



© Bildunterschrift

Firma mit der neuen Doppelspitze aufgebaut. Unser offizieller Antritt war Anfang 2011.

Felix Timm: Den Blick von außen hereinzuholen, war höchst spannend. Werner Eisentraut kam aus einem produzierenden Unternehmen, war absolut routiniert und altersmäßig frei von Karrieredruck. Natürlich ist es etwas ganz anderes, ob man industriell agiert oder Dienstleister ist, aber im Wechselspiel hat uns seine Perspektive sehr gut getan. Wir sind zum Beispiel bewusst bei einer Doppelspitze geblieben. Die Aufteilung der Verantwortung zwischen dem Designer Rido Busse als operativem Geschäftsführer und der Volkswirtin Annegret Busse-Schröder als kaufmännischer Geschäftsführerin stellte sich uns als Erfolgsfaktor dar. So konnten unterschiedliche Blickwinkel die Entscheidungen beeinflussen. Frau Busse-Kilger ist studierte Wirtschaftsinformatikerin und lernte 2009 das Unternehmen durch die Einführung eines Qualitätsmanagements kennen. Als Familienmitglied stellt sie die Brücke zwischen Gesellschafterfamilie und Mitarbeitenden dar. Ich bin für das operative Geschäft zuständig.

Herr Timm, Sie kamen als Praktikant zu Busse und sind nun Geschäftsführer. Das klingt nach einer unkomplizierten Karriere – ist das so?

Timm: Ich bin seit 2001 bei Busse, habe dann einige Stationen als Designer, Projektmanager und Vertriebsleiter durchlaufen. Als ich dann 2011 den Posten als Geschäftsführer antrat, habe ich berufsbegleitend noch ein Betriebs-

wirtschaftsstudium absolviert. Man kann sich ja nicht einfach vor das Team stellen und sagen, dass man ab morgen Geschäftsführer ist. Vom Kollegen zum Vorgesetzten, das klappt nur, wenn man sich nachweislich neue Kompetenzen aneignet. Die zweijährige Ausbildung an der IHK zum technischen Betriebswirt war sehr fordernd, aber ich will sie nicht missen.

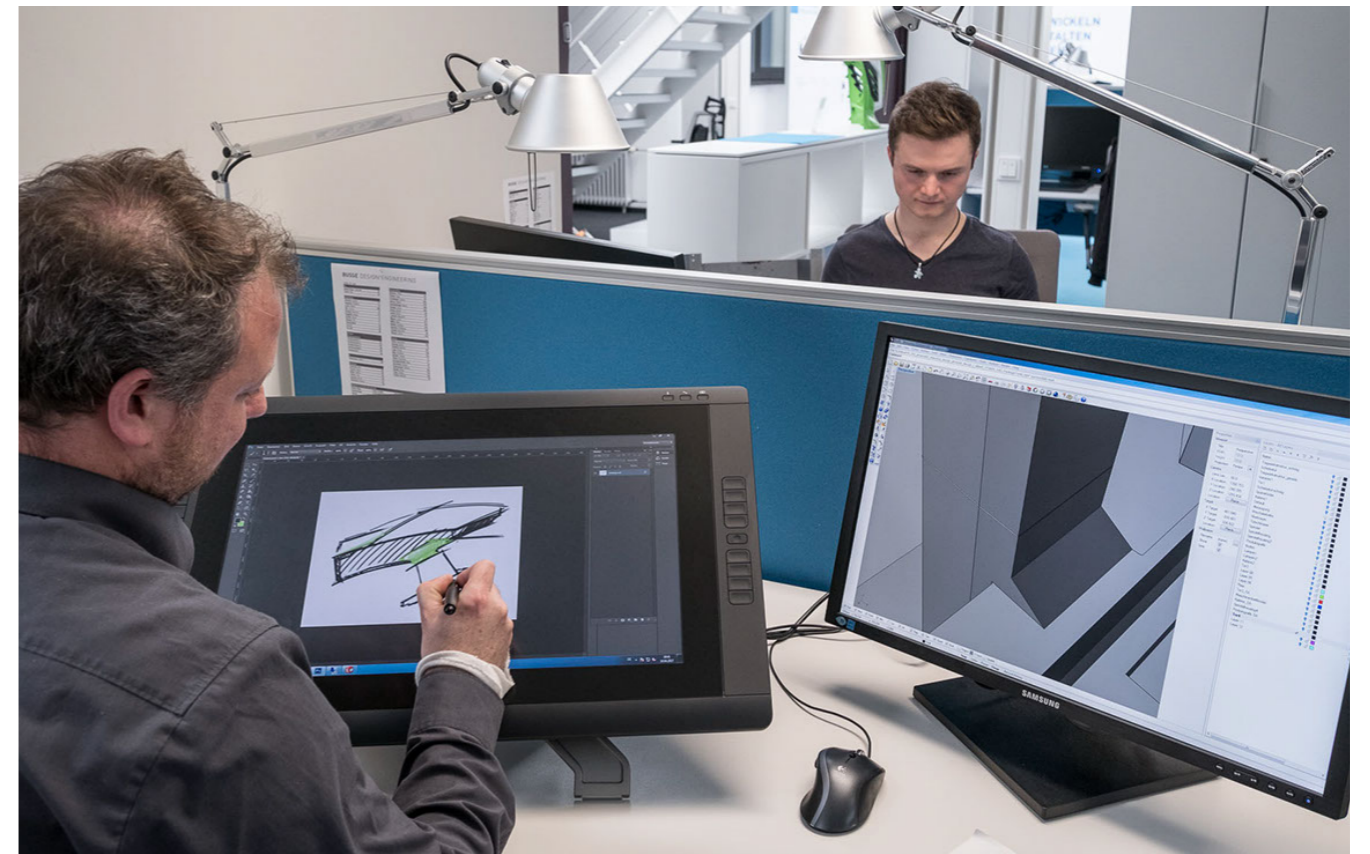
Welche Rolle spielt die Zertifizierung nach DIN EN ISO 9001, die Sie als eines der wenigsten Designbüros vorweisen können?

Timm: Vielen mag es bei der ISO-Zertifizierung nur darum gehen, einen Stempel zu erhalten. Uns ging es um eine ernsthafte Qualitätssteigerung. Die Zertifizierung gab den Anlass, die Geschäftsprozesse und Produktionsabläufe gemeinsam zu durchleuchten und so zu definieren, wie sie idealerweise sein sollten.

Busse-Kilger: Dabei lässt sich manches Optimum erreichen. Anderen Idealvorstellungen fehlt wiederum der Praxisbezug. Sie werden folglich nicht umgesetzt.

Lässt sich eine ISO-Zertifizierung, die ja für industrielle Unternehmen gedacht ist, überhaupt in ein Designbüro implementieren?

Timm: Sehr gut sogar. Qualität misst sich laut DIN EN ISO 9001 ja am Grad des Erreichens von festgelegten und vorausgesetzten Kriterien. Ein wichtiger Teil besteht also darin, zunächst herauszufinden und zu fixieren, welche Vorstellungen der Kunde hat, welche Kriterien erreicht



© Bildunterschrift

»Früher gab es das persönliche Vertrauen zwischen Designer und Kunden. Mit einem Team von 49 Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen muss man den Standard anders gewährleisten.«

Gabriele Busse-Kilger

werden sollen. Der größte Frust und Stress innerhalb eines Design- oder Entwicklungsbüros entsteht schließlich, wenn der Kunde unzufrieden ist, weil er etwas anderes erwartet hat.

Busse-Kilger: Werner Eisentraut war ein wesentlicher Motor für diesen Schritt. Unsere Kundenstruktur erfordert schlicht, dass wir verschiedene Qualitätsmanagementsysteme nachweisen können.

Aber eine Zertifizierung basiert meines Wissens doch auf der Dokumentation fester Abläufe – widerspricht dies nicht den heute propagierten offenen Kreativitätsstrategien?

Busse-Kilger: Keineswegs, denn die heutige Zertifizierungsnorm ist prozessorientiert. Das heißt, man geht in das alltägliche Leben hinein, in die Entstehungsprozesse. Daher ist der Ansatz der aktuellen ISO auch für Dienstleister absolut praxisnah, umsetzbar und sehr sinnvoll. Früher gab es das persönliche Vertrauen zwischen Designer und Kunden. Mit einem Team von 49 Mitarbeitern

und Mitarbeiterinnen muss man den Standard anders gewährleisten. An dieser Stelle greift das Qualitätsmanagement. All die Normen und Vorgaben in den verschiedenen Phasen sind für uns das Gerüst, das wiederum mit Leben und mit Kreativität gefüllt wird.

Derzeit wird überall nach disruptiven Innovationen gerufen – auch bei Ihren Kunden?

Timm: In der Innovationsmethodik findet zurzeit ein Umdenken statt. Von einem Outside-the-box hin zu definierten Spielregeln, also zum Inside-the-box. Neues wird hier durch Weglassen oder Neukombination bestehender Ressourcen kreiert. Daher setzen wir im Vorfeld einer Konzeption auf eine klare Analyse, strukturieren saubere Prozessschritte und gehen dann in die Kreativphase über. Diese Leitplanken dienen als Hilfen und sind keine Hindernisse. Ein Inside-the-box-Verfahren oder aber evolutionäre Innovation sind meines Erachtens viel wichtiger als die seit 20 Jahren gepredigte Disruption. Unsere Konzepte verfolgen stets mehrere Ansätze, darunter sind auch solche, die durch Polarisieren und Aufbrechen von Restriktionen zeigen, welche Optionen sich ergeben könnten.

Wann ist Design erfolgreich?

Timm: Wenn es markenprägendes und zielgruppengerechtes Design ist. Rido Busse hat vor langer Zeit auf die Frage nach dem Busse-Stil geantwortet, dass man bei Busse keinen Stil habe. Das hört sich für ein Designbüro vielleicht etwas seltsam an, aber es trifft die Sache gut. Schließ-