

DAS DESIGN THINKING PLAYBOOK

TESTIMONIALS



Das Design Thinking Playbook schafft Awareness für die digitale Transformation. Design Thinking findet heutzutage bei uns Anwendung in der Definition von Produkten bis hin zu Prozessen. Besonders hat es Potential disruptive Prozess zu gestalten.

Charlotte Anabelle de Brabandt
Head of Procurement, Porsche Design Timepieces AG



Das hybride Modell, die Kombination von Design Thinking und Data Analytics, erlaubt zwei Denkweisen, die erfahrungsgemäß Innovationen mit unterschiedlicher Ausprägung hervorbringen, miteinander zu kombinieren. Gerade in Zeiten der Digitalen Transformation eine neue "Must Have"-Fähigkeit, um erfolgreich zu sein.

Hannes Erler
Director Open Innovation Networks at Swarovski Professional



Ich hatte erwartet, ein weiteres Handbuch mit Methoden in der Hand zu halten. Meine Erwartungen wurden übertroffen, es hat mir wirklich geholfen, die Anwendung von DT zu reflektieren und den richtigen Mindset für meine Organisation zu definieren.

Dr. Carsten Liesener
CEO Region Europe at Siemens Switzerland AG, Building Technologies



Grosse Innovationen müssen den Kunden bei seinen wirklichen Bedürfnissen oder Wünschen packen. Dazu muss man manchmal mehrere Schritte zurücktreten und gut überlegen: Was will man eigentlich und wie am liebsten? Und man muss sich von eingepprägten Einschränkungen lösen. Die digitale Welt öffnet da unendliche Möglichkeiten. Steve Jobs war ein Genie und konnte das, ohne zu fragen. Wir können es als Handwerk lernen und uns herantasten an ganz neuartige Lösungen und Angebote. Wie besser als mit einem spielerischen Buch, das motiviert, animiert und instruiert?

Walter Steinlin
Präsident, Kommission für Technologie und Innovation (KTI)



Für mich ist es immer eine grosse Herausforderung, komplexe Probleme anzugehen. Dabei lässt sich eine effektive Lösung erst durch das Einnehmen verschiedener Perspektiven erreichen. Das Playbook zeigt auf, wie wir hierzu Systems Thinking, Business Thinking und Design Thinking kombiniert anwenden können.

Markus Durstewitz
Head of Design Thinking, Airbus Corporate Innovation



Noch ist viel Design Thinking Pionierarbeit zu erledigen, um das WARUM und WIE in die Köpfe der Unternehmensverantwortlichen zu bringen, die von einem solchen Menschenzentrierten Ansatz profitieren können. Das Playbook – geschrieben von Experten aus der Praxis und Akademia - ist ein wunderbarer nächster Schritt in die Richtung.

Dr. Bettina Maisch
Senior Key Expert industrial Design Thinking, Siemens AG



Das neue DESIGN THINKING PLAYBOOK kommt in einer sehr ansprechenden und umfassenden Form daher. Das Buch gehört für mich zur aktuellen Standardlektüre für Menschen, welche auf anspruchsvolle Probleme, basierend auf deren Kundenbedürfnissen, mit innovativen Lösungen reagieren möchten.

Robin C. Drost, Dipl. Ing. ETHZ, Exec. MBA HSG
Director Helbling Business Advisors AG, Strategy, Innovation & Supply Chain Management



Das Design Thinking Playbook regt an und hilft! Gelungenes Werk, dass auf pragmatische Art, mit vielen Ideen & Tipps den kreativen Lösungsfindungs-Prozess v.a. auch für komplexe Herausforderungen im Zeitalter der Digitalisierung optimal unterstützt.

Markus Feller
Head of Corporate Development & Business Transformation, Swisscard AECS



Design Thinking hat uns geholfen die Bedürfnisse von Fussballspielern Weltweit besser zu verstehen und einen nachhaltigen Ansatz für die digitale Transformation der Nationalverbände zu entwickeln. Das Design Thinking Playbook zeigt auf, wie wir in einer digitalisierten Welt noch bessere Kundenerlebnisse erzeugen können.

Christian Michels
Senior Manager, FIFA



Design-Thinking gehört heute zum Handwerkszeug eines Managers – die Kundenorientierung und der stringente Prozess ermöglichen es, in kurzer Zeit neue Perspektiven und Lösungen selbst für komplexe Fragestellungen zu erarbeiten. Bei der UBS hat Design Thinking im Innovationsprozess einen festen Platz.

Veronica Lange
Head of Innovation, Group Technology Office at UBS



Wir empfehlen unseren Kunden die digitale Transformation in den drei Dimensionen Business Modell, digitale Organisation und digitale Plattform zu denken und Design Thinking ist die richtige Methode um diesen Denkprozess erfolgreich in die Gänge zu bringen!

Dr. Bruno Messmer
Leiter Digital Transformation Consulting, CSC



Wow! Das Design Thinking Playbook zeigt das ganze Potential von Design Thinking! Besonders die Verknüpfung zu Lean Start-up hilft, die Ideen agil umzusetzen.

Florian Huber
Programmleiter APE, Strascheg Center for Entrepreneurship



Eines können Algorithmen und Roboter nicht: kreativ sein. Je stärker die Digitalisierung in allen Lebensbereichen Einzug hält, desto mehr müssen wir uns daher auf unsere kreative Intelligenz besinnen. Um diese zu schärfen, gibt es keine bessere Denkhaltung, als das im Playbook beschriebene Design Thinking Mindset. Dies gilt auch und insbesondere für das Bank- und Finanzwesen.

Prof. Dr. Patrick Schüffel
Institute of Finance, Haute école de gestion Fribourg



No matter in which industry you work, identifying what customers really need is crucial for any successful business strategy. Changing client expectations, the ubiquitous digital transformation across industries, and markets being disrupted by new unlikely competition are all aspects of the challenges we face today. We have to constantly review and validate our understanding of clients' needs, and the products and services we create to serve them. Design Thinking encompasses methods, processes and a mindset to approach these challenges, and will help you discover new perspectives and create ideas & solutions that truly respond to your clients' needs. The Design Thinking Playbook provides an intuitive introduction to this topic, and is an excellent way to get you started.

Timm Püller
Innovation Expert



Kundenzentriertes Arbeiten ist vor allem für Marketing-Professionals nicht neu. Was allerdings neu ist, ist ein geändertes Kundenverhalten aufgrund der Digitalisierung. Der Kunde erwartet heute einen Dialog und die Involvierung in Innovationsprozesse von Firmen. Design Thinking ermöglicht als neue Methodik auf diese Veränderungen einzugehen. Frei nach dem Motto ‚Done is better than perfect‘ hilft das Playbook wirklich agiler und iterativer vorzugehen.

Elke Guhl
Chief Marketing Officer, Swiss Life AG



Das neue DESIGN THINKING PLAYBOOK ist ein praktischer Ratgeber, welcher sehr hilfreich ist, mit innovativen Lösungen auf das veränderte Kundenverhalten zu reagieren. Ein "must read" für Menschen, welche sich mit Kunden und Innovation auseinandersetzen.

Thomas Steiger
Head of Strategy and Business Development, Zurich Insurance Group (Schweiz)



Jeden Tag werden wir mit neuen Herausforderungen konfrontiert, welche häufig als Problem klassifiziert werden. Design Thinking ist nicht nur das Herzstück der Strategieentwicklung sondern hilft mit der neuen Denkweise den Blick über den Tellerrand hinweg zu schärfen. Das Playbook ist somit der richtige Wegweiser um den Transformationsprozess zu unterstützen.

Claudio Mirti
Microsoft Schweiz



Ich stehe immer wieder vor der Herausforderung kleine und mittelständische Unternehmen von der Notwendigkeit zu überzeugen in Innovationsarbeit zu investieren. Design Thinking hat sich in den letzten Jahren als wesentlicher Teil dazu entwickelt und etabliert. Das Playbook hilft in wirklich spielerischer Weise selbst die größten Kritiker von der Wirksamkeit neuer Denkansätze und Methoden zu überzeugen!

Ewald Babka
Geschäftsführer, Babka Konsult