

Dein PUNK How-to-Storyboard

Das braucht deine Geschichte.

Damit du eine gute Geschichte erkennst bzw. selbst eine pointierte Geschichte entwickeln kannst, haben wir mal was vorbereitet: ein kleines How-to-Storyboard in vier Schritten.

Der lila markierte Text ist eine unserer Lieblingsgeschichten, mit der wir immer wieder gern die Kraft guter Stories (und nebenbei auch das Potenzial eines Design Thinking Prozesses) veranschaulichen. Für ein besseres Verständnis setzen wir mit dieser Story also jeden einzelnen Schritt direkt um.

Du brauchst für deine Story ...

01.

Einen Helden

Um wen geht es in deiner Geschichte? Der Protagonist kann ein Mensch, ein Tier, eine Märchenfigur, aber auch ein Unternehmen, ein Produkt oder ein Service sein. Es ist auf jeden Fall etwas, das in der Welt etwas bewegen oder verändern möchte.

In unserem Fall ist es Doug Dietz, Produktdesigner bei HE Healthcare.

02.

Ein Ziel

Jeder Protagonist braucht ein klares Ziel. Denn nur dann bewegt sich eine Geschichte auch in eine klare, nachvollziehbare Richtung. Das können Projekte, Aufgaben oder Herausforderungen im Allgemeinen sein.

Doug Dietz hatte die Aufgabe, ein neues MRT-Gerät zu entwerfen. Ist ihm auch gelungen. Dafür hat er sogar diverse Auszeichnungen bekommen. Nachdem der letzte Pokal seinen Weg ins Regal gefunden hat, wollte er seine Maschine im Einsatz sehen und machte sich dafür auf ins Krankenhaus. Und dann kam die Krise.

03.

Eine Veränderung

Das können Konflikte sein oder Hindernisse. Hier muss der Protagonist mit Rückschlägen umgehen, um sich zu verändern.

Im Krankenhaus angekommen beobachtete er nämlich dies: **weinende Kinder, die eine enorme Angst vor der großen Röhre hatten und vor den Aufnahmen deshalb sediert werden mussten.** Dietz empfand sein Design als gescheitert.

04.

Zielerreichung und Learnings

Wie hat der Protagonist den Konflikt gelöst oder die Hindernisse überwunden? Und was ist schließlich die Lehre, die der Protagonist aus seiner Herangehensweise oder seiner ersten Lösung gezogen hat?

Für die Entwicklung einer neuen Lösung entschied sich Doug Dietz für einen Design Thinking Prozess, bei dem es vor allem darum geht, mittels Empathie Erkenntnisse darüber zu gewinnen, was (in seinem Fall vor allem die kleinen) Patienten als Verbesserung eines MRT-Geräts empfinden würden. Ergebnis: Die neue Lösung sah keine technische Veränderung vor, aber ein Element, das wirksamer nicht hätte sein können: eine Geschichte. **Das MRT-Gerät ist nämlich von außen bemalt wie ein Piratenschiff, und das Pflegepersonal erzählt den Kindern während der Aufnahme die Geschichte einer Schatzsuche (es gibt neben dem technischen Manual sogar ein Drehbuch).** Dank dieser Geschichte müssen kaum noch Beruhigungsmittel verabreicht werden. Denn den Schatz gibt es nur, wenn sich die kleinen Piraten unter Deck auch ruhig verhalten und nicht bewegen. Die Piratenschiff-Story veränderte schließlich das gesamte MRT-Erlebnis und wurde für die Kids zum Abenteuer.

Die Lehre, die Doug Dietz aus diesem Prozess gezogen hat: Bevor man sich an die Arbeit eines neuen Entwurfs macht, sollte man erst einmal Daten sammeln: User befragen, die alte Anwendung beobachten und Interviews mit Patienten führen, um herauszufinden, welches Problem mit der neuen Lösung behoben werden soll. Kurz: **Design-Entwicklung ohne eine empathische Herangehensweise schafft keine relevanten Lösungen.**



Ein Held, ein Ziel, ein Hindernis, dessen Überwindung, eine Lehre – wir wünschen dir viel Erfolg bei deiner Story.