

DESIGN RESEARCH & DESIGN STRATEGY CONFERENCE #4

NACHBERICHT

DESIGN RESEARCH & DESIGN STRATEGY CONFERENCE

Hamburg, 4. Oktober 2017

Schlagworte wie ‚big transformation‘, ‚technologische Neuerungen‘ oder ‚radical and disruptive‘ erwartet sicher jeder Gast bei einer Konferenz mit dem Titel OUTTHINK INNOVATION. Was aber die Redner darüber hinaus sehr konkret an Best-Cases, Tools und Methoden sowie persönlichen Erfahrungen lieferten, ließ die über 100 Teilnehmer aus den Bereichen Innovationsmanagement, Marktforschung, Design, Marketing, Forschung & Entwicklung verschiedenster Branchen ein zufriedenes Fazit ziehen.

Die vierte Design Research & Design Strategy Conference, die am vergangenen Donnerstag in Hamburg stattfand, wurde vor allem erneut dem Anspruch gerecht, die Besucher mit handfesten Ergebnissen in ihren Arbeitsalltag zurückkehren zu lassen. Als ein Highlight des Tages wurden somit auch wieder die Workshops benannt, die jeweils im Anschluss an die Vorträge auf die Themen einzahlten und den Mitwirkenden die Möglichkeit gaben, sich konkret mit aktuellen Innovationsmethoden vertraut zu machen und sich mit anderen auszutauschen.

Und auch der Anspruch an die Vorträge, mit realen und greifbaren Inhalten aufzuwarten, wurde von den Rednern zur vollen Zufriedenheit umgesetzt. Immer wieder Thema: Verankerung der Innovationskultur im Unternehmen, Einbeziehen der Kunden und User in Innovationsentwicklungen, ganzheitliche Ansätze und der weitausgerichtete Blick nach vorn sowie die Integration von Designmethoden als Denkweise.

So zeigte **Dr. Markus Durstewitz, Head of Innovation Methods & Tools**, konkret auf, wie innerhalb des **Airbus**-Konzerns Innovation mit den Mitarbeitern gelebt und wie Design als wesentliche Komponente der multidisziplinären Teams eingesetzt wird. Seine klaren Ausführungen dazu, wie der Aufbau einer Community erfolgt, mit welchen Methoden das Unternehmen arbeitet und in welcher Form Räume und Umgebungen zur Verfügung gestellt werden, machten das Thema Innovationskultur fassbar und boten den Teilnehmern eindeutige Handlungsfelder.

Auch **Professor Marc Gruber von der École Polytechnique Fédérale de Lausanne** gab mit seinem ‚Marketing Opportunity Navigator‘, der kürzlich als Buch erschienen ist, greifbare Schritte mit auf den Weg: Die Methode, entstanden aus über 15 Jahren Forschung, dient der Identifizierung und Evaluierung strukturierter Innovationsprozesse und deren strategischer Herangehensweise. Professor

Initiatoren:



INDEED

unterstützt von:

brandeins

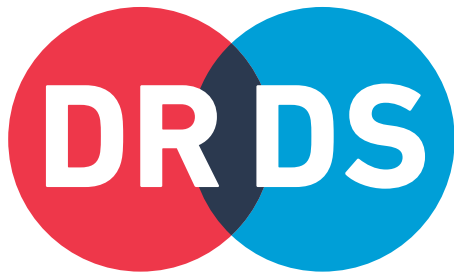
creativ
verpacken

designreport.

planung
& analyse

form

HAMBURG
kreativgesellschaft



DESIGN RESEARCH & DESIGN STRATEGY CONFERENCE #4

Gruber betonte dabei, dass wir momentan in einer Zeit leben, in der die technologischen Neuerungen in einem Umfang und einem Tempo auf uns hereinprasseln, wie es nie zuvor der Fall war und dass eben diese Umstände eine strukturiertes Management erfordern – insbesondere hier in Deutschland, wo es viel um Ingenieurskunst und damit um sogenannte ‚deep technology‘ geht.

Auf eine unterhaltsame und sehr eindrückliche Art inspirierte **Kevin Bethune, Vice President Strategic Design bei BCG Digital Ventures**, die Zuhörer anhand seiner eigenen Geschichte und zeigte seinen holistischen Ansatz auf: Für ihn sind die Schnittmengen von Technologie, Design und Business das Herz und machen die Erfolgsstrategie für die Zukunft aus. Dies konkretisierte er, indem er die Innovationsmethoden der Boston Consulting Group im Detail aufzeigte, ebenso wie es auch **Hector Paris Ayala Garcia, Senior Research Manager hinsichtlich Etihad Airways** tat. Von ihm kamen klare Empfehlungen: „Ask your consumers“, „Listen and document“, „Map your data“, „Focus on insights“, „Test ideas“, „Rethink and repeat iteratively“ und: „Focus on strategy“.

Ebenso deutliche Handlungsempfehlungen benannte **Dr. Nancy Tennant**, heute **Professorin an den Universitäten von Chicago und Notre Dame**. Mit einem Best-Case von Whirlpool, wo sie früher als Chief Innovation Officer für Transformation, Führungsentwicklung und Unternehmenswachstum zuständig war, unterstrich sie ihre Vorgehensweise im ‚Innovation Universe‘: Frame (die Grenzen abstecken, in denen das jeweilige Unternehmen überhaupt innovieren kann), Generate (von einer ersten Idee zur Wirtschaftlichkeit gelangen), Embed (die Innovationsprozesse ins Unternehmen einbetten und sicherstellen, dass diese vorangetrieben werden), Lead (als Unternehmensleitung die Innovationskultur anführen und ausbauen).

Ein Highlight unter den Vorträgen kam von **David Gram**, der sehr mitreißend von seinen Erfahrungen als **Senior Innovation Director des Creative Play Labs von Lego** erzählte und die Zuhörer mit der Geschichte des Unternehmens fesselte: Vom Beinahe-Bankrott und dem ‚Time is over‘-Fazit der Consultants hin zu einer der erfolgreichsten Marken weltweit – dahinter steckt auch der Mut, radikale Innovation zu betreiben. Aber eben auch die Erkenntnis, dass die Endverbraucher heutzutage keine Konsumenten mehr sein wollen, sondern Co-Creator, denen Empathie entgegengebracht werden muss und die einbezogen werden wollen. David Grams Rat dem entsprechend: ‚Be a rebel – but be diplomatic‘.

Viele dieser Ansätze fanden anschließend ihre praktische Fortsetzung. Zu den Themen ‚Rip the brief‘, ‚Refine tools‘, ‚Rethink Research‘ und ‚Reframe validation‘ leiteten Experten aus den Reihen der Initiatoren **mc markt-consult** sowie die **Indeed**-Tochter **TOI – Tools of Innovators** mit Unterstützung der Redner interaktive Workshops, in denen Methoden ausprobiert, Prozesse entwickelt und Erfahrungen ausgetauscht wurden.

Initiatoren:



INDEED

brandeins

unterstützt von:

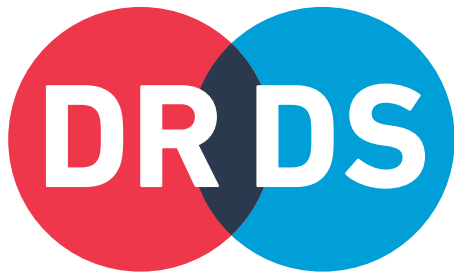
creativ
verpacken

designreport.

planung
& analyse

form

HAMBURG
kreativgesellschaft



DESIGN RESEARCH & DESIGN STRATEGY CONFERENCE #4

Am Ende gab es viele zufriedene und sehr motivierte Teilnehmer, die nicht genug bekommen konnten. Und so wurde der Ausklang bei Bier und Wein im stilvollen Ambiente des Hamburger Hotels ‚Gastwerk‘ genutzt für vertiefende Gespräche untereinander und viele Fragen an die Redner und Initiatoren.

Über die Design Research & Design Strategy Conference:

Designforschung und –strategie werden weltweit zu einem immer wichtigeren Faktor für wirtschaftlichen Erfolg. Grund genug für die Initiatoren, die Konferenz zum Thema kontinuierlich weiter zu betreiben. 2014 unter dem Namen ‚Designforschungstag‘ ins Leben gerufen, erfuhr die Konferenz in diesem Jahr die logische Erweiterung um den entscheidenden Aspekt der Designstrategie. Denn die Anwendung beider Disziplinen bildet die Grundlage für eine gelungene Entwicklung von Technologien, Produkten und Services und damit für die Unternehmen selbst.

» www.drdscon.com

» [f](#) [i](#) [t](#) @drdscon #drds #outthinkinnovation

DIE INITIATOREN

Über INDEED:

INDEED unterstützt Unternehmen bei ihren zielgerichteten Innovationen in Zeiten von KI und Automatisierung. Im Fokus steht dabei stets der Mensch und somit die Vision, Design zum effektivsten Vorkämpfer der Menschlichkeit im digitalen Zeitalter zu machen. Und so übersetzt ein multikulturelles Team von Designern, Innovationsspezialisten, Ingenieuren und Strategen hohe Komplexität in intelligente, häufig überraschend einfache Produkte und Services. Basierend auf seinem ‚No-Bullshit‘-Ansatz und unter Anwendung fortschrittlichster Technologien ist INDEED seit Jahren geschätzter Partner von Unternehmen wie Melitta, Wagner, Freudenberg, KABA und Beiersdorf sowie auch internationaler Konzerne wie Airbus, der Linde Group oder der türkischen Industriegruppe Eczacibasi.

» www.indeed-innovation.com

Über mc markt-consult:

mc markt-consult unterstützt mit innovativen Marktforschungsleistungen Unternehmen bei der Gestaltung der Mensch-Marke-Produkt-Beziehung. Für Kunden wie beispielsweise Philips, Ideal Standard, Bayer Health Care, Nivea und Melitta erforscht das Institut das, was diese Beziehung im Kaufprozess und im Alltag prägt: Design. Denn Design ist Beziehung, Interaktion und Schnittstelle zugleich und damit weit mehr als Ästhetik und Ergonomie.

» www.markt-consult.de

Initiatoren:



INDEED

brandeins

unterstützt von:

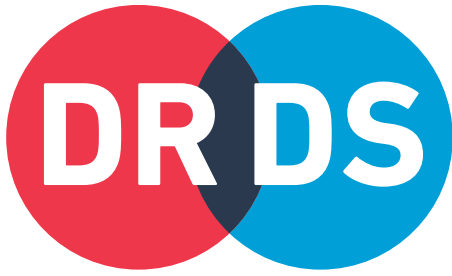
creativ
verpacken

designreport.

planung
& analyse

form

HAMBURG
kreativgesellschaft



**DESIGN RESEARCH
& DESIGN STRATEGY
CONFERENCE #4**

PRESSEKONTAKT

effective minds - Agentur für Kommunikation
Andrea vorm Walde
phone: +49-40-182 99 500
mobile: +49-177-400 50 64
email: avw@effectiveminds.de

Initiatoren:



INDEED

brandeins

unterstützt von:

creativ
verpacken

designreport.

planung
& analyse

form

HAMBURG
kreativgesellschaft