

CHRISTOPH MEINEL / ULRICH WEINBERG / TIMM KROHN

DESIGN THINKING LIVE

Leseprobe

MURMANN
MURMANN PUBLISHERS

Was haben ein emeritierter Stanford-Professor, ein rollstuhlfahrender Sozialunternehmer, eine malaysische Regierungsbeamtin und ein deutscher TV-Showmaster gemeinsam? Sie alle sind in den letzten Jahren in Berührung gekommen mit einem neuen Denkansatz, sie alle sind davon begeistert und: Sie alle berichten über ihre Erfahrungen in diesem Buch.

Die Rede ist von »Design Thinking«, ein Terminus, den noch vor wenigen Jahren in Deutschland kaum jemand kannte und der mittlerweile nicht nur in den Sprachschatz vieler Ausbildungseinrichtungen Einzug hält, sondern auch in den von Chefetagen zahlreicher Unternehmen und Organisationen.

DIE SEHNSUCHT NACH EINER KOLLABORATIVEREN ARBEITSKULTUR

Johannes Meyer

HPI Academy

Um Design Thinking zu erklären, sage ich meist so etwas wie: *Sieh dich um – alles, was Menschen gemacht haben, ist designt. Nicht nur physische Dinge, sondern auch Erlebnisse, Prozesse, manche Gefühle.* Man kann das gut machen oder weniger gut. Design Thinking ist eine Arbeitskultur, die den klassischen Design-Prozess nutzt, um Teams in ihrer Domäne zu guten Designs zu verhelfen. Das Ganze ist nicht im engeren Sinne neu und es ist auch ziemlich leicht zu verstehen. Aber es ist nicht so einfach umzusetzen. Mein Vater, der in den 1980er Jahren am Bauhaus Dessau Ingenieur war, sagt dazu: *»Das kommt mir sehr bekannt vor.«* Und natürlich hat er recht. Design Thinking ist die Demokratisierung einer lang existierenden Denk-Kultur, die Methoden und Herangehensweisen des Designs für jeden zugänglich macht. Design Thinking gibt Menschen das Selbstbewusstsein, etwas verändern zu können, und dieses Gefühl macht unglaublich zufrieden. Inzwischen habe ich Design Thinking an unglaublich vielfältigen Themen funktionieren sehen. Ich habe mit Teams an Erlebnissen für Handwerker, Hundebesitzer, Jungwähler, allein reisende Kinder, Bankkunden, Lokführer und viele, viele andere gearbeitet und immer Dinge entdeckt, auf die keiner durch pures Nachdenken hätte kommen können. Der Kontakt mit Nutzern, das empathische Eintauchen in die Lebenswelt anderer Menschen, ist einfach das Inspirierendste, was es geben kann.

... [B]ei der HPI Academy [...] gestalte [ich] Innovationserlebnisse für Teams aus Unternehmen. So bin ich meist mehr Katalysator als Innovator zukünftiger Produkte oder Prozesse. Es gibt eine ganze Sammlung von Organisationen, deren Produkte und Dienstleistungen sich in meinen Workshops in der einen oder anderen Weise entwickelt haben. Und die entlang meiner Moderation neue Geschäftsmodelle, Services, Features, Marken entwickelt haben. Aber vor allem gibt es eine ganze Menge Organisationen, in denen sich seit unserer Arbeit in der Problemlösungskultur etwas getan hat. [...]

WIE DESIGN THINKING TEIL DER UNTERNEHMENSKULTUR WERDEN KANN

Annie Kerguenne

Hasso-Plattner-Institut

»Design Thinking ist das neue Schwarz« – so würde vielleicht ein Frauenmagazin titeln. Denn die Anzahl der Artikel und Bücher zu diesem Thema ist in den letzten zwei Jahren geradezu explodiert. Design Thinking ist »hip« in den Unternehmen. Wenn wir am HPI die Kursteilnehmer und Projektpartner nach dem Grund für diesen Trend fragen, kommt in der Antwort meistens das Wort »Komplexität« vor. Komplexität und Veränderungsdruck, der mit Standard-Strategien und den üblichen Beratungstools nicht mehr so einfach zu bewältigen ist. Design Thinking hat sich in den letzten zehn Jahren von einer Methode zur Erfindung von innovativen Produkten zu einer ganzheitlichen Herangehensweise für die Lösung komplexer Probleme entwickelt. Denn wer Design Thinking einsetzt, nutzt kein punktuell wirkendes Werkzeug, sondern geht sein Problem grundsätzlich an: Er bildet komplementäre Teams, blickt aus der Sicht des Nutzers in dessen Kontext auf Probleme, formuliert eine relevante Frage und experimentiert lernend einer Antwort entgegen.

[...] Wir kennen am HPI mittlerweile viele Beispiele dafür, wie Organisationen Design Thinking als Weg für ihre Unternehmensevolution nutzen. Aus über 200 Studenten- und Firmenprojekten und den Erfahrungen von mehr als 600 Führungskräften, die jährlich in Design-Thinking-Workshops trainieren, lassen sich gute Tipps ableiten, wie man Fallen umgeht und Hürden überwindet.

[...] »Komplexität« ist zum Etikett für unser Zeitalter geworden. Design Thinking ist zwar kein Zaubermittel, das alles ganz einfach macht, aber es hilft, positive Veränderung systematisch anzugehen. Meine persönliche Erfahrung ist, dass es zwei Kräfte gibt, die nachhaltige Veränderung erzeugen: hoher Leidensdruck – und sehr viel Spaß. Design Thinking setzt bei der Ursache des Leidens an und macht Spaß. Das hat Zukunft.

TEAMARBEIT UND ACHTSAMKEIT

Holger Rhinow

HPI-Stanford Design Thinking Research Program

Wenn ich außerhalb des Instituts von Design Thinking erzähle, verstehen in der Regel nur wenige sofort, wovon ich eigentlich spreche. Dann wird mir klar, dass wir mit unserer Arbeit doch ziemlich weit weg von dem sind, was sonst »da draußen« gemacht wird. Für mich dagegen ist Design Thinking so selbstverständlich geworden, dass ich mir immer wieder bewusst machen muss, wie wir nach außen anschlussfähig bleiben, und dafür hilft es, sich auch einmal die historischen Dimensionen klarzumachen. Seit der Industrialisierung, seitdem Menschen also damit begonnen haben, gemeinsame Ziele in kooperativen Formen zu verwirklichen, können wir erleben, wie große Ideen und Initiativen in Teilprojekte und einzelne Arbeitsschritte zerfallen, die in künstlich voneinander getrennten Bereichen abgearbeitet werden. Wir sind effizient geworden in dem, was wir tun. Aber uns ist das Gefühl für die Zusammenhänge abhanden gekommen, wenn es denn jemals vorhanden war. Wir berauben uns unserer eigenen Gestaltungsmöglichkeiten, die uns beispielsweise durch die Digitalisierung geboten sind, die wir aber nur in Ansätzen nutzen können, weil wir Experten voneinander isolieren und mittels Hierarchien neue Grenzen abstecken. Diese potenziellen Gestaltungsmöglichkeiten brauchen wir aber für die zukünftigen Herausforderungen, insbesondere im ökologischen Bereich. Wir brauchen eine übergreifende Zusammenarbeit, eine gemeinsame Sprache zwischen den Kulturen und Disziplinen. Sehr viele gesellschaftliche und wirtschaftliche Trends deuten auf ein Umdenken hin, weg von sinnentfernten In-sellösungen. Design Thinking steht für eine Form der Zusammenarbeit, die uns für die Signale außerhalb unseres eigenen kleinen Radius sensibilisiert, oder wie Karl Weick es ausdrücken würde: Es ist eine Form der Zusammenarbeit, die die Achtsamkeit ihrer Beteiligten für schwache Signale erhöht. [...]