

Vorwort	6
Die Autoren - eine Kurzvorstellung	8
Einleitung: Wo ist das Problem?	13
1. Design Thinking – Eine Einführung	19
1.1. Was ist Design Thinking?	19
1.2. Wie wird Design Thinking umgesetzt?	21
1.3. Worin liegen die Kernelemente von Design Thinking?	24
2. Erfolgsfaktoren in der Design Thinking-Kultur	41
2.1. Erfolg durch Scheitern - oder wie man aus einem Fall einen Glücksfall macht... (Markus Blatt, neueBeratung)	44
2.2. Ein Bild sagt mehr als tausend Worte: Visualisieren als Erfolgsfaktor im Design Thinking (Dustin Dotzler, neueBeratung)	53
2.3. Design Doing – Einfach machen! (Emmanuel Sauvonnet, neueBeratung)	64
2.4. Intuition als Grundvoraussetzung für kreative Prozesse (Jendrik Busch, neueBeratung)	74
3. Design Thinking konkret	87
3.1. Design Thinking-Ausbildung an Universitäten (Dr. Michael Lewrick, Universität Ulm)	87
3.2. Design Thinking – vom Thinking zum Doing (Sebastian Derkau, SAP)	101
3.3. Design Thinking als Erfolgsfaktor für effektiven E-Commerce bei Sitewards (Dr. Carsten Takac und Jochen Breunig, Sitewards)	115
3.4. Nutzung des Design Thinking-Paradigmas in der Produktentwicklung (Vincent Schmuki, Swisscom)	124
3.5. Privacy as a Product (Thomas Wind und David Geffen)	136
3.6. Der siebte Schritt von Design Thinking – Was Design Thinker von Start-ups lernen können (Pauline Tonhauser, DesignThinkingCoach.de)	151
4. Zusammenfassung und Ausblick	161
Anhang:	
Design Thinking Crash-Kurs	167
Gastautoren	185
neueBeratung-Autoren	198
Literaturverzeichnis	206
Stichwortverzeichnis	210
Abbildungsverzeichnis	214
Quellenverzeichnis der Grafiken	216