

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Das Ziel der Produktentwicklung</b>	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>Der ideale Entwicklungsablauf</b>	<b>3</b>
<b>3</b>	<b>Wege der Kundenbedürfnisse in die Produktentwicklungsorganisation</b>	<b>5</b>
3.1	Sprachlich-numerische Formulierung der Zielbedürfnisse in Form von Anforderungen	7
3.1.1	Formulierung der Anforderungen durch die Kunden:innen	8
3.1.2	Formulierung der Anforderungen durch Mittler zwischen Kunden:innen und Entwicklungsorganisation	10
3.2	Buyer Persona	14
3.3	Beobachtung von Kunden:innen durch Personen der Entwicklungsorganisation	16
3.4	Fazit der Betrachtung des Wegs der Kundenbedürfnisse in den Produktentwicklungsprozess	18
<b>4</b>	<b>Die Entwicklung eines Produktes</b>	<b>21</b>
4.1	Interpretation der Entwicklungsaufgabe in der Entwicklungsorganisation	21
4.2	Entwicklungshandeln und Einschränkungen des Entwicklungshandelns	25
4.2.1	Einfluss von Denkstilen und Denkkollektiven	26
4.2.2	Auswirkungen von ökonomischen und ökologischen Zwängen	29
4.2.3	Auswirkungen höherer Komplexität von Entwicklungsaufgaben	33

<b>5</b>	<b>Objektivierung des Entwicklungshandels durch methodisches Vorgehen</b>	<b>35</b>
<b>6</b>	<b>Objektivierung des Entwicklungshandeln durch Nutzung von Modellen</b>	<b>39</b>
6.1	Grundelemente der Modelltheorie	41
6.2	Kundenmodelle der Produktentwicklung	47
6.2.1	Die Sinne des Menschen	48
6.2.2	User Experience	50
6.2.3	Beispiele für Kundenmodelle	51
6.3	Auswahl von Kunden:innen zur modellorientierten Produktentwicklung	56
6.4	Methodische Unterstützung einer modellbasierten Produktentwicklung	57
6.5	Nutzen von Kundenmodelle für Entwickler:innen und die Entwicklungsarbeit als solche	58
<b>7</b>	<b>Handlungsmodell einer modellorientierten Produktentwicklung</b>	<b>59</b>
	<b>Literatur</b>	<b>65</b>
	<b>Stichwortverzeichnis</b>	<b>69</b>