



Der Berufsverband
für Trainer, Berater
und Coaches

News & Facts

Der Design Thinking Trend in Deutschland – (Teil 1)

Mangelhafte Innovationskraft in deutschen Unternehmen? Wo sollte Design Thinking ansetzen?

Von Felix Senner, Mitglied im BDVT

Post Its kleben und mit Lego spielen. Ist das schon Design Thinking? Handelt es sich nur um eine Modeerscheinung oder verbirgt sich hinter dem smarten Anglizismus tatsächlich Potential? Die Artikelserie zum Thema Design Thinking gibt Antworten.

Haben deutsche Unternehmen Nachholbedarf in Sachen Innovationskraft?

Seit einigen Jahren schon wird kontinuierlich in verschiedenen Medien die mangelnde Innovationskraft deutscher Unternehmen und Konzerne angeprangert – häufig unter dem Deckmantel von Megatrends wie Digitalisierung, Big Data oder Industrie 4.0. So wurde erst im November 2016 auf dem mittelständischen Unternehmertag in Leipzig in einer Keynote dem deutschen Mittelstand großer Nachholbedarf in der Digitalisierung der Arbeitsprozesse attestiert.

Doch schaut man an den Schwarzmalern vorbei und genauer hin, zeichnet sich ein schöneres, differenzierteres Bild - natürlich. Die deutsche Volkswirtschaft gab 2014 mit 100 Milliarden vergleichsweise viel für Forschung und Entwicklung aus. Man lag hinter den USA, China und Japan sogar auf Platz 4. Der Industrie-Innovationsindex zeigt für Deutschland insgesamt seit Jahren überragende Werte – auch wenn man kürzlich etwas herabgestuft wurde. Nach wie vor gehören deutsche Unternehmen zu den Technologieführern weltweit.

Trotzdem sind deutsche Unternehmen unzufrieden mit ihrer Innovationskraft.

Scheinbar werden die PS in Deutschland nicht ausreichend auf die Straße gebracht, obwohl die Forschungs- und Entwicklungsausgaben vergleichsweise hoch sind. Deshalb suchen Unternehmen nach alternativen Lösungen, um innovativer zu werden und von den Innovationsführern (z.B. aus dem Silicon Valley) nicht weiter abgehängt zu werden. Auch der ehemalige Wirtschafts- und Außenminister in Spe Sigmar Gabriel möchte mit seiner Innovationsagenda 2025 nachhelfen. Wenn nicht mit Geld, wie wird man denn innovativer?

Die Unternehmenskultur als begünstigender oder hemmender Faktor für Innovationen.

Ein Erklärungsversuch für die scheinbar unbefriedigende Innovationskraft ist die Unternehmenskultur als begünstigender oder hemmender Faktor für Innovationen. Natürlich hängt die Innovationskraft nicht alleine vom Budget ab. Das wissen wir Trainer, Berater und Coaches natürlich. Deutschen Unternehmen wird traditionell eine starre, konservative Unternehmenskultur mit vergleichsweise geringer Risikobereitschaft und Veränderungslust nachgesagt. Den Bruch mit tradierten Mustern sieht man nicht immer gern. Dies hemmt natürlich die Innovationsfreude.



Der Berufsverband
für Trainer, Berater
und Coaches

News & Facts

Abschauen kann man sich vielleicht etwas von den Großen.

Beispielsweise vom deutschen Traditions-Unternehmen Bosch. Der Industrieriese hat in seinem Forschungsstandort in Stuttgart Design Thinking eine ganze Etage gewidmet, wie kürzlich in der Wochenzeitung Die Zeit zu lesen war. Große Unternehmen und vor allem Konzerne kaufen sich in Start-ups ein oder gründen eigene Start-up Inkubatoren, um die eigene Innovationskraft zu stärken. Das kann natürlich nicht jeder Mittelständler!

Der Schlüssel zu mehr Innovationskraft

Der Schlüssel zu mehr Innovationskraft, unabhängig vom Budget für Forschung und Entwicklung, liegt also in der Etablierung einer **Innovationskultur im Rahmen der Unternehmenskultur**. Darin liegt ein entscheidendes Potential von Design Thinking! Denn natürlich ist Design Thinking sehr viel mehr als Legosteine türmen und Post-It-Zettel kleben.

Design Thinking ist zu allererst ein Denkansatz !

Design Thinking wird häufig als Prozessmodell oder als Methodik verstanden. Dies ist nicht falsch. Doch an erster Stelle steht der Denkansatz! Design Thinking stellt den Menschen in den Mittelpunkt der Innovation und versucht Rahmenbedingungen zu schaffen, die es Menschen ermöglichen, Kreativität zu entfalten. Hier sollten Design Thinker zuerst ansetzen, wenn sie ein Unternehmen beraten.

Ein Artikel von Felix Senner, Design Thinking Coach und Leiter der Coaching Concepts Akademie. Im zweiten Teil der Artikelserie geht der Autor auf die Theorie von Design Thinking ein.

Zum Weiterlesen und vertiefen:

<http://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/gabriel-startet-offensive-fuer-mehr-innovationen-14581170.html>

<http://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/gabriel-startet-offensive-fuer-mehr-innovationen-14581170.html>

<http://www.zeit.de/2016/48/design-thinking-bosch-stuttgart-forschung-innovationsmanagement>

www.diegluehbirne.de