

Serious Play: Geschichten für den Erfolg

Erfolgreiches Innovations-Management erkennt frühzeitig und treffsicher, in welche Invention es sich lohnt, Ressourcen zu investieren. Die Methodik des «Storytellings» veranschaulicht Stärken und Schwächen einer potenziellen Innovation. Der Workshop-Prozess «LEGO Serious Play» nutzt zum Erzählen von Geschichten spielerische Elemente.

Text: Andreas Peter

Der Unterschied zwischen einer Invention und einer Innovation besteht darin, dass letztere bis zur Marktreife und -einführung entwickelt wird. Auf dem Weg dorthin gilt es allerdings zahlreiche Hindernisse zu überwinden: Fachspezialisten aus unterschiedlichen Disziplinen müssen für das Vorhaben begeistert, wichtige Entscheidungsträger überzeugt und komplexe Zusammenhänge verständlich und anschaulich vermittelt werden. In der Praxis scheitern viele Inventionen an diesen Herausforderungen. Für das Innovations-Management ist es essentiell, möglichst frühzeitig und treffsicher entscheiden zu können, in welche Inventionen die beschränkten

les Werkzeug, um unterschiedliche Versionen der Zukunft – also verschiedene Entwicklungs-Szenarien – zu entwickeln, zu simulieren und damit frühzeitig zu überprüfen. Lange bevor physische Produktmodelle oder ausgefeilte Geschäftsmodelle erarbeitet werden, stellen Geschichten einen ersten Prototyp der angestrebten Innovation dar. Besonders hilfreich erweisen sie sich in der Entwicklung und Darstellung komplexer Produkt-Service-Systeme, die in Zukunft für Unternehmen immer wichtiger werden.

Mit LEGO den Grundstein legen

Eine Geschichte kann auf unterschiedlichste Art und Weise erarbeitet werden. Um den Prozess ebenso kreativ wie effizient zu gestalten, setzt das Innovationszentrum an der Fachhochschule St.Gallen bei Ideenfindungs- und Innovations-Entwicklungen auf LEGO-Bausteine. In Zusammenarbeit mit dem dänischen Spielzeughersteller entwickelten die Professoren Johan Roos und Bart Victor des International Institute for Management Development IMD in Lausanne mit «LEGO Serious Play» einen moderierten Workshop-Prozess, der die Vorteile des physischen Modellierens und spiel-typischer Charakteristika für den Einsatz im Management- und Entwicklungs-Umfeld verfügbar macht. In den Workshops erarbeiten die Teilnehmenden mittels eigens entwickelter Baukästen neue Produkt- beziehungsweise Dienstleistungs-Ideen, Geschäfts-, Management- oder Organisationsentwicklungs-Modelle. Durch die gemeinsame Entwicklung von physischen Modellen ermöglicht die Methodik, individuelle Ideen zu externalisieren, gemeinsam weiterzuentwickeln und als kreative Geschichten zu formulieren. Damit erleichtert «LEGO Serious Play» die Zusammenarbeit über Disziplinen-Grenzen hinweg, stärkt das Gefühl der Teilhabe beziehungsweise der Identifikation bei Teammitgliedern und Entscheidungsträgern, und veranschaulicht auf einfache Art und Weise die häu-

Mit guten Geschichten potenzielle Innovationen simulieren.

Ressourcen investiert werden sollen. Ein wertvolles Instrument bilden dabei Geschichten. Sie ermöglichen abstrakte Konzepte auf fesselnde Art und Weise begreifbar zu machen. Die ihnen zugrundeliegende Methodik des Geschichtenerzählens, wobei meist der englische Begriff «Storytelling» verwendet wird, erlaubt eine umfassende Diskussion über die Logik des unternehmerischen Erfolgs einer potenziellen Innovation. Geschichten sind also ein wirkungsvol-





fig abstrakten Konzepte, die einer komplexen Innovation zugrunde liegen.

Gerade zur Entwicklung von Geschichten eignet sich «LEGO Serious Play» besonders gut. Auf spielerische Art und Weise können ganze Kunden-Erlebnisse oder Prozess-Abläufe mit wenig Aufwand nachgebaut und nachgespielt werden. Oft zeigen sich erst dann die wirklichen Stärken und Chancen, aber auch die entscheidenden Schwachstellen eines Produkts oder einer Dienstleistung. Durch die Kombination des planvollen Spiels und des «Storytellings»



Andreas Peter ist Projektleiter am Innovationszentrum St.Gallen IZSG-FHS und promoviert berufs begleitend im Forschungsfeld der design-getriebenen Innovationsentwicklung. Unter anderem moderiert und begleitet er Ideenfindungs- und Kreativitäts-Workshops, in welchen die Methoden des «LEGO Serious Plays» und des «Storytellings» angewendet werden.

andreas.peter@fhsg.ch
www.fhsg.ch/izsg

Für das Innovations-Management ist es entscheidend, möglichst frühzeitig und treffsicher entscheiden zu können.

lassen sich zudem interne wie externe Anspruchsgruppen leichter für eine Projektidee begeistern. Die frühe Einbindung relevanter Anspruchsgruppen erlaubt es Unternehmen erfolgskritische Vorteile zu nutzen, die helfen aus einer inventiven Idee eine erfolgreiche Innovation zu machen.