
Design Thinking: Im Anfang liegt die Qualität!

Veröffentlicht am: 13.09.2019, 17:17

Pressemitteilung von: **synetz-change consulting GmbH // Andreas Bauer**

Als Change-Berater begleite ich Unternehmen bei der Einführung agiler Methoden. Als Scrum-Master und Design Thinking-Master arbeite mit Teams, die sich in der agilen Arbeitswelt zurechtfinden möchten. In den kommenden Wochen werde ich Ihnen an dieser Stelle immer wieder Einblicke in meine Arbeit mit agilen Methoden geben und zentrale Erkenntnisse und Learnings teilen. Vielleicht helfen Ihnen meine Beiträge dabei, agile Methoden im eigenen Unternehmen erfolgreich einzuführen. Oder sie bilden den Einstieg in einen spannenden Dialog. Es würde mich freuen!

Bevor Sie Design Thinking in Ihrem Unternehmen einführen, ist es wichtig, sich mit der Methode und ihren Auswirkungen auf das Unternehmen auseinanderzusetzen. Warum wollen wir Design Thinking einführen? Welchen Nutzen versprechen wir uns davon? Was sollte nach der Einführung auf keinen Fall passieren? Dies sind nur drei der zentralen Fragen, die es vorab zu beantworten gilt. Und die Antworten sind teilweise nicht so einfach, wie es scheint. Denn hier geht es um die strategische Dimension agiler Methoden.

Ein gemeinsames Verständnis entwickeln

Schauen wir einmal auf die ersten beiden Fragen nach dem Warum und dem Nutzen. Auf diese Fragen hören wir nicht selten die Antwort: Weil wir innovativer werden wollen! Auf den ersten Blick eine nachvollziehbare Antwort. Aber es lohnt sich dennoch, das Warum etwas genauer zu beleuchten. Denn Innovation ist ein sehr allgemeines Schlagwort, das heute im Rahmen der meisten agilen Transformationsprozesse im Fokus steht. Aber so eindeutig, wie er scheint, ist der Begriff nicht definiert. Und hier liegt ein gewisses Risiko für die Arbeit mit Design Thinking. Als erstes gilt es nämlich, ein gemeinsames Verständnis über den Begriff der Innovation herzustellen, um Enttäuschungen im Verlauf des Prozesses zu vermeiden.

Innovation als Weiterentwicklung des Bestehenden

C. M. Christensen liefert in seinem Buch *The Innovator's Dilemma* einige wichtige Hinweise zu den unterschiedlichen Lesarten des Begriffs der Innovation und unterscheidet zwei Arten von Innovationen. Die englische Bezeichnung für diese lautet *sustaining innovation* und *disruptive innovation*. Bei der ersten Art handelt es sich um Innovationen, die auf den Erhalt und die Weiterentwicklung bestehender Produkte, Prozesse und Dienstleistungen abzielen. Es geht darum, den Kundennutzen bestehender Dienstleistungen und Produkte so lange zu erhöhen, bis die Kunden nicht mehr bereit sind, die mit der Innovation entstehenden Mehrkosten noch zu zahlen. Dies ist eine Strategie, die wir aktuell in vielen -Unternehmen erleben. Bestehende Prozesse werden digitalisiert und für den Kunden vereinfacht. Kühlschränke, Herde und andere Haushaltsgeräte werden um smarte Funktionalitäten erweitert. Autos werden zwar nur bedingt sauberer, aber schneller und smarter. Die Auflösung von Digital- und Smartphone-Kameras wird immer besser. All diese Innovationen zielen auf den Erhalt einer etablierten Technologie ab. Sie sind politisch weniger brisant und in der Regel leichter in den vorhandenen Strukturen und mit den vorhandenen Kompetenzen umzusetzen.

Innovation als grundlegende Veränderung

Gleichzeitig bleibt hier möglicherweise ein großes Innovationspotenzial unangetastet. Dieses Potenzial wird dann durch die zweite Art, die *disruptive Innovation* gehoben. Innovationen dieser Kategorie gelten als bahnbrechend, da sie ein völlig neues Produkt, eine neue Technologie oder eine bisher nicht da gewesene Dienstleistung hervorbringen können. Gleichzeitig besteht die Gefahr, damit das eigene

Geschäftsmodell in Frage gestellt wird. Was hätte ein Produzent von CD-Rohlingen gemacht, wenn eines seiner Design Thinking-Teams iTunes entwickelt hätte?

Disruptive Innovationen stellen Unternehmen vor große Herausforderungen. Auf der einen Seite bieten sie eine große Chance für die Weiterentwicklung des eigenen Unternehmens. Auf der anderen Seite stellen sie bestehende Produkte, Prozess und Strukturen unmittelbar auf den Prüfstand. Auch Teile der Belegschaft werden mit großer Wahrscheinlichkeit von einem solchen disruptiven Ereignis betroffen sein. So braucht es andere Kompetenzen für den Betrieb einer Musikplattform, als für das Herstellen von CD-Rohlingen. Ist das Unternehmen grundsätzlich bereit, diesen Weg zu gehen?

Design Thinking ist eine strategische Entscheidung

Das Beispiel deutet die grundlegenden Unterschiede zwischen den beiden Innovations-Kategorien sustaining und disruptive und ihre sehr unterschiedlichen Auswirkungen auf das Unternehmen an. Daher ist es zwingend notwendig, vor der Einführung von Design Thinking die oben genannten Fragen einmal genauer zu beleuchten und zu einem gemeinsamen Verständnis zu kommen. Dabei geht es darum, die strategischen Möglichkeiten, aber auch die strategischen Grenzen beim Einsatz von Design Thinking festzuschreiben. Diese bilden dann den Rahmen für sämtliche Innovationsprozesse.

Denn nichts ist demotivierender, als eine Innovation, die nicht das Licht der Welt erblicken darf. Solche abgebrochenen Prozesse wirken sich nachhaltig negativ auf die Motivation der MitarbeiterInnen aus. Wir dürfen doch ohnehin nicht innovativ sein! Es gilt: Im Anfang liegt die Qualität! Werden für den Einsatz der Methode und die damit verbundenen Erwartungen von Anfang an die richtigen Rahmenbedingungen festgelegt, bleiben Enttäuschungen weitestgehend aus.

Fazit

Bevor Design Thinking im Unternehmen eingeführt werden kann, ist es notwendig, einen strategischen Rahmen zu schaffen. Dieser eröffnet einen Raum mit klaren Grenzen, in dem Innovation entstehen kann.

Pressekontakt

Herr Andreas Bauer
Geschäftsführer

synetz-change consulting GmbH
Andreas-Nockher-Straße 24
53844 Troisdorf, Deutschland

Telefon: 0228-452504
E-Mail: info@synetz-cc.de
Website: www.synetz-cc.de

Firmenportrait

Wo andere mit Ihren Konzepten aufhören, fangen wir an. Wir sind für viele Kunden der Beratungspartner, wenn es darum geht, neue Wege zu gehen und Veränderungen umzusetzen. Diese können das gesamte Unternehmen, einzelne Bereiche oder Personen betreffen. Wir setzen mit Ihnen Ihr Veränderungsvorhaben erfolgreich um, indem wir individuell entwickelte Maßnahmen, unsere "Bausteine", miteinander kombinieren. Dabei integrieren wir die betriebswirtschaftlichen Notwendigkeiten und die Bedürfnisse der Betroffenen. Ziel unserer Arbeit ist die schnelle Sicherstellung der Akzeptanz des Neuen, der Handlungsfähigkeit der Betroffenen, sowie die Realisierung des erwarteten Mehrwerts der Veränderung. Wir legen Wert auf einen hohen Praxisbezug, Individualität und Qualität. Die Fähigkeit, anonyme Beratungssituationen zu langfristigen und vertrauensvollen Partnerschaften zu entwickeln, ist eine unserer Stärken.

Wichtiger Hinweis:

Für diese Pressemitteilung sowie das Bild- und Tonmaterial ist allein der jeweils angegebene Herausgeber verantwortlich. In der Regel ist dieser der Urheber der Presstexte sowie der angehängten Bild und Informationsmaterialien. Das TRENDKRAFT-Pressportal ist für den Inhalt dieser Pressemitteilung nicht verantwortlich und übernimmt keine Haftung für die Korrektheit oder Vollständigkeit der dargestellten Meldung. Die Nutzung von hier archivierten Informationen zur Eigeninformation und redaktionellen Weiterverarbeitung ist in der Regel kostenfrei. Vor der Weiterverwendung sollten Sie allerdings urheberrechtliche Fragen mit dem angegebenen Herausgeber klären. Eine systematische Speicherung dieser Daten sowie die Verwendung auch von Teilen dieses Datenbankwerks sind nur mit schriftlicher Einwilligung durch das TRENDKRAFT-Pressportal gestattet.

Des Weiteren beachten Sie bitte unseren Haftungsausschluss unter: <https://trendkraft.io/haftungsausschluss>