

BIG PICTURE! BIG PICTURE!! BIG PICTURE!!!

„Nur wer sein Ziel kennt, findet den Weg.“...so lautet ein viel zitierter Ausspruch von Laotse. Im Kontext von Initiativen im Bereich „digitale Produktentwicklung und Produkt-Lebenszyklus-Management“ habe ich immer wieder die Wichtigkeit und Richtigkeit dieser Aussage erfahren – leider aber in der Mehrzahl der Fälle erlebt, dass wenig Wert auf die Erstellung, konsistente Kommunikation und kontinuierliche Feinjustierung eines solchen Zielbilds gelegt wurde.

Schon bei kleineren, gut umrissenen Projekten ist es maßgeblich erfolgsentscheidend, allen Stakeholdern eine recht genaue Idee davon zu geben, in welchem Kontext die adressierten Themen stehen und wie ein anzustrebender Zielzustand aussieht. Das hört sich einfach an, stellt aber einen Großteil der handelnden Personen vor große Herausforderungen. Oftmals wird sogar noch nicht einmal die Notwendigkeit für ein solches Zielbild gesehen. Nach dem Motto „...wir wissen schon, was wir tun...“ oder „...liegt doch auf der Hand, warum wir das hier machen...“ werden Tätigkeiten in diese Richtung oft als Overhead oder Marketing-Bla-Bla abgetan. Je größer das Projekt ist, desto wichtiger wird die Bedeutung eines BIG PICTURE's sowie dessen Einbindung in den gesamten Unternehmenskontext – um beim „Bild“ zu bleiben: dem ganzen einen passenden „Rahmen“ zu geben.

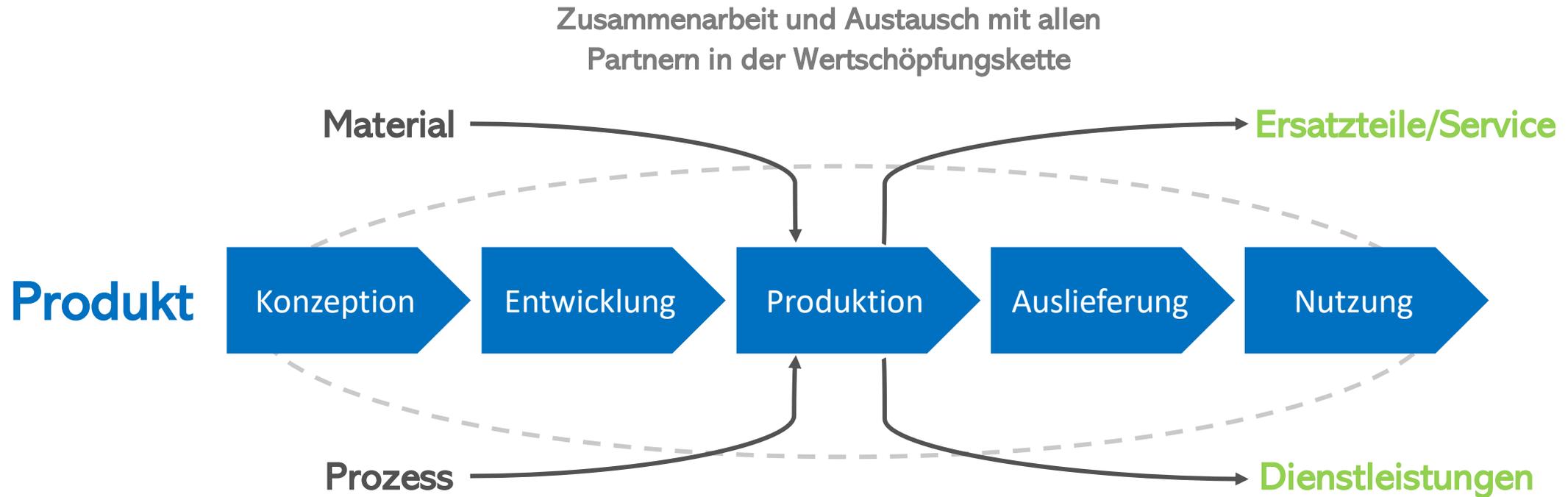
Von ihrer Natur aus bieten besonders die großen PLM-Projekte (z.B. Einführung einer neuen PLM-Software) viel Raum für Interpretation bzgl. Umfang, Inhalt, Wichtigkeit der einzelnen Themen etc.. Hier lässt sich leicht ein bunter Strauß an Problemfeldern unterbringen, die durch die Initiative gelöst werden sollen. Sind die wirklich im Fokus stehenden Inhalte dann nicht sauber beschrieben, abgegrenzt und kommuniziert ist die Enttäuschung der Erwartungen vieler Stakeholder schon vorprogrammiert.

Aber auch bei „kleineren“ Projekten (z.B. Einführung einer Referenz-Produkt-Architektur, strukturierte Verknüpfung von Entwicklungs- und Fertigungsstückliste, Wechsel zur zeichnungslosen Entwicklung/Fertigung über 3D-Master etc.) ist ein BIG PICTURE von großer Bedeutung. Ohne den Gesamtkontext im Blick und das konkrete Zielbild im Auge wird jede Änderung am Status Quo mit extremer Kritik konfrontiert – und meist durch zutiefst technische Detail-Diskussionen niedergedrungen. Das ist dann nicht nur verschwendeter Aufwand sondern sorgt für alle Projektbeteiligten auch für nachhaltigen Unmut und Frustration.

Wie sieht ihr BIG PICTURE bei Projekten im Bereich „digitale Produktentwicklung und Produkt-Lebenszyklus-Management“ aus?

Ich freue mich, mit Ihnen zu diesem und auch weiteren erfolgsentscheidenden Aspekten ins Gespräch zu kommen!

Ein BIG PICTURE auf oberster Ebene strukturiert inhaltliche Diskussionen und sollte für Einzelthemen dann weiter ausgeprägt werden



*Welche Bereiche werden über das Projekt adressiert? Welche explizit nicht?
Wo sind signifikante Schwachstellen auszumachen, die behoben werden sollen?
Welche Themen sollen ausgeprägt werden, um zukunftsfähig zu werden/bleiben?*