



DEUTSCHER DESIGNER CLUB E.V.

Donnerstag, 17.11.2016 10 - 19 Uhr  
Freitag, 18.11.2016, 10 - 19 Uhr

Hessen Design e.V.  
Designhaus Darmstadt  
Eugen-Bracht-Weg 6  
64287 Darmstadt

Anmeldung per E-Mail an [anmeldung@hessendesign.de](mailto:anmeldung@hessendesign.de)

#### Teilnahme

880€ (zzgl. MwSt.)  
690€ (zzgl. MwSt.) für DDC Mitglieder  
sowie Neumitglieder und Mitglieder von  
Hessen Design e.V.

» **Zahlt sich aus:  
Die Bildungsprämie**

Lassen sie sich mit bis zu 500 € bei einer  
Seminarteilnahme fördern! Alle Infos und  
Voraussetzungen zur Bildungsprämie gibt  
es auf [bildungspraemie.info](http://bildungspraemie.info)

### Exklusiver Design Thinking Workshop für Designer und Unternehmer in Hessen

**Worum geht es?** Der praxisorientierte 2-Tages-Workshop von Jan Graf, Unternehmensberater und zertifizierter Design Thinking Workshopleiter, bietet die Tools für die Zukunft von Gestaltungsbüros als Service Design Partner in Zusammenarbeit mit Kunden. Immer mehr Unternehmen wünschen sich Gestaltungsdienstleister, die nicht nur kommunikativ und multimedial kompetent sind, sondern auch strategische Berater.

Der Druck der starker Konkurrenzsituation, der digitale Wandel, die gesättigten Märkte und die Ausrichtung auf die Userbility lässt Unternehmen in ihrer Innovationsfähigkeit an die Grenzen stoßen. Für diese Situation eignet sich Design Thinking hervorragend, um die Arbeitsweise innerhalb der Designbüros, aber auch gemeinsam mit dem Kunden auf eine produktivere Stufe zu stellen, um zufriedeneren Klienten mit passgenauen Kommunikationskonzepten zu erreichen.

Designbüros und Agenturen mit Design Thinking Kompetenzen haben zukünftig definitiv eine Lösung für Ihre Kunden, die im Idealfall auch zu neuen Geschäftsmodellen führen kann.

Im 2-Tages-Workshop können Tools gelernt und getestet werden, die Gestaltern die Arbeit erleichtern, die Zweifeln und Widerständen begegnen und die aus vermeintlichen Mondideen echte Angebote reifen lassen.

**An wen richtet sich der Workshop?** Mitarbeiter und Führungskräfte aus gestaltenden Berufen sowie alle, die nach neuen Geschäftsmodellen für Kommunikationsdienstleister suchen. Für die, die alles schonmal irgendwie gesehen haben, alles schonmal irgendwie gelernt haben und in der Praxis irgendwie dennoch oft mit innovativen Leuchtturmprojekten an zaghafte Kunden scheitern.