



UNTERNEHMENSENTWICKLUNG

MIT LEGO® SERIOUS PLAY®



GROWFACT

Ing. Bianca Prommer, BSc MA

INNOVATIONSEXPERTIN

www.growth-factory.at



WAS IST LEGO® SERIOUS PLAY®

LEGO® SERIOUS PLAY® ist ein innovativer Prozess um Innovation zu fördern und die Leistung von Unternehmen zu steigern. Das Bauen mit Händen fördert nicht nur die Kreativität und die eigene Denkhaltung,

sondern führt auch zu einem tieferen Verständnis für ganze Organisationen, Abteilungen und Teams. LEGO® SERIOUS PLAY® fördert die Reflexion von einzelnen Personen und damit auch die Diskussionsfähigkeit von Gruppen.

DIE ENTWICKLUNG

LEGO® SERIOUS PLAY® ist eine Methode, die auf klassischen LEGO Elementen basiert. Genauso wie LEGO die Kreativität von Kindern und deren Träume fördert, fördert LEGO die Vision und Kreativität von Unternehmen und deren Mitarbeiter. LEGO® SERIOUS PLAY® wurde bereits 1996 entwickelt, als zwei Professoren der IMD in der Schweiz mit dem LEGO CEO und Inhaber Kjeld Kirk Kristiansen über alternative

Strategieentwicklungswerkzeuge diskutierten.

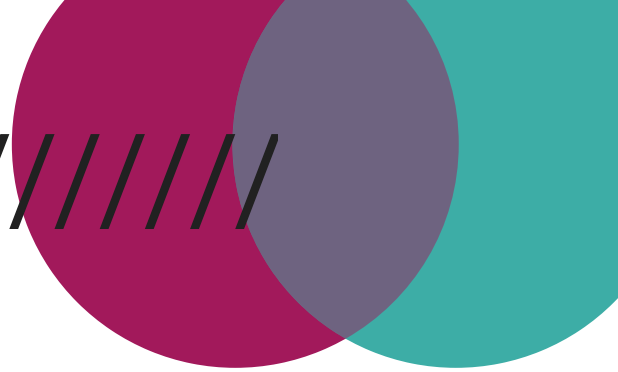
Seit 2010 ist die Methode eine Open-Source Methode mit einer Creative Commons Lizenz.

Daraufhin haben sich viele Netzwerke in verschiedenen Ländern gebildet, die die Methode weiterentwickelt haben.

Seit 2010 kann die LEGO® SERIOUS PLAY® somit auch ohne Lizenz und Lizenzgebühr verwendet werden.



“You can learn more about a person in an hour of play than you can from a lifetime of conversation”

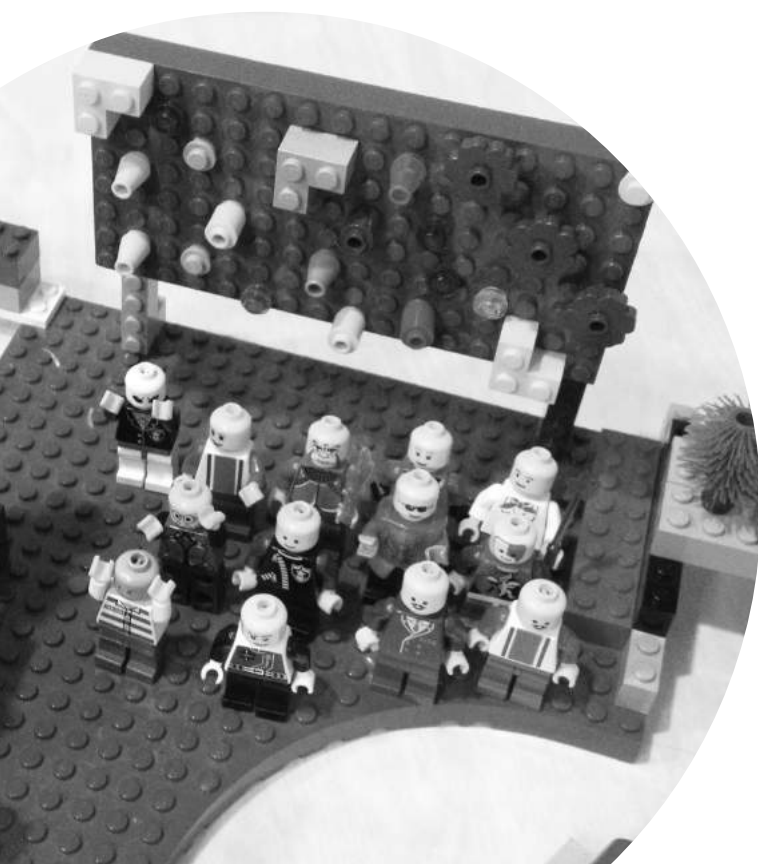


WIE FUNKTIONIERT LEGO® SERIOUS PLAY®?

Unsere Hände sind mit den verschiedenen Zonen im Gehirn verbunden. Durch das Denken mit den Händen werden so die Zonen in beiden Gehirnhälften – der analytischen und kreativen Hälfte – genutzt. Die daraus entstehenden Bauten ermöglichen zusätzlich noch eine Visualisierung folgender Punkte:

- Es werden Dinge gebaut und ausgedrückt, die man sonst vielleicht nicht sagen würde.
- Durch das Bauen ergeben sich meist neue Aspekte und Überlegungen.

- Das Konfliktpotential wird reduziert, da immer über das Modell gesprochen wird.
- Die Teilnehmer erfahren viel über sich selbst und andere.
- Die Erklärungen sind tief im Detail und in der Bedeutung.
- Die Kreativität wird stimuliert.
- Durch Fragen des Moderators ergeben sich neue Details und Perspektiven.



DER GRUNDPROZESS

01

FRAGEN

Es gibt je Schritt eine konkrete Fragestellung

02

BAUEN

Jeder baut sein eigenes Modell.

03

TEILEN

Jeder stellt sein Modell vor.

04

REFLEKTIEREN

Die Modelle werden reflektiert und kombiniert.



WOFÜR KANN LEGO® SERIOUS PLAY® EINGESETZT WERDEN?

LSP kann in Unternehmen, Teams und auch mit Einzelpersonen eingesetzt werden. Damit sollen neue Ideen gefördert, die Kommunikation verbessert und Problemlösungen beschleunigt werden.

Anwendungsfälle:

Grundsätzlich kann LEGO® SERIOUS PLAY® immer dann verwendet werden, wenn es um die kollektive Kreativität und Zukunft geht. Wie etwa in folgenden Beispielen:

- Teambuilding und -coaching
- Leadership Development
- Visionsentwicklung, Strategieplanung für die Organisation
- Entwicklung neuer Produkte und Dienstleistungen
- Entwicklung neuer Geschäftsmodelle
- Lösung von bekannten Problemstellungen
- Führung von konstruktiven Diskussionen

FALLBEISPIEL 1: INNOVATIONSSTRATEGIE

Das Unternehmen ist ein österreichischer Betrieb mit rund 100 Mitarbeitern, das in der Lebensmittelbranche tätig ist.

Durch den steigenden Wettbewerbsdruck und Veränderungen im Konsumentenverhalten, gingen Umsatz und Gewinn zurück. Daraufhin beschloss die Geschäftsleitung, bestehend aus drei Personen,

sich dem Thema „Innovationsmanagement“ anzunehmen. Ziel war es ein pragmatisches Innovationsmanagement im Unternehmen zu etablieren.



Vorgehen:

Damit dieses Ziel erreicht werden kann, ist es wichtig den Begriff Innovation zu definieren. Gleichzeitig sollten eine Innovationsvision, eine Innovationsstrategie und entsprechende Maßnahmen entwickelt werden. Es fand ein zweitägiger Workshop mit insgesamt 7 Führungskräften statt (inklusive Geschäftsführung).

1. Schritt: Bauen der gemeinsamen Innovationsvision Das Zielbild

Gemäß der Fragestellung „Wofür wollen wir in Bezug auf Innovation 2025 berühmt sein?“ wurde ein gemeinsames Zielbild entwickelt. Dieses wurde erklärt und aufgezeichnet. Das Video wurde danach auch für die Kommunikation innerhalb des Teams verwendet.



2. Schritt: Definition des Begriffs - Innovation

Das Team entwickelte anhand der Fragestellung „Was bedeutet Innovation für mich?“ eine gemeinsame Sichtweise auf diesen Begriff. Das ist die Basis für eine erfolgreiche Einführung von Innovationsmanagement. So gibt es keine Missverständnisse.

- 3. Schritt: Formulierung der Innovationsstrategie
- „Was könnte uns auf dem Weg zur Innovation hindern?“
- „Was treibt uns an innovativer zu werden?“
- „Welche Ressourcen benötigen wir um innovativer zu werden?“
- „Wie können wir Innovation fördern?“

Die einzelnen Lego-Visualisierungen wurden zu einem Gesamtbild kombiniert. So ergab sich für das Unternehmen eine konkrete Innovationsstrategie, die zu einer Ableitung konkreter Maßnahmen geführt hat.

FALLBEISPIEL 2: UNTERNEHMENSSTRATEGIE

Ein Ferienort (ähnlich einem Campingplatz) in Italien kämpfte mit einer zu geringen Auslastung. Vor allem beschränkte sich diese Auslastung auf ca. 8 Wochen im Sommer.

Ziel war es neben der Gewinnung neuer Zielgruppen auch die gesamte Unternehmensstrategie zu formulieren.

Dazu wurde ein dreitägiger Workshop durchgeführt. Um jedoch auch die Kundensicht einzubinden, wurde im Vorfeld eine Kundenzufriedenheitsanalyse durchgeführt.

Im Workshop wurden die Ergebnisse auch in die Vision und ins Leitbild eingearbeitet.

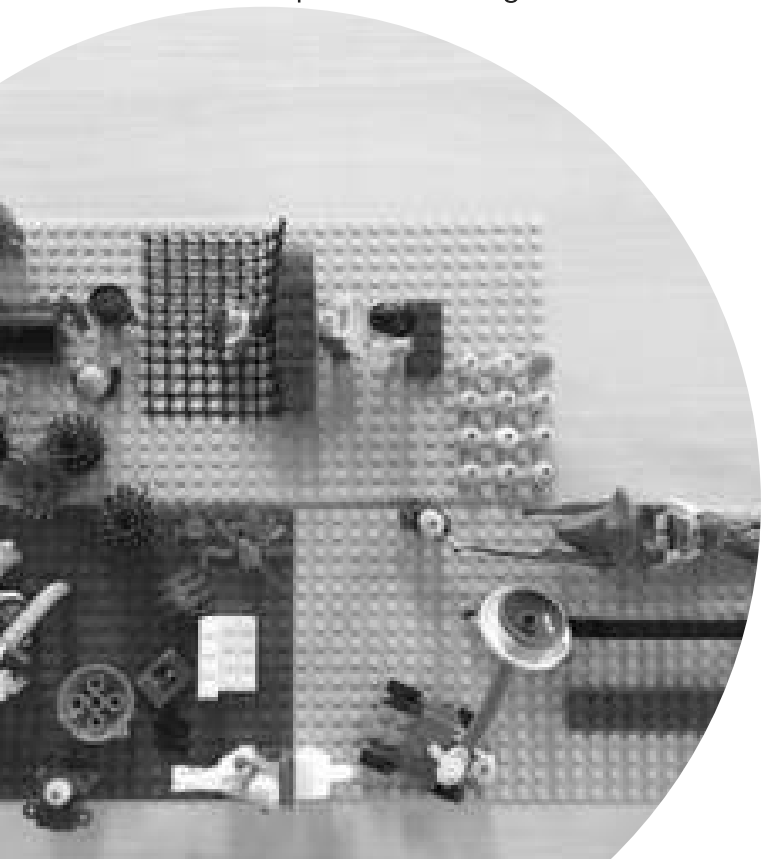
1. Schritt: Entwicklung der Vision und Werte

Anhand der Fragestellung „Wie sieht unser Ferienort 2025 aus?“ wurde die Vision gebaut. Die Frage „Was treibt uns an diese Vision zu erreichen?“ führte zur Erweiterung durch Antreiber, Werte und Motivatoren.

2. Schritt: Auswertung der Kundenzufriedenheitsanalyse

Die Ergebnisse der Kundenbefragung wurden gemäß einer SWOT Analyse in Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken eingeteilt. Das Team wurde danach aufgefordert die wesentlichen Erkenntnisse ins bereits entwickelte Modell einfließen zu lassen.

So ergab sich ein Legomodell, das um die Kundensicht ergänzt wurde.





3. Schritt: Ableitung der Strategie

Das Modell aus Schritt 2 diente als Basis für die Strategieentwicklung. Dazu wurden klassische Methoden verwendet.

LEGO® SERIOUS PLAY® lässt sich gut mit anderen strategischen Werkzeugen kombinieren und so an viele Anwendungsfälle adaptieren.

GRENZEN DER METHODE

Teilnehmer in LEGO® SERIOUS PLAY® Workshops sind oftmals überrascht von der eigenen Kreativität und den eigenen Gedanken, die sich im Verlauf ergeben. Selbstverständlich gibt es auch Grenzen. LEGO® SERIOUS PLAY® passt nicht bei fachlichen Themen, die vermittelt werden sollen.

Es passt auch nicht zu Teamkulturen, in denen viel Wert auf Hierarchie und distanzierteren Umgang gelegt wird, vor allem, wenn keine Änderung gewünscht ist.

LITERATUREMPFEHLUNGEN

Per Kristiansen, Robert Rasmussen (2014): Building a Better Business Using the Lego Serious Play Method

LEGO® (2010): The Origins of the LEGO® SERIOUS PLAY® methodology
<https://www.lego.com/en-us/seriousplay/background/>

Sean Blair, Marko Rillo (2016): How to Facilitate Meetings & Workshops Using the LEGO Serious Play Method



KONTAKT

Wir moderieren Ihren nächsten Workshop mit LEGO® SERIOUS PLAY®.

Bianca Prommer

GrowFact e.U.

Innovationsberatung in Österreich, Deutschland und Schweiz

www.growth-factory.at

prommer@growth-factory.at