

# Eigene Ideen nutzen



**Interview.** Um die Prozesse rund um die Touch Points zum Kunden zu verbessern, nutzen viele Unternehmen die Kreativität ihrer Mitarbeiter. Welche Rolle hier ein Service Design spielt, erklärt Expertin Linda Kaszubski.

VON KATRIN RUPP

In Mitarbeitern steckt oft mehr, als man vermuten könnte. Nicht nur Fachwissen, sondern auch jede Menge Ideen, die vor sich hinschlummern. Dieses kreative Potenzial gilt es zu nutzen, ist Unternehmensberaterin, Coach und Service Designerin Linda Kaszubski überzeugt. Wie das gelingen kann, verriet sie im Gespräch mit dem KURIER.

**KURIER:** Was ist der Ansatz von Service Design?

**Linda Kaszubski:** Kurz gesagt: Das Einfache wird sichtbar gemacht. Oft herrscht in Unternehmen ein Übermaß an Informationen und gutem Willen und dennoch laufen die Prozesse nicht reibungslos. Meist werden Fragen oder Probleme nur aus den einzelnen Abteilungen heraus betrachtet und nicht aus der Sicht des Kunden. Beim Service Design ist ein radikales Umdenken gefordert. Die Mitarbeiter müssen sich in den Kunden hineinversetzen, was eine neue Erfahrung ist. Entscheidend sind die Touch Points, also jene Kontakte, wo der Kunde mit dem Unternehmen in Berührung kommt.

**Was reizt Sie daran besonders?**

Es ist die Kombination aus Service Design und Human Resources. Veränderungsprozesse laufen schneller, wenn die Mitarbeiter miteinbezogen werden, die motiviert sind – wenn man sie lässt – etwas zu Verbesserungen beitragen zu können. Eine interne Bewegung ist Gold wert und viel effizienter, als wenn von außen eine Lösung über den Prozess drübergestülpt wird. Alles spielt sich auf der Emotionsebene ab. Das Spannende ist, mit Menschen zu arbeiten und mit ihnen etwas zu entwickeln.

**Welche Voraussetzungen sind dafür notwendig?**

Ein reifes Management, das offen für Neues ist. Denn natürlich macht sich Widerstand breit, wenn es um Veränderungen geht. Hier müssen von oben die entsprechenden Voraussetzungen geschaffen werden. Das gelingt verblüffenderweise oft in großen Unternehmen.

**Wie läuft so ein Service-Design-Prozess eigentlich ab?**

Geklärt werden muss zuerst, welche Touch Points vorhanden sind und welche vielleicht erst etabliert gehören. Dann geht es darum, mit



Unternehmensberaterin und Service Designerin Linda Kaszubski: Veränderungen durch Kreativität der Mitarbeiter

den Mitarbeitern Ideen zu sammeln, eine Art Leitfaden für die Umsetzung. Ich bin dabei immer wieder überrascht, wie kreativ die Menschen sind. Am besten funktioniert es, wenn das Management natürlich Vorgaben liefert, aber dann genug Freiheiten lässt, den Weg dorthin selbst zu bestimmen. Das heißt, das Ziel ist klar – wie man dorthin gelangt, ist aber komplett offen. Doch nur so hat man die Chance, ganz viel zurückzubekommen und zu bewegen.

**Statt kreativer Inputs von außen setzt man also auf die Fähigkeiten der eigenen Mitarbeiter?**

Ja, absolut. Es ist faszinierend zu sehen, wie sich Menschen entwickeln und kreativ sind. Oft sind es Mitarbeiter im administrativen Bereich oder auch Techniker, denen man so etwas gar nicht zutrauen würde. Unabhängig von der Kernkompetenz kommen so ganz persönliche Fähigkeiten zum Vorschein, die genutzt werden können. Und wenn dazu Raum gelassen wird, kann sich das Potenzial auch entfalten. Es geht einfach darum, ein Out-of-the-box-Denken zu fördern, verrückte Ideen zuzulassen und dadurch neue Energien zu gewinnen.

**Was soll mit Service Design bewirkt werden?**

Es handelt sich um einen individualisierten Prozess, eine Art Beratungsstil und ist je nach Kunde und Aufgabenstellung unterschiedlich. Ob eine Führungskultur verändert, eine Dienstleistung verbessert, die Mitarbeiterbindung erhöht oder der Auftritt nach außen überdacht werden soll – alle diese Prozesse lassen sich mit Service Design unterstützen und kreativ in Angriff nehmen.

**Wie schwierig ist es, Unternehmen davon zu überzeugen?**

Heute ist das nicht mehr so schwierig wie noch vor ein paar Jahren. Der Erklärungsbedarf ist nicht mehr so groß wie früher, weil schon einige auf den Zug aufgesprungen sind. Der Coaching-Ansatz lässt sich hier perfekt umsetzen, denn es ist alles im Menschen da, wir holen es nur heraus. Dann wird es weiterentwickelt und bekommt eine Eigendynamik. Und wenn es schließlich gelingt, die Lösungen strategisch im Unternehmen zu verankern und aus wilden auch umsetzbare Ideen zu machen, hat man gewonnen.

## Linda Kaszubski. Coach & Service Designerin

Die Unternehmensberaterin, Trainerin, Coach und Service Designerin Linda Kaszubski kommt aus dem Human-Resources-Bereich, dieser Aspekt ist ihr auch in ihrer Beratertätigkeit wichtig. 2001 machte sie sich selbstständig und gründete die C+ Unternehmensberatung, die sie gemeinsam mit Partnern betreibt.

Nach dem Studium (Erziehungswissenschaft, Publizistik- und Kommunikationswissenschaft) absolvierte sie verschiedene berufsbegleitende Ausbil-

dungen, u. a. zur Beraterin und Managementtrainerin im Bereich Personal- und Organisationsentwicklung. Heute leitet sie verschiedene Fachcoachings von Führungskräften. 2009 brachte sie mit ihrer Partnerin Barbara Weber-Kainz einen speziellen Lehrgang für Service Design nach Österreich. Er richtet sich an Berufspraktiker, der nächste beginnt Mitte Jänner 2013. Auch begleitet sie Unternehmen bei ihrem eigenen Service-Design-Prozess. **INFO:** [www.cplus.co.at](http://www.cplus.co.at)

Erteilt das Management „grünes Licht“ und ist offen für Veränderungen, entwickeln Mitarbeiter oft sehr kreative Ideen. Im Service-Design-Prozess werden gemeinsam Lösungen gefunden, die über die Kernkompetenz hinausreichen.

