Business Creativity / Design Thinking

Im Zentrum der Veranstaltung *Business Creativity* steht die systematische Suche nach neuen Ideen. Dabei geht es um die Entwicklung neuer Produkte und Services, aber insbesondere auch um die Identifikation von Kundenwünschen und Nutzerbedürfnissen, sowie die Planung von wirtschaftlichem Erfolg. Denn erst durch das Zusammenspiel dieser Faktoren wird eine Idee zu einer Innovation.

Und Innovationen werden immer wichtiger, denn Veränderung prägt unsere Gegenwart: Im privaten, wie im beruflichen Umfeld. Speziell die Globalisierung und die Digitalisierung wirken sich auf viele Bereiche aus und bewirken einen immer stärkeren wirtschaftlichen Wettbewerb. Während im 20. Jahrhundert neue Services und Produkte primär zu sogenannten Verkäufermärkten führten, in denen Unternehmer mit ihrem Angebot den Preis und Markt bestimmten, dominieren heute global informierte Kunden die Märkte. Das führt dazu, dass sich Unternehmen immer neue Angebote einfallen lassen müssen, um relevant und attraktiv zu bleiben.

An dieser Stelle spielt die Kreativität eine entscheidende Rolle. Eventuell hat das die Redaktion des Weltwirtschaftsforums z.B. dazu veranlasst, in ihrer 2015 erschienen Studie Top 10 Skills 2020 „komplexe Problemlösung“ und „Kreativität“ unter die Top 3 der zukünftig wichtigen Fähigkeiten von Arbeitnehmern zu wählen. Kreativität beschreibt in der Theorie häufig einen Prozess: Nach der Identifikation bzw. dem Auftreten eines Problems, beginnt bereits mit der initialen Auseinandersetzung mit dem Sachverhalt und dem Nutzer das kreative Wirken, das sich dann bis in die Produktgestaltung und die Bestimmung eines Geschäftsmodells hinzieht.

Die Veranstaltung orientiert sich inhaltlich an dem Ansatz des Design Thinking. Dabei handelt es sich um eine systematischen Herangehensweise an komplexe Problemstellungen, die weit über die klassischen Design-Disziplinen wie die Formgebung und die ästhetische Gestaltung hinausgeht. Anstelle der technischen Machbarkeit, die bei vielen Menschen im Zentrum des Produktentstehungsprozesses steht, werden zunächst Nutzerwünsche und -bedürfnisse anvisiert. Hierfür lernen die Teilnehmer Perspektivwechsel kennen, begeben sich in die Rolle des Anwenders und schauen durch dessen Brille auf ein Problem. Auf diese Weise werden dann mit unterschiedlichen Kreativitätstechniken wilde passgenaue Ideen ermittelt. Mit kurzfristig erstellten Prototypen werden diese Ideen dann mit der Zielgruppe getestet. So können ohne hohen finanziellen Aufwand schnell erste Erfolgsaussichten der Idee ermittelt werden.

Zum Referenten:

Jannis Sutor ist in Braunschweig geboren. Er studierte in den Niederlanden, Australien und Deutschland BWL und zuletzt Entrepreneurship und Innovationsmanagement an der Ostfalia Hochschule. Zahlreiche berufliche Stationen bei Branchenführern wie Allianz, 3M, adidas, Metro, BMW und Volkswagen halfen ihm dabei ein breites Spektrum an Fähigkeiten in den Bereichen Unternehmensstrategie, Trendscouting und Digital Business Development aufzubauen. Heute unterstützt Jannis als ausgebildeter Design Thinking Coach und zertifizierter Scrum Master Organisationen bei der digitalen Transformation. Der Impulsvortrag „Von der Idee zur Innovation“ fokussiert, wie Gründer dafür sorgen können, dass sich ihr Produkt erfolgreich am Markt durchsetzt. Die Idee ist wichtig. Aber welche Rolle spielt die Wahl des richtigen Geschäftsmodells? Warum steigt die Bedeutung des Kunden stetig? Warum lohnt sich Interdisziplinarität? Warum braucht es eine kreative Arbeitsumgebung? Design Thinking kann an dieser Stelle als strukturierte Herangehensweise verstanden werden, diese Fragen zu betrachten. Anhand praktischer und interaktiver Beispiele können die Zuhörer einen ersten Einblick zu der Methode erhalten und bekommen hilfreiche Tipps für die eigene Anwendung.