

Inhalt

Ansgar Gerling / Godenard Gerling, Der Design-Thinking-Werkzeugkasten, dpunkt.verlag, ISBN 978-3-86490-589-6

KAPITEL 1 Auf geht's ...

14

Willkommen

14

1.1 Für wen eignet sich dieses Handbuch?

18

1.2 Für welche Fälle eignet sich dieses Handbuch?

19

1.3 Was wird das Ergebnis der beschriebenen
Vorgehensweise sein?

20

KAPITEL 2 Vor dem eigentlichen Projekt 24

Business Owner Briefing – bereiten Sie Ihr Projekt aus wirtschaftlicher Perspektive vor	24
2.1 Stakeholder-Management – wer muss involviert werden?	27
2.2 Wie stellen Sie Ihr Projektteam zusammen?	29
2.3 Was brauchen Sie sonst noch?	31
2.4 Checkliste	33

KAPITEL 3 Scope 34

Einführung – Ziel	34
3.1 Kreative Neubewertung / Mindmapping	36
3.2 Charette	38
3.3 Faltblatt	40
3.4 Designaufgaben-Lückensatz	42
3.5 Checkliste	45

KAPITEL 4 360° Research

46

Einführung – Ziel	46
4.1 Informationen sammeln – Überblick	49
4.2 Kernfakten sammeln	50
4.3 Google Trends	52
4.4 Trend-Matrix	54
4.5 Buzz Reports	57
4.6 Google Alerts	59
4.7 Designbrief	60
4.8 Untersuchungen mit Kunden und Anwendern	61
4.9 Vorbereitung: Die richtigen Menschen für Ihre Untersuchungen finden	63
4.10 Interview – sprechen Sie mit Ihren Kunden oder Anwendern	64
4.11 Ethnografische Observation – beobachten Sie Ihre Kunden oder Anwender	66
4.12 Nutzer-Kamera-Studie – nehmen Sie die Perspektive Ihrer Kunden ein	68
4.13 Nützlich: Interview- und Beobachtungsprotokolle	70
4.14 Checkliste	71

Ansgar Gerling / Godehard Gerling, Der Design-Thinking-Werkzeugkasten, dpunkt.verlag, ISBN 978-3-86490-589-6

KAPITEL 5 Synthesize

72

Einführung – Ziel	72
5.1 Auspacken und Gruppieren	74
5.2 Erkenntnis-Krönchen	76
5.3 Personas	77
5.4 Ein Tag im Leben	80
5.5 Empathie-Raster	82
5.6 User Journey Map	84
5.7 Kundenperspektiv-Lückensätze	86
5.8 Warum-Wie-Leitern	88
5.9 Zusammenfassung der Schlüsselerkenntnisse	90
5.10 Designprinzipien	92
5.11 Abstimmung mit den Stakeholdern	94
5.12 Checkliste	95

KAPITEL 6 Ideate

96

Einführung – Ziel	96
6.1 Aufwärmen	98
6.2 »Wie könnten wir?«-Fragen	100
6.3 Brainstorming	102
6.4 Brainwriting	105
6.5 Was würde der wohl denken?	107
6.6 Faktor 10!	109
6.7 Ergebnisse in der Gruppe finden	111
6.8 Checkliste	113

Ansgar Gerling / Godehard Gerling, Der Design-Thinking-Werkzeugkasten, dpunkt.verlag, ISBN 978-3-86490-589-6

KAPITEL 7 Prototype

114

Einführung – Ziel	114
7.1 Verschiedene Formen von Prototypen	117
7.2 Prototypen aus Papier	119
7.3 Storyboard	121
7.4 »Zauberer von Oz«-Prototypen	123
7.5 Der gespielte Prototyp	125
7.6 Empathie-Prototyp	127
7.7 Kunden-Co-Creation	129
7.8 Checkliste	131

KAPITEL 8 Validate

132

Einführung – Ziel	132
8.1 Feedbackraster	135
8.2 Hypothesen-Testblätter	136
8.3 Testkarten	138
8.4 Testmanagementboard	141
8.5 KPI-Studien	143
8.6 Learning Launch	145
8.7 Checkliste	147

Ansgar Gerling / Godehard Gerling, Der Design-Thinking-Werkzeugkasten, dpunkt.verlag, ISBN 978-3-86490-589-6

KAPITEL 9 Jenseits von Design Thinking

148

Einführung	148
9.1 Produktvision	152
9.2 Business Model Canvas	154

INDEX

158