

DAS DESIGN THINKING PLAYBOOK

MIT TRADITIONELLEN, AKTUELLEN
UND ZUKÜNFTIGEN ERFOLGSFAKTOREN

HERAUSGEBER:

MICHAEL
LEWRICK

PATRICK
LINK

LARRY
LEIFER

VISUALISIERUNG:

NADIA
LANGENSAND

VAHLEN



INHALT

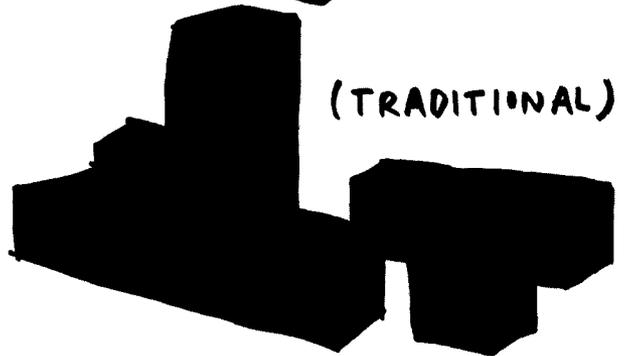
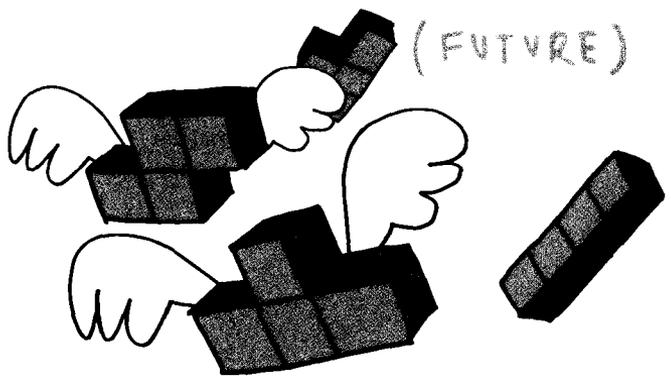
Der Wegweiser durch das Design Thinking Buch sind die Tetrisbausteine. Wir starten mit den traditionellen Erfolgsfaktoren und reflektieren die einzelnen Phasen über den Designzyklus. Mit den aktuellen Erfolgsfaktoren gehen wir darauf ein, wie wir die Rahmenbedingungen bestmöglich gestalten und Design Thinking mit anderen Methoden anreichern können. Die zukünftigen Erfolgsfaktoren fokussieren sich auf die Designkriterien in der Digitalisierung, den Einsatz von agilen Werkzeugen und die Konvergenz von Systems Thinking, verweisen aber ebenso auf die Kombination zwischen Data Analytics und Design Thinking.

VORWORT 1

EINLEITUNG
 WO ENTSTEHEN DIE NÄCHSTEN
 GROSSEN MARKTOPPORTUNITÄTEN? 6

1. TRADITIONELLE ERFOLGSFAKTOREN IM DESIGN THINKING 9

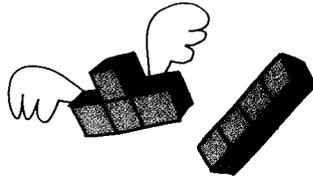
1.1	Für wen ist das Buch?	10
1.2	Was heisst es, den Prozess im Griff zu haben?.....	28
1.3	Wie erhalten wir eine gute Problemdefinition?	42
1.4	Wie entdecken wir Bedürfnisse von Nutzern?	48
1.5	Wie bauen wir Empathie zum Nutzer auf?	60
1.6	Wie finden wir den richtigen Fokus?	68
1.7	Wie generieren wir 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



3. ZUKÜNFTIGE

ERFOLGSFAKTOREN IM DESIGN THINKING

181



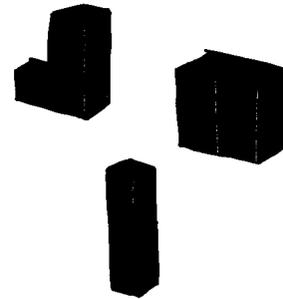
2.1	Wie wird ein Raum gestaltet, der Kreativität fördert?	181
2.2	Wie kann ein Team ein Unternehmen auf den Weg bringen?	182
2.3	Welchen Mehrwert bieten uns interdisziplinäre Teams?	183
2.4	Mit welcher Methode können wir unsere Ideen visualisieren?	184
2.5	Was macht eine gute Geschichte aus?	185
2.6	Wie bereite ich die Organisation für das neue Mindset vor?	186
2.7	Wie können wir bewährte Management-Methoden miteinbeziehen?	187

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



SCHLUSSWORT

WAS HABEN WIR AUF DER JOURNEY GELERNT? .. 274

VORSTELLUNG DER EXPERTEN... 281

QUELLEN ... 293

TOP 10 BUCHEMPFEHLUNGEN ... 296

INDEX ... 297