

Inhalt

Vorwort 7

1. DIE AUSGANGSLAGE 11

»Die Welt ist kompliziert geworden« 13

Das Ergebnis dieser Komplexität 25

2. WOHIN SOLL ES GEHEN? 43

Unternehmen müssen sich ändern 45

Was ist Empathie? 71

Was ist Kreativität? 93

Was ist Innovation? 115

Wie werden Unternehmen innovativ? 144

3. DIE ANTWORT: DESIGN THINKING 153

Was ist Design Thinking? 155

Kundenverhalten beobachten 185

Die wahren Bedürfnisse der Menschen finden 193

Neue Ideen entwickeln 202

Eine Vision schaffen 215

4. DIE TOOLS: Methoden mit dem speziellen Fokus auf Kreativität und Empathie 227

Visualisieren durch Prototyping 229

Insight-Statements 236

Reframing 241

Szenarioplanung 243

Extreme User 246

Erstellen einer Roadmap für Produkte 248

Bodystorming 251

Use Case 254

Concept-Map 259

Cultural Probes 263

Contextual Inquiry 267

Synthese 270

Menschen skizzieren 273

Anmerkungen 277

Literaturverzeichnis 279

Stichwortverzeichnis 282

Die Autorin 285