

## Vorab: Warum dieses Buch?

Zunächst einmal vielen Dank dafür, dass Sie sich für unseren »Design-Thinking-Werkzeugkasten« entschieden haben.

Wir, Ansgar und Godehard Gerling, haben als Manager, Berater und Innovations-Coaches jahrzehntelange Erfahrung in Produktmanagement und Vermarktung von digitalen, aber auch traditionellen Produkten und Dienstleistungen sammeln können.

Gerade bei der Neu- und Weiterentwicklung von Produkten und Services wurden und sind wir dabei immer wieder mit ähnlichen Herausforderungen konfrontiert: Ignorieren der Kunden und ihrer wirklichen Wünsche und Anforderungen, monatelangen Planungs- und Spezifikationsphasen und im schlimmsten Fall Top-down-Entscheidungen aus Konzernhierarchieebenen, die seit Jahren keinen Kunden gesehen haben.

So sind wir Anfang der 2010er-Jahre über das zum damaligen Zeitpunkt noch recht frische Thema Design Thinking gestolpert, das einen strukturierten und vor allem kundennahen Ansatz zur Ideenfindung und Ideenvalidierung versprach. Godehard besuchte daraufhin 2013 das »Design Thinking and the Art of Innovation«-Training an der d.school in Stanford und brachte damit wertvolle Eindrücke aus erster Hand mit.

Design Thinking oder Bausteine daraus gehören seitdem zu unseren effektivsten Werkzeugen, wenn es um die Neu- oder Weiterentwicklung von Produkten und Services geht.

Bei der Anwendung von Design Thinking in den verschiedensten Umfeldern – im Management oder auch in der Beratung – ist uns aufgefallen, dass Einsteiger, aber auch erfahrenere Design



Thinker immer wieder auf der Suche nach dem richtigen Instrument oder Werkzeug zu den jeweiligen Phasen des Design-Thinking-Prozesses sind.

Wir wollen daher mit diesem Buch all denen, die Design Thinking anwenden, einen einfachen, sehr strukturierten und für die tägliche Arbeit nützlichen Werkzeugkasten an die Hand geben, der die Entscheidung für das richtige Werkzeug zur richtigen Zeit erleichtert und dabei die entsprechenden Werkzeuge kurz, knapp und praxisnah erklärt. Darüber hinaus wollen wir einen ersten Eindruck davon geben, wie eine im Design Thinking gewonnene und am Kunden validierte Idee in ein erfolgreiches Geschäftsmodell überführt werden kann.

Wir hoffen, dass wir diesem Anspruch mit unserem »Design-Thinking-Werkzeugkasten« gerecht werden.

Zum Schluss noch ein kurzer Hinweis zur verwendeten Nomenklatur. Je nach »Schule« werden die verschiedensten Phasenbezeichnungen verwendet. Wir haben uns für die von der SAP im AppHaus und AppHaus Network verwendeten Bezeichnungen entschieden, da wir gerade in großen Unternehmen oft auf Workshop-Teilnehmer oder Projektmitarbeiter stoßen, die ihre ersten Design-Thinking-Erfahrungen mit Trainern oder Beratern aus diesem Umfeld gemacht haben.

Als Verfechter des datenbasierten Lernens und iterativen Vorgehens würden wir uns natürlich freuen, aus der Erfahrung unserer Leser zu lernen, um zukünftige Auflagen weiter verbessern und an den Anforderungen unserer Leser ausrichten zu können. Ihr Feedback richten Sie daher gerne an [feedback@go3consulting.com](mailto:feedback@go3consulting.com).

Vielen Dank dafür und viel Freude und Erfolg mit diesem Buch.

Frankfurt/München, im Mai 2018

Ansgar Gerling und Godehard Gerling