

	Vorwort	15
	Anmerkungen der Autoren	21
	Einleitung	25
Teil I Einführung und Grundlagen		31
<hr/>		
1	Lean UX: Wichtiger denn je	33
1.1	Design entwickelt sich ständig weiter.....	33
2	Prinzipien	37
2.1	Die Grundpfeiler von Lean UX	38
2.2	Lean UX in der Praxis – Definition.....	42
	2.2.1 Prinzipien	42
	2.2.2 Prinzipien zur Organisation der Teams	42
	2.2.3 Prinzipien der Unternehmenskultur.....	44
	2.2.4 Prinzipien der Vorgehensweise	49
2.3	Zusammenfassung	52
Teil II Prozess		53
<hr/>		
3	Vision, Framing und Ergebnisse.	57
3.1	Die richtige Wortwahl	58
3.2	Annahmen	59
	3.2.1 Methode: Annahmen deklarieren	62

3.2.2	Hypothesen	68
3.2.3	Von der Problemstellungsformulierung zur Hypothese	70
3.3	Zusammenfassung.....	90
4	Collaborative Design	91
4.1	Collaborative Design	92
4.1.1	Collaborative Design: Der informelle Ansatz ...	94
4.1.2	Collaborative Design: Ein strukturierterer Ansatz.	97
4.1.3	Eine Charrette-Session durchführen	98
4.2	Designsysteme	106
4.2.1	Designsysteme: Namen sind Schall und Rauch	108
4.2.2	Der Mehrwert von Designsystemen	109
4.2.3	Fallstudie: GE-Designsystem	110
4.2.4	Erstellen eines Designsystems	114
4.2.5	Charakteristiken eines erfolgreichen Designsystems.	114
4.2.6	Was gehört in ein Designsystem?	116
4.3	Zusammenarbeit mit verteilten Teams	119
4.3.1	Weltweite Collaborative-Design-Session	119
4.3.2	Charrette-Verfahren mit Remote-Teams	122
4.3.3	Funktionierende Zusammenarbeit	123
4.4	Zusammenfassung.....	125
5	MVPs und Experimente	127
5.1	Der Zweck eines MVPs	128
5.1.1	Beispiel: Brauchen wir einen Newsletter?	129
5.1.2	Ein MVP erzeugen	130
5.1.3	Beispiele für MVPs	135
5.2	Prototyping	143
5.2.1	Low-Fidelity-Prototypen: Papier	144

5.2.2	Low-Fidelity-Prototypen: Klickbare Wireframes	145
5.2.3	Mid- und High-Fidelity-Prototypen	146
5.2.4	Codierte und Livedaten-Prototypen	147
5.3	Was sollte mein Prototyp enthalten?	148
5.3.1	Demos und Previews	149
5.3.2	Beispiel: Einsatz eines Prototyp-MVPs	149
5.4	Zusammenfassung	151
6	Feedback und Recherche	153
6.1	Recherchetechniken: Kontinuierlich und kollaborativ	154
6.1.1	Collaborative Discovery	155
6.1.2	Collaborative Discovery in der Feldstudie	156
6.1.3	Collaborative Discovery: Ein Beispiel	157
6.2	Continuous Learning	158
6.2.1	Continuous Learning: Drei User jeden Donnerstag	158
6.2.2	Nutzen Sie eine simple Testumgebung	161
6.2.3	Wer sollte zusehen?	161
6.2.4	Fallstudie: Drei User jeden Donnerstag bei Meetup	161
6.3	Auswertung der Recherche – Eine Teamaktivität	164
6.3.1	Verwirrung, Widersprüchlichkeit und (mangelnde) Klarheit	165
6.3.2	Langfristige Mustererkennung	166
6.3.3	Testen Sie alles	167
6.4	Überwachungstechniken für kontinuierliche Collaborative Discovery	172
6.4.1	Customer Service	172
6.4.2	Onsite-Feedbackbefragungen	174
6.5	Zusammenfassung	177

Teil III Lean UX in Ihrem Unternehmen	179
7 Lean UX und agile Softwareentwicklung	183
7.1 Ein paar Begriffsdefinitionen	184
7.2 Jenseits der Staggered Sprints	187
7.2.1 Weiterentwicklung des Design Sprints	189
7.3 Dual-Track Agile	191
7.4 Lean UX in den Scrum-Rhythmus integrieren	194
7.4.1 Themes	194
7.4.2 Kick-off-Meetings für Skizzierung und Ideenbildung	194
7.4.3 Meeting zur Iterationsplanung	195
7.4.4 Experiment Stories	196
7.4.5 User-Validierungsplan	198
7.5 Teilnahme an Meetings	199
7.6 Design ist ein Team sport: Knowsly-Fallstudie	200
7.6.1 The Innovation Games Company	201
7.6.2 Eine gemeinsame Vision begünstigt das unabhängige Arbeiten	203
7.6.3 Kappen des Design-Flaschenhalses	203
7.6.4 Das Ergebnis	205
7.7 Jenseits des Scrum-Teams	205
7.8 Lean UX und agile Methoden im Unternehmen	207
7.9 Zusammenfassung	209
8 Organisatorische Umstellungen	211
8.1 Umstellungen	212
8.1.1 Veränderung der Unternehmenskultur	212
8.1.2 Umstellung der Teamorganisation	213
8.1.3 Umstellung von Prozessen	213
8.2 Zusammenfassung	234

9	Fallstudien	235
9.1	Regulierungen und Finanzdienstleistungen: Lean UX bei PayPal	235
9.1.1	Verbesserung des Bezahlvorgangs	236
9.1.2	Das Team	237
9.1.3	Einstieg und Überwindung von Hindernissen	237
9.1.4	Die Ergebnisse	239
9.2	Von online zu offline: Lean UX bei CarMax	239
9.2.1	Suche nach einem Ergebnis	240
9.2.2	Lean UX + Customer Experience + Service Design	240
9.2.3	Proto-Personas	241
9.2.4	Testen einer Hypothese	242
9.2.5	Die nächste Iteration	244
9.2.6	Test einer weiteren Hypothese	246
9.2.7	Integration des Verkaufspersonals in Ladengeschäften	246
9.2.8	Regelmäßige Teamzusammenarbeit	247
9.3	Die Erwartungen des Kunden eines Studios für Digitalproduktionen vorgeben: Lean UX bei ustwo	248
9.3.1	Ein Workshop zur Leistungsdefinition	249
9.3.2	Nach dem Workshop	251
9.4	Lean UX in einer Agentur: Arbeit anders verkaufen	252
9.4.1	Ausrichtung, Koordinierung und Flexibilität	252
9.4.2	Zusammenarbeit mit externen Entwicklern	254
9.5	Schlusswort	256
	Stichwortverzeichnis	261