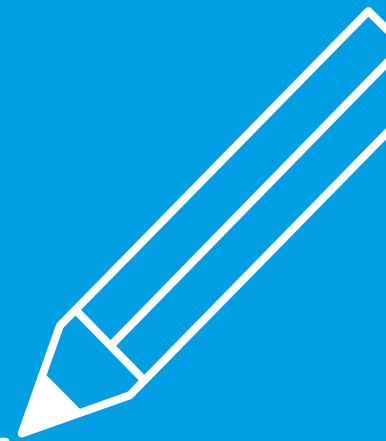
## Umgebungswechsel

Nehmt Papier und Stift mit,  
geht raus, setzt euch in  
die Sonne oder macht einen  
Spaziergang, bei dem ihr alle  
100 Schritte eure Gedanken  
miteinander teilt.

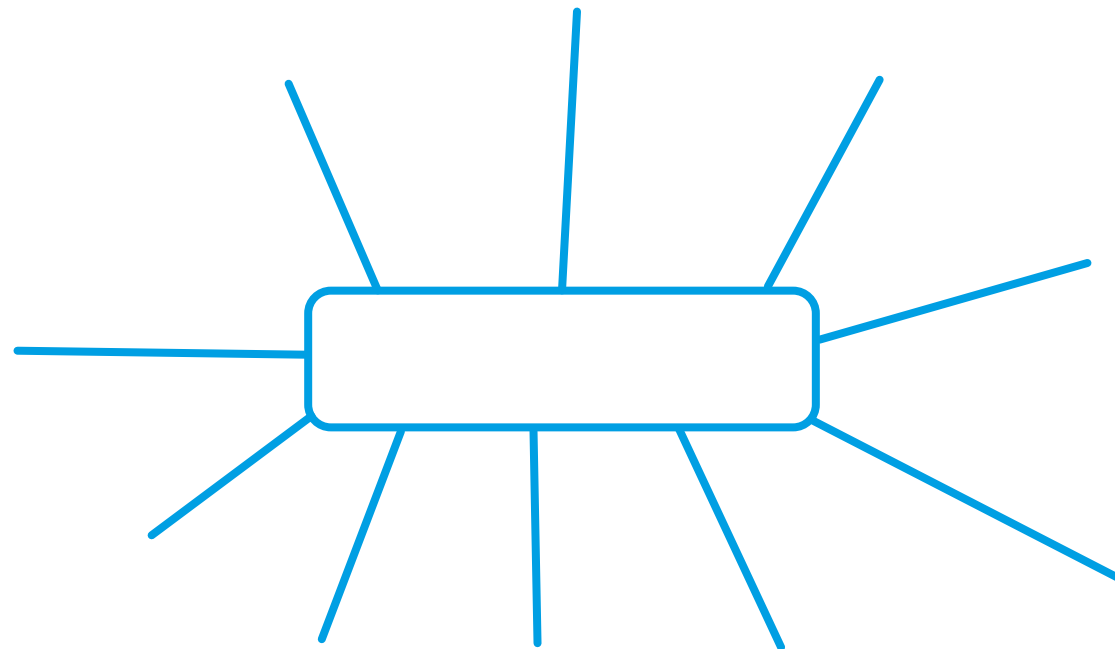
## Kreativitätstechnik: Brainstorming

Sammelt mindestens **fünf Ideen** zu eurer Kernfrage und ergänzt sie gemeinsam – alles ist erlaubt, nur keine Kritik!

Nutzt eine Mindmap oder klebt eure Ideen auf Haftnotizen an die Wand. So könnt ihr gemeinsam weiterdenken und ergänzen.



Ergänzt die Mindmap mit euren Ideen aus dem Brainstorming.



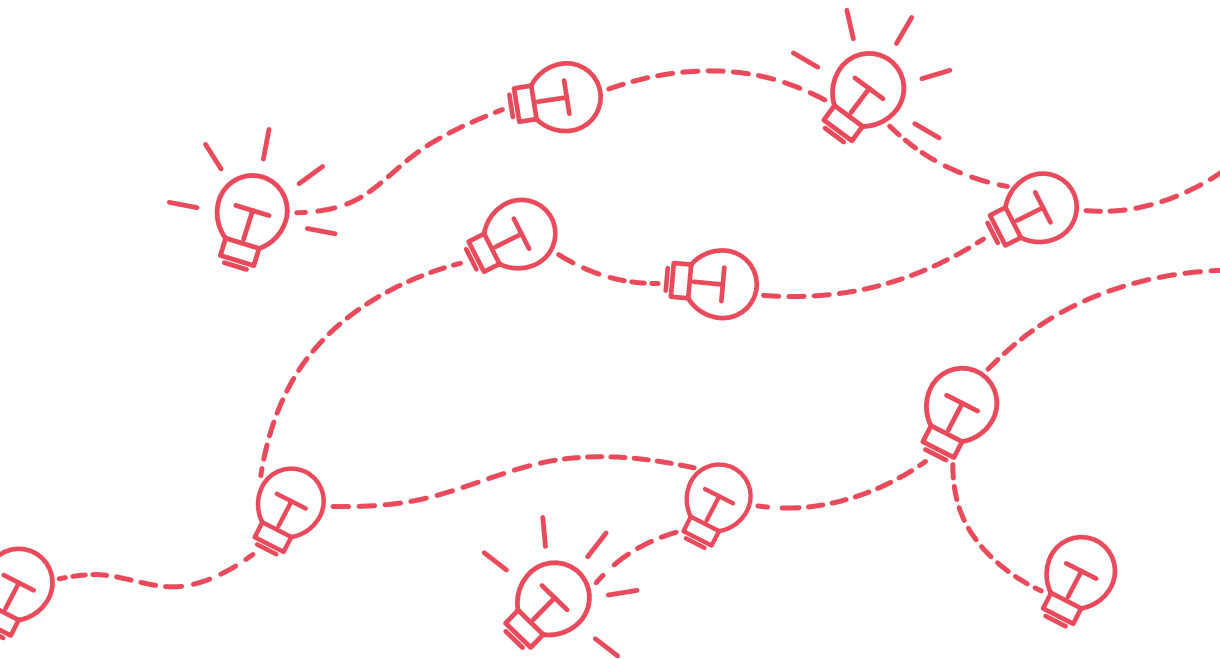
## 3.2 VARIANTENBILDUNG

Die erste Idee ist nicht immer die beste!  
Oft entsteht eine gute Lösung durch das Kombinieren mehrerer Ideen. Probiert verschiedene Varianten aus, so entdeckt ihr neue Ansätze und **geht über naheliegende Lösungen hinaus**.



### KREATIVITÄTSTECHNIK: 6-3-5-METHODE

Mithilfe der 6-3-5-Methode, einer Kreativitätstechnik, die ihr auf der folgenden Seite findet, könnt ihr in kurzer Zeit eine breite Vielfalt an Lösungsansätzen zu eurem Projekt entwickeln.



## Kreativitätstechnik: 6-3-5-Methode

Jede:r bekommt ein Blatt mit 6 Zeilen und 3 Spalten. In 5 Minuten notiert ihr 3 Ideen in die erste Spalte, dann wird das Blatt weitergegeben. In jeder Runde ergänzt ihr die Ideen – nach 6 Runden habt ihr 54 Ideen gesammelt!

Im nächsten Schritt, der Übung 4C, wählt ihr eure Favoriten aus.



3B

ÜBUNG

30🕒

Probiert die 6-3-5-Methode aus, um viele Ideen und Varianten zu entwickeln.

Idee						
Idee						
Idee						
	1	2	3	4	5	6



# 3.3 VERANTWORTUNGSVOLL GESTALTEN

Erfolgreiche Design-Projekte sind immer auch verantwortungsvoll gestaltet. Meist lassen sie sich einem oder gleich mehreren der folgenden Aspekte zuordnen:

## NACHHALTIGKEIT

Berücksichtigt die ökologische, ökonomische und soziale Nachhaltigkeit eures Projekts! Denkt dabei an den gesamten Lebenskreislauf von der ersten Idee bis zur Entsorgung.

## GEMEINSCHAFT

Arbeitet eng mit euren Mitschüler:innen, Freund:innen oder lokalen Gemeinschaften zusammen, um ihre Bedürfnisse zu berücksichtigen.

## BEWUSSTSEIN FÖRDERN

Informiert eure Zielgruppe(n) über die positiven ökologischen und sozialen Auswirkungen eures Projekts und fördert damit ein Bewusstsein für Nachhaltigkeit.

## RESSOURCEN SCHONEN

Verwendet umweltfreundliche Materialien, ressourcenschonende Technologien und achtet auf die Recyclingfähigkeit.

## 3.4 STRUKTURIERUNG UND AUSWAHL DER IDEE

In eurem kreativen Flow habt ihr gerade viele unterschiedliche Ideen und Varianten entwickelt – hervorragend! Jetzt ist der Moment, sie zu prüfen: Welche sind **visionär**, welche **leicht umsetzbar**, und welche **überraschen euch auf den zweiten Blick**?

### WOW-NOW-HOW-NO-MATRIX

Verwendet die Wow-Now-How-No-Matrix auf der folgenden Seite, um eure Ideen zu bewerten und die vielversprechendsten auszuwählen. Denkt dabei auch an die Aspekte einer verantwortungsvollen Gestaltung. Ergänzt eure Favoriten auf eurem Moodboard.

### ASPEKTE FÜR EINE VERANTWORTUNGSVOLLE GESTALTUNG (S.49)

- Nachhaltigkeit
- Gemeinschaft
- Bewusstsein fördern
- Ressourcen schonen

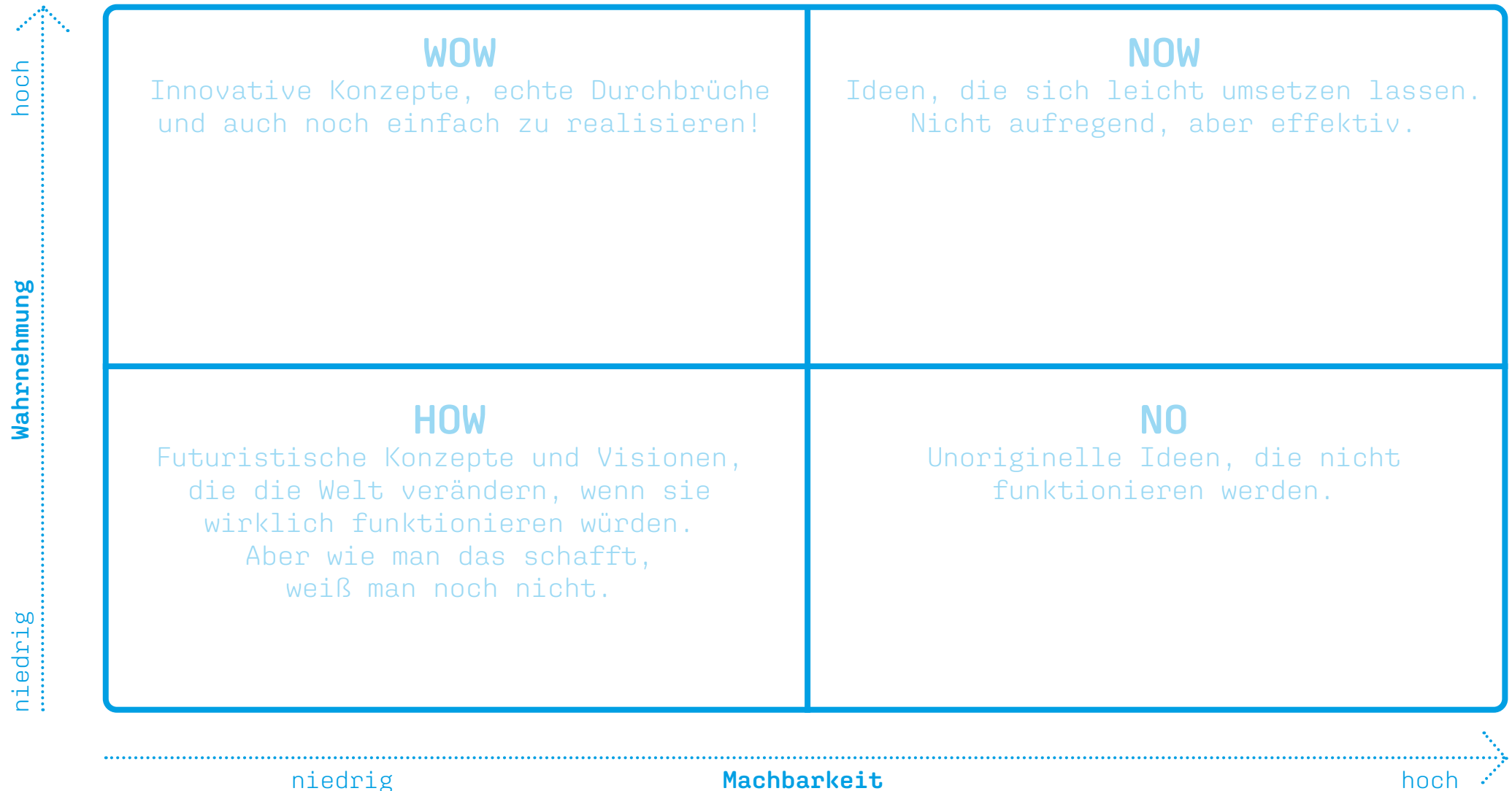
## WOW-NOW-HOW-NO-Matrix

Die Wow-Now-How-No-Matrix ist ein idealer Weg, um die originellsten und kreativsten Ideen zu finden, indem ihr sie den Kategorien zuordnet. Oft passen die besten in mehrere Kategorien!

Besprecht in der Gruppe, mit welcher Idee ihr in die Prototyping-Phase startet, und ergänzt sie auf eurem Moodboard.

# 3C ÜBUNG 15🕒

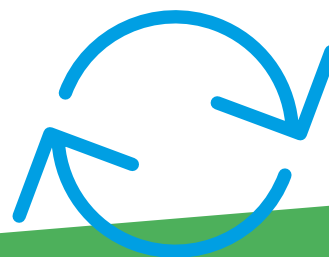
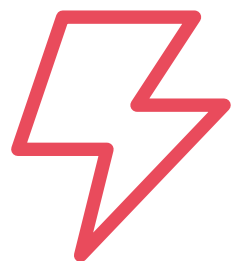
Strukturiert eure Ideen in der Wow-Now-How-No-Matrix, um euch auf eine Idee festzulegen.

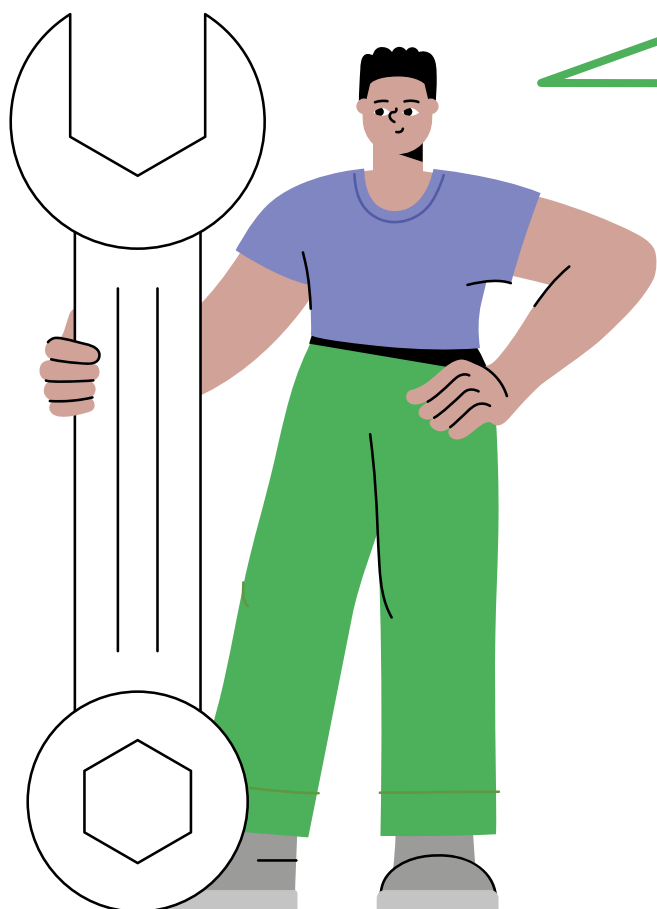


PHASE 4

PROTO-

TYPING



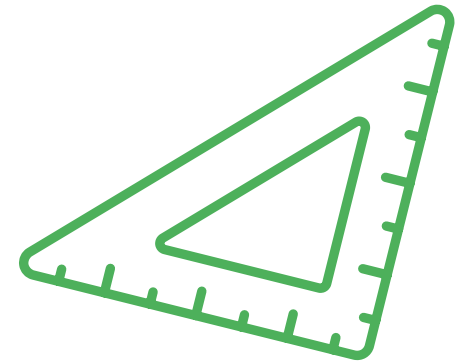
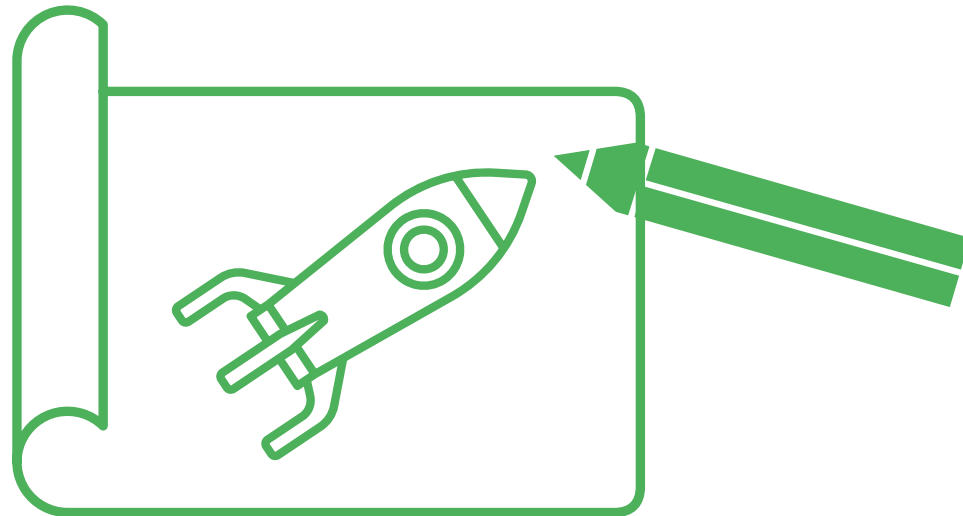


Jetzt wird's praktisch!  
In dieser Phase des Design-Thinking-Prozesses erstellt ihr aus eurer Idee und eurem Entwurf einen Prototyp.

Was das genau ist?  
Das erfahrt ihr auf den folgenden Seiten. Viel Spaß beim Werkeln!

## 4.1 VON DER IDEE ZUM PROTOTYP

Prototypen können einfache Skizzen, Bilder oder Modelle sein, mit denen ihr eure **Idee sichtbar macht** und **Schritt für Schritt verfeinert**. Dies ermöglicht es, eure Ideen vorzustellen, frühzeitig Feedback von eurer Zielgruppe einzuholen und Veränderungen am Design vorzunehmen, bevor es veröffentlicht oder produziert wird.



# 4.2 WIE KANN EIN PROTOTYP AUSSEHEN?

Erinnert ihr euch an die verschiedenen Projektformate (S. 18)?  
Ob Produkt, Dienstleistung, Aktion oder digitales Angebot – für jede Idee gibt es passende Prototypen:

## PRODUKTE

Produkt-Modelle können aus unterschiedlichsten Materialien entstehen. Ob sie als kleines Modell oder in Originalgröße gebaut werden, entscheidet ihr.



## DIGITALE PROJEKTE

Entwerft ihr eine App, einen Social-Media-Kanal oder eine Website, könnt ihr diese auf Papier zeichnen, drucken oder direkt am Computer oder Tablet visualisieren.



## DIENTSTLEISTUNGEN UND AKTIONEN

Entwickelt ihr eine Veranstaltung, einen Workshop, einen Verein oder etwas ganz anderes, dann könntet ihr ein Video drehen oder ein Poster gestalten, das eure Idee kommuniziert und Leute dazu einlädt. Ihr könnt auch einen Ablaufplan erstellen und eine Probeveranstaltung mit euren Mitschüler:innen durchführen.

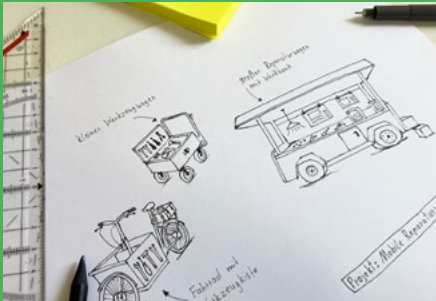




# 4.2 WIE KANN EIN PROTOTYP AUSSEHEN?

Prototypen sehen ganz unterschiedlich aus – je nach verfügbarer Zeit, Materialien und dem gewünschten Zweck. Manche zeigen die **Form**, andere testen die **Funktion**. Das Spektrum reicht von Skizzen und Papiermodellen bis zu Präsentationsmodellen. Wichtig ist nicht die Perfektion, sondern dass ihr eure **Idee sichtbar und testbar** macht.

## SKIZZE



Schnelle Zeichnung auf Papier, um die Grundidee festzuhalten. Ideal zum Einstieg.

## PAPIERMODELL



Ein einfaches Modell aus Papier, Pappe oder Alltagsmaterial. Zeigt Form und erste Anordnung.

Quelle: Design Thinking in Aktion. Foto: Manuel Fleig

## FUNKTIONSMODELL



Ein Modell, das bereits Funktionen zeigt oder ausprobiert. Kann bewegt oder getestet werden.

Quelle: Design Thinking in Aktion. Foto: Manuel Fleig

## PRÄSENTATIONSMODELL



Fast wie das echte Produkt – ideal für Tests, Feedback oder Präsentationen.

Quelle: Markenwarte. Foto: Christoph Eberle

## 4.3 GESTALTUNG

Achtet beim Bauen eures Prototyps darauf, dass er benutzerfreundlich und funktional ist – so könnt ihr ihn gut testen. Schaut auf euer Moodboard und denkt an die Bedürfnisse eurer Zielgruppe (S. 24): Wie reagiert eure Gestaltung darauf?

Bei Produkten denkt an Material, Aussehen und Nutzung.  
Bei Dienstleistungen oder Aktionen überlegt, wie das **Erlebnis für eure Zielgruppe** sein soll und wie ihr eure **Idee verständlich** zeigt.

Die folgenden **Designelemente** können euch zur Orientierung dienen:



**ERLEBNIS**

**NUTZERFREUNDLICHKEIT**

**FARBEN**

**ABLAUF**

**GEBRAUCH**

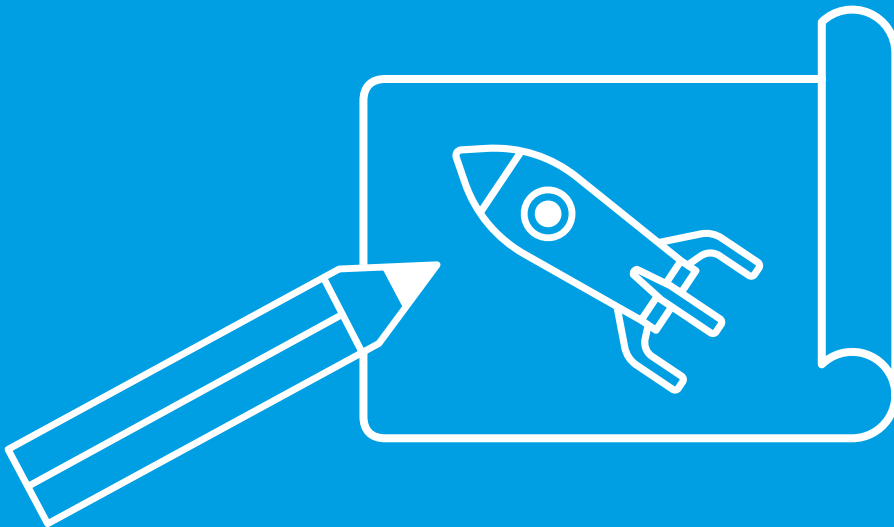
**FORM UND FUNKTION**

**MATERIALIEN**

**WERBUNG UND KOMMUNIKATION**

Erstellt einen Entwurf für euren Prototyp.

Ihr habt jetzt eine klare Vorstellung von eurer Idee – skizziert nun, wie euer Produkt, eure Dienstleistung oder Aktion aussehen soll.



ENTWURF EURES PROTOTYPS

# 4.4 MATERIALIEN, WERKZEUGE UND RÄUME

**Jetzt wird's konkret:** Baut euren Prototyp auf Basis eurer Skizzen. Überlegt, welche Materialien, Werkzeuge oder Räume ihr dafür braucht – könnt ihr etwas leihen oder besorgen?

Verwendet die Tabelle auf der folgenden Seite, um einen Plan zu erstellen.

## RÄUMLICHKEITEN

- Werkstatt (für Holz, Metall, ...)
- Küche
- Druckerei
- Garten
- Filmstudio
- Tonstudio
- ...

## MATERIALIEN

- Papier
- Pappe
- Klebstoff
- Klebeband
- Stifte
- Radiergummi
- Bastelholz (z. B. Platten, Eisstiele, Holzstäbchen)
- Knete oder Modelliermasse
- Stoffreste
- ...

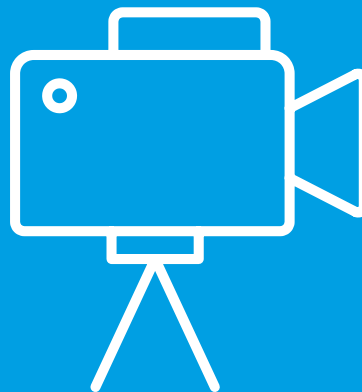
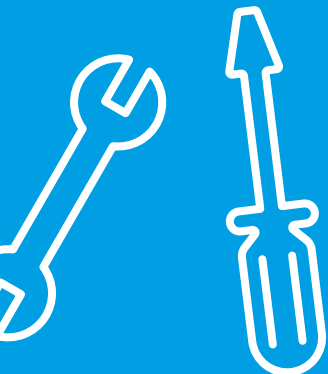
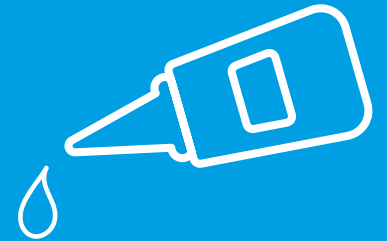
## WERKZEUGE

- Schere
- Lineal
- Heißklebepistole
- Cutter-Messer
- Locher oder Lochzange
- Tacker
- Zirkel
- Schraubendreher
- Computer und Grafikprogramme (z.B. Canva, ProCreate, Adobe Photoshop und InDesign etc.)
- ...

# 4B ÜBUNG 15🕒

Was braucht ihr für euren Prototyp?

Füllt die Tabelle gemeinsam aus und organisiert die nötigen Materialien und Werkzeuge.



# 4B ÜBUNG 15🕒

Notiert, was ihr für euren Prototyp braucht – dann macht euch ans Werk!

Idee	Was benötigen wir dafür?	Woher bekommen wir es?	Wie viel kostet es?
1			
2			
3			

Quelle: Startup Zukunft! Ideenlabs | Deutsche Kinder- und Jugendstiftung

# 4.5 SCHRITT FÜR SCHRITT ZUM ZIEL

Design Thinking verläuft nicht geradlinig, sondern in Schleifen! Ideen werden getestet, überarbeitet, verworfen – denkt an die Achterbahn am Anfang. So entwickelt sich euer Projekt Schritt für Schritt weiter.

Jetzt habt ihr euren Entwurf und alle Materialien – also:

**Los geht's mit dem Bau eures Prototyps!**

## **Startet einfach**

Ihr müsst nicht perfekt beginnen.  
Wichtig ist, dass ihr eure Idee sichtbar macht.

## **Nutzt, was da ist**

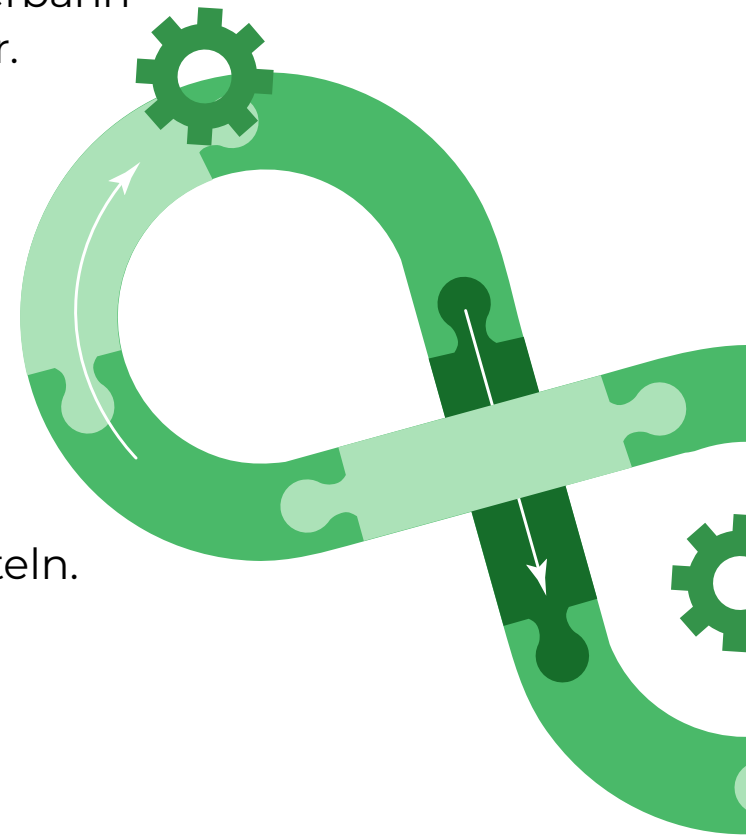
Papier, Pappe, Stoffreste, Apps, Tablets – seid kreativ mit euren Mitteln.

## **Arbeitet im Team**

Verteilt Aufgaben – wer baut was? Wer dokumentiert?

## **Dokumentiert den Prozess**

Fotos, Notizen oder kleine Videos helfen euch, die einzelnen Schritte eures Entwicklungsprozesses zu dokumentieren.





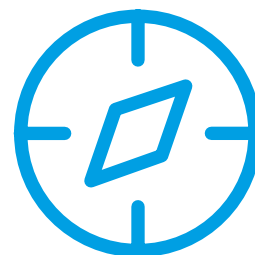
## Fehler? Super! Feedback? Noch besser!

Im Prototyping ist Feedback ein Geschenk.  
Es hilft euch, eure Idee zu verbessern.  
Fragt eure Zielgruppe oder Mitschüler:innen:  
Was funktioniert? Was nicht?



Notiert und skizziert hier die Verbesserungsvorschläge.  
Überarbeitet daraufhin euren Prototyp und testet so lange,  
bis ihr wirklich zufrieden seid.

WAS KÖNNTE VERBESSERT WERDEN?



PHASE 5

# PRÄSENTIEREN

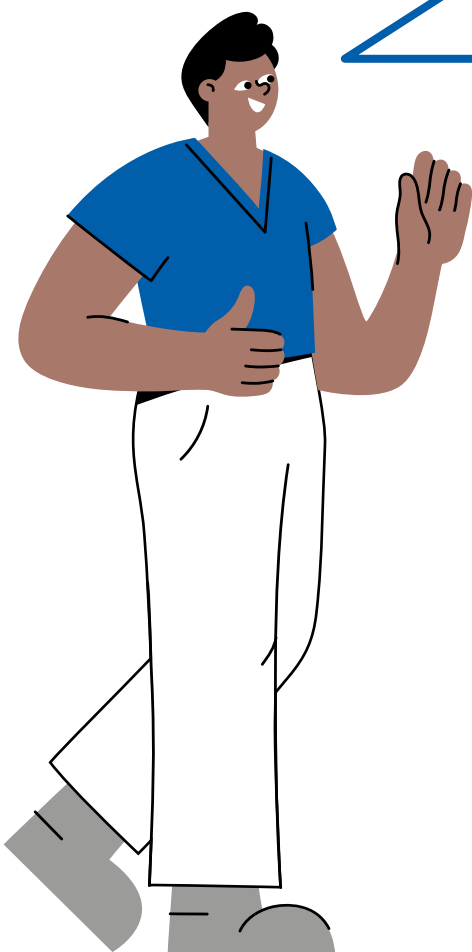


Jetzt wird's ernst – eure Idee wird Wirklichkeit!  
Im nächsten Schritt setzt ihr euer Projekt um – mit Unterstützung oder in Eigenregie.

### Ihr habt jetzt:

- eine klare Projektidee,
- eine Zielgruppe,
- ein Ziel, das ihr mit eurem Projekt erreichen wollt,
- konkrete Inhalte und Gestaltungsideen,
- einen Plan für Materialien, Werkzeuge und Räume,
- und: euren Prototyp.

Jetzt kann's losgehen!



# 5.1 PROJEKTKOMMUNIKATION

## Jetzt zeigt ihr, was ihr könnt!

Am Ende des Design-Thinking-Prozesses wird eure Idee präsentiert – ein wichtiger Moment, um andere zu überzeugen und Feedback zu sammeln.

Wen wollt ihr mit eurer Idee erreichen?

Wer soll begeistert sein und mithelfen, sie umzusetzen?

SCHULGEMEINSCHAFT

PERSONEN IN DER  
NACHBARSCHAFT

FÖRDER:INNEN

FREUND:INNEN

KOOPERATIONSPARTNER:INNEN

KUND:INNEN

LEHRER:INNEN

...

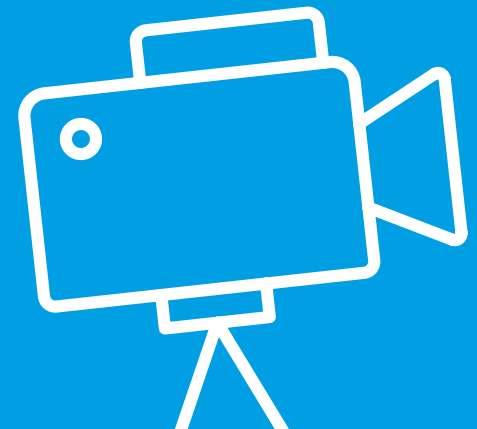
## Tipp:

Unter folgendem [Link](#) findet ihr das **Handbuch Präsentieren**. In diesem Handbuch könnt ihr vielfältige Präsentationsformen entdecken und euch bei der Entwicklung einer überzeugenden Präsentation unterstützen lassen.

Erstellt eine Präsentation eurer Projektidee.

Entscheidet euch für eine Präsentationsform, die sich eignet, um eure Idee zu kommunizieren. Erstellt anschließend die Präsentation und übt das Präsentieren, um euer Projekt klar und deutlich vorzustellen.

Eine gute Präsentation hilft euch dabei, Unterstützer:innen zu gewinnen und euer Projekt umzusetzen.



Es gibt viele Wege, eure Idee überzeugend zu präsentieren.  
Sucht die Form, die am besten zu eurem Projekt passt!

## ROLLENSPIEL

Spielt eine Szene nach, in der euer Prototyp im Alltag genutzt wird – so wird eure Idee direkt erlebbar.

## PLAKAT

Fasst die wichtigsten Infos (Problem, Zielgruppe, Idee, Umsetzung) mit Bildern und wenig Text übersichtlich zusammen.



## VIDEO

Zeigt in 1–2 Minuten, wovon euer Projekt handelt, wer eure Zielgruppe ist, welches Problem ihr mit eurer Idee löst und wie euer Prototyp funktioniert – gerne als spannende Geschichte.

## Erstellt eine Präsentation, die zeigt:

- Wer ist eure Zielgruppe?
- Welches Problem löst ihr – und wie?
- Was sind die nächsten Schritte zur Umsetzung?

Macht eure Idee sichtbar, stark – und bereit für den nächsten Schritt!

## 5.2 NACHBEREITUNG

Damit eure Idee Realität wird und euer Projekt umgesetzt werden kann, braucht es konkrete nächste Schritte. **Dazu gehören:**

### Was wird benötigt?

z. B. Räume in der Schule, Material, Finanzierung, Zeit, Unterstützung durch Lehrkräfte, Gemeinde oder Partner:innen

### Wer kann helfen?

z. B. Förder:innen, Mitschüler:innen, Vereine, lokale Betriebe

### Welche Aufgaben stehen an?

z. B. Antrag stellen, Raum organisieren, Materialien beschaffen, Partner:innen kontaktieren

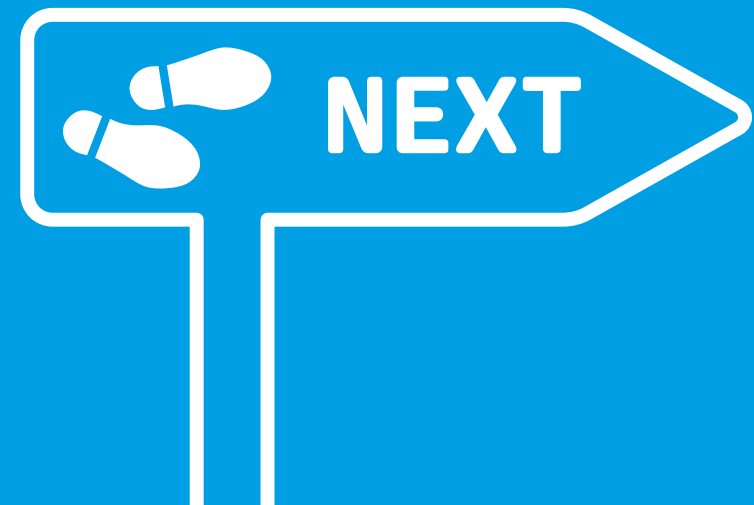
Nutzt die Tabelle in der folgenden Übung, um eine Übersicht zu erstellen. So behaltet ihr den Überblick – und kommt eurer Projektumsetzung Schritt für Schritt näher!





## Was sind eure nächsten Schritte?

Verwendet die Tabelle und den Zeitstrahl, um euch zu organisieren und eine Übersicht zu erstellen, wer von euch welche Aufgaben übernimmt und bis wann.



# 5B ÜBUNG 20🕒

Verteilt die Aufgaben:

Was ist zu tun?	Wer macht das?	Bis wann?	Was ist zu beachten?

Quelle: Startup Zukunft! Ideenlabs | Deutsche Kinder- und Jugendstiftung

# 5B ÜBUNG 10🕒

Markiert eure Aufgaben auf dem Zeitstrahl.



Eure Idee ist bereit!

**Ihr habt den kompletten Design-Thinking-Prozess durchlaufen:**

- ☒ ein Thema identifiziert,
- ☒ eine Zielgruppe definiert,
- ☒ kreative Ideen entwickelt und die beste ausgewählt,
- ☒ einen Prototyp gebaut und getestet,
- ☒ und eine Präsentation eures Projekts erstellt und geübt.



Jetzt habt ihr alles, was ihr braucht, um euer Projekt in die Realität umzusetzen!  
Also: Packt es an. Vertraut auf eure Stärken und holt euch Unterstützung, wo ihr sie braucht.

**Let's go – realisiert eure Idee!**



# PROJEKTBEISPIELE ANDERER SCHÜLER:INNEN

## PRODUKTE

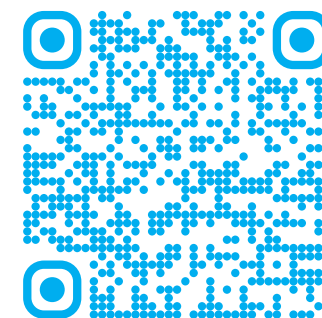
- Upcycling-Produkte
- Produkte aus bestimmten Materialien (Bienenwachs,...)
- (Schul)Kleidung
- Produkte aus lokalen Ressourcen (Apfelsaft, Honig,...)
- Fairtradekiosk
- Naturkosmetik
- Möbel
- ...

## DIENSTLEISTUNGEN

- Reparatur- und Verleihservice
- Handwerkliche Dienstleistungen und Renovierungstätigkeiten
- Garten- und Landschaftsbau
- Shop / Kiosk / Umweltladen
- Gastro / Schulbistro
- Filmproduktion
- Produktion von Social-Media-Inhalten
- Nähwerkstatt
- Grafikbüro
- Vermietung, Verkauf und Ausstellung von Kunstwerken
- Bodenanalyse
- Printshop & Druckwerkstatt

## AKTIONEN

- Workshops & Kurse (Multimedia, Fotografie,...)
- Konzerte
- Aktionen im öffentlichen Raum
- Stadtführungen
- Freizeitangebote
- ...



Beispiele der Markenwerte

Liebe Schüler:innen, liebe Lehrer:innen,  
als Team habt ihr mit vielen praktischen Übungen  
den konzeptionellen und gestalterischen Prozess  
der Ideenentwicklung durchlaufen – das ist eine  
großartige kreative Leistung!

Wir hoffen, dass ihr nun gut  
vorbereitet seid für die  
Realisierung eurer Idee und  
wünschen euch viel Erfolg  
bei der konkreten Umsetzung  
eures Projekts!

Mehr Informationen findet  
ihr unter [www.markenwarte.de](http://www.markenwarte.de)



Die 2011 gegründete Stiftung Deutsches Design Museum fördert das Bewusstsein für Design als integralen Bestandteil von Bildung, Kultur, Wissenschaft und Wirtschaft. Mit unserer Bildungs- und Kulturinitiative ENTDECKE DESIGN organisieren wir bundesweit Design-Workshops für Schüler:innen und Fortbildungen für Lehrende, um für Design und den Design-Thinking-Prozess zu begeistern und ein interdisziplinäres Designverständnis zu fördern.

Die Stiftung unterstützt Schulen und Lehrende bei der Integration von Design in den Unterricht und fördert die kreative Entwicklung von Schüler:innen. Unsere praxiserprobten Konzepte werden dafür in Handreichungen aufgearbeitet und mithilfe von engagierten Multiplikator:innen nachhaltig in Schulen verankert. Gemeinsam mit Lernenden und Lehrenden, Bildungseinrichtungen und Kooperationspartner:innen entwickeln wir fortwährend Konzepte für die bewusste Gestaltung aktueller Themenbereiche.

Mehr Informationen zur Stiftung unter [www.deutschesdesignmuseum.de](http://www.deutschesdesignmuseum.de)

Weiteres Unterrichtsmaterial unter [www.designwissen.net](http://www.designwissen.net)

Weitere Informationen zur Markenwarte unter [www.markenwarte.de](http://www.markenwarte.de)

Dieses Handbuch entstand im Rahmen der MARKENWARTE, ein Projekt der Stiftung Deutsches Design Museum und der Dr. Hans Riegel-Stiftung.



Stiftung Deutsches Design Museum  
Friedrich-Ebert-Anlage 49  
60308 Frankfurt am Main  
[info@deutschesdesignmuseum.de](mailto:info@deutschesdesignmuseum.de)  
[www.deutschesdesignmuseum.de](http://www.deutschesdesignmuseum.de)



DR. HANS RIEGEL-STIFTUNG

Dr. Hans Riegel-Stiftung  
Joseph-Beuys-Allee 14  
53113 Bonn  
[info@hans-riegel-stiftung.com](mailto:info@hans-riegel-stiftung.com)  
[www.hans-riegel-stiftung.com](http://www.hans-riegel-stiftung.com)

[Handbuch Ideenentwicklung](#) ©2025  
von [Stiftung Deutsches Design Museum](#)  
ist lizenziert unter [CC BY-SA 4.0](#) 