

Stichwortverzeichnis

A

Ablauforganisation 31
Ablaufplanung 42, 69, 79–80
Abstraktion 38, 184, 189
A/B-Testing 243
Adaptability 39
A Day in the Life 137
Adjourning 258
Advocatus Diaboli 210
After-Sales-Phase 133
Ähnlichkeitseffekt 152
Aktionsforschung 146
Alleinstellungsmerkmal 218
Analogie 37, 184
Analogiemethode 196
Anerkennung 57
Angst 61
Anpassungsfähigkeit
39, 211, 215
Arbeitspaket 62, 69–70,
74–80, 82–84
Arbeitsraum 45
Arbeitswelt
neue 103
Artefakte-Analyse 154
Assistenzsystem 117
Assoziation 37, 183, 189, 194
freie 183
strukturierte 183
Atmung 145
Attributionsfehler 152
Auflösungsphase 258
Augmented Reality 104
Auseinandersetzungphase
257
Automatisierung 30, 114

B

B2B 126
Balkendiagramm 42, 80
Barriere 263
des Nichtdürfens 263
des Nichtkönnens 262
des Nichtwissens 262
des Nichtwollens 263
Basisanforderung 172

Bedeutung
strategische 218, 220
Beförderung 68
Befragung 28, 34, 35, 36, 47,
49, 64, 74, 75, 89, 93, 110,
112, 123, 124–125, 132,
136, 183, 240, 253
Begeisterung 218
Begeisterungsanforderung
172
Behavioral Mapping and
Tracking 154–155
Behörde 67
Belohnung 60, 68, 227
Benutzerfreundlichkeit 35,
39, 40, 64, 107, 119, 213,
222, 223, 243–244
Beobachtung 28, 30, 34, 35,
36, 64, 74, 75, 92, 93, 111,
112, 123, 124–125, 132,
139, 140, 142, 143, 144, 147,
148, 149, 150, 153, 186
Beobachtungsfehler 144, 151
Bequemlichkeit 107
Bestätigungsfehler 222
Besucherverhalten 243–244
Bevölkerungswachstum 29
Bewertung 207–210,
215–216, 219
Bewertungskriterium 216, 220
Bewertungsmethode 207
Bewertungsskala 216
Big Five of Innovation 255
Bildung und Wissen 103
Bisoziation 184
Bleistift-
Kugelschreiber-Regel 42
Blindstorming 197
Blockade 61
Blockchain 104
Blog 35, 112, 232
Bodystorming 198
Bono, Edward de 204
Braincard 197
Brainpainting 197
Brainshaping 198
Brainstation 198

Brainstorming 37, 74, 132,
183–184, 189, 194–197,
199, 202, 209
anonymes 197
Big 198
didaktisches 198
elektronisches 198
imaginäres 198
Objekt- 198
reverses 199
Stop-and-go- 197
Stufen- 197
visuelles 197
Brainwalking 197
Brainwriting 199
Bringschuld 89
Budget 70, 73, 83–84, 208,
223, 226, 257, 263–264
Budgetplanung 69, 83
Burn-out 187
Bürokratie 188
Business-to-Business-
Bereich 126, 163
Buyer Persona 126
Buying Center 163
Buying-Center-Analyse 164

C

Chatbot 93
Checkliste 210
Cloud Computing 104
Collective-Notebook-
Methode 200
Concierge Minimum Viable
Product 231
Confirmation Bias 222
Controlling 90, 92, 205
Co-Working-Space 96
Critical-Incident-Technik
135
Cultural Fit 39
Customer
Experience Map 136
Customer Journey 28, 125,
131, 134–135, 165
Cyberattacke 114
Cyberkriminalität 103

D

Daily Scrum 41, 90–91
 Dark-Horse-Prototyp 226
 Datenschutz 244
 Daumenmethode 208
 Dekomposition 37, 183, 189
 Delighter 172
 Denkblockade 94, 187
 Denkmuster 194
 Denkweise 204
 DepatisNet 182
 Design 107
 empathisches 121
 Design Brief 62, 70
 Design Challenge 36, 57–58,
 61–62, 66–68, 159
 Design Council 33
 Desirability 39
 Dienstleistungsinnovation 30
 Digitalisierung 30, 104, 114
 Disney, Walt 202
 Storyboarding 228
 Diversität 86, 208
 Dokumentation 41, 90
 Do-nothing-Szenario 263
 Double Diamond 33

E

E-Commerce 104, 113
 Effectuation 104–105
 Effizienzorientierung
 255–256
 Eingabeverhalten 243
 Einkaufsverhalten 154
 Einzelarbeit 28–29, 32, 41–
 43, 54, 92–93, 96–97, 204
 Emojis 190, 228, 250, 253
 Emotion 32, 183, 227
 Emotionalität 213
 Empathie 32, 51, 86, 121
 emotionale 121
 kognitive 121
 Empathy Map 125, 128, 131
 Energieversorgung 29
 Engpassressource 80–81
 Entscheidungskriterien 63
 Entscheidungsvorlage 63
 Entwicklung 212, 214
 Entwicklungsdauer 217
 Entwicklungskosten 217
 Erfinderrechte 50

Erfindung 215
 Erfolgsfaktor 61, 184
 Erklärvideo 229
 Ernährungssicherheit 29
 Erwünschtheit 39, 210
 Espacenet 182
 Ethnologe 123
 Euphorie 264
 Experiment 75, 111, 112,
 124–125, 186, 221, 223,
 225, 226, 235, 236
 Experte 49, 181, 183
 Expertenverzeichnis 181
 Eye-Tracking-System 145

F

Fachdisziplin 67
 Fachforum 40
 Fake Door 230
 Feasibility 39
 Feedbackschleife 236
 Fehler 65, 186, 256, 260–261
 intelligenter 66
 Fehlerkultur 32, 261
 Fehlschluss
 logischer 152
 Feldbeobachtung 144, 149
 Finanzberatung 215
 First Moment of Truth 136
 Fischgräten-
 Diagramm 109–111
 Fit
 kultureller 218
 strategischer 218
 Flipchart 195
 Formgebung 28
 Forschung 47, 50, 63,
 205, 212
 Forschungsinstitut 67,
 89, 92, 264
 Fortschritt 59
 Fotocollage 226
 Frage
 geschlossene 242
 hypothetische 242
 indirekte 242
 offene 238
 Freemium-Prinzip 30
 Freiraum 188
 Fremdbeobachtung 145
 Führungsfähigkeit 86
 Führungscoalition 260

Führungskraft
 256–258, 261–262
 Führungsstil 255
 Functional Fixedness 47
 Fünf-Finger-Methode 209
 Fünf-Mal-Warum-
 Technik 242

G

Gantt-Chart 80
 Gantt, Henry Laurence 80
 Gelbe Seiten 181
 Gemeinkosten 83
 Gemeinkostensatz 83
 Gesamtnutzenwert 220
 Geschäftsführung 212
 Geschäftsmodell 27, 29, 30,
 31, 65, 69, 74, 102, 104–105,
 118, 121, 168, 179, 186, 191,
 208, 210, 211, 212, 214, 215,
 221, 226, 227, 235, 243, 246
 Geschäftsmodell-
 Innovation 30, 41
 Geschäftsprozess 255
 Geschichte 32, 39, 221, 226,
 227, 228–229, 230
 Gestaltungsfreiraum 28, 62
 Gestik 240, 250–251
 Gesundheit 29, 102
 Gesundheitsmanagement
 187
 Gewichtungsfaktor
 216, 219–220
 Globalisierung 102
 kulturelle 102
 wirtschaftliche 102
 Global Player 31
 Goldberg, Jason 104
 Goldene-Mitte-Effekt 153
 Gold Plating 169
 Google Patents 182
 Graffiti Wall 253
 Group Think 264
 Gruppenarbeit 28–29,
 32, 41–43, 54, 92–93,
 96–97, 188
 Gruppendenken 264

H

Halo-Effekt 152
 Hautwiderstandsmessung
 145

Hawthorne-Effekt 144, 151, 156
 Heat Map 145
 Herausforderung, gesellschaftliche 29
 Hightech 30
 Hirnaktivität 145
 Hochleistungsphase 258
 Hochschule 67, 89, 92, 264
 Holschuld 89
 How-might-we-Technik 75, 174
 Hypothese 235–237, 239

I

Ich-Raum 42, 96
 Ideate 34
 Ideation 180, 183
 Ideenbewertung 37
 Ideenfindung 34, 37, 72, 79, 93–94, 101, 105, 182–183, 207
 Ideengenerierung 180, 189
 Ideen-Workshop 181
 I-förmige Person 87
 Illumination 180, 183
 Image 60, 105, 107, 218
 Imagination 38, 184
 Individual-Centered Mapping 156
 Individualisierung 103
 Inkubation 180
 Innovation 27, 31, 47, 52, 54, 65, 186–187, 205, 210, 221, 246, 261
 disruptive 47, 169
 organisatorische 31
 radikale 47
 soziale 30
 Innovation Awards 68
 Innovation Factory 54
 Innovationskultur 31, 62, 89, 189, 255, 259–260, 261, 262
 Innovationsmanagement 205–206
 Innovationsorientierung 256
 Innovationsphase frühe 139, 225
 Innovationsprozess 47, 205
 Innovationsstrategie 212

Innovationswettbewerb 181–182
 Instant Messaging 73, 90, 253
 Interdisziplinarität 63, 67
 Interview 35, 235, 238, 240–242, 245–246, 249–252
 persönliches 40, 242
 Interviewereffekt 144
 Interviewleitfaden 249
 Interviewpartner 241–243
 Intranet 58
 Investor 259
 Ishikawa-Diagramm 109

J

Ja/Nein-Bewertung 210
 Ja, und-Technik 194
 Job
 emotionaler 165, 173
 funktionaler 165, 173
 persönlicher 165
 sozialer 165, 173
 Jobs to be done 164
 Just in time 74

K

Kano-Modell 172
 Kano, Noriaki 172
 Kartenreihung 209
 Kasten
 morphologischer 183, 189, 191–192
 Kasten, morphologischer 191
 Kaufkraft 219
 Kennzahl 231, 239, 243–245
 Key Performance Indicators 245
 Killerphrase 194, 263
 Kleber-Effekt 153
 Klickverhalten 243
 Klimawandel 29
 Koeffizient, viraler 245
 Kognitive Dissonanz 152
 Kollaborationsprogramm 90
 Kollaborationssoftware 257
 Kommunikationsdefizit 111
 Kommunikationsfähigkeit 86
 Kompetenzbreite 86
 Kompetenztiefe 86
 Kompetenzträger 67
 Komplexität 34, 65, 217

Konfrontation 37–38, 184, 193
 Kontakt-Effekt 152
 Kontaktpunkt 134
 Kontrast-Effekt 152
 Konvention 185, 202
 Konversionsrate 231, 244–245
 Kooperationsfähigkeit 86
 Kooperationspartner 67
 Kopfstandmethode 199
 Kopfstandtechnik 184
 Kostenarten 83
 Kreativität 27, 31, 54, 59, 70, 72, 93–94, 97, 179, 187
 Kreativitätsblockade 94, 179, 187
 physische 187
 psychologische 188
 soziologische 187
 umfeldbedingte 187
 Kreativitätstechnik 29, 50, 74, 93, 179, 189, 194, 202, 208
 intuitive 189
 systematisch-analytische 189
 Kultur 212
 Kunde
 fortschrittlicher 31
 Kundenakzeptanz 64
 Kundenanforderung 205
 Kundenbeirat 241
 Kundenfeedback 141, 245–246
 Kundennutzen 68
 Kundennutzen-Matrix 137
 Kundenorientierung 45, 58, 110
 Kundensegmentierung 126
 Kundenservice 92, 110, 120
 Kundenzufriedenheit 110
 Kundenzufriedenheitsanalyse 132
 Künstliche Intelligenz 29, 40, 93, 101, 104

L

Laborbeobachtungen 144
 Laddering 169
 horizontales 170
 vertikales 170

Laddering-down-Technik 171
 Laddering-Technik 170
 Landing Page 231
 Laserpointer 95
 Lastenheft 47
 Lead User 48–51,
 141, 181, 241
 Lead-User-Methode 48
 Lean-Startup 223–224
 Learning by Doing 224
 Lebhaftigkeitseffekt 153
 Lego 230
 Leistungsanforderung 172
 Lenkungsausschuss 73
 Lenkungsgremium 63
 Lenkungskreis 63–64, 73, 84,
 88, 90, 256
 Lenkungsreissitzung 64
 Lernchance 32, 52–53,
 65, 225, 261
 Lerneffekt 214
 Lernkultur 261
 Lieferant 59, 67, 88, 91–93,
 182–183, 187, 259, 264
 Like 244
 Linear Satisfier 172
 Literaturdatenbank 106
 Little-Technik 198
 Lizenz 211
 Lob 57
 Lösungs-Raum 32

M

Machbarkeit 27, 34, 39, 64,
 68, 203, 210–212, 217, 264
 Manöverkritik 258
 Marke 105
 Marketing 50, 63, 70, 77–78,
 87, 205, 212, 214, 219
 Market Pull 103
 Marktattraktivität 219
 Markteinführung
 205, 207, 219
 Markteintrittsbarriere 219
 Marktforschung 46–
 47, 93, 126
 Marktgröße 219
 Marktwachstum 219
 Maschinenbau 213
 Massachusetts Institute of
 Technology 48, 223
 McDonald 30

Means-End-Methode 169
 Meilenstein 42, 50, 62, 70,
 79–81, 203
 Messsystem 110
 Milde-Effekt 153
 Mimik 240, 250–251
 Mind-Map 181
 Mind-Mapping 74, 189–190
 Mindset 29
 Miniaturisierung 114
 Minimum Viable Prod-
 uct 223–224
 Mobilität 29
 Mockup 231
 Modelle
 mentale 154, 156
 Modellkonstruktion
 39, 52, 226
 Moderator 96
 Moment der Wahrheit 137
 Moment of Truth 136–137
 Moodboard 174
 Moonshot Thinking 58
 MoSCoW 75–76
 Mund-zu-Mund-Kommuni-
 kation 135
 Muss-Ziel 71
 Must have 172
 MVP 223
 Mystery Call 157
 Mystery Shopping 154, 157

N

Nachahmung 218
 Nachhaltigkeit 39, 49, 60,
 203, 211, 215
 Nanotechnologie 29
 Net Promoter Score 239
 Networking 187
 Netzwerk
 soziales 35, 40, 49–51, 93,
 102, 112, 124, 127, 183,
 231, 241, 249
 Neugier 59–61, 86,
 94, 250–251
 Newsletter 231
 New Work 103
 Nicht-Ziel 71
 non-directed time 62
 Norming 257
 Notiz 250
 NPS 239

Null-Fehler-Strategie 52
 Nutzen
 wahrnehmbarer 218
 Nutzer
 aktivier 245
 Nutzerzahlen 244
 Nützlichkeit 213, 222
 Nutzungsdauer 107
 Nutzwertanalyse 216

O

Observer Effect 144
 Offene-Punkte-
 Liste 78–79, 91
 Offenheit 59, 86, 94, 122, 261
 Ökologie und
 Nachhaltigkeit 103
 Online-Befragung 253
 Online-Fach-
 Community 181, 183
 Online-Marketing 87
 Online-Prototyp 243
 Onlineshop 213–214
 Online-Studie 235, 246
 Operation
 provokative 202
 Outcome 166
 Overserved 169
 Underserved 169
 Overengineering 46, 169
 Overhead 83

P

Paarvergleich 219
 Page Impression 244
 Passfähigkeit 39, 210, 212
 Patent 37, 93, 105,
 114–115, 182, 218
 Patentabteilung 63, 90, 92
 Patentanmeldung 182
 Patentdatenbank 35, 48,
 75, 112, 182
 Patentedokument 182
 Patentrecherche
 106, 182–183
 Patentrecht 115
 Performing 258
 Peripherie-Effekt 153
 Person
 I-förmige 87
 T-förmige 86

Persona 125, 131, 134, 137,
 163–164, 228
 Personalentwicklung 262
 Personal Inventory 154
 Persona-Methode 28, 36, 108,
 117, 222, 228
 PESTEL-Methode 113
 Pflichtenheft 47
 Phase
 divergente 32–33
 konvergente 32–33
 Pivot 225, 236, 251
 Place-Centered Mapping
 155
 PO 202
 Point of Sale 134
 Point of View 34, 174
 Popper, Sir Karl Raimund 112
 Power-of-Ten-Technik 119
 PPCO-Methode 209–210
 Präparation 180
 Preis 107
 Pre-Mortem-Methode 199
 Presenter 95
 Primäreffekt 152
 Prinzip
 kreatives 183
 Problem
 schwer lösbares 193, 194
 Problemanalyse 101
 Problem-Raum 32
 Problemverständnis 28
 Production Factory 54
 Produktattraktivität 218
 Produktdesign 226
 Produktinnovation 114
 Produktion 50, 63,
 205, 212, 214
 Projektabbruch 73
 Projektbericht 89
 Projektkalkulation 83
 Projektleiter 64, 256–258
 Projekt-Reporting 89–90
 Prototyp 27, 29, 32, 34, 39,
 40, 41, 42, 43, 47, 48, 49, 52,
 64, 65, 69, 74, 79, 82, 89–90,
 92, 94, 95, 96, 97, 205, 208,
 221, 222, 223–224, 225,
 226, 227, 231, 232, 236,
 239–240, 241, 243, 246,
 250, 260, 262, 264
 Provokationstechnik 38, 202

Prozess
 kreativer 179
 Prozessinnovation 114
 Publikationsdatenbank 35,
 75, 106, 112
 Puffer 42
 Punktabstimmung 38, 208

Q

Qualitätssicherung 90, 92
 Quick-Wins 257

R

RACI-Matrix 88
 Rapid-Prototyping 232
 Recency-Effekt 152
 Rechnungswesen 205
 Rechtsabteilung 63
 Reizworttechnik 201
 Rendite 214
 Ressourcenplanung 82–83
 Reverse Engineering 182
 Risiko 66
 Risikobewältigung 210
 Rohstoffe
 nachwachsende 119
 Rolestorming 198
 Rollen-Effekt 152
 Rollenspiel 30, 32, 39,
 52, 202, 230
 Rosenthal-Effekt 151
 Routine 188, 255–256
 Rückkoppelung 34
 Rückkopplungsschleife 33
 Rücklaufquote 253
 Rückmeldung 246

S

Sarasvathy, Saras 104
 Scalability 39
 Scanner 92, 95
 Schlüsselmoment 136
 Schulung 261
 Scoring-Verfahren 216
 Sean-Ellis-Test 239–240
 Sechs-Hüte-Methode 193, 204
 Second Moment of Truth 137
 Sekundäranalyse 125
 Sekundärmaterial 124
 Selbstanzeigeprinzip 89
 Selbstbeobachtung 145

Selbsterfahrung 124–125
 Selbstorganisation 89, 258
 Selbstpräsentation 241
 Shadowing 146
 Shareholder 116
 Sharing Economy 114
 Shellhammer, Bradford 104
 Show-Effekt 153
 Sicherheit 103, 107
 Silent Shopping 157
 Simplifikation 185
 Skala 210, 216, 218, 220
 Skalierbarkeit 39,
 211, 214–215
 Smartboard 95
 Smart Home 107
 SMART-Schema 72
 Social-Media-Netzwerk 134
 Speedstorming 197
 Stakeholder 113,
 115–117, 164, 259
 externe 116
 interne 116–117
 Stakeholder-Analyse
 116, 118, 164
 Stand-up-Meeting 91
 Stanford University 31
 Steering Committee 63
 Stimmfrequenzanalyse 145
 Storming 257
 Storyboard 228–229
 Storyboarding 228
 Storytelling 39, 58, 174, 227
 visuelles 228
 Strategic Fit 39
 Strategie 39, 55, 212, 218, 258
 Strenge-Effekt 153
 Suchfeld 101–102, 113
 Suggestivfrage 242
 Sustainability 39
 Synergieeffekt 218, 220
 Synthese 159

T

Task-Board 76–79, 90–91
 Teamentwicklung 256
 Teamverzeichnis 89
 Technologiekonver-
 genz 104, 114
 Technology Push 103–104
 Teilnutzenwert 220

Telefoninterview 240, 242, 250
 Testdesign 236
 Testphase 235
 Testverfahren 235, 240
 T-förmige Person 86
 Think-aloud-Technik 151
 Third Moment of Truth 137
 Tochterunternehmen 256
 Topmanagement 260, 263
 Touchpoint 134–136, 157
 Trend 48, 49, 102, 103–104, 183, 209–210, 215, 218
 demografischer Wandel 102
 Trial and Error 186
 Trigger-Frage 195
 Tuning-Frage 195

U

Übereinkommensphase 257
 Ultimate Moment of Truth 137
 Umsetzungswahrscheinlichkeit 217
 Unique Visitor 244
 Unsicherheit 34, 65
 Unterhaltung 213
 Unternehmenskultur 28, 31, 39, 68, 105, 212, 244, 259, 261
 Unternehmensstrategie 55
 Urbanisierung 103
 Urheberrecht 194
 Usability-Test 124
 User Entrepreneur 48
 User Story 75–77, 82, 174
 USPTO 182

V

Value Proposition 218
 Veränderung 259–260
 Veränderungsbereitschaft 59
 Verantwortungsmatrix 88

Verband 67
 Vereinfachung 185
 Verfremdung 119
 Verifikation 180
 Verschwendung 135
 Versuch und Irrtum 186
 Verträglichkeit
 ökologische 35
 soziale 35
 Vertrauen 257
 Vertrieb 50, 63, 70, 205, 212, 214, 219
 Viability 39
 Video-Chat 90, 253
 Vielfalt 32, 41, 53, 86, 188, 208
 Virtual Reality 43, 104
 Virtual-Reality-Technik 93, 95
 Vision 39, 57–59, 160, 203, 260
 Visitor 244
 Vorbildfunktion 261
 Vorgehensweise
 agile 42, 69, 74–75

W

Wahrnehmung
 selektive 153
 Walt-Disney-Methode 193, 202, 204
 Wandel 260
 demografischer 102
 Warm-up-Methode 93
 Weiterbildung 261
 Weiterbildungsmaßnahme 67
 Werthaltung
 instrumentale 169
 terminale 170
 Wettbewerber 59
 Wettbewerbsfähigkeit 218
 Wettbewerbsvorteil 31, 255
 W-Fragen 35
 What-if-Technik 37, 118, 196

Whiteboard 43, 78, 97
 Widerstand 31, 59, 263
 Wireframe 39, 230
 Wir-Gefühl 70
 Wir-Raum 42, 96
 Wirtschaftlichkeit 27, 28, 34, 39, 203, 211, 213–214, 215, 264
 Wissensgebiete 181
 Wissenslandkarte 181
 Wissenslücke 112
 Wissensmanagement 181
 Wissensträger 181
 Wizard of Oz 40, 232
 Workshop 28, 31, 35, 37, 41–43, 50–51, 58, 72, 85, 92–98, 108, 182–183, 187, 199–200, 204, 206, 256, 260–261, 263
 World Wide Web 48
 Wunschenken 202
 Wunsch-Ziel 71

Y

Yellow Pages 181

Z

Zahlungsbereitschaft 223
 Zeichnung 223, 226, 228
 Zero Moment of Truth 137
 Zieländerung 73
 Zielbildung 73
 Zielbündel 70
 Zielformulierung 72
 Zielgruppe 45, 47, 51, 92, 102, 212–213, 235–237, 240, 245–246
 Zielkonflikt 70
 Zielmarkt 252
 Zielunklarheit 70
 Zukunftsbild 58
 Zustand
 idealer 106
 Zwei-Pizza-Regel 86