

Vorwort 11

Innovation: Die richtige Technik zur richtigen Zeit 13

4×4 Design Thinking® – Der Prozess 15

Phase 1: Einfühlen 17

Phase 2: Definieren 19

Phase 3: Ideen generieren 22

Phase 4: Prototyping 25

4 Mythen der Innovation, die Ihren Erfolg verhindern 28

4 Faktoren erfolgreicher Innovation 31

Exkurs 1: Gruppendynamik – warum es so wichtig ist, dass Sie Ihr Team kennen 37

Exkurs 2: Eine Rezeptur für ein interdisziplinäres Team 42

Exkurs 3: Warm-ups – Unsicherheit überwinden, in Bewegung und Kontakt kommen, Spaß haben 44

Case Study SIX:

Ein Raum für Innovationen für die Finanzbranche 47

Phase 1 – Einfühlen 49

Übersicht 49

Warm-ups 50

Pinguin und Hai 51

Der Namensschreck 52

Die Techniken 53

1 Be your Customer 53

Case Study Sonnentor: „Wenn man bei euch reingeht, fühlt man sich wohl!“ 55

2 Belbins Rollenmodell 57

3 Beobachtungen 61

4 Business Model Canvas 63

Case Study TomTom: Mit den Augen des Kunden zu neuen Einsichten 72

5 Contextual Inquiry 75

6 Customer Journey Map 77

7 Desk Research 81

8 Empathie-Karten 84

9 Empathy Map 87

10 Epochen-Karte 90

11 Extreme User 93

12 Jobs to be done (JTBD) 94

**Case Study XING Campus:
Berufsvorschläge für Studierende 96**

13 Kamera Journal 100

14 Karten sortieren 102

15 Killer-Fragen 104

16 Kognitiver Walkthrough 106

17 Mentale Modelle 110

18 Personal Inventory 113

19 Personas 114

- 20 PESTLE-Technik 118
- 21 POEMS 121
- 22 Rapid Ethnography 123
- 23 Semantic Differential 125
- 24 Sinus-Milieus 126
- 25 Suchfeldbestimmung 128
- 26 SWOT-Analyse 131
- 27 Trendexperten-Interview 134
- 28 Trend-Scan 136
- 29 Fokusgruppen 138
- 30 „Von-zu“-Erforschung 141
- 31 Vuja-de 143

Phase 2 – Definieren 147

Übersicht 147

- Warm-ups 149
- Hallo & High Five 150
- Klatschen weitergeben 151

Die Techniken 152

- 32 Die 2×2-Matrix 152
- 33 ABC-Technik 155
- 34 Affinitätsdiagramm 158
- 35 Download 160
- 36 Einsichten sortieren und clustern 162
- 37 ERAF-Systemdiagramm 164
- 38 Gestaltung der Design-Challenge 167
- 39 Insight Cards entdecken und kombinieren 170
- 40 Postcard to Grandma 172
- 41 User-Response-Analyse 174
- 42 Von der Beobachtung zum Insight 176

Exkurs 4: Zehn Arten der Innovation nach Doblin 178

Phase 3 – Ideen generieren 183

Übersicht 183

Erst Ideen finden, dann Ideen bewerten: die Brainstorming-Regeln 185

So bewerten Sie Ihre Ideen 187

Case Study OTTO: Think. Learn. Create – die InnoDays @OTTO 189

Warm-ups 191

Berg und Tal 191

Teppich umdrehen 193

Die Techniken 194

43 6-3-5-Methode 194

44 Analoge Modelle 196

45 Blue Ocean Strategy 199

46 Bodystorming 202

47 Brainwriting 203

48 Delphi-Befragung 206

49 Harris-Methode 208

50 GEMBA-Walk 211

51 Ideen-Crowdsourcing 214

52 Ideensteckbriefe 216

53 Kill a stupid rule 219

54 Kollaboratives Sketching 221

55 Kollektives Notizbuch 222

56 Kopfstand- und Umkehrtechnik 225

57 Lotosblüten-Methode 228

58 Morphological Charts 229

59 Predict Next Year's Headlines 232

60 Random Input 234

61 TRIZ 235

| | |
|--|------------|
| Phase 4 – Prototyping | 241 |
| Übersicht | 241 |
| Erfolgsfaktoren für das Prototyping | 244 |
| Die besten Prototyping-Werkzeuge | 247 |
| Case Study Aduno Gruppe: Das Portemonnaie zum Anziehen | 249 |
| Warm-ups | 250 |
| The last Samurai | 250 |
| Tschuri und Rosetta | 252 |
| Die Techniken | 254 |
| 62 AAR-Rückblick | 254 |
| 63 Advocatus diaboli | 256 |
| Case Study BLAHA: Vom Kunden-0-Ton zum direkt umgesetzten Pappkarton | 257 |
| 64 Bau eines Prototyps | 260 |
| Case Study Lunar: Wie Lunar den vernetzten beim Einkauf begleitet | 263 |
| 65 Blitzlicht | 265 |
| 66 Der Zauberer von Oz | 267 |
| 67 Fast Finish | 269 |
| 68 Innovationszusammenfassung | 271 |
| 69 Paper Prototyping | 273 |
| 70 Quick and Dirty Prototyping | 275 |
| 71 Roadmap | 277 |
| 72 Speedboat | 280 |
| 73 Storyboarding | 283 |
| 74 Storytelling | 285 |
| 75 Szenario-Technik | 289 |
| 76 Try it yourself | 292 |
| 77 Vorschau-Szenario | 294 |

- Glossar** 298
- Literaturverzeichnis** 324
- Methodenverzeichnis** 328
- Danksagung** 332
- Die Autorin** 334