

## Was nützt uns das?

- Innovation anhand von Kundenbedürfnissen

“Was nützt uns das?” ist provokativ und plakativ zugleich. Oft werden neue Produkte und Dienstleistungen (darin auch Apps) entwickelt, die zwar augenscheinlich schön oder interessant sind, aber den Kunden letztlich doch nicht zum Kauf bewegen.

Warum ist das so?

Weil sich die Zeiten geändert haben und die Kunden nicht mehr auf eine Innovation wie Klopapier oder ein Streichholz warten. Weil in der heutigen Zeit der Kunden- und Nutzenfokus konsequent in den Mittelpunkt gestellt werden muss – und das beginnt bereits mit der Need Finding Phase und geht bis in die Weiterentwicklung bestehender Produkte, also permanent.

Anhand anschaulicher Beispiele von Apple, Google, Wonderbra und Bauhaus zeige ich Hintergründe und Details zum Erfolg dieser Firmen, die Sie wahrscheinlich noch nicht kennen. Wonderbra und Bauhaus waren zum Beispiel bereits erfolgreich, lange bevor Design Thinking entwickelt wurde – und dennoch haben sie bereits moderne Innovationsmethoden genutzt.

