

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