

Design Thinking

Wie ein Erfinder denken und Innovationspotenzial freisetzen

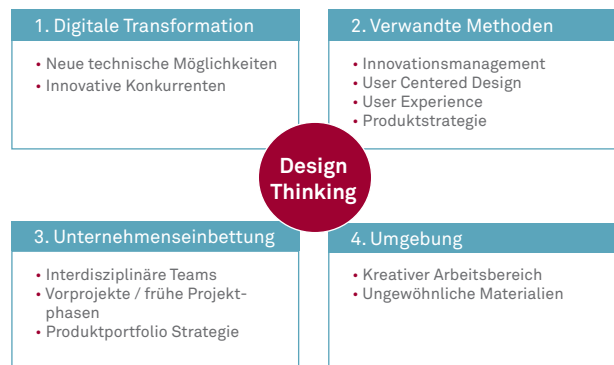
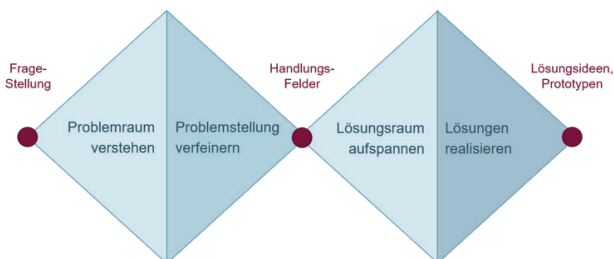
Müssen möglichst schnell Ideen generiert, eventuell offene Fragestellungen beantwortet oder gar grundlegende Probleme erst erkannt werden, dann bietet Design Thinking den passenden Ansatz dafür. Insbesondere im Rahmen der Digitalen Transformation hilft Design Thinking dabei, innovative Geschäftsmodelle, Produkte und Services zu entwerfen.

Definition

Design Thinking kann dabei unterstützen, in kürzester Zeit möglichst viele innovative Lösungsansätze für komplexe oder unklare Probleme zu generieren. Dabei werden zwei Prinzipien verfolgt: nutzerzentriertes Vorgehen und interdisziplinäre Arbeit. Als Inspiration zu Design Thinking diene das Vorgehen von Industriedesignern. Design bezieht sich deshalb nicht auf allgemeine Ästhetik, sondern steht für „Denken wie ein Erfinder“.

Die Suche nach einer Lösung beginnt im Design Thinking nicht mit zur Verfügung stehendem Wissen. Stattdessen stellt Design Thinking eine intensive Recherchephase voran. Diese gibt den Blick auf das eigentliche Problem frei und schärft sowohl das fachliche als auch das emotionale Verständnis durch Befragungen und Beobachtungen direkt beim Kunden.

Sobald der Problemraum verstanden und die Problemstellung verfeinert wurden, lassen sich Handlungsfelder definieren. Interdisziplinär zusammengesetzte Teams spannen dann den Lösungsraum auf und realisieren Lösungsprototypen. Durch den Einsatz fachübergreifender Teams, die gemeinsam an einem Strang ziehen, kann jeder die Kenntnisse, Fähigkeiten und Eigenheiten seiner Disziplin mit einbringen. Damit bilden sowohl technische, als auch kreative und wirtschaftliche Aspekte den Motor für attraktive Lösungen, die sich finanziell tragen und technisch umsetzen lassen. Die interdisziplinäre Mischung der Teams verhindert zudem einen kontraproduktiven Tunnelblick.



Referenzszenario

Ein Unternehmen möchte die eigenen Produkte und Dienstleistungen verbessern und sich dabei gänzlich auf die Kundenbedürfnisse konzentrieren. Konkrete Ansatzpunkte zur Verbesserung fehlen bislang noch. Daher will das Unternehmen zunächst ein Verständnis für die Kunden schaffen und anschließend mögliche Lösungsszenarien erarbeiten. Das Mittel der Wahl ist Design Thinking.

Das Unternehmen bildet jetzt interdisziplinäre Produktteams, die sich aus Vertretern aller Unternehmensbereiche zusammensetzen. Das Unternehmen gibt anschließend zwar eine grobe Richtung vor, stellt ansonsten allerdings keine konkreten Ansprüche an die Ausgestaltung der Resultate. Somit kann das Produktteam prototypische Lösungen mit nutzerzentriertem Fokus entwickeln, die stark vom bisherigen Portfolio abweichen können.

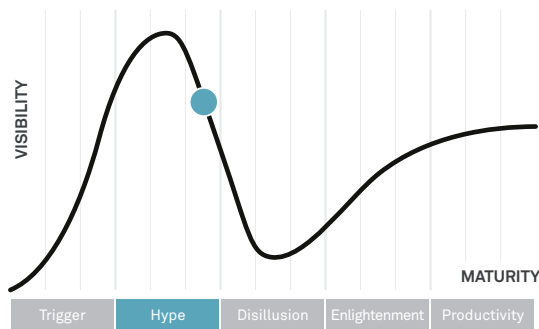
Business Impact

Im Rahmen der Digitalen Transformationen setzen Mitbewerber andere Unternehmen massiv unter Druck. Unternehmen müssen deshalb ihr Innovationspotential nutzen, um in diesem disruptiven Markt zu bestehen. Design Thinking ist ein Instrumentarium, um Innovation mit Kreativität und nutzerzentrier-

tem Fokus im Unternehmen zu verankern. Weil zu Beginn des kreativen Prozesses kein spezifisches Resultat vorgegeben ist, bleibt der Weg frei für Innovation. Die Kompetenzen jedes einzelnen Teammitglieds sowie der im Fokus stehende Nutzer als Informationsquelle nehmen dann maßgeblich Einfluss auf die Quantität und Qualität der Ergebnisse.

Reifegrad

Design Thinking befindet sich in der Hype-Phase und so mangelt es sowohl an einer einheitlichen Sicht als auch einem einheitlichen Verständnis. Je nach Quelle und Lehre kommen deshalb unterschiedliche Begrifflichkeiten und Phasenabfolgen zum Einsatz. Fortbildungen zum Thema Design Thinking weisen zudem unterschiedliche Umfänge auf und beantworten meist nicht die wichtige Frage, wie Design Thinking im eigenen Unternehmen gewinnbringend eingesetzt werden kann.



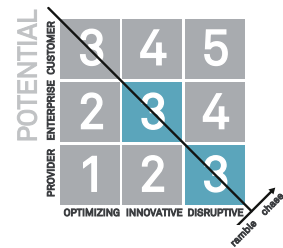
Marktübersicht

Wegbereiter des Design Thinking-Ansatzes ist die Stanford s.school, gegründet von IDEO und SAP. In der DACH-Region sind das Hasso-Plattner-Institut (HPI) und die Universität St. Gallen federführende Schulungsanbieter.

Im Werkzeugkasten eines Erfinders sind eine Vielzahl von Methoden vertreten. Kontextinterviews, Beobachtungen, Personas, Mock-Ups oder User Tests stammen beispielsweise aus dem Human Centered Design. Ergänzt werden diese Werkzeuge um kreative Arbeitsweisen eines Designers. Zahlreiche UX-Design-Firmen bieten Coaching für Design Thinking an. Weitere Dienstleister sind beispielsweise Innovationsberater.

Wird ein Anbieter gesucht, muss auf dessen Schwerpunkt geachtet werden. Eine Reduzierung von Design Thinking auf einen reinen Kreativworkshop würde dem Trend nicht gerecht werden und sich negativ auf die Ergebnisqualität niederschlagen.

LEVELS	Buzzword Factor (Enterprise/Customer)		
	1 low	2 medium	3 high
	1 low	2 medium	3 high
	Entry Barrier (Provider)		
	1 low	2 medium	3 high
	Benefit Level (Provider)		
	1 low	2 medium	3 high



Alternativen

Unter dem Ausdruck Design Thinking verbergen sich Prinzipien, die längst auch unter anderen Bezeichnungen verbreitet sind. So versammelt Design Thinking Methodiken aus verschiedensten Domänen. Die interdisziplinäre Auseinandersetzung mit Herausforderungen stammt aus dem Innovationsmanagement. Das systematische Vorgehen mit Einbeziehung der Bedürfnisse, Wünsche und Probleme des Nutzers ist dem Human Centered Design und dem User Experience Design entliehen.

Sind innovative Ideen für Probleme gefragt, werden diese niemals mit restaurativen Denkweisen und fachspezifischen Scheuklappen gelöst werden können. Stattdessen wird Design Thinking als eine Mischung aus effizienten Methoden, Empathie für den Nutzer und eine gute Portion Originalität benötigt, um die Kunden zu begeistern.

Stellt sich die Frage nach einer konsequenten Weiterführung der Design Thinking-Paradigmen bei der Umsetzung einer bereits definierten Geschäftsidee, einem Produkt oder auch einem Service, werden User Experience Design und Human Centered Design die Werkzeuge der Wahl sein.

Pro	Contra
hohes Potenzial für innovative Ideen	unbestimmtes Resultat
Konkreter, verständlicher Prozess	exakte Definition fehlt
unkomplizierte Kommunikation des Prozesses	Mitarbeiterkompetenz bedingt Ergebnisqualität
Bewusstsein für nutzerzentriertes Denken	
kontextfreier Ansatz für interdisziplinären Einsatz	
effektiv im Rahmen der Digitalen Transformation	