

Design Thinking auf der PSI

"Wie kann der Megatrend Individualisierung erfolgreich in Werbemittel interpretiert werden."

KONEKTUR folgte der Einladung, am Stand des Innovations-Forums einen Design Thinking-Workshop abzuhalten – für uns insgesamt ein hochinteressantes Experiment. Die besondere Herausforderung war, diese Innovationsmethode in einem messegerechten Zeitfenster attraktiv und nachvollziehbar zu machen.

Für die Werbemittelindustrie kann Design Thinking (DT) zu einem besonderen Wettbewerbsvorteil werden, denn gerade in einem sehr dichten Wettbewerbsgefüge mit knappen Budgets sind neue Konzepte und optimierte Prozesse unverzichtbar. Interdisziplinäre Teams können über den offenen und iterativen DT-Prozess komplexe Probleme entschlüsseln und besonders kundengerechte nachhaltige Lösungen entwickeln.

Im Workshop wurde bereits in der ersten Prozessphase deutlich, wie unterschiedlich Wahrnehmungen zu Wirkung und Kundennutzen eines attraktiven Werbemittels sind. Aus Markensicht soll der Verbraucher das Produkt möglichst häufig nutzen und als Multiplikator fungieren. Verbraucher sehen sich in dieser Rolle jedoch selten. Unter dem Aspekt der Individualisierung bevorzugen sie Geschenke, die ihren persönlichen Geschmack

bestmöglich reflektieren. Diese Diskrepanz der Erwartungen führt dazu, dass das eigentlich sehr positive Werbemittel weniger verwendet wird und der Werbeerfolg eingeschränkt ist.

Wie kann in diesem Kontext also eine erfolgreiche Kampagne aussehen? Diese spannende Fragestellung verfolgte der Workshop am Beispiel eines neuen Schreibgerätes. Die sehr diverse Gruppe entstand zum Termin am Messestand spontan, nur zwei Teilnehmer kannten DT bereits in Ansätzen. Rasch entwickelte sich aus zuvor Fremden ein engagiertes und erfolgreich arbeitendes Team. Die Diskussion von Thema und Aufgabenstellung legte unterschiedlichste Haltungen und Interessen offen, befruchtete die Entwicklung vielfältigster Ideen jedoch ungemein. Die Phasen des Prototypens und Testens standen durch räumliche und zeitliche Limitierung im Hintergrund.

Alle Teilnehmer zeigten sich beeindruckt, wie rasch das Team sich fand, gemeinschaftlich Hürden im Prozess überwinden, ein klares innovatives Konzept entwickeln, und die Aufgabenstellung erfüllen konnte.

■ KONEKTUR, Beate Woehrle u. Katja Luise Meissner, www.konektur.com

