

INHALT

VORWORT 1

EINLEITUNG

WO ENTSTEHEN DIE NÄCHSTEN
GROSSEN MARKTOPPORTUNITÄTEN? 6

1. TRADITIONELLE

ERFOLGSFAKTOREN
IM DESIGN THINKING 9

1.1	Für wen ist das Buch?	10
1.2	Was heisst es, den Prozess im Griff zu haben?.....	28
1.3	Wie erhalten wir eine gute Problemdefinition?	42
1.4	Wie entdecken wir Bedürfnisse von Nutzern?	48
1.5	Wie bauen wir Empathie zum Nutzer auf?	60
1.6	Wie finden wir den richtigen Fokus?	68
1.7	Wie generieren wir Ideen?.....	76
1.8	Wie strukturieren und selektieren wir Ideen?	84
1.9	Was macht einen guten Prototyp aus?	92
1.10	Wie können wir effizient testen?	100

4

3. ZUKÜNFTIGE

ERFOLGSFAKTOREN IM DESIGN THINKING 181

3.1	Wie hilft uns Systems Thinking, die Komplexität zu verstehen?	182
3.2	Wie bauen wir LEAN ein Geschäftsmodell auf?	194
3.3	Welcher Fähigkeiten bedarf es für Strategic Foresight?	210
3.4	Wie implementieren wir unsere Lösungen erfolgreich?	222
3.5	Welches sind die Designkriterien der Digitalisierung?	234
3.6	Wie helfen neue Technologien, ein einzigartiges Kundenerlebnis zu erzeugen?.....	250
3.7	Was versprechen hybride Modelle?.....	260

2. AKTUELLE

ERFOLGSFAKTOREN IM DESIGN THINKING 111

2.1	Wie gestalten wir kreative Räume und Umgebungen?	112
2.2	Welchen Mehrwert bieten uns interdisziplinäre Teams?	122
2.3	Wie visualisieren wir Ideen und Geschichten?	132
2.4	Was macht eine gute Geschichte aus?	142
2.5	Was heisst es, Veränderung als Facilitator einzuleiten?	152
2.6	Wie bereite ich die Organisation für das neue Mindset vor?	162
2.7	Wie können wir bewährte Management-Methoden miteinbeziehen?	170

SCHLUSSEWORT

WAS HABEN WIR AUF DER JOURNEY GELERNT? .. 274

VORSTELLUNG DER EXPERTEN... 281

QUELLEN ... 293

TOP 10 BUCHEMPFEHLUNGEN ... 296

INDEX ... 297