

# Leading Design

Design strategisch einsetzen:  
Wie Unternehmen das  
volle Potenzial entfalten!

von Jan-Erik Baars

Verlag Franz Vahlen München

---

a.	Warum muss man Design führen?	11
b.	Ein Handbuch zur Designführung	13
c.	Ein Buch für Herz, Kopf und Hand	15
1.	Warum designen?	19
1.1	Der Wandel	23
1.2	Unternehmen im Wandel	26
	Aspekte des Wandels	31
1.3	Der Sinn eines Unternehmens	32
1.4	Das gute Unternehmen	35
	Aspekte einer guten Unternehmensform	38
1.5	Design im Unternehmen	41
1.6	Design in der Unternehmensführung	42
1.7	Design ohne Führung	48
1.8	Stille Post	50
1.9	Die Lektion von Sandy	52
1.9.1	Sandy aus Markensicht	54
1.9.2	Sandy aus Designersicht	56
1.9.3	Was die Entwickler dachten ...	58
1.9.4	Was die Marketer dachten ...	60
1.9.5	Was die Vertriebskollegen dachten ...	62
1.10	Die Moral von der Geschichte	65
1.11	Design im guten Unternehmen	67
1.12	Design Doing	69
	Aspekte in Bezug auf gutes Design Doing	72
1.13	Design Thinking	75
	Aspekte in Bezug auf gutes Design Thinking	77
1.14	Design Being	79
	Aspekte in Bezug auf gutes Design Being	83
1.15	Designkompetenz entwickeln	84
	Aspekte einer Designentwicklung	89
1.16	Designmaturität messen	91
1.16.1	Unser Design Doing	93
1.16.2	Unser Design Thinking	95
1.16.3	Unser Design Being	97
1.17	Die Designmaturität	98
1.18	Formen der Designmaturität	99
1.19	Die Designrutsche	108

2.	Wofür designen?	117
2.1	Wofür ist ein Unternehmen da?	121
2.1.1	La Bottega dell' Arte	124
2.1.2	Chez Jacques	126
2.1.3	El Rancho	128
2.1.4	Snack Palast	130
2.2	Stimmt das Erlebnis?	133
2.3	»Gutes« Marketing	134
2.4	Fit: das unsichtbare Design	135
	Aspekte guten Marketings	139
2.5	Gute Kundenerlebnisse	140
2.6	Elemente einer Designstrategie	143
2.7	Der Design Canvas	148
	Aspekte des Design Canvas	152
2.8	Designstrategien entwickeln und pflegen	154
2.8.1	Marktfokussierung – die Opportunisten	158
2.8.2	Kundenfokussierung – die Fans	160
2.8.3	Markenfokussierung – die Brands	162
2.8.4	Produktfokussierung – die Nerds	164
2.8.5	Die ganzheitliche Ausrichtung – »Stable Brands«	166
2.9	Wie bleibt man auf der »Lieblingsliste«?	171
	Aspekte einer Designstrategie	175
2.10	Die Designstrategie entwickeln	176
2.11	Macht alles Sinn?	180
2.12	Die passenden Designer einsetzen	184

3.	Womit designen?	191
3.1	Gutes Design braucht ein gutes Briefing	195
3.2	Gutes Design-Briefing	200
	Aspekte im Bezug auf gutes Design-Briefing	204
3.3	Der Designprozess	205
3.3.1	Entdecken (discover)	211
3.3.2	Definieren (define)	211
3.3.3	Entwickeln (develop)	212
3.3.4	Erstellen (deliver)	212
3.4	Designprozesse effektiv führen!	214
3.5	Effektive Designwerkzeuge	221
3.6	Tools für das WER	222
3.6.1	Persönlichkeit bestimmen	224
3.6.2	Werte festlegen	227
3.6.3	Motivation kennen	228
3.7	Tools für das WIE	230
3.7.1	Erscheinungsbild entwickeln	232
3.7.2	Designprinzipien festlegen	233
3.7.3	Designaktivitäten managen	237
3.8	Tools für das WEM	240
3.8.1	Zielkunden kennen	241
3.8.2	Bedürfnisse erkennen	244
3.8.3	Loyalität fördern	246
3.9	Tools für das WAS	248
3.9.1	Angebote entwickeln	249
3.9.2	Richtig differenzieren	251
3.9.3	Stimmige Erlebnisse erzeugen	254
3.10	Die Kür	258
4.	Anhang	261
4.1	Literaturempfehlungen	265
4.2	Danke	267
4.3	Über den Autor	268
4.4	Anmerkungen	279
4.5	Literatur	275
4.6	Sachindex	278
4.7	Namensindex	282