

INHALT

EINLEITUNG	9
I. EINFÜHRUNG IN DAS DESIGN THINKING	
Design Thinking ... oder was wir von Apple & Co. lernen können <i>von Martin Ludwig Hofmann</i>	15
Der „Return on Imagination“ ... oder in sechs Phasen zu innovativeren Lösungen <i>von Martin Ludwig Hofmann</i>	33
II. DAS POTENZIAL DES DESIGN THINKING	
Kreative Nutzbarkeit ... oder über das strategische Kapital der Kunst <i>von Andreas K. Vetter</i>	51
Jeder ein Designer ... oder Gestaltung zwischen Machtanspruch und Demokratisierung <i>von Ulrich Nether</i>	77
III. DESIGN THINKING IN DER PRAXIS	
Design-Denken im Land der Macher ... oder Design Thinking für den deutschen Mittelstand <i>von Martin Beeh</i>	91

Vorausschauendes Zukunftsgestalten
... oder Herausforderungen für Foresight und
Design Thinking in großen Unternehmen
von Gereon Uerz 111

IV. DESIGN THINKING KONKRET

Das jüngste Gericht
... oder eine kurzfristige Unterbrechung durch
ein Einschreiten der Kreativen
von Stefan Scheer 129

ADC Fieldwork
... oder ein Gemeinschaftsprojekt von creative nrw
und dem Art Directors Club für Deutschland
15 Design-Thinking-Fallstudien 147

LITERATUR 187

HINWEISE ZU DEN AUTOREN 195