



Design Thinking by E&E

Kultur der Innovation – Innovation der Kultur

E&E information consultants AG



**Design, Hells Bells und
gesunder Menschenverstand** Seite 4

Was ist Design Thinking? Seite 6

Iterativer Prozess & Setting Seite 8

Design Thinking in der Praxis Seite 10

Design Thinking Prinzipien Seite 22

Design Thinking by E&E Seite 28



Design, Hells Bells und gesunder Menschenverstand

Was macht den Denkansatz des Design Thinking so interessant?

Design Thinking eignet sich, um Lösungen für komplexe Fragestellungen, wie sie in vielen gesellschaftlichen Kontexten auftreten, zu finden. Immer wenn Probleme vielschichtig oder Situationen verfahren sind oder vielleicht gar keine Lösung mehr möglich erscheint, ist **Design Thinking** der richtige Ansatz. Für uns ist Design Thinking aber nicht lediglich eine Methode sondern viel eher eine Management-Theorie, vielleicht sogar eine Denkschule.

Was **Design Thinking** für mich so interessant macht, ist die Kombination aus strenger Methodik, was den Prozess, die Regeln und die Iteration angeht und Leichtigkeit und Kreativität, was interdisziplinäres und interkulturelles Arbeiten angeht. Der Ansatz ermöglicht es tatsächlich, unterschiedliche Sichten und Meinungen zu hören, gezielt zu verarbeiten und daraus neue Lösungen zu entwickeln. Genau diese Eigenschaft qualifiziert ihn als Managementansatz für die Zukunft.

Für viele Menschen bedeutet Design, dass etwas gut aussieht. Wieso beschäftigen Sie sich als Unternehmensberatung damit?

Design ist viel mehr als nur Verpackung. Es beschreibt alle bewusst gestalteten Eigenschaften eines Objektes, einer Dienstleistung oder Marke und kanalisiert Inhalte. Design steht somit im Zentrum der Produktentwicklung und -innovation. Mit **Design Thinking** wird diese Art zu Denken zur strategischen Schlüsseldisziplin. Leute wie Steve Jobs und Richard Branson haben das bei Apple und Virgin etabliert.

Was können Unternehmen mit Design Thinking erreichen?

Design Thinking hilft unmittelbar bei der Entwicklung neuer Produkte, Prozesse und Dienstleistungen. Das Bemerkenswerte ist die Fokussierung auf die Bedürfnisse des Kunden, die Suche nach dem »Emotional Trigger«. Mittelbar verändert **Design Thinking** aber auch die Unternehmenskultur. Kommunikationsbarrieren ver-

schwinden, dem gesunden Menschenverstand wird wieder mehr Beachtung geschenkt, die Bedeutung von vermeintlichen Experten geht zurück und die Fähigkeit, Ideen anschaulich zu machen steigt. Dieser zweite Effekt ist wichtig. Die meisten Innovationen scheitern daran, dass es nicht gelingt, die eigene Idee durch das Unternehmen bis zum richtigen Entscheider zu transportieren.

Wie kann man sich eine Design Thinking Session vorstellen?

Stellen Sie sich Räume mit beschreibbaren Tischen, Wänden und Kreativ-Materialien wie Papier, Zeitschriften, Farben, Lego-Figuren, Spielzeugautos etc. vor. Der Raum ist voll mit Menschen und es läuft laute Musik. Wir starten zum Beispiel manche Sessions mit Hells Bells von AC/DC. Danach machen wir Warm-Ups und steigen dann mit bestimmten Aufgaben und Übungen in den Tag ein. Sehr beliebt ist der Visual Talk. Man darf nicht schreiben, sondern nur malen oder kritzeln. Es ist verblüffend, was dieser einfache Perspektivwechsel an Ideen hervorbringt und für einen Spaß macht. Anschließend führen wir die Gruppe durch den **Design Thinking** Prozess. Je nach Fragestellung und Ziel stellen wir Abläufe zusammen und begleiten unsere Kunden in der Durchführung. Dabei begleitet ein Berater jeweils drei bis vier Teilnehmer.

Welches ist das Erfolgsrezept für eine gelungene Session?

Wichtig ist es eine Gruppe dazu zu bringen, eine positive Eigendynamik entstehen zu lassen. Unter **Design-Thinking**-Anwenden heißt das Neudeutsch dann »Flow«. Wenn es gelingt, diese Eigendynamik auszulösen und die richtigen Impulse, wie Perspektivwechsel, Öffnen, Verdichten, Prototyping, etc. gesetzt werden, ist alles möglich. Dann werden Grenzen gesprengt und wirklich neue Ideen geboren. Wir haben mit einer Gruppe von Bankmanagern gearbeitet, die in zwei Tagen drei, vielleicht sogar vier Ideen soweit entwickelt haben, dass sie damit in einen Markttest hätten gehen können.

Dr. Juergen Erbdinger ist Gründer und Vorstandsvorsitzender der E&E AG.

Was ist Design Thinking?

»Design Thinking ist eine Haltung, eine Denkweise und damit deutlich mehr als reines Methodenwissen. Mit **Design Thinking** werden Probleme in einem neuen Kontext gesehen und mit Umdeutungen werden Lösungen möglich, die vorher nicht denkbar waren. Gerade die Qualität des **Design Thinking**, Udenkbares zu denken, entwickelt sich zu einem wirkungsvollen Instrument, um komplexen Krisen zu begegnen.«

Angela Haas, design in the mesh 2011, S. 29

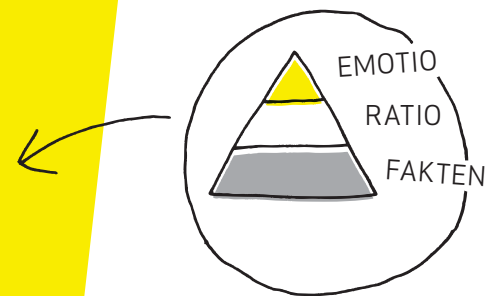




Iterativer Prozess & Setting

Design Thinking ist ein iterativer Prozess. Die Elemente der Methode geben eine klare Struktur vor. Einzelne Aufgabenstellungen werden iterativ, d. h. in Schleifen durchlaufen und ermöglichen die wiederholte Rekapitulation gewonnener Einsichten.

Das spielerisch-kreative Arbeitsumfeld, klare Regeln, ein striktes Zeitmanagement und Teams mit Menschen unterschiedlicher Herkunft, Berufe und Kulturen bilden den Rahmen.

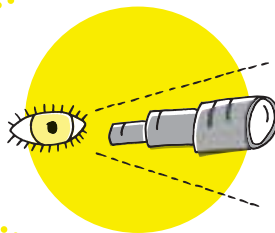


Iterativer Prozess



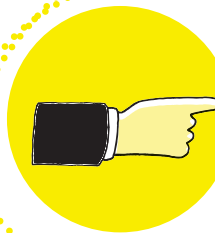
Verstehen

Die Herausforderung in ihren wesentlichen Elementen begreifen: Akteure, Situationen und Gestaltungsmöglichkeiten.



Beobachten

Sich in die spezifische Erlebniswelt der Akteure begeben, um sich Bedürfnisse und wesentliche Faktoren zu erschließen.

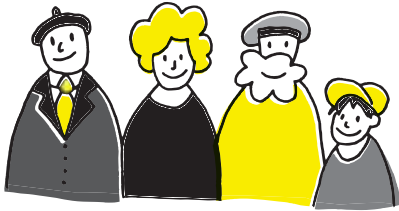


Sichtweise

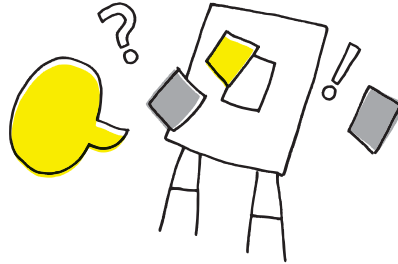
(Point of View)

Die Erkenntnisse aus Verstehen und Beobachten in einer klaren Fragestellung verorten.

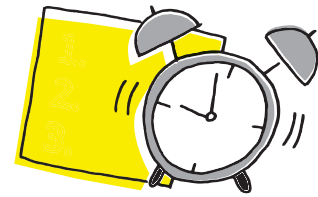
Setting



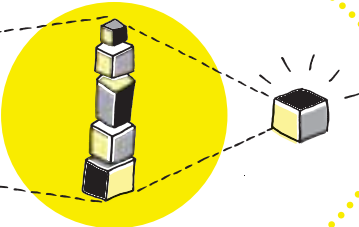
Interdisziplinäre Teams



Raum, um kreativ zu sein
und Material zum Spielen

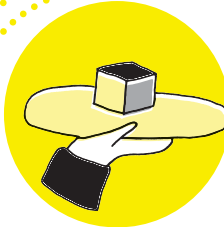


Klare Regeln und striktes
Zeitmanagement



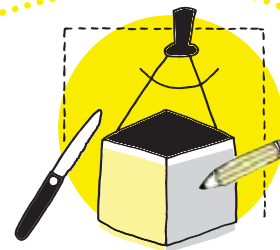
Ideenfindung

Mit gezielt eingesetzten Kreativitätstechniken aus der Ideenvielfalt interdisziplinärer Teams qualitativ hochwertige Lösungen schaffen.



Prototyping

Ideen greifbar und kommunizierbar und dabei Schwachstellen sichtbar machen.



Testen

Früh und schnell herausfinden, ob Ideen bei der Zielgruppe wirklich zünden – auf Basis dieser Einsichten wird das Konzept so lange verfeinert, bis die bestmögliche Lösung gefunden ist.

Design Thinking

in der Praxis

Neben dem iterativen Prozess und dem Setting als Rahmenbedingungen gibt es bei **Design Thinking** ein ganzes Bündel von Methoden und Übungen, die zum Einsatz kommen. Die folgenden Beispiele aus unterschiedlichen Workshops verdeutlichen die Herangehensweise.





Die Fragestellung

Die Formulierung einer exakten und für den Prozess hilfreichen Frage ist zugleich der schwierigste Teil, denn er zwingt die Beteiligten sich über eine gemeinsame Problemstellung zu verständigen. Im besten Fall werden hier die oft unterschiedlichen Motivationen der Teilnehmer sichtbar, verbunden mit der Herausforderung, diese in eine gemeinsame Frage einfließen zu lassen. Eine gute **Design Thinking** Fragestellung ist so offen wie möglich und so konkret wie nötig formuliert. Auf den folgenden Seiten stellen wir Ihnen Fragestellungen aus **Design Thinking** Beispielen vor.





Wie motiviert man Mitarbeiter, ihr Wissen weiter zu geben und besser im Unternehmen zu verteilen?

Design Thinking at a glance / Workshop im Rahmen der Berliner Experten Gespräche November 2011.

Seit fünf Jahren treffen sich auf den Berliner Experten Gesprächen ausgewählte Kunden, Partner und Freunde von E&E.

»Wie richte ich meine Innovationskraft an den zukunfts-relevanten Themen aus?« war das Thema der letzt-jährigen Veranstaltung. Innerhalb von 1,5 Tagen erarbei-teten die E&E Berater zusammen mit Teilnehmern aus Unternehmen, öffentlichen Institutionen und der Politik mit **Design Thinking** die für sie wichtigen Frage-stellungen.

Die Workshop-Teilnehmer entwickelten ein Anreiz-System zur internen Wissens-Weitergabe, das auf verschiedenen Ebenen funktioniert.





Wie gestalten wir ein positives Alltagserlebnis im Umgang mit Plastikkarten, Schlüsseln und Mobiltelefonen?

ESCRIBA Community Days / Design Thinking Workshop Mai 2011

Die ESCRIBA Community ist eine Anwendergemeinschaft der von E&E entwickelten Business-Software ESCRIBA Document Services. Innerhalb des Workshops lernten ausgewählte Teilnehmer die Methode und deren Poten-

zial zur Entwicklung von technologischen Innovationen kennen. Dazu kombinierte das Team unterschiedliche Funktionen, wie Bezahlen, Öffnen und Telefonieren in einem Endgerät.





Wie gestalten wir ein positives Einkaufserlebnis für Familien in einer hektischen Welt mit vielfältigen Anforderungen an die Familienmitglieder?

Design Thinking Ausbildung E&E

Im Rahmen des internen **Design Thinking** Ausbildungsprogramms arbeiten die Berater an Fragestellungen, die sich sowohl mit der Lösung von komplexen Problemstellungen befassen, als auch mit dem Generieren neuer Ideen. Technologische Innovationen spielen oft eine Rolle. In einem Projekt wurde z.B. der Familieneinkauf über mobile Endgeräte organisiert und vereinfacht.

Die Persona

Wer ist der Nutzer – Verdichtetes Beobachten anhand der Persona

Im **Design Thinking** stellt die Persona den Prototypen innerhalb der Zielgruppe dar. Um Ergebnisse möglichst konkret zu machen, werden Eigenschaften und Nutzungsverhalten detailliert beschrieben. Innerhalb des Prozesses werden am Übergang zum »Point of View« die Erkenntnisse aus Verstehen und Beobachten überprüft. Solche Iterationen kehren innerhalb des gesamten Prozesses wieder und helfen bei der Verortung der wesentlichen Faktoren.



Annette (Nette)

wohnt in einer 1-Zimmer-Wohnung

ist neugierig geht gerne feiern

interessiert an Kunst & Theater

Vorliebe für Frauen und Männer

meist fröhlich, aber auch nachdenklich

reiselustig (jedoch fehlt ihr
das Geld für große Reisen)

hat ihr Lehramtsstudium
abgebrochen, anschließend
Kulturmanagement studiert

arbeitet seit 4 Jahren
als Freelancer

ist planlos gegenüber
beruflicher Zukunft

möchte Festanstellung oder
in Projekten mit Wirtschafts-
unternehmen arbeiten



Das Szenario

In welchem Umfeld agiert die Persona – Fixierung von Vorstellungen im Szenario

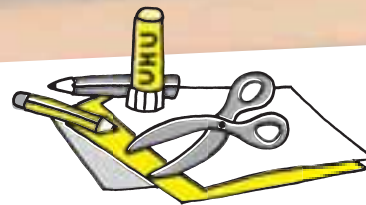
Das Szenario beschreibt den Entwurf einer fiktiven Situation oder eines Ablaufes und markiert das Ende der Beobachtungsphase. Jetzt können Aussagen darüber getroffen werden, wer in welchem Umfeld wie agiert. Intervention wird möglich – mit der anschließenden Ideate-Phase kann in bestehende Zusammenhänge eingegriffen werden bis hin zur Entwicklung konkreter Lösungsansätze.



1. Diskussion



2. Realisierung der Ideen mit Schere, Leim, Kork ...



3. Ausgangssituation (Rollenspiel)

Das alte Büro von Renate

4. Optimierung des Szenarios (Rollenspiel)



Das neue Arbeitsumfeld

Der **Lösungsansatz**

Was ist die Lösung für die Problemstellung – Visualisierung anhand eines Prototypens

Design Thinking Lösungsansätze sind erlebbare Vorgehensweisen zur Wandlung von bestehenden Situationen in zukünftige erwünschte Ideen. Diese werden greifbar und kommunizierbar. Schwachstellen werden sichtbar gemacht.

Innerhalb des Workshops »**Design Thinking** at a glance« im Rahmen der Berliner Experten Gespräche beschäftigte sich ein Team mit der Fragestellung: »Wie werden Gewerkschaften zeitgemäßer?« Ausgangslage war die Vorüberlegung des Teams, dass Gewerkschaften heute in der breiten Öffentlichkeit oft negativ wahrgenommen werden. Für die Gewerkschaften ist dies ein Problem – ihr Image ist schlecht, die Mitgliederzahlen stagnieren.

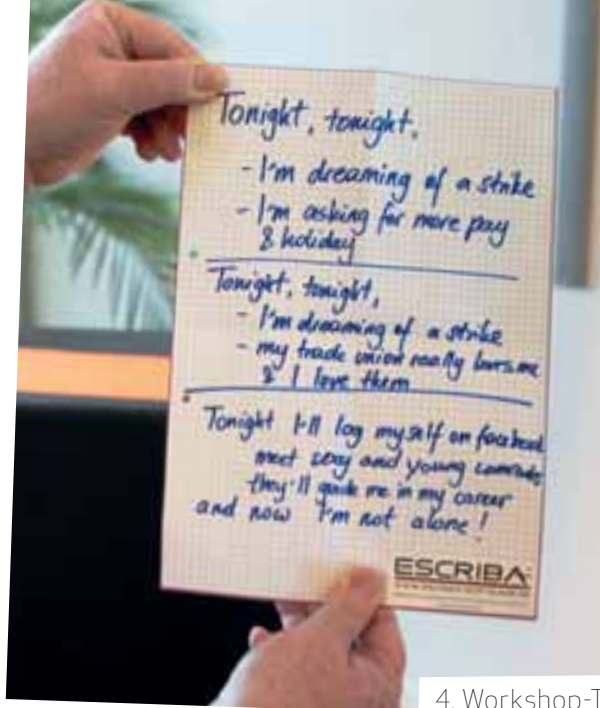
Im nachfolgenden Lösungsansatz schlägt das Team die Anpassung von Gewerkschaftsangeboten an den Berufsalltag moderner Arbeitnehmer vor. Dabei greift es aktuelle Themen wie differenzierte Karrierewege, Burnout-Syndrom oder die Schwierigkeit der Vereinbarkeit von Familie und Beruf auf.



1. Streik: So werden Gewerkschaften heute hauptsächlich in der Öffentlichkeit wahrgenommen.



2. Beratung und Support im Life-Cycle-Center: Das zukünftige Image moderner Gewerkschaften.



4. Workshop-Teilnehmer tragen eine selbstkomponierte Gewerkschafts-Hymne vor.

3. Ein Life Cycle Mitarbeiter erklärt in angenehmer Atmosphäre die gesamte Angebotspalette und gibt hilfreiche Tipps.



Design Thinking

Prinzipien

Verschiedene Prinzipien unterstützen das **Design Thinking** und regeln den Umgang in der interdisziplinären Gruppe. Mit den Prinzipien werden die zugrunde liegenden Werte der Methode transportiert und vermittelt. Einige, wie z.B. »Avoid criticism – vermeide Kritik«, orientieren sich an bekannten Brainstorming-Regeln, während beispielsweise »Fail often and early – Scheitere früh und oft« aus der Besonderheit des iterativen Prozesses entstanden sind. Gerade Scheitern als Chance zu erleben, kann eine wertvolle Erfahrung sein.

Auf den folgenden Seiten stellen Mitarbeiter der E&E AG ihre Sicht auf ausgewählte Prinzipien vor.



Don't sell or debate ideas – have new ones ...



Jeder, der eine Idee oder Vorstellung hat, möchte diese auch einbringen oder durchsetzen. Vorteile, Nachteile, Machbarkeit und Finanzierbarkeit werden dabei als »Vermarktungsargumente« angebracht. So entstehen jedoch keine neuen und innovativen Ideen. Beim **Design Thinking** sind alle Vorschläge gleichwertig. Das Für und Wider wird nicht diskutiert. Die Tauglichkeit wird erst in der Prototyp-Erstellung und im anschließenden Test geprüft. Somit haben alle Ideen eine Chance.

Robert, Anwendungsentwickler

EXPERTISE
Allgemeine
Wirtschaftstheorie

WAS MICH BEGEISTERT
Knoten und andere
Entwurfsmuster

Always know in which stage of the process you are ...



Das Bewusstsein, in welcher Phase des **Design Thinking** Prozesses man sich befindet, ist für die Qualität der gemeinsamen Arbeit sehr wichtig. In jeder Phase liegt der Fokus auf anderen Fähigkeiten. Dabei macht es einen Unterschied, ob es um das Verstehen des Problems geht, oder darum, Ideen zu generieren oder zu testen. Es geht um Quantität, wenn z. B. in der Ideen-Phase so viele Ideen wie möglich generiert werden. Die Qualität wird erst später gesichert, wenn die Ideen selektiert, analysiert und bewertet werden. Einmal gewonnene Erkenntnisse werden durch sich mehrfach wiederholende Schleifen geschärft.

Frances, Beraterin

Avoid criticism and don't be the devil's advocate ...

Bei dieser Regel geht es darum, andere in ihren Ideen nicht zu beschränken und sich auf neue Lösungen einzulassen, selbst wenn diese anfangs nicht die persönliche Zustimmung finden. Indem man jeder Idee eine Chance gibt, motiviert man die Teilnehmer zu mehr Kreativität. Nichts wird von vornherein als abwegig oder unbrauchbar deklariert. Es wird weder beurteilt noch bewertet. Auf diese Weise kommt man zu neuen Lösungsansätzen, die sich wiederum mit anderen Ideen kombinieren oder weiterentwickeln lassen.

Anabell, Beraterin

EXPERTISE
Internationales
Management,
Geschichte,
Literatur,
Medienpraxis

WAS MICH BEGEISTERT
www.heimweg-
telefon.de,
Social Entrepreneurship

EXPERTISE
Betriebswirtschaft
und Wirtschafts-
informatik

WAS MICH BEGEISTERT
www.heimweg-
telefon.de

EXPERTISE
Werbekauffrau,
Medienmanagement

WAS MICH BEGEISTERT
Blogging,
Webmonitoring

Generate as many ideas as possible. The quantity is it...



Beim **Design Thinking** wird eine große Masse an Ideen, Prototypen, Feedbacks und Tests entwickelt bzw. durchgeführt. So können für die Phase der Ideenfindung viele unterschiedliche Aspekte berücksichtigt und ungewöhnliche Vorschläge gemacht werden. Viele Varianten eines Prototyps sind eine gute Basis für Feedbackschleifen und Tests und unterstützen so den iterativen Prozess. Er ist in seiner Umsetzung kraftraubend und -spendend zugleich und ist unmittelbar verknüpft mit vielen anderen Prinzipien des **Design Thinking**.

Dorit, Solution Management

To play is good. Have fun...



Das spielerische und leichte Herangehen an ein Problem ist die zentrale Aussage dieses Prinzips. Dabei soll ein Modus entstehen, der Spaß vermittelt. Es geht darum, das verkopfte, ernste, sehr konzentrierte und deshalb teilweise verkniffene Arbeiten für das intuitive, spielerische Element zu öffnen. In spielerischen Situationen traut man sich viel mehr zu, Position zu beziehen. Zu vielen Problemen, Situationen und Fragestellungen hat jeder von uns Meinungen und Bilder im Kopf. Diese sollen alle gehört werden.

Juergen, Gründer & Vorstandsvorsitzender

EXPERTISE
Volkswirtschaft,
Mathematik

WAS MICH BEGEISTERT
Gute Weine und die
Musik der Primzahlen

Fail often and early...



Dieses Prinzip ist eine Aufforderung, die Angst vor dem Scheitern abzulegen, da fehlertolerante Systeme in den meisten Fällen sehr gute und stabile Systeme sind. Ständige Bewegung verhindert das Erstarren in komplexen und scheinbar unlösbaren Situationen. Frühes und häufiges Scheitern ermöglicht schnelle und konstruktive Weiterentwicklung. Ungewöhnliche Denkansätze werden akzeptiert, auch wenn sie zuerst als Sackgasse erscheinen. Oder wie Samuel Becket formulierte: Try again. Fail again. Fail better.

Jenny, Solution Management

EXPERTISE
Medieninformatik
(Usability, Graphical
User Interface),
Skandinavistik,
Philosophie

WAS MICH BEGEISTERT
Bücher über Design,
Fotografie, Blogging,
Web Design

Choose the right focus and stay focused...

Arbeitet man mit **Design Thinking** gibt es verschiedene Sichtweisen und Problemstellungen auf das vorgegebene Thema. Es ist wichtig, eine Perspektive zu wählen, diese Perspektive beizubehalten und darin in die Tiefe zu gehen. In der Iteration wird die nächste Perspektive eingenommen und vertieft. Durch diese Technik werden Argumentationsfallen umgangen und das »Ausfransen« vermieden. Schnell wird klar, welche die richtige und erfolgsversprechende Perspektive ist und es werden kompakte Ergebnisse erzielt.

Marit, Solution Management

EXPERTISE
Betriebswirtschaft
mit Schwerpunkt
Personal und
Marketing,
Ausbilderin für
kaufmännische
Berufe

WAS MICH BEGEISTERT
Freunde, Reiten,
Räume gestalten

Build on the ideas of others rather than judging them...

Design Thinking ist ein »Teamsport«. Es gibt nicht »die beste Idee« – die Kombination vieler Ideen wird am Ende eine gute Lösung hervorbringen. Aus diesem Grund treten wir mit unseren Ideen nicht in einen Wettstreit und bewerten, was an ihnen gut oder schlecht ist. Wenn wir mit der Entwicklung jeder weiteren Idee diese Information mitdenken, sie einbeziehen und weitertragen, verbessern wir die Qualität unserer Ideen kontinuierlich. Es ist so, als würden wir auf einen Berg steigen: Wenn wir uns ewig damit befassen, wie wir den ersten Schritt besonders perfekt machen, kommen wir über diesen nicht hinaus.

Ingo, Marketing & Kommunikation

EXPERTISE
Kommunikations-
wissenschaft,
Geschichte &
Musikwissen-
schaften

WAS MICH BEGEISTERT
Doktorarbeit,
Fußball, Musik

Leave titles at the door and listen to the team...

Design Thinking lebt davon, kreative Ideen in einer interdisziplinären Gruppe zu entwickeln. Dabei ist es irrelevant, welche Position jeder einzelne Teilnehmer im Berufsleben hat. Während der Session gibt es keinen Chef und auch keine Ansprache mit »Sie«. Das fördert die Offenheit, verrückte Ideen auszusprechen und dem normalen Arbeitsalltag zu entfliehen. International erfolgreiche Unternehmen setzen solche Prinzipien bereits heute in der Praxis konsequent um. Sie sind nicht in hierarchischen Strukturen verhaftet, sondern fördern unternehmerische Verhaltensweisen und innovative Prozesse in Unternehmen.

Ellen, Kommunikation

EXPERTISE
Sozialpädagogik mit
Schwerpunkt
soziales Management

WAS MICH BEGEISTERT
Wie man mit Worten
Welten erschafft

No leader but the project...



Das Thema definiert die Richtung und leitet durchs Projekt. Die Teilnehmer gehen im Sinne der Frage vor und fokussieren sich dabei auf die Sache. Leadership kann sich in unterschiedliche Richtungen ausbilden, um das Projekt voran zu treiben: Gibt es keinen festen »Leader« bringen die Teilnehmer ihre Stärken ein und treffen eigene Entscheidungen. Ergibt sich eine Führung aus den Stärken eines Einzelnen, wird dieser automatisch in seinem Bereich führen und die Kompetenzen anderer Teilnehmer ergänzen. Kommt es zu Konflikten, werden die unterschiedlichen Positionen durch Prototypen abgedeckt und getestet. Auch ein Moderator, der durch das Projekt führt ohne sich inhaltlich einzubringen, funktioniert als »Leadership« und ermöglicht gute Lösungen.

Angela, Beraterin & Coach

EXPERTISE
Kommunikations-
design, Creative
Direction

WAS MICH BEGEISTERT
Design, Capoeira,
interkulturelle
Kommunikation

Stupid and wild ideas are good...



Dieses Prinzip fordert dich auf: Lass deiner Fantasie freien Lauf, nichts ist unmöglich. Verabschiede dich von deinem Standard- und Sicherheitsdenken! Sei mutig und kreiere abwegige, wilde, spannende Ideen. Jede noch so verrückte Idee hat wichtige Ansatzpunkte, die wieder in eine realistische Lösung eingebracht werden können. Wilde Ideen geben innovative Impulse für eine spätere, neuartige Lösung. Innovationen leben von verrückten, abwegigen Ideen.

Julie, Sales Operations

EXPERTISE
Betriebswirtschaft
mit Schwerpunkt
Marketing,
Produktwirtschaft,
Wirtschaftsrecht

WAS MICH BEGEISTERT
Bau von Schulen
in Benin, Westafrika

Stay on time and don't be fussy...



Die Arbeitsatmosphäre bei **Design Thinking** ist sehr kreativ und geprägt von vielen unterschiedlichen Arbeitsmitteln: Kreatives Chaos. Um hier nicht die Aufgabenstellung aus den Augen zu verlieren, braucht man Strukturen wie ein striktes Zeitmanagement. Jede Übung wird unter Zeitdruck und mit einem klaren Endsignal bearbeitet. Gerade unter Zeitdruck, wenn nicht lange abgewogen werden kann, entstehen die Ideen mit dem größten Potenzial. Die Kunst ist es, Zeiten einzuhalten, ohne Kreativläufe zu unterbrechen.

Vanessa, Marketing & Kommunikation

EXPERTISE
Betriebswirtschaft
mit Schwerpunkt
Marketingkomm-
unikation & PR

WAS MICH BEGEISTERT
Werbung und
Unternehmens-
kommunikation

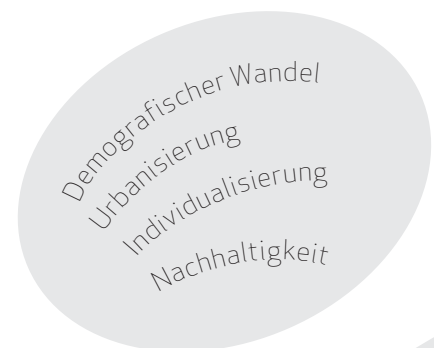
Design Thinking by E&E

Moderne Managementmethoden müssen heute weit mehr leisten als nur die Organisation von Menschen innerhalb eines unternehmerischen Wertschöpfungsprozesses. Die Gesellschaft fordert nachhaltig erfolgreiches Handeln, das neben dem Ertrag für die Organisation auch sozialen Bedürfnissen sowie dem Erhalt der Umwelt dienen muss.

Für Unternehmen und Organisationen ist dies eine große Herausforderung, denn bislang gültige Paradigmen des ökologischen Denkens werden hinterfragt. Innovationen sind gefordert, die Wirtschaft muss sich verändern. Doch warum misslingt der gezielte Wandel von Unternehmenskulturen so oft und welche Hürden stehen ihm entgegen?

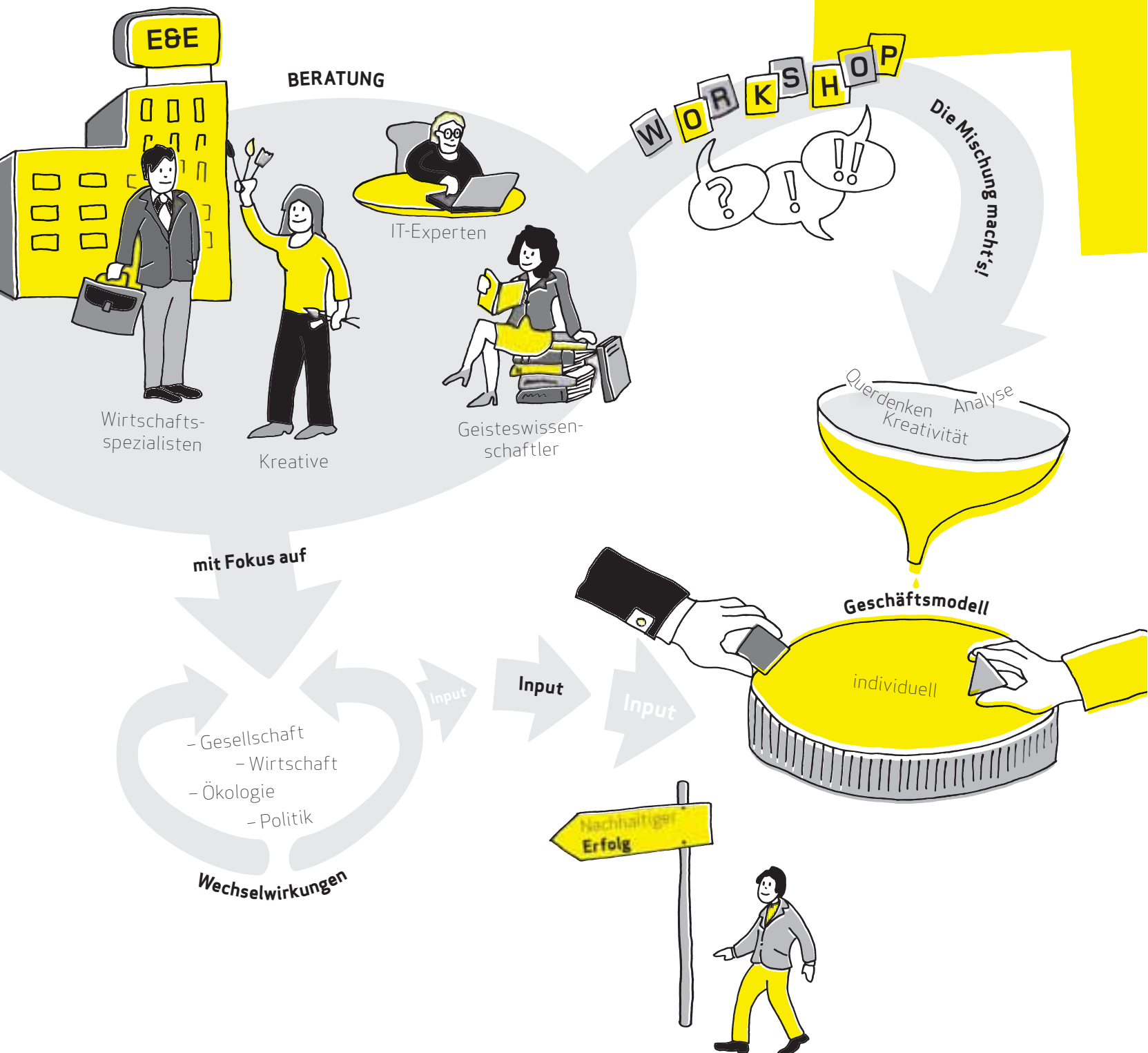
Traditionelle Methoden und Beratungsansätze sind von analytischem Denken geprägt. Fragestellungen werden in Teilbereiche und Projekte aufgesplittet und zergliedert. Radikal neue Ideen und konkrete Wandelansätze entstehen so jedoch nicht. Sowohl der Blick aufs Ganze als auch der gesunde Menschenverstand gehen verloren. **Design Thinking** als Managementmethode nutzt die Arbeitsweise von kreativen Gestaltungsberufen wie Designern und Architekten, um die Herausforderungen der Zukunft zu meistern. Dabei wird Mündigkeit und Selbständigkeit der Teilnehmer ins Zentrum gerückt. Sie sind innerhalb des interdisziplinären Teams konstitutive Bedingung für diese Interaktionsform, die auf der Grundlage von verständigungsorientiertem Handeln aufsetzt.

Design Thinking by E&E erlaubt uns neu zu denken. Es bietet eine Struktur, die wir als Innovationsansatz für die Wandelfähigkeit von Unternehmen nutzen. **Design Thinking** by E&E ermöglicht eine Kultur der Innovation und schafft gleichzeitig eine Innovation der Kultur.

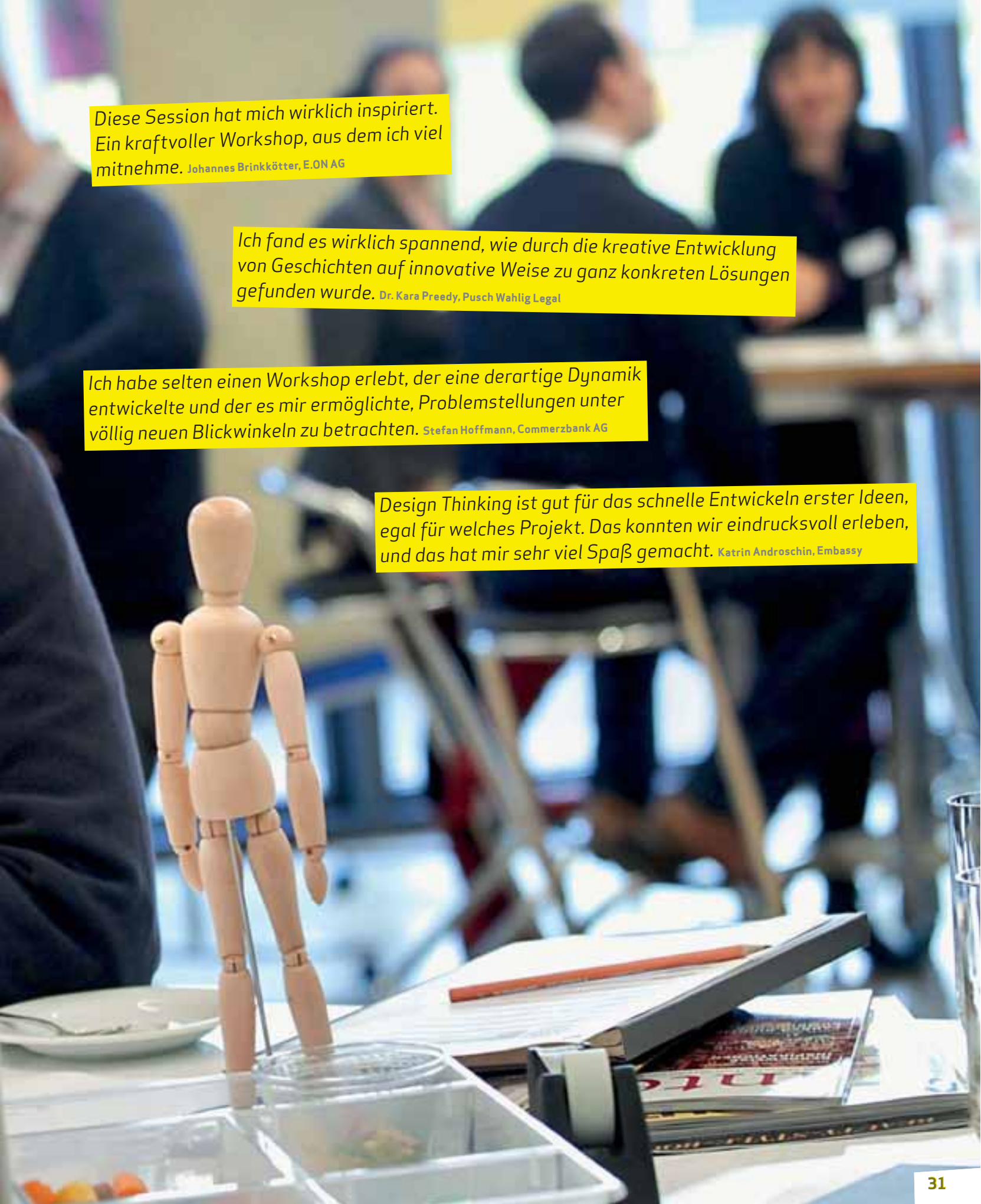


zum Beispiel
sozialökonomische Themen

Kultur der Innovation – Innovation der Kultur







Diese Session hat mich wirklich inspiriert. Ein kraftvoller Workshop, aus dem ich viel mitnehme. Johannes Brinkkötter, E.ON AG

Ich fand es wirklich spannend, wie durch die kreative Entwicklung von Geschichten auf innovative Weise zu ganz konkreten Lösungen gefunden wurde. Dr. Kara Preedy, Pusch Wahlig Legal

Ich habe selten einen Workshop erlebt, der eine derartige Dynamik entwickelte und der es mir ermöglichte, Problemstellungen unter völlig neuen Blickwinkeln zu betrachten. Stefan Hoffmann, Commerzbank AG

Design Thinking ist gut für das schnelle Entwickeln erster Ideen, egal für welches Projekt. Das konnten wir eindrucksvoll erleben, und das hat mir sehr viel Spaß gemacht. Katrin Androschin, Embassy



Design Thinking by E&E

Berlin 2012 – ©E&E information consultants AG
designthinking@ee-consultants.de
www.ee-consultants.de