Archetypische Phasen des Designprozesses

Link to English version.

Der Designprozess wird im Rahmen des Studiums oftmals bei Semesterprojekten in die aufeinanderfolgenden, aber dynamisch gestalteten Phasen *Discover!* , *Ideate!* , *Make!* und *Expose!* unterteilt. Diese Struktur bietet eine Orientierung über den Verlauf des Projekts, soll jedoch nicht als starres lineares Modell verstanden werden. Vielmehr können einzelne Phasen je nach individuellem Fortschritt, Erkenntnisgewinn oder Projektanforderungen iterativ wiederholt werden. Das Semester ist also als dynamischer Prozess angelegt, der Flexibilität und kreatives Arbeiten fördert. Ziel ist es, durch kontinuierliche Reflexion und Anpassung innovative, wirkungsvolle und sinnvolle Lösungen zu entwickeln. Der iterative Ansatz ermöglicht es, Erkenntnisse aus späteren Phasen aktiv auf frühere Projektschritte rückzubeziehen und den eigenen Gestaltungsansatz fortlaufend zu verfeinern.

Im Folgenden werden die archetypischen Phasen des Designprozesses beschrieben, jeweils verortet innerhalb des Semesteraufbaus.

Definition des Problems oder der Herausforderung (Discover!)

Zu Beginn des Projekts steht die Definition des Problems oder der Herausforderung im Vordergrund. In der *Discover!* -Phase geht es darum, die Fragestellung präzise zu verstehen, Anforderungen zu formulieren und Ziele klar zu benennen. Dabei werden die Bedürfnisse der Zielgruppe ebenso berücksichtigt wie Rahmenbedingungen und Einschränkungen.

Diese Phase umfasst intensive Auseinandersetzungen mit dem Projektkontext. Stakeholder-Analysen, erste Hypothesen und die genaue Problemstrukturierung gehören dazu. Nur durch ein fundiertes Problemverständnis lassen sich nachhaltige und relevante Lösungen entwickeln.

Eine sorgfältige Definition der Ausgangslage dient zugleich als Ankerpunkt für spätere Reflexions- und Evaluationsschritte innerhalb des iterativen Arbeitsprozesses.

Recherche und Analyse (Discover!)

Die Phase der Recherche und Analyse schließt direkt an die Problemdefinition an und bleibt Teil der *Discover!* -Phase. Ziel ist es, umfassende Informationen zu sammeln und zu strukturieren, um ein fundiertes Verständnis der Aufgabenstellung und ihres Umfelds zu gewinnen.

Hierzu gehören Methoden wie Nutzerforschung, Markt- und Trendanalysen, Wettbewerbsbeobachtungen oder das Erstellen von Personas und Customer Journeys. Der Blick richtet sich auf vorhandene Lösungen ebenso wie auf soziale, technologische oder kulturelle Entwicklungen, die das Thema beeinflussen.

Erkenntnisse aus der Analysephase bilden eine wesentliche Grundlage für die Entwicklung von Ideen und Konzepten und können im Laufe des Semesters durch zusätzliche Recherchen ergänzt und vertieft werden, wenn neue Fragestellungen auftauchen.

Ideenfindung (Ideate!)

Die *Ideate!* -Phase eröffnet Raum für kreatives Denken und die Erarbeitung vielfältiger Lösungsansätze. Hier wird der divergente Denkraum bewusst erweitert, indem verschiedene Ideen ohne frühzeitige Bewertung entwickelt werden.

Kreativitätstechniken wie Brainstorming, 6-3-5-Methode, SCAMPER oder Mind Mapping unterstützen den kreativen Prozess. Ziel ist es, ein breites Spektrum an Möglichkeiten zu erfassen, neue Verbindungen herzustellen und ungewöhnliche Perspektiven einzunehmen.

Erste grobe Skizzen, Modelle oder Szenarien helfen dabei, Ideen sichtbar zu machen. Die Ideate!-Phase kann mehrmals durchlaufen werden, insbesondere wenn sich im weiteren Verlauf neue Erkenntnisse ergeben oder bestehende Ansätze hinterfragt werden müssen.

Entwurfsentwicklung (Make!)

Nach der Ideenfindung beginnt mit der *Make!* -Phase die gezielte Entwicklung und Ausarbeitung ausgewählter Konzepte. Hier werden Ideen konkretisiert, in Skizzen, Modellen oder digitalen Entwürfen ausgearbeitet und auf ihre Machbarkeit hin überprüft.

Scheme Design und Detailed Design bilden die beiden Ebenen dieser Phase: Zunächst wird das Grundkonzept in funktionalen und gestalterischen Grundzügen entwickelt, später erfolgt die detaillierte Ausarbeitung von Materialien, Oberflächen, Interaktionen oder technischen Details.

Prototyping spielt in dieser Phase eine zentrale Rolle. Unterschiedliche Prototypentypen – von Quick-and-Dirty-Prototypen über Funktions- bis zu Look-Like-Prototypen – helfen dabei, Annahmen zu testen und Gestaltungslösungen iterativ weiterzuentwickeln.

Bewertung und Auswahl (Make!)

Innerhalb der *Make!* -Phase erfolgt auch die Bewertung und Auswahl der entwickelten Lösungen. Tests, Feedback-Runden, Expertengespräche oder Peer-Reviews helfen dabei, Stärken und Schwächen der Entwürfe zu erkennen.

Systematische Evaluationen, Nutzerfeedback oder Kriterienkataloge unterstützen dabei, die geeignetste Variante zu identifizieren und weiter auszuarbeiten. Gleichzeitig kann sich hier zeigen, dass einzelne Ansätze angepasst, kombiniert oder verworfen werden müssen.

Die Bewertung dient nicht der endgültigen Entscheidung, sondern dem kontinuierlichen Optimieren und Verfeinern der Gestaltungsrichtung im Sinne eines lernenden Prozesses.

Umsetzung (Make!)

Die konkrete Umsetzung – ebenfalls Teil der *Make!* -Phase – umfasst die vollständige Ausarbeitung des finalen Entwurfs. Je nach Projektart können dies physische Produkte, digitale Interfaces, Services oder hybride Systeme sein.

Hierbei werden finale Materialien, Technologien und Produktionsprozesse berücksichtigt. Gleichzeitig werden Präsentationsmittel vorbereitet, die für die spätere Phase Expose! benötigt werden, wie z.B. Modelle, Demonstratoren oder digitale Visualisierungen.

Die Umsetzung erfordert enge Abstimmung zwischen Design, Technik und Kommunikation. Die Qualität der Umsetzung trägt entscheidend dazu bei, die Idee überzeugend und nachvollziehbar zu präsentieren.

Überprüfung und Iteration (Expose!)

Die *Expose!* -Phase dient der Sichtbarmachung und Überprüfung der entwickelten Lösung. Durch Dokumentationen, Zwischenpräsentationen oder erste Testeinsätze wird das Design kommuniziert, reflektiert und evaluiert.

Ziel ist es, nicht nur die Gestaltung überzeugend zu präsentieren, sondern auch gezielt Feedback einzuholen, um daraus weitere Entwicklungsschritte abzuleiten. Rückmeldungen können sowohl Bestätigungen als auch neue Herausforderungen aufzeigen.

Da das Semester als dynamischer, iterativer Prozess konzipiert ist, wird das Expose! nicht als Abschluss verstanden, sondern als Teil eines offenen Lern- und Weiterentwicklungsprozesses. Überarbeitungen und neue Iterationsschleifen sind ausdrücklich vorgesehen, um die Qualität und Relevanz der Gestaltung kontinuierlich zu steigern.

Der Designprozess folgt nicht einem starren, linearen Ablauf, sondern ist geprägt von iterativen Schleifen. Die nachfolgenden Phasen beschreiben typische Stationen eines Designprojekts, die jedoch in der Praxis häufig mehrfach durchlaufen, angepasst und weiterentwickelt werden. Erkenntnisse aus späteren Phasen können dazu führen, frühere Schritte erneut aufzugreifen, Problemdefinitionen zu präzisieren oder neue Ideen zu entwickeln.

Iteration ist ein zentrales Prinzip im Design: Sie ermöglicht es, schrittweise zu lernen, auf neue Informationen zu reagieren und die Qualität sowie die Nutzerzentrierung der Lösungen kontinuierlich zu verbessern. Der Prozess wird damit zu einem dynamischen System aus Erkunden, Gestalten, Testen und Anpassen – mit dem Ziel, am Ende ein möglichst passgenaues, wirkungsvolles Ergebnis zu erreichen.

Definition des Problems oder der Herausforderung

Der Designprozess beginnt mit der präzisen Definition des Problems oder der Herausforderung, die bearbeitet werden soll. Diese Phase ist entscheidend, da sie den gesamten Verlauf des Projekts beeinflusst. Es gilt, nicht vorschnell in Lösungsideen zu springen, sondern zunächst die Fragestellung differenziert zu verstehen und klar einzugrenzen. Dabei spielen sowohl funktionale als auch emotionale, soziale oder kulturelle Aspekte des Problems eine Rolle.

Ein zentrales Element dieser Phase ist das Sammeln und Formulieren von Anforderungen, Zielsetzungen und Einschränkungen. Wer ist die Zielgruppe? Welche Bedürfnisse, Erwartungen oder Herausforderungen hat sie? Welche Rahmenbedingungen müssen beachtet werden – etwa technische, wirtschaftliche, zeitliche oder ethische? Eine präzise Definition dieser Aspekte schafft die

Grundlage für eine zielgerichtete Weiterentwicklung im Designprozess.

Darüber hinaus wird in dieser Phase oftmals ein sogenanntes Problemverständnismodell erstellt – also eine strukturierte Darstellung der Ausgangslage, möglicher Einflussfaktoren und relevanter Akteure. Diese Perspektivklärung kann mithilfe von Methoden wie Stakeholder-Mapping, Problembaum-Analysen oder Design Challenges erfolgen. Sie dient dazu, ein geteiltes Verständnis innerhalb des Teams zu schaffen und den Blick auf das tatsächliche Bedürfnis – nicht nur die sichtbaren Symptome – zu richten.

Recherche und Analyse

Sobald das Problem definiert ist, folgt eine intensive Auseinandersetzung mit dem relevanten Kontext. In der Recherche- und Analysephase werden Informationen gesammelt, die das Problemfeld aus verschiedenen Perspektiven beleuchten. Dies kann die Analyse von Märkten, Zielgruppen, vergleichbaren Produkten oder gesellschaftlichen Trends umfassen.

Eine zentrale Rolle spielt hier die Nutzerforschung. Durch Interviews, Beobachtungen, Umfragen oder ethnografische Methoden wird versucht, tiefere Einsichten in das Verhalten, die Bedürfnisse und Motivationen der Menschen zu gewinnen, für die das Design gedacht ist. Wichtig ist dabei nicht nur, was Nutzer*innen sagen, sondern auch, was sie tun – daher sind qualitative, kontextnahe Methoden besonders wertvoll.

Auch analytische Tools wie SWOT-Analysen, Personas, Customer Journeys oder Systemdiagramme können dabei helfen, die Komplexität des Designkontextes zu erfassen und zu strukturieren. Ziel dieser Phase ist es, auf einer soliden Wissensbasis erste Hypothesen über mögliche Lösungsrichtungen zu entwickeln, die später in der Ideenphase konkretisiert werden können.

Ideenfindung (Ideenentwicklung)

In dieser Phase wird der kreative Spielraum bewusst geöffnet: Ziel ist es, möglichst viele unterschiedliche Lösungsansätze zu generieren, ohne diese sofort zu bewerten oder einzuschränken. Die Ideenfindung basiert auf dem Prinzip der Divergenz – Vielfalt und Perspektivenreichtum stehen im Vordergrund.

Kreativitätstechniken wie Brainstorming, 6-3-5-Methode, SCAMPER oder Mind Mapping fördern die assoziative, experimentelle Annäherung an das Problem. Besonders in interdisziplinären Teams entstehen durch den Austausch verschiedener Sichtweisen oft überraschende und innovative Ideen. Hier können auch analoge Inspirationsquellen, visuelle Materialien oder “What-if”-Fragen unterstützend wirken.

Wichtig ist in dieser Phase auch, den Übergang von abstrakten Ideen hin zu ersten greifbaren Skizzen oder Prototypen zu ermöglichen – sogenannte “low fidelity”-Prototypen. Diese dienen nicht zur technischen Prüfung, sondern helfen dabei, Ideen sichtbar zu machen und in der Gruppe weiterzuentwickeln. Die Quantität steht im Vordergrund – Auswahl und Bewertung erfolgen erst in der nächsten Phase.

Entwurfsentwicklung

Nachdem eine Vielzahl von Ideen generiert wurde, beginnt die Phase der Verdichtung und Weiterentwicklung. Hier geht es darum, vielversprechende Ansätze auszuwählen, zu kombinieren und gezielt in konkrete Designlösungen zu überführen. Diese Phase markiert den Übergang von konzeptuellen zu greifbaren, detaillierteren Entwürfen.

Designentscheidungen werden in Skizzen, Modellen, Simulationen oder digitalen Visualisierungen festgehalten. Ziel ist es, die Form, Funktion, Materialität, Interaktion und Nutzungsszenarien der Ideen zu konkretisieren. Methoden wie Storyboarding, Wireframing, CAD-Modelle oder physische Prototypen kommen zum Einsatz. Der iterative Charakter bleibt dabei zentral: Entwürfe werden laufend angepasst und weitergedacht.

In dieser Phase wird außerdem zunehmend auf Machbarkeit, Umsetzbarkeit und Kontexteinflüsse geachtet. Aspekte wie Ergonomie, Nachhaltigkeit, Herstellbarkeit oder Markenwirkung fließen in die Ausarbeitung mit ein. Auch erste Tests mit Nutzer*innen oder Expert*innen sind hilfreich, um Feedback zur Gestaltung frühzeitig einzuarbeiten.

Bewertung und Auswahl

Nach der Ausarbeitung verschiedener Designoptionen folgt eine Phase der systematischen Bewertung. Ziel ist es, herauszufinden, welche Lösung die gesetzten Anforderungen am besten erfüllt – bezogen auf Funktionalität, Nutzerzentrierung, Umsetzbarkeit und Wirkung.

Bewertet wird in der Regel mithilfe von Kriterienkatalogen, Priorisierungsmethoden oder Punktesystemen. Gleichzeitig spielen qualitative Bewertungen durch Nutzerfeedback, Expertengutachten oder Testdurchläufe eine zentrale Rolle. Methoden wie Nutzertests, Think-Aloud-Protokolle, Usability Walkthroughs oder gestützte Interviews kommen hier zum Einsatz.

Entscheidend in dieser Phase ist es, nicht nur eine “beste” Lösung zu identifizieren, sondern auch Unsicherheiten zu benennen und mögliche Alternativen zu berücksichtigen. Die Bewertung kann auch zu einer Rückkopplung mit früheren Phasen führen – etwa wenn sich zeigt, dass bestimmte Annahmen revidiert werden müssen. So wird der Designprozess zum lernenden System.

Umsetzung (Implementierung)

In der Umsetzungsphase wird das gewählte Design in die Realität überführt. Dies kann ganz unterschiedliche Formen annehmen – vom Bau eines physischen Produkts über die Entwicklung einer Softwarelösung bis hin zur Inszenierung eines Services oder einer Kommunikation.

Technische Umsetzungsschritte wie Materialauswahl, Fertigung, Programmierung oder Layout gehören ebenso dazu wie Abstimmungen mit Partnern, Produktionsstätten oder Projektbeteiligten. Diese Phase erfordert häufig enge Zusammenarbeit zwischen Designer*innen, Ingenieur*innen, Entwickler*innen und weiteren Fachbereichen. Dokumentation, Planung und Kommunikation sind hier besonders wichtig.

Parallel kann auch die finale Ausgestaltung im Detail erfolgen – etwa bei der Auswahl von Farben, Typografie, Interaktionen oder Verpackung. Das Design wird auf den “letzten Metern” präzisiert und finalisiert. Ziel ist es, ein stimmiges, funktionierendes und den Anforderungen entsprechendes

Ergebnis zu liefern.

Überprüfung und Iteration

Nach der Implementierung endet der Designprozess nicht. Die finale Phase dient der Reflexion, Überprüfung und gegebenenfalls Weiterentwicklung der Lösung. Ziel ist es, die reale Wirkung des Designs zu evaluieren und auf Rückmeldungen zu reagieren.

Dies kann durch Nutzungsbeobachtungen, Interviews, Evaluationen oder statistische Daten erfolgen. Wurden die ursprünglichen Ziele erreicht? Entspricht das Ergebnis den Erwartungen der Nutzer*innen? Welche Verbesserungspotenziale zeigen sich im Einsatz? Eine offene, lernorientierte Haltung ist hier entscheidend.

In vielen Fällen führen die Ergebnisse dieser Überprüfung zu weiteren Iterationen. Verbesserungen, neue Anforderungen oder technologische Veränderungen machen es notwendig, das Design anzupassen oder weiterzuentwickeln. Iteratives Arbeiten bedeutet, dass Gestaltung als kontinuierlicher Prozess verstanden wird – nicht als abgeschlossener Zustand.

From:
https://wiki.ct-lab.info/ - **Creative Technologies Lab | dokuWiki**

Permanent link:
https://wiki.ct-lab.info/doku.php/teaching:designphasen?rev=1745922745

Last update: **2025/04/29 10:32**