

Inhalt

Vorwort 9

Innovation:

Die richtige Technik zur richtigen Zeit 11

4 × 4 Design Thinking® – Der Prozess 13

Phase 1: Einfühlen 17

Phase 2: Definieren 19

Phase 3: Generieren 22

Phase 4: Experimentieren 26

**4 Mythen über Innovation,
die Ihrem Erfolg im Weg stehen** 28

Mythos 1: Innovation ist alleine Sache des Managements. 29

Mythos 2: Innovation muss das Wie beantworten, denn Innovation
ist eine Sache für Praktiker. 30

Mythos 3: So, wie wir momentan innovieren, ist es gut. 30

Mythos 4: Innovation ist Zufall. 31

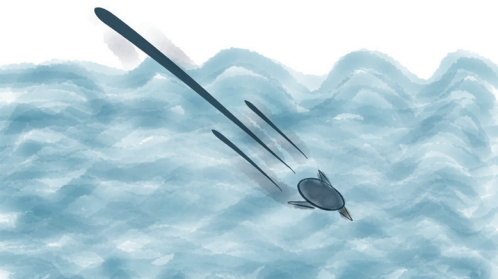
4 Faktoren erfolgreicher Innovation 32

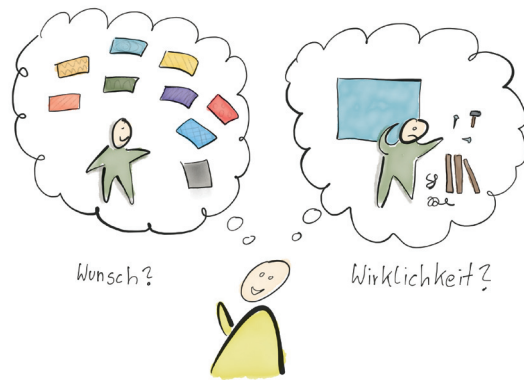
Faktor 1: Im Zentrum steht der Mensch 32

Faktor 2: Die DNA von Innovation 35

Faktor 3: Innovation als Teil eines großen Ganzen 36

Faktor 4: Innovation ist kein Zufall 38





- Exkurs 1: Gruppendynamik – warum es so wichtig ist, dass Sie Ihr Team kennen 40
- Exkurs 2: Eine Rezeptur für ein interdisziplinäres Team 45
- Exkurs 3: Warm-ups – Unsicherheit überwinden, in Bewegung und Kontakt kommen, Spaß haben 47
- Case Study SIX:
Ein Raum für Innovationen für die Finanzbranche 50

Phase 1 – Einfühlen 53

Übersicht 53

Die Techniken 58

Case Study Sonnentor:

„Wenn man bei euch reingeht, fühlt man sich wohl!“ 77

Case Study TomTom:

Mit den Augen des Kunden zu neuen Einsichten 86

Case Study XING Campus:

Berufsvorschläge für Studierende 117

Phase 2 – Definieren 131

Übersicht 131

Die Techniken 136

Phase 3 – Ideen generieren 168

Übersicht 168

Case Study Otto:

Think. Learn. Create – die InnoDays @OTTO 174

Warm-ups 176

Die Techniken 179

Phase 4 – Experimentieren 234

Übersicht 234

Case Study izi:

Das Portemonnaie zum Anziehen 242

Warm-ups 243

Die Techniken 247

Case Study Lunar:

Wie Lunar den vernetzten Kunden beim Einkauf begleitet 250

Case Study BLAHA:

Vom Kunden-0-Ton zum direkt umgesetzten Pappkarton 280

Glossar 290

Literaturverzeichnis 325

Methodenverzeichnis 329

Die Autorin 333

