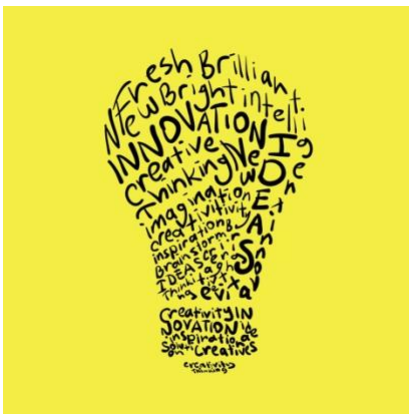


Design Thinking – aktivieren Sie Ihre Kreativität...

...und schaffen Sie erfolgreiche Innovationen!

In erster Linie zielt **Design Thinking** auf die Entwicklung von innovativen Produkten und Dienstleistungen ab, die auf die Bedürfnisse des Menschen ausgerichtet sind. Die Methode eignet sich für interne und externe Innovationsentwicklungen.

Kurzum: ohne Innovationen dreht sich die Welt nicht weiter. Bestehendes ist ständig auf dem Prüfstand und die Schaffung und Kreation von etwas „Neuem“ heutzutage unabdingbar, um dem technologischen Wandel der Zeit und den Ansprüchen und Bedürfnissen Ihrer Kunden gerecht zu werden. Dabei kann sich „neu“ auch auf die Optimierung bereits bestehender Produkte, Services oder Prozesse beziehen.



Design Thinking beschäftigt sich also mit Methoden zur Erhöhung der Erfolgswahrscheinlichkeit von Innovationen in Unternehmen und stammt von der Stanford University in Palo Alto, Kalifornien.

Sämtliches Tun in Ihrem Unternehmen unterliegt bereits dem Innovationsprozess und dies stetig? Wenn diese Philosophie längst durchweg gelebt wird, ist **Design Thinking** bereits Denkweise und Prozess und damit die Grundlage jedes unternehmerischen Handelns in Ihrem Unternehmen oder Ihrer Abteilung.

Design Thinking kann aber auch projektweise genutzt werden, um Innovationen zu fördern und mit ganz konkretem Ergebnis eine Innovation umsetzen und implementieren zu können.

Ob nun als komplette „unternehmerische Lebenseinstellung“ oder zunächst als projektbezogene Anwendung; essentiell ist das grundlegende Verständnis hinter der Idee des **Design Thinking** Prozesses.

Was genau meint Design Thinking und wie sieht es aus? Wie fühlt es sich an?

Design Thinking ist eine Methode zur Kreation von Innovationen. Gelebt und angewendet wird es immer im Team. Durch ein spezielles Setting begünstigt die Methode die Kreativität und fördert so Ideen zu Tage, die sonst vielleicht im Verborgenen bleiben und dem häufig so überfrachteten Arbeitsalltag zum Opfer fallen.

Aber wie genau sehen diese Grundlagen nun aus: das Team, das Setting, das Vorgehen und die Innovation?

Team: Ein erfolgreiches Design Thinking Team ist „T-shaped“

Der Grundgedanke des Design Thinking ist der, das insbesondere interdisziplinäre Teams echte und herausragende Innovationen erschaffen können.

Diese Heterogenität wird im Begriff „T-shaped“ verdeutlicht. Teammitglieder sind so zusammengestellt, dass die Gruppe verschiedene Abteilungen und Fachbereiche repräsentiert und somit unterschiedliche Fähigkeiten und Expertisen. Ein erfolgreiches **Design Thinking** Team sollte also sowohl Expertenwissen in den jeweils persönlichen Disziplinen vorweisen (die vertikale Achse des „T“), also auch ein breites Allgemeinwissen in Bezug auf Kunden, Wettbewerber, Märkte und interne Prozesse.

Neben der grundsätzlich heterogenen Zusammensetzung eines **Design Thinking** Teams, gibt es aber auch Gemeinsamkeiten der Teilnehmer. Was Alle mitbringen sollten sind: Experimentierfreude, Optimismus, kommunikative Kompetenz, Empathie, Intuition, integratives Denken, Neugierde und Lernfähigkeit sowie generelle Teamfähigkeit.

Es ist überraschend wie kreativ die Methode ist und was sie aus dem Einzelnen rauszuholen vermag. Der Wille aber genau dies zuzulassen und diesen Weg der Methodik aktiv zu beschreiten, muss von jedem Einzelnen als Grundbereitschaft und Fähigkeit mit- und eingebracht werden.

Setting: Wohlfühloase und Challenge zugleich

Ein **Design Thinking** Workshop kann nicht überall durchgeführt werden. Notwendig ist vor allem ausreichend Platz um den Ideen physisch und mental Raum geben zu können. Das **Design Thinking** zeichnet sich genau hierdurch

aus: Raum aufmachen und zulassen von Kreativität ohne Grenzen; bei immer wieder zeitnaher Implementierung von Struktur, um ein wirklich konkretes Ergebnis erzielen zu können.

Alle Teilnehmer und somit „Erfinder“ sollen sich wohl fühlen, sowohl im physischen Raum, als auch im Team. Denn die Methode lebt von und fußt auf von Generierung *vieler* Ideen.

Vorgehen: Querdenken & Austesten



Der **Design Thinking** Prozess zielt darauf ab, möglichst viele und unterschiedliche Erfahrungen, Meinungen und Perspektiven hinsichtlich einer Fragestellung zusammenzubringen. Es geht ums Querdenken und das Zulassen auch zunächst abwegig erscheinender Ideen. Da die Methode auf eine iterative Dynamik in kurzen Zyklen aufbaut, ist trotz aller noch

so absurd klingender Einfälle immer wieder gesichert, dass es eine Struktur gibt, in denen die kreativen und manchmal „queren“ Gedanken und Ideen zielgerichtet kanalisiert werden. Basis ist hier die immer wiederkehrende Rückkopplung mit den Kunden durch Marktforschung in kurzen Intervallen zur Sicherstellung der Entwicklung in die „richtige Richtung“.

So entsteht auch der Kernvorteil des **Design Thinking**: Marktforschung und Umsetzung gehen „Hand in Hand“. Dadurch werden Entwicklungszeiten verkürzt und Marktforschungsprozess verschlankt. Die Anwendung und präziser gesagt, das Leben des **Design Thinking** Ansatzes, stellt sicher, dass Ihr Unternehmen zugleich kreativ, innovativ und nah an seinen Kunden bleibt.

Nutzen Sie unsere Erfahrung, Expertise und Kreativität zur Schaffung echter Innovationen in Ihrem Unternehmen.

Sprechen Sie uns gerne an:

ServiceLust GmbH
Dr. Nina Blankenberg
E-Mail: info@servicelust.de