

1. Record Nr.	UNINA9910812372303321
Titolo	Design thinking : das Denken, das Apple & Co. gross gemacht hat // Martin Ludwig Hofmann, Andreas K. Vetter (editors)
Pubbl/distr/stampa	Munchen, Germany : , : Wilhelm Fink, , [2014] ©2014
ISBN	3-8467-5641-5
Descrizione fisica	1 online resource
Disciplina	658.5752
Soggetti	Creative thinking Industrial design Product design
Lingua di pubblicazione	Tedesco
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Nota di bibliografia	Includes bibliographical references (pages [187]-193).
Nota di contenuto	Preliminary Material / Martin Ludwig Hofmann and Andreas K. Vetter -- Einleitung / Martin Ludwig Hofmann and Andreas K. Vetter -- Design Thinking ... oder was wir von Apple & Co. lernen können / Martin Ludwig Hofmann -- Der „Return on Imagination“ ... oder in sechs Phasen zu innovativeren Lösungen / Martin Ludwig Hofmann -- Kreative Nutzbarkeit ... oder über das strategische Kapital der Kunst / Andreas K. Vetter -- Jeder ein Designer ... oder Gestaltung zwischen Machtanspruch und Demokratisierung / Ulrich Nether -- Design-Denken im Land der Macher ... oder Design Thinking für den deutschen Mittelstand / Martin Beeh -- Vorrausschauendes Zukunftsgestalten ... oder Herausforderungen für Foresight und Design Thinking in großen Unternehmen / Gereon Uerz -- Das jüngste Gericht ... oder seine kurzfristige Unterbrechung durch ein Einschreiten der Kreativen / Stefan Scheer -- ADC Fieldwork ... oder ein Gemeinschaftsprojekt von creative.nrw und dem Art Directors Club für Deutschland / Stefan Scheer -- Literatur / Martin Ludwig Hofmann and Andreas K. Vetter -- Hinweise zu den Autorinnen und Autoren / Martin Ludwig Hofmann and Andreas K. Vetter.
Sommario/riassunto	Wie entstehen Innovationen? Dieses Buch will Mut machen. Es will dazu anregen, Hemmungen zu überwinden und gewohnte Pfade des

Denkens zu verlassen. Und es will ein Ins trumentarium vorstellen, das bei der Suche nach ungewöhnlichen Lösungen helfen kann: DESIGN THINKING. Kreativdirektoren, Designmanager und Designwissenschaftler stellen in diesem Buch das Konzept des Design Thinking vor – inklusive einer konkreten Handlungsanleitung. Ganz im Sinne der zeitlosen Worte von Paul Arden, dem legendären Kreativdirektor von Saatchi &amp; Saatchi: »Wenn wir Angst haben und auf Nummer sicher gehen wollen, sollten wir kurz inne halten und überlegen, was wir dadurch verpassen könnten.«

---