



In 30 Minuten
wissen Sie
mehr!

30 MINUTEN

Jochen Gürtler
Johannes Meyer

Design Thinking

GABAL

**Jochen Gürtler
Johannes Meyer**

30 Minuten

Design Thinking

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Umschlaggestaltung: die imprimatur, Hainburg
Umschlagkonzept: Martin Zech Design, Bremen
Lektorat: Dr. Sandra Krebs, GABAL Verlag GmbH, Offenbach
Satz: Zerosoft, Timisoara (Rumänien)
Druck und Verarbeitung: Salzland Druck, Staßfurt

© 2013 GABAL Verlag GmbH, Offenbach

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlags.

Hinweis:

Das Buch ist sorgfältig erarbeitet worden. Dennoch erfolgen alle Angaben ohne Gewähr. Weder Autoren noch Verlag können für eventuelle Nachteile oder Schäden, die aus den im Buch gemachten Hinweisen resultieren, eine Haftung übernehmen.

Printed in Germany
ISBN 978-3-86200-857-5

In 30 Minuten wissen Sie mehr!

Dieses Buch ist so konzipiert, dass Sie in kurzer Zeit prägnante und fundierte Informationen aufnehmen können. Mithilfe eines Leitsystems werden Sie durch das Buch geführt. Es erlaubt Ihnen, innerhalb Ihres persönlichen Zeitkontingents (von 10 bis 30 Minuten) das Wesentliche zu erfassen.

Kurze Lesezeit

In 30 Minuten können Sie das ganze Buch lesen. Wenn Sie weniger Zeit haben, lesen Sie gezielt nur die Stellen, die für Sie wichtige Informationen beinhalten.

- Alle wichtigen Informationen sind blau gedruckt.
- Schlüsselfragen mit Seitenverweisen zu Beginn eines jeden Kapitels erlauben eine schnelle Orientierung: Sie blättern direkt auf die Seite, die Ihre Wissenslücke schließt.
- *Zahlreiche Zusammenfassungen innerhalb der Kapitel erlauben das schnelle Querlesen.*
- Ein Fast Reader am Ende des Buches fasst alle wichtigen Aspekte zusammen.
- Ein Register erleichtert das Nachschlagen.



Inhalt

Vorwort	6
1. Merkmale von Innovation	9
Drei Perspektiven auf Innovation	10
Zielsetzung von Design Thinking	13
2. Grundelemente des Design Thinking	17
Die passenden Menschen	18
Die nötigen (Frei-)Räume	20
Die richtige Herangehensweise	26
3. Der Design-Thinking-Prozess im Detail	33
Vor dem Projektstart	35
Das Problem verstehen	37
Empathie aufbauen	40
Die Synthese	43
Die Ideenfindung	51
Ideen testen	56
Lösungen implementieren	58
Projektbeispiele	62
4. Design Thinking einsetzen	69
Bewusst mit Räumen umgehen	70
Bewusst mit dem Team umgehen	75
Bewusst mit dem Design-Thinking-Prozess umgehen	79

Fast Reader	84
Weiterführende Literatur	89
Die Autoren	91
Register	93

Vorwort

Wo kommen eigentlich die wirklich guten Ideen her? Die, die das Leben von Menschen bereichern und erleichtern? Ideen, die die Welt auf den Kopf stellen? Ideen, die Menschen zu Millionären gemacht haben?

Viele dieser Ideen umgeben uns tagtäglich und gehören für uns wie selbstverständlich zum Alltag. Und doch sind sie von Menschen gemacht – das heißt, jemand hat entschieden, dass die aus ihnen entstandenen Produkte, Services oder Erlebnisse genau so funktionieren und sich so anfühlen, wie sie es tun. Sie sind das Ergebnis von **Designprozessen**.

Design wird oft als „Dinge schön(er) machen“ missverstanden, dabei geht es um weit mehr als das. Denn Design bedeutet, **kreative Lösungen für komplexe Probleme** zu finden.

Kreative Problemlösungen sind dabei meist kein Zufallsprodukt und nur selten das Ergebnis von „Heureka“-Momenten einzelner Genies. Der klassische Erfinder, den man sich als einsamen Kauz in seinem Labor vorstellt, ist bei näherer Betrachtung doch meist Mitglied einer ganzen Gruppe, deren Mitglieder sich gegenseitig inspirieren. Denken wir an Thomas A. Edison, der mit über 1000 Patenten als verdienter Erfinder in die Geschichte eingegangen ist. Edisons Produktivität war aber kein Zufall, sondern das Ergebnis einer strukturierten Herangehensweise, Probleme gemeinsam mit einer bunten Truppe aus

Ingenieuren, Handwerkern und Wissenschaftlern zu lösen.

Innovation ist also sehr wohl planbar und kann bewusst gefördert werden. **Wir behaupten: Jeder kann Erfinder sein!**

Design Thinking ist eine Arbeitsmethode, die verschiedene Werkzeuge verbindet, um Innovation und Ideenfindung zu unterstützen. Egal ob Sie in einem Unternehmen arbeiten, selbstständig sind oder einfach im Privaten Dinge „neu erfinden“ möchten: Design Thinking kann helfen, Problemstellungen strukturiert und mit Spaß zu bearbeiten und zu Lösungsideen zu gelangen, die Sie und wir jetzt noch gar nicht kennen – echte Innovationen eben.

Viel Spaß beim Lesen und viele Ideen wünschen Ihnen

Jochen Gürtler und Johannes Meyer



30 MINUTEN

Was ist eigentlich Innovation?

Seite 9

**Welche Perspektiven gibt es auf
Innovation?**

Seite 10

**Was ist das Ziel von Design
Thinking?**

Seite 13

1. Merkmale von Innovation

Bevor wir auf Design Thinking und die damit verbundenen Möglichkeiten zu sprechen kommen, möchten wir uns zu Beginn dieses Buches mit der Frage beschäftigen, **was Innovation überhaupt ist bzw. welche unterschiedlichen Perspektiven es darauf gibt.**

Wir wollen im Speziellen auf drei Aspekte eingehen, die kennzeichnend sind für echte Innovation: erstens die Frage, ob und wie mit einer Innovation die eigentlichen Bedürfnisse von Menschen erfüllt werden, zweitens die (technische) Machbarkeit einer Idee sowie die Marktakzeptanz bzw. -durchdringung.