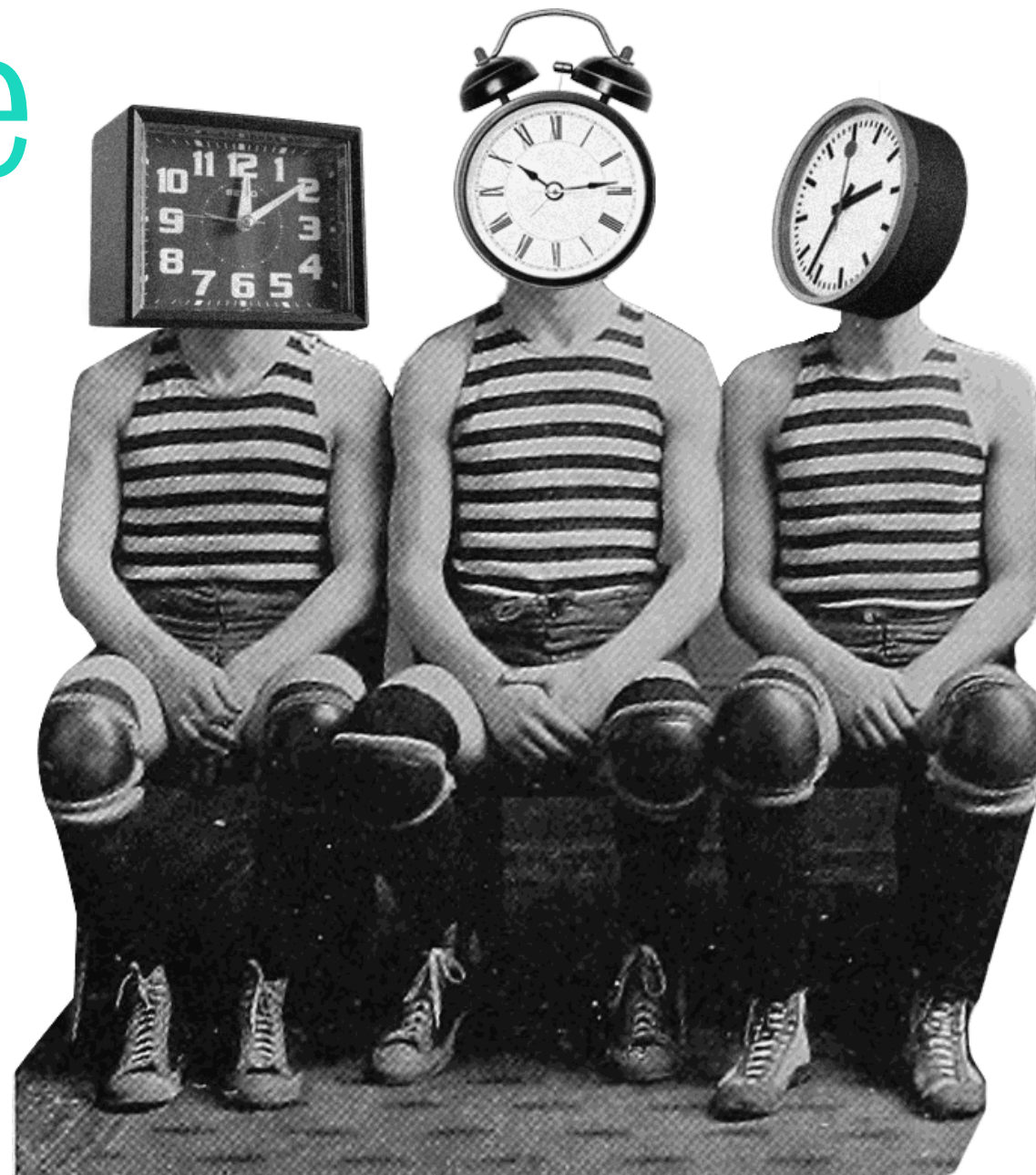


17.10.26

Design Thinking Formate für die Praxis

Trainings-Broschüre

Dark Horse
Innovation

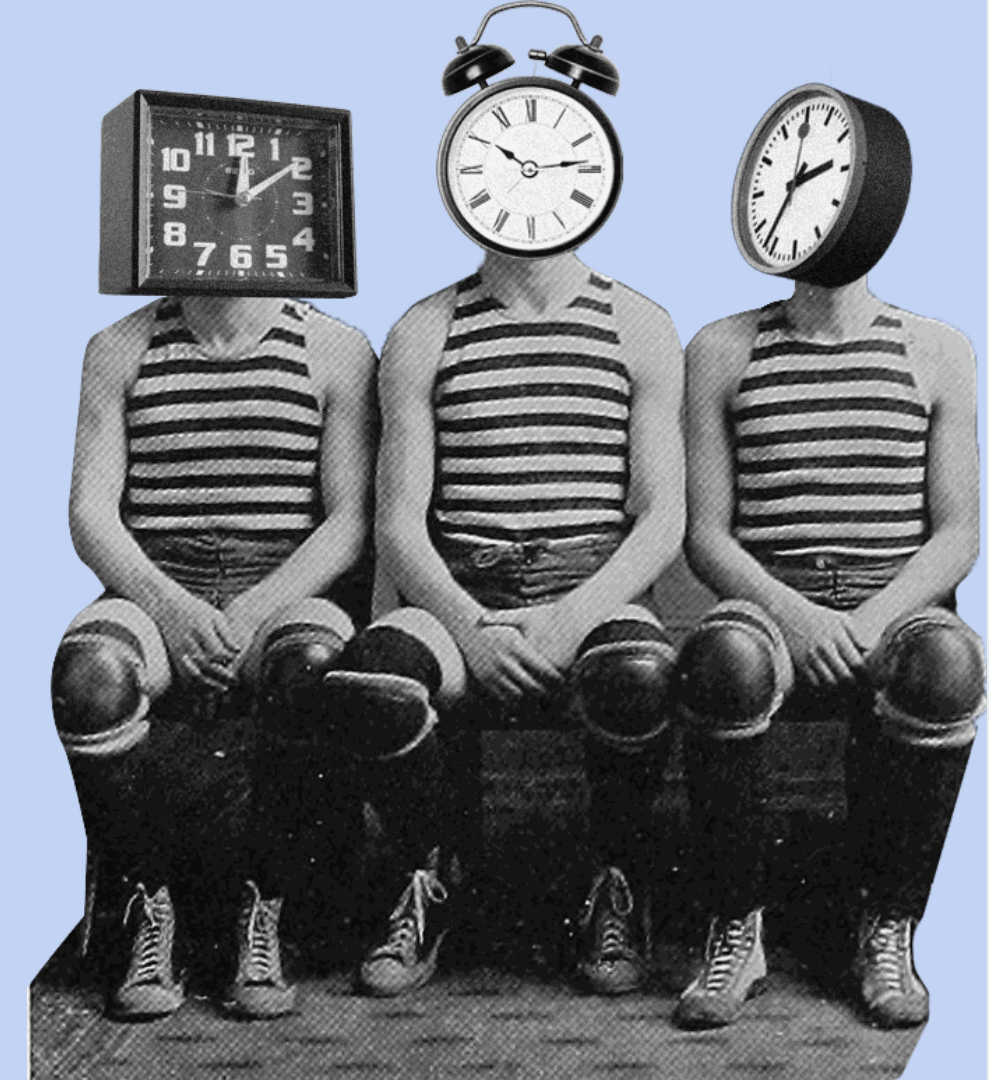


Design Thinking Formate für die Praxis

Anfragen klären und ein passendes Workshop-Format entwickeln.

„Wir möchten einen Design-Thinking-Workshop machen.“ Dahinter können sehr unterschiedliche Ziele stehen – vom Kennenlernen der Arbeitsweise bis zum Testen einer bestehenden Lösung. In diesem Kurs lernst du, solche Anfragen zu klären und ein passendes Format daraus zu entwickeln. Du verbindest Ziele, Teilnehmende und Rahmenbedingungen zu einem nachvollziehbaren Konzept.

📍 ONLINE ⌚ 3 × 4 STUNDEN 📅 TERMINE & BUCHUNG



Lernziele & Future Skills

- **Auftragsklärung:** Du machst aus einem unscharfen Wunsch klare Projekt- und Lernziele, Erwartungen, Stakeholder und eine Design Challenge
- **Begründete Formatwahl:** Du bestimmst mit Explore, Create und Evaluate den Einstiegspunkt und wählst das passende Format
- **Realistische Agenda:** Du übersetzt die Grobstruktur in einen Ablauf mit Methoden, Timing und erwarteten Ergebnissen
- **Eigenes Konzept:** Du präsentierst dein Format für einen echten Fall und schärfst es mit Feedback von Peers und Coaches

Mehrwert für die Organisation

- **Mehr Ergebnis aus jedem Workshop:** Teilnehmende setzen Innovationsformate gezielt dort ein, wo sie wirken
- **Geklärte Erwartungen:** Teilnehmende stimmen Ziel, Ergebnis und Grenzen eines Formats vorab mit Auftraggeber*innen ab
- **Wiederverwendbares Vorgehen:** Teilnehmende konzipieren weitere Formate schneller, von der Auftragsklärung bis zur Detailplanung

Zielgruppe

- Design Thinking Coaches & Facilitator*innen, interne Innovationsverantwortliche
- Berater*innen, Trainer*innen, HR & OE
- **Vorerfahrung:** Du hast Design-Thinking-Workshops bereits angeleitet oder aktiv begleitet

1 Kursangebot



■ WARUM DIESER KURS?

Warum der Kurs?

Ein gutes Design-Thinking-Format beginnt mit einem klaren Verständnis des Auftrags. Was soll erreicht werden? Wo steht das Projekt bereits? Wer muss beteiligt sein? Und wie viel lässt sich in der verfügbaren Zeit tatsächlich bearbeiten?

Vorher: Du kannst Methoden anleiten, aber bei der Frage „Wie baue ich daraus ein Format für diese Organisation?“ fängst du jedes Mal bei null an – und unterschätzt regelmäßig, wie viel Zeit die einzelnen Schritte brauchen.

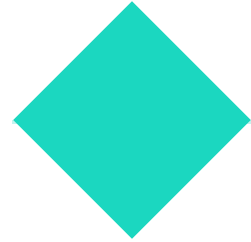
Nachher: Du hast ein Vorgehen, das du wiederverwenden kannst: von der Auftragsklärung über die Grobstruktur bis zur Detailplanung. Und du hast ein fertiges Konzept, das du direkt einsetzen kannst.

Der Kurs ist der dritte Baustein der modularen Design Thinking Coach Ausbildung und einzeln buchbar. Er verbindet das Methodenverständnis aus dem Methodentraining (advanced) und die Praxis aus „Design Thinking Facilitator“ mit der Fähigkeit, passende Formate zu entwickeln.



Modulübersicht

Die drei Online-Sessions folgen dem tatsächlichen Konzeptionsprozess. Du arbeitest möglichst an einem eigenen Vorhaben und entwickelst es zwischen den Sessions in je zwei bis drei Stunden Eigenarbeit weiter, abgestimmt mit deiner Lernpartnerin oder deinem Lernpartner.



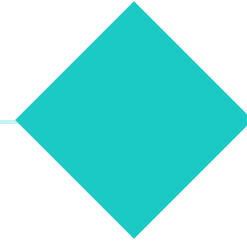
Modul 1

Auftragsklärung & Grobkonzeption

- Eigenen Fall vorstellen und prüfen, ob Design Thinking das passende Vorgehen ist
- Projekt- und Lernziele, Erwartungshorizont und Ergebnisse klären
- Stakeholder, Rollen und Ressourcen erfassen, Design Challenge formulieren
- Grobstruktur entwickeln, Peer-Review

FORMAT

4 Std. Online-Session · Remote



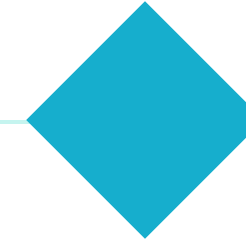
Modul 2

Formatwahl & Detailplanung

- Einstiegspunkt mit Explore, Create und Evaluate wählen
- Formatoptionen vom Impulsvortrag bis zum Sprint vergleichen und entscheiden
- Prozessdramaturgie bauen, Methoden mit Ergebnissen verbinden
- Timing und Realitätscheck, Peer-Feedback zur Agenda

FORMAT

4 Std. Online-Session · Remote



Modul 3

Umsetzungsvorbereitung & Vorstellung

- Rollen, Verantwortlichkeiten, Material und Logistik planen
- Risiken und Alternativrouten entwickeln
- Konzept vorstellen, Feedback zu Passung, Klarheit, Machbarkeit und Wirkung
- Überarbeitung und nächster Umsetzungsschritt

FORMAT

4 Std. Online-Session · Remote



■ METHODEN & INHALTE

Auszug zu Lerninhalten

Im Training arbeitest du mit Werkzeugen, die dich durch die Konzeption eines Formats führen. Ein Auszug:

- **Auftragsklärung:** Anlass, Wunsch und gewünschte Veränderung klären
- **Projekt- und Lernziele:** erkennen, wann ein Format zu viel will
- **Stakeholder- und Ressourcenübersicht:** Beteiligte, Zeit, Zugang zu Nutzer*innen
- **Design Challenge:** Orientierung geben, ohne eine Lösung vorzugeben
- **Explore, Create, Evaluate:** den passenden Einstiegspunkt bestimmen
- **Formatvergleich:** vom Impulsvortrag bis zum Sprint nach klaren Kriterien
- **Prozessdramaturgie:** ein Ablauf vom Ankommen bis zur Ergebnissicherung
- **Realitätscheck:** Timing, Pausen und Kürzungsoptionen prüfen
- **Risiken und Alternativrouten:** vorbereitet, wenn Nutzer*innen oder Entscheider*innen fehlen
- **Konzeptpräsentation:** Feedback aus Sicht von Auftraggeber*in, Nutzer*in und Co-Facilitator

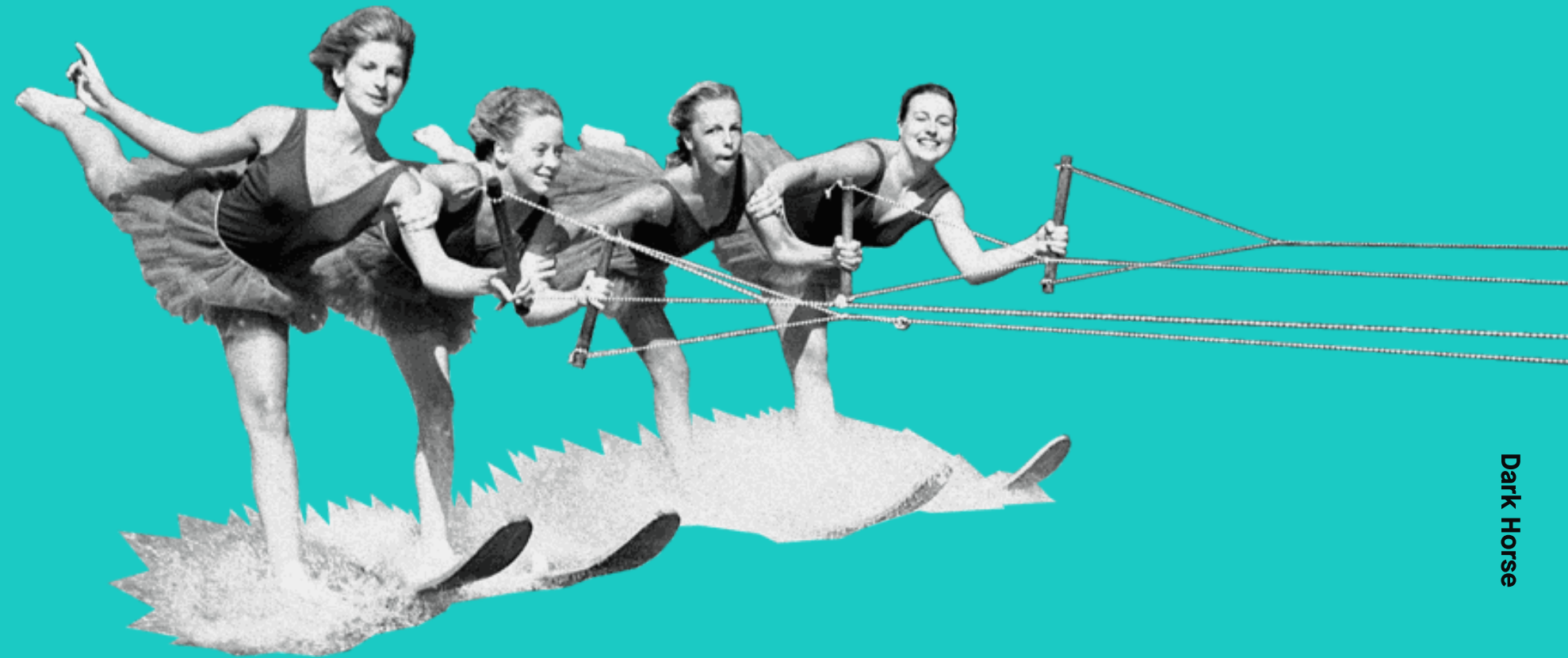
Das nimmst du mit:

Mit diesem Training stärkst du den Future Skill „Design & User Experience“ aus dem Bereich Innovationsfähigkeit. Nach dem Training machst du aus vagen Anfragen passende Formate mit klarem Ziel:

- **Strukturierter Ansatz:** Du klärst Aufträge und managst Erwartungen systematisch.
- **Eigene Design Challenge:** Formuliert für deinen Anwendungsfall.
- **Begründete Formatwahl:** Mit passendem Einstieg in den Prozess.
- **Konzeptentwurf:** Mit Zielen, Ablauf, Ressourcen und erwarteten Ergebnissen.
- **Klarheit über nächste Schritte:** Du kennst offene Fragen und Vorbereitungsschritte für die Umsetzung.
- **Design Thinking Playbook:** Dazu Vorlagen für Auftragsklärung, Agenda- und Materialplanung und ein Zertifikat.



2 Lernerfahrung



Unsere Lernkultur-Prinzipien.

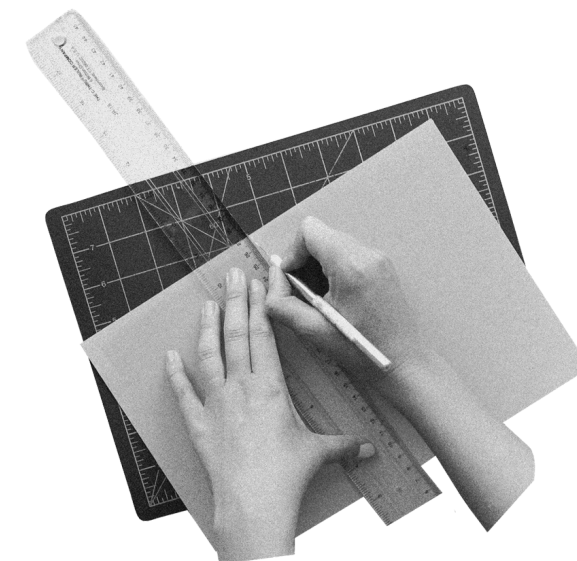
**Soziales
Lernen**



Reflexion



**Learning by
doing**



**Praxis für
Praxis!**



1 Lernen braucht sozialen Kontext.



Wir sind soziale Wesen und lernen dementsprechend im sozialen Kontext deutlich besser als alleine. Das liegt nicht nur am sozialen Gruppendruck (im positiven Sinne), sondern vor allem daran, dass wir uns durch Austausch und Interaktion viel besser Wissen aneignen und vertiefen können. Das ist gut belegt.

Deswegen schaffen wir in unseren Kursen diesen sozialen Kontext:

- durch wiederkehrende (kleine) Reflexions-Gespräche
- durch das Facilitieren von kleinen Lerngruppen (Triaden)

2 Lernen braucht Reflexion.

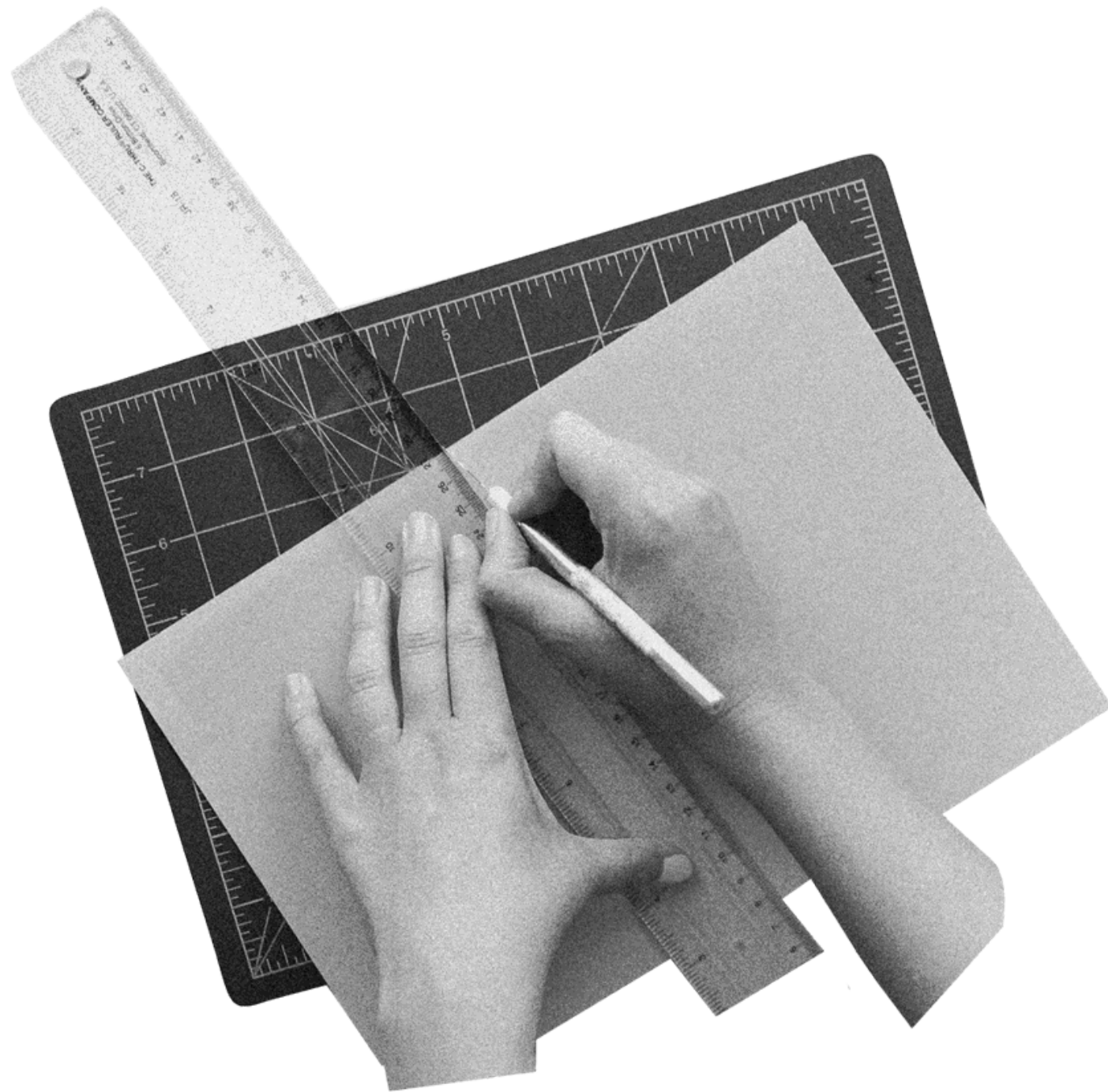


Unser Anspruch ist es nicht, Informationen an unsere Kurs-Teilnehmenden per Gießkanne zu verteilen. Unser Anspruch ist es, dass Teilnehmende sich nicht nur Wissen aneignen, sondern es auch in ihrem Alltag konkret anwenden können. Sonst verfehlen Trainings ihren Zweck – finden wir.

Deswegen unterstützen wir unsere Teilnehmenden dabei,

- regelmäßig zu reflektieren, wie sie die erlernten Methoden und Tools im eigenen Alltag integrieren können
- sich durch synchrone Gespräche gegenseitig zu inspirieren, wo und wie das Erlernte im Alltag anwendbar ist

3 Virtuelles Lernen braucht Learning by doing.

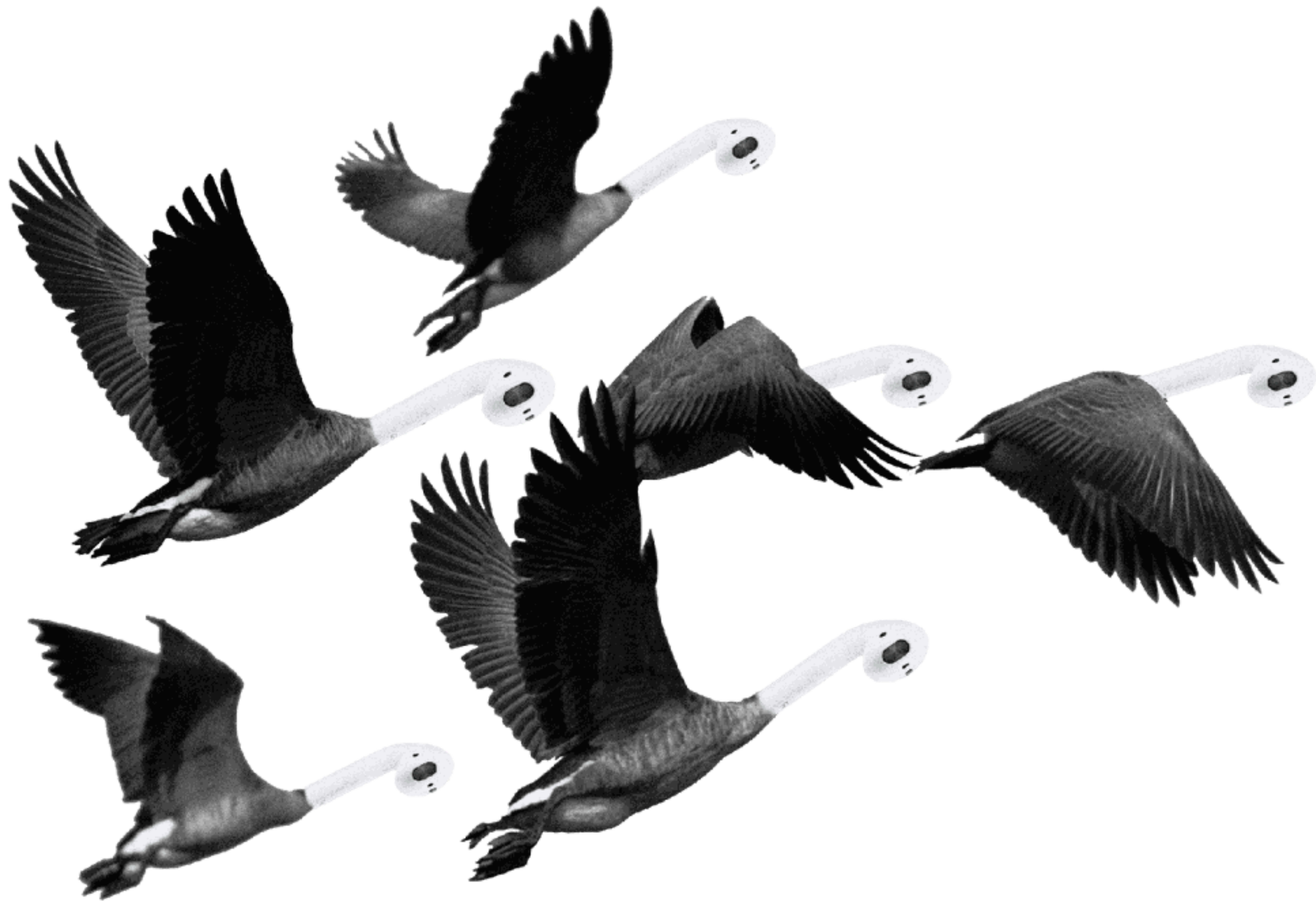


Wissensvermittlung per „Talking head“, die Monologe auf der Bühne, das liegt uns nicht. Moderne Wissensvermittlung bedeutet für uns, dass Teilnehmende sich Wissen aneignen, indem sie es einfach mal selber machen. Experimente statt Predigten, das ist eher unser Ding.

Deswegen legen wir in unseren Angeboten starken Fokus auf Übungsformate, die man interaktiv durchläuft:

- **Planspiele**, um Lerninhalte spielerisch selbst zu erleben
- **Interaktive Übungsformate**, um theoretisches Wissen sofort auszuprobieren und anzuwenden

4 Lernen braucht Praxis-Tauglichkeit.



Unsere Lernformate sind aus der Praxis für die Praxis gemacht. Unsere Trainer*innen sind allesamt in der Praxis aktiv und können dadurch viel praktische Erfahrung und Beispiele in unsere Lernformate mitbringen. Dadurch werden unsere Formate sehr pragmatisch und praxisorientiert.

So haben wir unsere Lernformate für beste Praxis-Tauglichkeit gestaltet:

- **Praxis-Trainer*innen** als Grundlage für Lernformate, die sich nah am operativen Alltag der Teilnehmenden orientieren
- **Praxis-Beispiele** für starken Bezug zu den Teilnehmenden und leichten Transfer in die eigene Alltagswirklichkeit

3 Deine Trainer*innen





■ PROFIL

Daniela Keizer

Arbeitsschwerpunkt: strategische & digitale Produkt- sowie Service-Entwicklung. Creative Consultant seit 13 Jahren. Leidenschaft für Nutzerzentrierung.

- Coaching „on the Job“ in Design Thinking, agiler Arbeitsweise & nutzerzentriertem Design seit 2010
- Durchführung DT-Workshops seit 2009, Konzeption Ausbildungsformate seit 2013
- Konzeption von Teamworkshops, Coaching, Workshop Facilitation

DESIGN THINKING

SERVICE DESIGN

FACILITATION





■ PROFIL

Laura Krentzlin

HPI-zertifizierte Design-Thinking-Expertin und Mediatorin – Laura verbindet methodische Expertise mit tiefem menschlichen Verständnis. Ihr Credo nach praktischen Erfahrungen in Innovationsteams bei Zalando & Co.: Kreative Ideen brauchen psychologische Sicherheit.

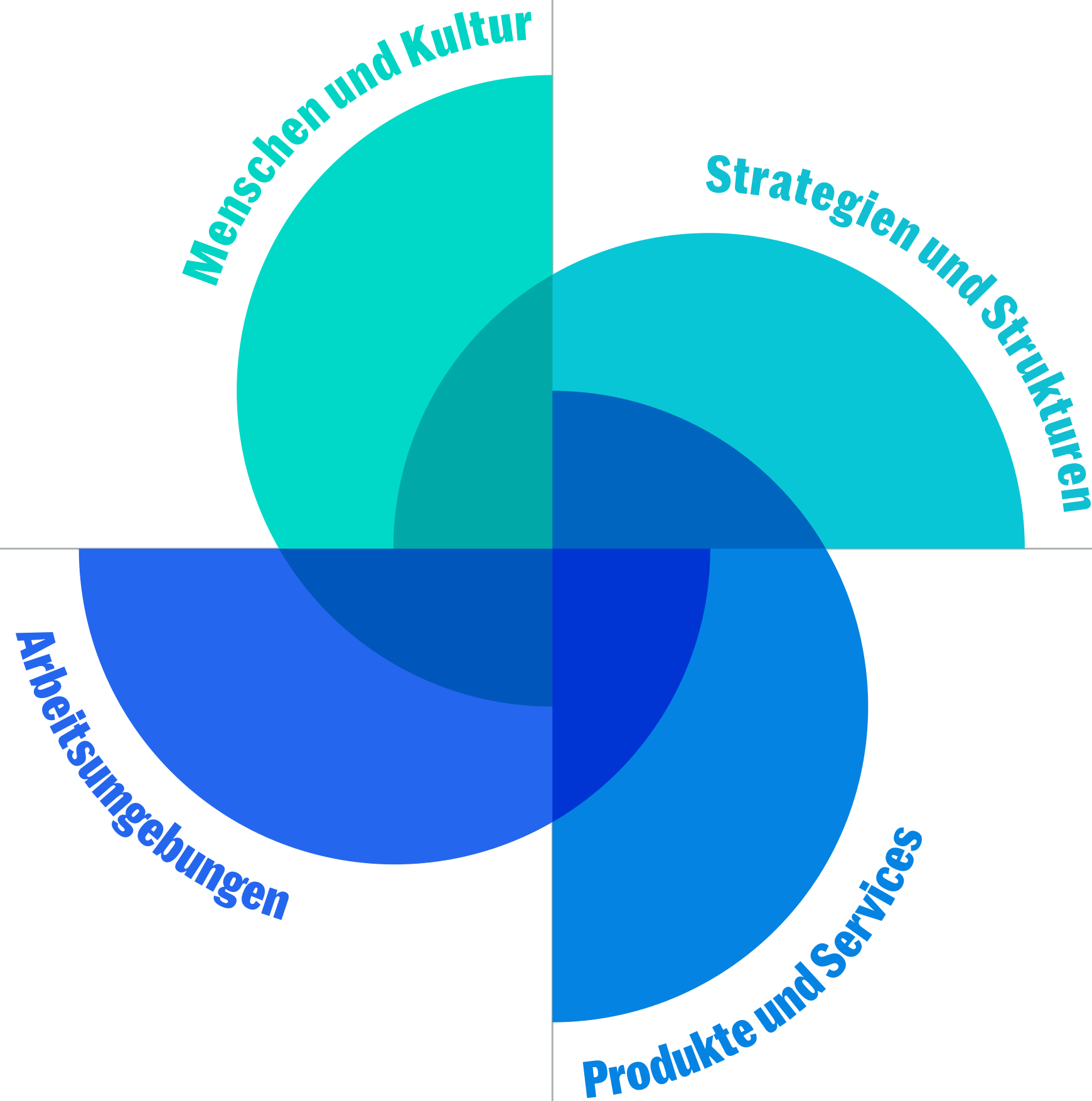
- Sie befähigt Teams, Nutzerbedürfnisse radikal zu verstehen und Konflikte in kreative Energie zu wandeln.

DESIGN THINKING

MEDIATION

4 Über Dark Horse





**Seit über 15 Jahren
helfen wir
Menschen und
Organisationen
ihre Zukunft zu
gestalten.**

Dark Horse: Wer wir sind



Dark Horse ist eine Strategie-, Organisations- und Innovationsberatung. Unser Geschäft sind die Unterschiede von heute und morgen und die Überzeugung, dass es notwendig und möglich ist, diese Unterschiede mitzugestalten, anstatt sich von ihnen überraschen zu lassen. Für uns ist Transformation mehr als eine Geschäftseinheit: Sie ist das Ergebnis einer ganzen Organisationskultur. Dark Horse ist konsequent unter der Prämisse der Innovationsfähigkeit gestaltet und entwickelt sich ständig weiter.

Wir helfen Unternehmen und Organisationen, sich neu zu erfinden: Das digitale Zeitalter revolutioniert die Welt, in der wir leben. Die Bedürfnisse der Konsument*innen und die Spielregeln des Wettbewerbs wandeln sich rasant, die Grenzen zwischen Marke, Produkt und Dienstleistung lösen sich auf. Es geht um Transformations-, Strategie- und Innovationsfähigkeit.

Unsere Erfahrungen mit Konzernen, mittelständischen Unternehmen sowie Verbänden und Stiftungen bringen wir systematisch in die Entwicklung unserer Workshop- und Projektformate, Vorträge und Beratungskonzepte ein.



Die Kompliz*innen: Zwei Dutzend für den Wandel



Unser Namedropping Slide



Über uns.

■ ZAHLEN & FAKTEN

Unsere Academy in Zahlen.

>15

Jahre alt.

>1000

Alumni

>50

Inhouse-
Trainings

4,9★

Teilnehmenden-
Zufriedenheit

■ DAS SAGEN ANDERE

Außenbild.

Dark Horse wurde mehrfach ausgezeichnet:

Capital

MOST INNOVATIVE COMPANIES
2020 · 2021 · 2022 · 2023
2024 · 2026

FOCUS

TOP CONSULTANTS
2021 · 2022 · 2023
2025 · 2026

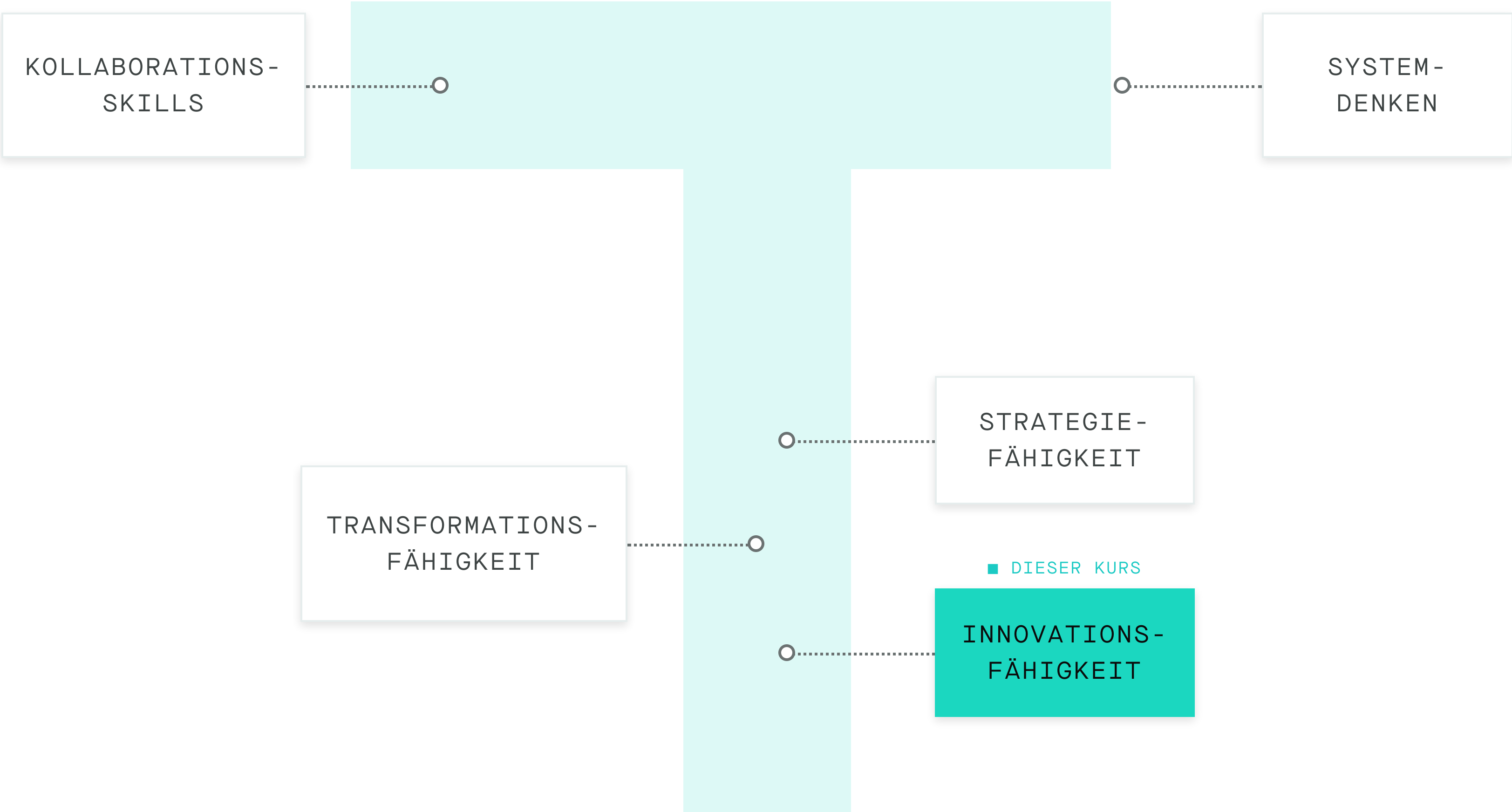
brand eins

BESTE BERATER
2020 · 2021 · 2025

NEW
WORKAWARD
PREIS FÜR
NEUE KONZEPTE
DER ARBEIT

25
FRAUEN
by EDITION F

Future Skills.





■ TEILNEHMENDEN-STIMMEN, IN ECHT UND UNGESCHÖNT AUF LINKEDIN.

Das sagen Alumni über unsere Kurse:

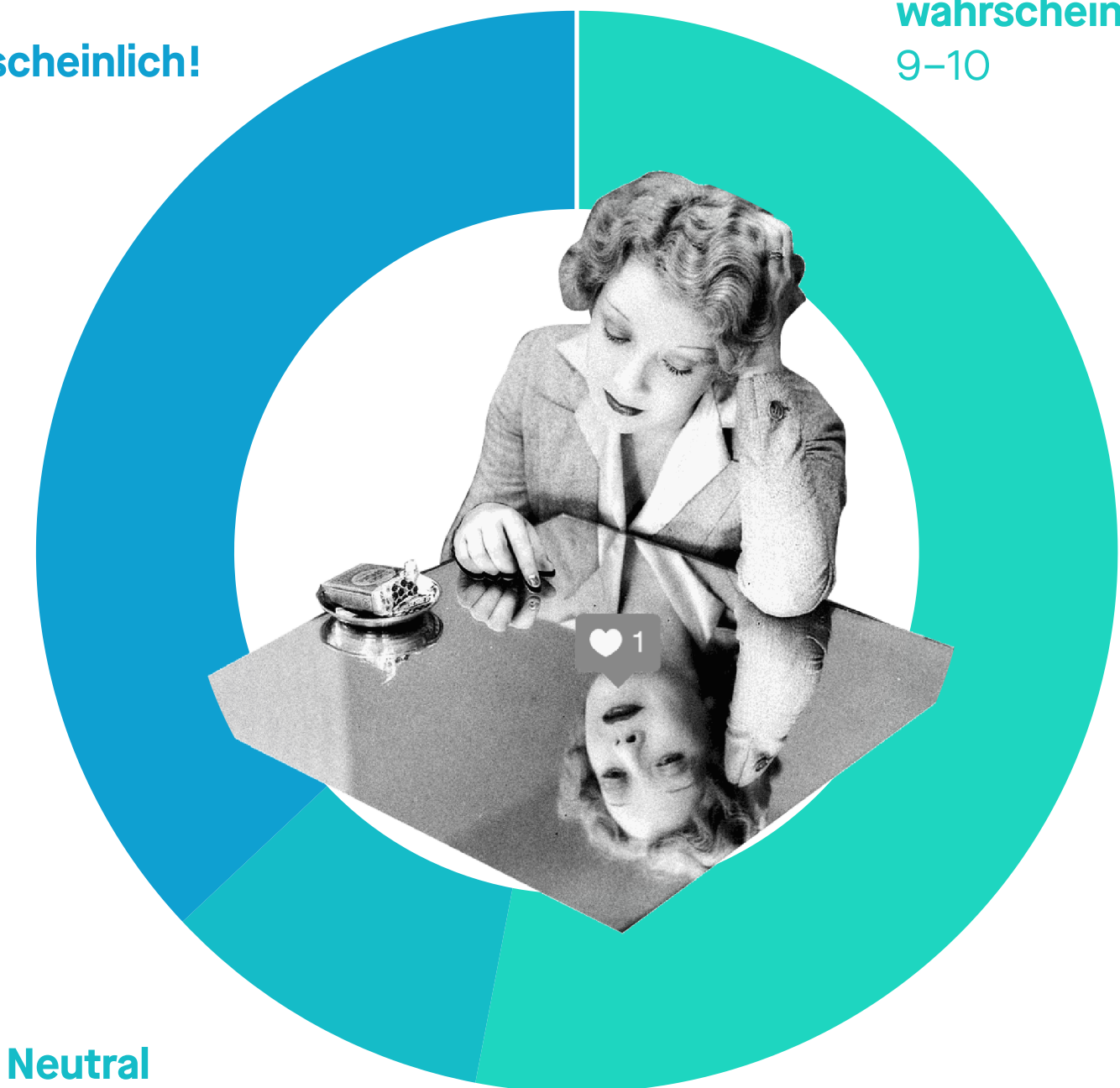
- „Mir hat das Training großen Spaß gemacht – vom Input über die Expertise der Trainer:innen und den Austausch mit den anderen, wunderbaren Teilnehmenden bis hin zu den vielen praktischen Übungen, die so liebevoll gerahmt waren.“ [\(LinkedIn\)](#)
- „An der Stelle ein riesengroßes Dankeschön an euch. Dass und wie sympathisch, dynamisch, kurzweilig ihr euer Fach- und Praxiswissen teilt, ist eine absolute Bereicherung.“ [\(LinkedIn\)](#)
- „Dark Horse ist für mich DER Thought-Leader für zukunftsfähiges Wirtschaften, oder in ihren eigenen Worten: #enkelkinderfähig.“ [\(LinkedIn\)](#)

■ AUF EINER SKALA VON 0-10:

Würdest du unsere Kurse weiterempfehlen?

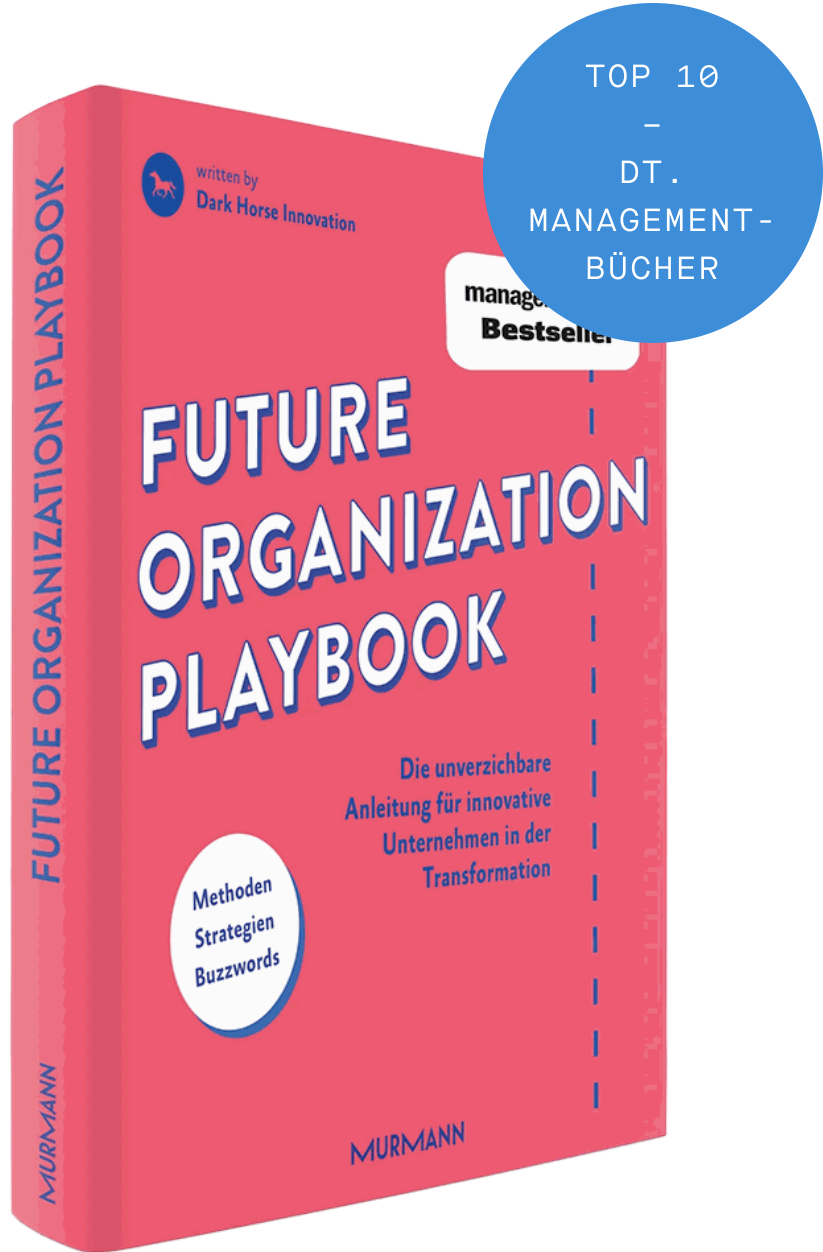
Sehr
wahrscheinlich!
7-8

Absolut mega
wahrscheinlich!
9-10



Neutral
5-6

Unsere Bücher



5 Kontakt





Kontakt

Fried. Große-Dunker

Co-Founder & Vorstand

f.grossedunker@thedarkhorse.de

+49 176 10213208

Dark Horse AG

Glogauer Str. 6

10999 Berlin

Registergericht: Amtsgericht Berlin-Charlottenburg, HRB 291239 B

Vertretungsberechtigter Vorstand: Greta Konrad, Lisa Zoth, Christian Beinke, Manuel Ott, Daniela Keizer, Fried. Große-Dunker

Vorsitz des Aufsichtsrats: Konrad Bechler

Umsatzsteuer-Identifikationsnummer: DE303765912

