

# INHALT

|                              |     |   |    |
|------------------------------|-----|---|----|
| Impressum                    | 5   | <b>1 METHODENÜBERLICK</b>                                   | 15 |
| Einleitung und Leseanleitung | 11  | <b>Was ist Design Thinking?</b>                             | 16 |
| Dankeschön!                  | 13  | <b>Mikrozyklus – Wie Design Thinker arbeiten</b>            | 24 |
| Literaturverzeichnis         | 294 | Überblick   | 24 |
| Index                        | 299 | Problemdefinition und Re-Definition                         | 26 |
| Die Autoren                  | 303 | Need Finding und Synthese                                   | 27 |
|                              |     | Ideengenerierung  | 30 |
|                              |     | Prototyping   | 31 |
|                              |     | Testen  | 34 |
|                              |     | <b>Makroprozess – Die 7+1 Phasen des Design Thinking</b>    | 36 |
|                              |     | Überblick   | 36 |
|                              |     | Design Space Exploration                                    | 40 |
|                              |     | Critical Function-Prototyp und Critical Experience-Prototyp | 42 |
|                              |     | Dark Horse-Prototyp   | 44 |
|                              |     | Funky-Prototyp (Integrierter Prototyp)                      | 46 |
|                              |     | Functional-Prototyp   | 47 |
|                              |     | X-is-Finished-Prototyp                                      | 48 |
|                              |     | Final-Prototyp  | 49 |
|                              |     | <b>Der Werkzeugkasten des Design Thinking</b>               | 50 |
|                              |     | <b>Der Design Thinking-Kodex</b>                            | 52 |
|                              |     | <b>Das Team</b>   | 56 |
|                              |     | <b>Die Umsetzung im Unternehmen</b>                         | 60 |

|   |     |                                 |     |
|---|-----|---------------------------------|-----|
| <b>2 WERKZEUGKASTEN</b>                       | 63  | Beobachtung                     | 109 |
| <b>Setup</b>                                  | 64  | Engagement                      | 111 |
| Projektplanung                                | 64  | Benchmarking                    | 112 |
| Infrastruktur                                 | 71  | Frameworks                      | 114 |
| Team-Setup                                    | 73  | Field notes                     | 116 |
| Post-its                                      | 78  | Moodboard                       | 118 |
| DNA-Analyse-Methode                           | 82  | AEIOU                           | 120 |
| <b>Problemdefinition und Re-Definition</b>    | 86  | Empathy Map                     | 122 |
| Definition der Fragestellung                  | 88  | Nethnographie                   | 124 |
| Stretch goals                                 | 90  | Persona                         | 125 |
| Framing und Re-Framing                        | 92  | Why-How-Laddering               | 128 |
| Get Inspiration from the Future               | 94  | 5 Why's                         | 129 |
| <b>Need Finding und Synthese</b>              | 96  | Point of View                   | 130 |
| Need Finding-Zyklus                           | 98  | Lead User                       | 132 |
| Richtlinien zur Formulierung von Bedürfnissen | 100 | Camera Study                    | 133 |
| Sampling-Techniken                            | 101 | <b>Ideengenerierung</b>         | 136 |
| Zielgruppen-Identifikation                    | 102 | Brainstorming                   | 138 |
| Fokusgruppe                                   | 104 | Brainwriting                    | 140 |
| Interviews                                    | 106 | Laterales Denken/Sechs Denkhüte | 142 |
|   |     | Power of Ten                    | 144 |
|   |     | How might we                    | 145 |

|                                     |     |                                |     |
|-------------------------------------|-----|--------------------------------|-----|
| <b>Prototyping und Storytelling</b> | 146 | <b>Testen</b>                  | 184 |
| Prototyping                         | 148 | Consumer Clinics               | 186 |
| Wireframing                         | 150 | Usability Testing              | 187 |
| Mock-ups                            | 152 | NABC Pitch                     | 188 |
| Open Hardware                       | 154 | Pecha Kucha                    | 189 |
| Rollenspiele                        | 156 | Techniken des Need Findings    | 190 |
| Bodystorming                        | 158 | <b>Warm-ups</b>                | 192 |
| Paper Prototyping                   | 160 | Spaghetti Tower                | 194 |
| Storytelling and Storywriting       | 162 | Yes but, yes and               | 196 |
| Comics                              | 164 | Races                          | 198 |
| 3D Rapid Prototyping                | 166 | Assembly                       | 200 |
| Video Prototyping                   | 168 | Strichmännchen                 | 202 |
| Service Blueprinting                | 170 | <b>Feedback</b>                | 204 |
| Sketches und Scribbles              | 172 | I like, I wish, what if        | 206 |
| Photoshop-Prototypen                | 174 | Plus or Delta                  | 208 |
| Kombinierte Prototypen              | 176 | Feedback Capture Grid          | 210 |
| Town Planning                       | 178 | Critical Reading Checklist     | 212 |
| Geschäftsmodell-Prototypen          | 180 | <b>Einverständniserklärung</b> | 213 |
| Confluence Dynamgram                | 182 |                                |     |

|   |            |
|---|------------|
| <b>3 DAS DESIGN THINKING-LABOR</b>                    | <b>215</b> |
| <b>Creative Spaces</b>                                | <b>216</b> |
| <b>Goldene Regeln für Design Thinking-Räume</b>       | <b>221</b> |
| <b>Arbeitsräume für Design Thinking</b>               | <b>224</b> |
| <b>Umsetzung von Design Thinking-Arbeitsbereichen</b> | <b>234</b> |
| <b>Ad-hoc-Design Thinking-Arbeitsbereich</b>          | <b>238</b> |
| <b>Design Thinking-Lab</b>                            | <b>240</b> |
| <b>Design Thinking-Floor</b>                          | <b>244</b> |
| <b>Design Thinking-Organisation</b>                   | <b>248</b> |
| <b>Design Thinking-Materielliste</b>                  | <b>250</b> |
| <b>Design Thinking-Werkzeuge</b>                      | <b>252</b> |
| <b>Design Thinking-Möbel</b>                          | <b>254</b> |

|  |            |
|--|------------|
| <b>4 UMSETZUNG IM UNTERNEHMEN</b>  | <b>257</b> |
| <b>Design Thinking im Projektalltag</b>  | <b>258</b> |
| <b>Design Thinking als Werkzeugkiste</b>   | <b>261</b> |
| <b>Design Thinking als Bestandteil des Innovationsprozesses</b>                              | <b>262</b> |
| <b>Design Thinking für Kundenorientierung und Innovation</b>                                 | <b>263</b> |
| <b>Transformationsstufen der Organisation</b>  | <b>264</b> |
| <b>Handlungsempfehlungen und Erfolgsfaktoren für die Implementierung von Design Thinking</b> | <b>267</b> |
| <b>5 FALLSTUDIEN</b>   | <b>271</b> |
| <b>Deutsche Bank</b>   | <b>272</b> |
| <b>Swisscom</b>  | <b>276</b> |
| <b>Haufe-Lexware</b>   | <b>281</b> |
| <b>Marigin</b>   | <b>284</b> |
| <b>Medela</b>  | <b>288</b> |