

Design Thinking – Kurzporträt einer Innovationsmethode

Unternehmen stehen vor der Herausforderung, schnell auf technologische und marktbezogene Veränderungen zu reagieren. Dafür benötigen sie innovative und nachhaltige Lösungen, die sowohl aktuelle als auch zukünftige Anforderungen der Nutzenden erfüllen. Dieser Beitrag beschreibt die Grundprinzipien der Design Thinking-Methode, stellt aktuelle Anwendungsgebiete dar, analysiert Vorteile und Kritikpunkte der Methode und gibt Einblicke in zukünftig relevante Forschungsgebiete.



Stefanie Hoffmann, M.Sc.,
ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Lehrstuhl für Produktionswirtschaft an der BTU Cottbus-Senftenberg. Bevorzugte Forschungsgebiete: Nachhaltige Produktion, Erneuerbare Energien.



Kevin Thomas, M.Sc.,
ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für Produktionswirtschaft an der BTU Cottbus-Senftenberg. Bevorzugte Forschungsgebiete: Supply Chain Management, Cloud Manufacturing.



Prof. Dr. Herwig Winkler
ist Professor und Inhaber des Lehrstuhls für Produktionswirtschaft an der BTU Cottbus-Senftenberg. Bevorzugte Forschungsgebiete: Produktions- und Logistikmanagement, Digitalisierung und Digitale Transformation, Supply Chain Management, Innovations- und Technologiemanagement.

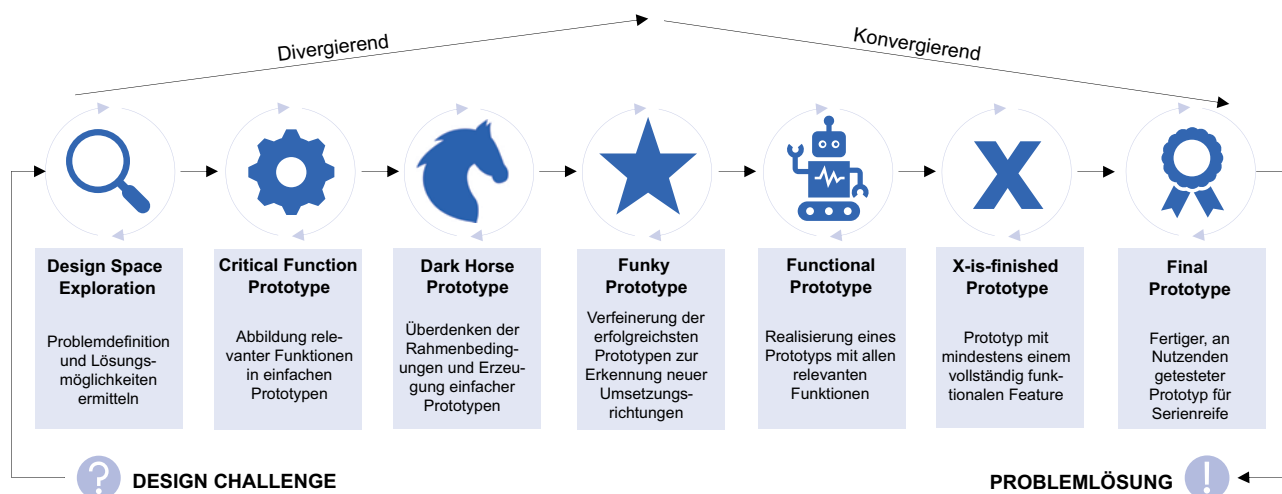
Summary: Companies are faced with the challenge of reacting quickly to technological and market-related changes. To do so, they need innovative and sustainable solutions that fulfill both current and future user requirements. This article describes the basic principles of the design thinking method, presents current areas of application, analyses the advantages and criticisms of the method, and provides insights into future relevant areas of research.

Stichwörter: Design Thinking, Innovationsmethode, Nutzerzentrierung, Prototypen, Problemlösung

1. Grundprinzipien des Design Thinking

Für den Begriff Design Thinking liegt in der wissenschaftlichen Literatur keine einheitlich anerkannte Definition vor; vielmehr wird er in der Literatur als übergeordneter Begriff für unterschiedliche konzeptionelle und methodische Ansätze verwendet (vgl. *Micheli et al.*, 2019, S. 126). Die Ausprägungen reichen von der Beschreibung als Denkweise über die Einordnung als Problemlösungsmethode bis hin zur Betrachtung als umfassende Methodologie (vgl. *Micheli et al.*, 2019, S. 131).

Im engeren Sinn ist Design Thinking eine **Innovationsmethode** zur Generierung von Produkten, Dienstleistungen und Geschäftsmodellen. Der Ansatz fokussiert die nutzerzentrierte Lösung komplexer Probleme durch iterative Prozessschritte. Dabei werden Nutzerbedürfnisse mit technologischer Machbarkeit und wirtschaftlicher Tragfähigkeit kombiniert. Interdisziplinäre Teams nutzen hierbei flexibel gestaltete Räume, um Kreativität und Kommunikation zu fördern (vgl. *Gehm*, 2022; *Liedtka/Ogilvie*, 2011; *Übemickel et al.*, 2015).



Quelle: Übernicket et al., 2015, S. 36–37.

Abb. 1: Makrozyklus der Design Thinking-Methode

Für die Design Thinking-Methode existieren verschiedene **Vorgehensmodelle**, die den Prozessablauf strukturieren und eine systematische Bearbeitung von Problemstellungen ermöglichen. Zu den bekanntesten Vorgehensmodellen zählt das 3I-Modell von IDEO nach *Tim Brown* (2008), welches die Phasen Inspiration, Ideenfindung und Implementierung umfasst. Ein weiteres Modell ist das Double Diamond Modell des *British Design Council* (2007), das in die Schritte Entdecken, Definieren, Entwickeln und Liefern gegliedert ist. In Deutschland wurde die Design Thinking-Methode durch *Hasso Plattner* (2007) bekannt gemacht, die die Phasen Verstehen, Beobachten, Sichtweise definieren, Ideen finden, Prototyp entwickeln und Testen beinhaltet (vgl. *Guaman-Quintanilla et al.*, 2022, S. 5). Das nachfolgend vorgestellte Modell folgt dem in Europa verbreiteten sechsstufigen Ansatz nach *Hasso Plattner*.

2. Design Thinking Ansatz nach Hasso Plattner

2.1. Makrozyklus

Das Modell nach *Plattner* lässt sich in eine Makro- und eine Mikroebene unterteilen. Im Prozess wird außerdem zwischen **Problemraum** (divergierende Phasen) und **Lösungsraum** (konvergierende Phasen) differenziert (vgl. *Gehm*, 2022, S. 66). Im Makrozyklus wird zwischen den Phasen der Design Space Exploration, dem Critical Function Prototype, dem Dark Horse Prototype, dem Funky Prototype, dem Functional Prototype, dem X-is-finished Prototype und dem Final Prototype unterschieden (vgl. *Übernicket et al.*, 2015, S. 36–37). Abb. 1 stellt die Phasen des Makrozyklus dar.

Auf der Makroebene erfolgt eine sequenzielle Bearbeitung des Gesamtprozesses über die Projektlaufzeit hinweg. Innerhalb der einzelnen Makrophasen werden die Mikrozy-

klen iterativ durchlaufen, um schrittweise eine Optimierung der Ergebnisse zu erreichen (vgl. *Plattner*, 2009; *Übernicket et al.*, 2015, S. 36).

2.2. Mikrozyklus

Auf der Mikroebene steht die konkrete Durchführung einzelner Prozessphasen im Vordergrund. In jeder Phase werden spezifische Methoden und Werkzeuge angewendet (vgl. *Gehm*, 2022, S. 67). Die sechs Phasen sind: Verstehen, Beobachten, Sichtweise definieren, Ideen finden, Prototyp entwickeln und Testen (vgl. *Plattner*, 2009, S. 113). Diese Phasen sind in Abb. 2 dargestellt.

In der „**Verstehen**“ Phase erfolgt die möglichst unvoreingenommene Analyse des Problemraums durch das interdisziplinäre Team, ohne bereits Lösungsansätze zu entwickeln. Ein kontinuierlicher Wissensaustausch sichert einen gemeinsamen Kenntnisstand und vermeidet Missverständnisse (vgl. *Gehm*, 2022, S. 67 f.). Ergebnis dieser Phase ist die Definition einer klaren Design Challenge, der Problemstellung, die es im weiteren Prozess zu bearbeiten gilt (vgl. *Plattner*, 2009, S. 115–117). Tools, die in dieser Phase angewendet werden können, sind die Design Charette, die semantische Analyse oder die Definition von Extremnutzern und Extremnutzerinnen.

In der Phase „**Beobachten**“ steht die Erforschung der Zielgruppe im Fokus. Ziel ist es, Bedürfnisse, Handlungen, Gedanken oder Motivationen der Nutzenden aus verschiedenen Perspektiven zu erfassen. Hierfür werden qualitative Methoden wie Interviews, Beobachtungen, Selbsterfahrungen sowie Experten- und Stakeholder-Gespräche genutzt. Ergänzend kann eine Recherche sekundärer Quellen erfolgen (vgl. *Gehm*, 2022, S. 69 ff.).

Die Phase „**Sichtweise definieren**“ schließt den Problemraum. Eine Reduzierung der zuvor erhobenen Daten auf

zentrale Einsichten erfolgt durch systematisches Strukturieren und Priorisieren. Es entsteht ein prägnantes Nutzerprofil sowie eine How-Might-We-Fragestellung. Die „Wie können wir (dieses Problem lösen)“-Frage bildet die Grundlage für die darauffolgenden Phasen (vgl. Plattner, 2009, S. 120 f.). Methoden, die in dieser Phase Anwendung finden können, sind das Unpacking Grid, das Nugget Framing, die Sensemaking Ladder, eine Person(aha!) oder das P.O.V. Statement.

Die Phase „**Ideen finden**“ dient der schnellen Generierung vieler Lösungsideen, wobei Kreativitätstechniken gezielt angewendet werden. Im ersten Schritt erfolgt das Sammeln der Ideen. Nach Abschluss der Ideensammlung wird das Gruppieren, Clustern und Priorisieren der Ideen vorgenommen. Das Ergebnis ist eine präzise Ideenbeschreibung als Grundlage für die nächste Phase (vgl. Gehm, 2022, S. 76–79; Plattner, 2009, S. 121). Kreativitätstechniken zur Generierung von Ideen sind beispielsweise das (Silent) Brainstorming, das Figure Storming, die Semantische Intuition oder die Methode 2050. Zur Clusterung und Auswahl der Ideen kann eine Innovationsmatrix mit Dotmocracy genutzt werden.

In der Phase „**Prototyp entwickeln**“ steht die frühzeitige Visualisierung von Ideen im Vordergrund. Ziel ist die Überprüfung der Lösungsideen und Konzepte durch das Feedback der Nutzenden. Vor allem in den frühen Phasen des Design Thinking-Prozesses offenbaren auch einfache und günstige Prototypen, etwa aus Knete, Lego oder Papier, Stärken und Schwächen. Eine Kombination verschiedener Prototyping-Methoden für ein umfassendes Verständnis der Perspektive der Nutzenden kann ebenfalls hilfreich sein (vgl. Plattner, 2009, S. 123).

Die Phase „**Testen**“ bildet den Abschluss des Mikrozyklus. Ziel ist es, die Praxistauglichkeit der Prototypen gemeinsam mit potenziellen Nutzenden zu evaluieren. Es wird überprüft, ob die Nutzenden die Funktionsweise des Proto-

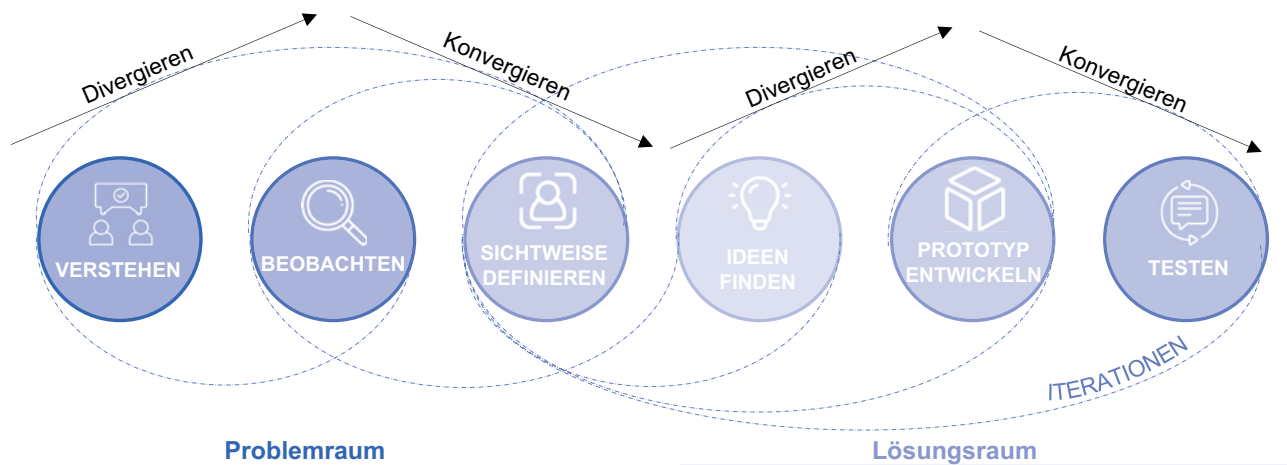
typs vollständig verstehen. Interaktionen werden gezielt analysiert und das Feedback der Nutzenden interpretiert, um weitere Entwicklungsrichtungen festzulegen (vgl. Plattner, 2009, S. 124 f.). Auch beim Testen können verschiedene Techniken angewendet werden wie z.B. Experimente, qualitative Beobachtungen oder das Einbinden der Nutzenden durch Rollenspiele.

3. Einsatzfelder von Design Thinking

Design Thinking findet bereits in vielfältigen Bereichen und Sektoren Anwendung, insbesondere dort, wo komplexe und unstrukturierte Problemstellungen bestehen (vgl. Altman et al., 2018, S. 1).

Ursprünglich als **Innovationsmethode** entwickelt, fördert Design Thinking die Entwicklung neuer Produkte, Dienstleistungen und Geschäftsmodelle und unterstützt somit Unternehmenswachstum (vgl. Dragicevic et al., 2023, S. 2; Liedtka et al., 2013). Im Bereich sozialer Innovation und Nachhaltigkeit ermöglicht Design Thinking die Integration nachhaltiger Geschäftsmodelle (vgl. Quaiser/Pandey, 2023, S. 597) und die Verbesserung sozialer Dienste (vgl. Liedtka et al., 2013).

Im **Gesundheitswesen** dient der Ansatz dazu, Produkte und Dienstleistungen weiterzuentwickeln. Der Fokus liegt dabei auf der Verbesserung der Patientenversorgung (vgl. Roddy/Polfuss, 2020, S. 553). Anwendungsfälle, die in der wissenschaftlichen Literatur beschrieben werden, reichen dabei von der Verbesserung der Patientenerfahrung in der Pflegeausbildung (vgl. McLaughlin et al., 2019), über ein verbessertes Wohlbefinden bei Behandlungen und Therapien, der Entwicklung patientenzentrierter medizinischer Informationssysteme bis hin zur Reduktion von Wartezeiten und der Entwicklung digitaler Gesundheitslösungen wie mobilen Gesundheits-Apps (vgl. Memon et al., 2025, S. 2 u. 6).



Quelle: Plattner, 2009, S. 113.

Abb. 2: Mikrozyklus der Design Thinking-Methode

Im **Bildungssektor** wird Design Thinking genutzt, um Kompetenzen des 21. Jahrhunderts wie Kreativität, Teamarbeit, Problemlösungsfähigkeit und kritisches Denken bei Schülerinnen und Schülern sowie Studierenden zu fördern. Die Methode wird somit zum projekt- und problembasierten, forschenden Lernen angewendet. Zudem kommt es in der Fortbildung der Lehrenden zur Anwendung, um Lehrkräfte zu befähigen, Design Thinking in ihrem Unterricht einzusetzen oder ihre pädagogischen Praktiken zu verbessern. Darüber hinaus gibt es außerdem wissenschaftliche Beiträge, die die Anwendung der Methode bei der Gestaltung von Lehrplänen und Lernstrategien darstellen (vgl. *Blundell*, 2024).

Im **Architektur- und Bausektor** unterstützt der Ansatz hinsichtlich des Architekturdesigns und der Architekturpädagogik die Entwicklung menschenzentrierter und adaptiver Gebäude und Umgebungen (vgl. *Marful et al.*, 2022). Des Weiteren geht aus der Literatur hervor, dass Design Thinking im Städtebau zur Ausarbeitung von Konzepten zur Revitalisierung von Stadtteilen eingesetzt wird (vgl. *Liedtka et al.*, 2013).

Auch in der **Lebensmittelindustrie** findet Design Thinking Anwendung. Neben der Entwicklung innovativer Lebensmittelprodukte umfasst dies die Gestaltung neuer, ganzheitlicher Essenserlebnisse, die nicht nur den Geschmack, sondern auch Aspekte wie Nachhaltigkeit, kulturelle Vielfalt oder emotionale Bindung ansprechen. Ziel ist es, das Wohlbefinden der Konsumenten und Konsumentinnen auf mehreren Ebenen zu fördern. Beispiele dafür sind gesundheitsbewusste Ernährungskonzepte, personalisierte Produktangebote oder die Integration digitaler Technologien in das Konsumerlebnis (vgl. *Batat/Addis*, 2021; *Castanho et al.*, 2024). Zusammenfassend lässt sich sagen, dass Design Thinking als **transdisziplinärer Ansatz** in einer ständig wachsenden Anzahl von Feldern angewendet wird, von der Entwicklung konkreter Produkte bis hin zur Gestaltung komplexer organisatorischer und gesellschaftlicher Systeme. Festzuhalten ist, dass Design Thinking zwar grundlegende Prinzipien beibehält, seine Umsetzung und Gewichtung der einzelnen Phasen und Werkzeuge jedoch stark vom jeweiligen Anwendungsbereich, den spezifischen Nutzerbedürfnissen und den branchenspezifischen Herausforderungen abhängt. Es ist die Anpassungsfähigkeit und die menschenzentrierte Natur, die es dem Design Thinking ermöglichen, in so unterschiedlichen Domänen erfolgreich eingesetzt zu werden.

4. Vor- und Nachteile des Ansatzes

4.1. Vorteile und Chancen

In der einschlägigen Literatur werden folgende Vorteile und Chancen von Design Thinking beschrieben. Die Anwen-

dung von Design Thinking fördert entscheidende Innovationskompetenzen, darunter Kreativität, Teamarbeit, Problemlösungsfähigkeit und kritisches Denken (vgl. *Hantsiuk et al.*, 2021, S. 12). Das zentrale Merkmal des Ansatzes ist die **Zentrierung der Nutzenden**, welche die Bedürfnisse und Erfahrungen der Nutzer und Nutzerinnen in den Mittelpunkt stellt und dadurch das Finden empathischer und wirksamer Lösungen ermöglicht. Durch das Neuformulieren von Problemstellungen können tiefgreifendere und innovativere Lösungen entwickelt werden. Im Hinblick auf Zusammenarbeit und **Interdisziplinarität** fördert die Methode die Zusammenarbeit in multidisziplinären Teams (vgl. *Taspinar*, 2022, S. 393). Darüber hinaus ist der Design Thinking Prozess ein iterativer und experimenteller, der kontinuierliche Anpassung und Verfeinerung ermöglicht und als flexibel anwendbar beschrieben wird (vgl. *Altman et al.*, 2018, S. 4). Gleichzeitig lehrt es die Toleranz von Ambiguität und sieht frühes Scheitern als Chance zu Lernen (vgl. *Micheli et al.*, 2019, S. 135 f.). Ein wachsender Fokus liegt auf dem „**Responsible Design Thinking**“, um über den reinen wirtschaftlichen Nutzen hinauszugehen und soziale und ökologische Auswirkungen zu berücksichtigen (vgl. *Baldassarre et al.*, 2024).

Insgesamt zeigt sich, dass Design Thinking nicht nur effektiv darin ist, komplexe Probleme aus unterschiedlichen Perspektiven anzugehen und Innovationen gezielt zu fördern, sondern auch durch seine methodische Vielfalt und den bewussten Einbezug unterschiedlicher Disziplinen eine tiefere Durchdringung der Problemkontexte ermöglicht. Der Ansatz trägt dazu bei, sowohl inkrementelle als auch radikale Innovationen anzustoßen, indem er kreative Prozesse systematisch strukturiert und eine Kultur des Experimentierens, des Lernens aus Fehlern und der kontinuierlichen Verbesserung etabliert.

4.2. Nachteile und Herausforderungen

Der Design Thinking-Ansatz sieht sich neben den Vorteilen und Chancen auch mit Kritikpunkten und Herausforderungen konfrontiert. Einer der größten Kritikpunkte besteht in der **Messbarkeit** von Erfolgen und der mangelnden Verfügbarkeit evidenzbasierter Studien zur Effektivität (vgl. *Altman et al.*, 2018, S. 6). Des Weiteren wird der Ansatz wegen des Fehlens einer klaren, allgemein akzeptierten Definition kritisiert. Design Thinking wird teilweise als Modeerscheinung oder zu simplizistisch kritisiert (vgl. *Guaman-Quintanilla et al.*, 2022, S. 322). Zudem erfordert die Implementierung erhebliche **Zeit- und Ressourceninvestitionen** (vgl. *Bathla et al.*, 2025, S. 2). Der Prozess ist inhärent mehrdeutig und es besteht die Gefahr, im Prozess die Zielorientierung zu verlieren und Ideen nicht zur Umsetzung zu bringen. Ferner zeigt sich Design Thinking als nicht uni-

versell anwendbar, insbesondere bei stark technischen oder zeitkritischen Problemstellungen. Eine weitere Herausforderung wird im **organisationalen Widerstand** und den kulturellen Barrieren gesehen. Diese Widerstände treten dabei besonders in traditionell linearen, starren Hierarchien oder siloartig strukturierten Unternehmen auf (vgl. *Elsbach/Stigliani*, 2018, S. 2295). Darüber hinaus kann es zu Skalierbarkeitsproblemen kommen, da die Skalierung von Design Thinking über eine gesamte Organisation hinweg komplex und herausfordernd ist (vgl. *Bathla et al.*, 2025, S. 2). Die Kritikpunkte verdeutlichen, dass der Einsatz von Design Thinking trotz seiner Popularität mit praktischen und konzeptionellen Herausforderungen verbunden ist.

5. Zukünftige Entwicklungen und Fazit

Auch in Zukunft wird Design Thinking eine große Rolle in den o.g. Bereichen spielen. Zunehmend notwendig sind deshalb **Langzeitstudien** zur Wirkung und Nachhaltigkeit von Design Thinking basierten Innovationen und Produkten (vgl. *Leao et al.*, 2024, S. 16; *Memon et al.*, 2025, S. 8). Zukünftige Entwicklungen im Bereich Design Thinking umfassen insbesondere die **Integration moderner Technologien** wie künstliche Intelligenz, maschinelles Lernen und digitaler Transformation (vgl. *Memon et al.*, 2025, S. 8). Datenbasierte Ansätze, Virtual Reality und kollaborative Online-Plattformen werden den kreativen Prozess erweitern und interdisziplinäre Zusammenarbeit erleichtern. Ebenfalls von Relevanz ist die Erforschung von Barrieren und Potenzialen für Führungskräfte bei der Einführung von Design Thinking-Methoden (vgl. *Bathla et al.*, 2025, S. 12 f.). Darüber hinaus stellen die Themen Inklusion und soziale Gerechtigkeit in akademischen und industriellen Kontexten viel Forschungspotenzial bereit (vgl. *Tham*, 2022, S. 275).

Der vorliegende Beitrag verdeutlicht, dass Design Thinking sowohl als konzeptioneller Überbegriff als auch in seiner methodisch engen Ausprägung ein flexibles, nutzerzentriertes Innovationsinstrument darstellt, dessen Grundprinzipien in zahlreichen Sektoren erfolgreich zur Anwendung kommen. Die Analyse der Vorgehensmodelle, insbesondere des sechsstufigen Ansatzes nach *Hasso Plattner*, zeigt die Struktur und iterative Natur des Prozesses, die eine systematische, kreative und zugleich praxisorientierte Problemlösung ermöglicht. Die breite Anwendbarkeit in Bereichen von Gesundheitswesen und Bildung bis hin zur Architektur, Lebensmittelindustrie und sozialer Innovation unterstreicht die transdisziplinäre Reichweite der Methode. Gleichzeitig offenbaren die identifizierten Herausforderungen – wie definitorische Uneinheitlichkeit, Ressourcenintensität, kulturelle Widerstände und Messbarkeitsschwie-

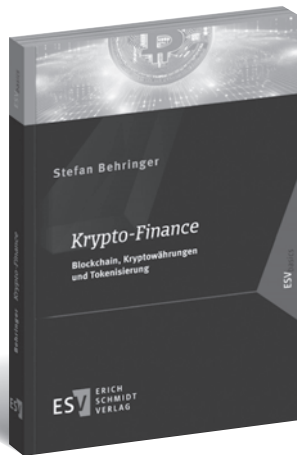
rigkeiten – den Bedarf an weiterer Forschung und Anpassung. Vor dem Hintergrund sich verändernder technologischer, gesellschaftlicher und wirtschaftlicher Rahmenbedingungen wird die zukünftige Relevanz von Design Thinking wesentlich davon bestimmt, inwieweit es gelingt, seine Grundprinzipien beizubehalten und den Ansatz zugleich durch Integration moderner Technologien sowie langfristige Wirkungsevaluierungen weiterzuentwickeln.

Im Rahmen einer Fallstudie soll in dieser Ausgabe eine innovative, nachhaltige und mobile Parkraumlösung konzipiert werden. Eine exemplarische Lösung der gestellten Aufgabe ist im folgenden WiSt-Heft, Nr. 11/2026, dargestellt.

Literatur

- Altman, M., Huang, T. T. K., Breland, J. Y.*, Design Thinking in Health Care, in: Preventing Chronic Disease, Vol. 15 (2018), 180128.
- Baldassarre, B., Calabretta, G., Karpen, I. O., Bocken, N., Hultink, E. J.*, Responsible Design Thinking for Sustainable Development: Critical Literature Review, New Conceptual Framework, and Research Agenda, in: Journal Of Business Ethics, Vol. 195 (2024), S. 25–46.
- Batat, W., Addis, M.*, Designing food experiences for well-being: A framework advancing design thinking research from a customer experience perspective, in: European Journal of Marketing, Vol. 55 (2021), No. 9, S. 2392–2413.
- Bathla, A., Chawla, G., Gupta, A., & Hofaidhllaoui, M.*, Beyond the boardroom: Design thinking and leadership for value creation in business ecosystem, in: Cogent Business & Management, Vol. 12 (2025), No. 1, 2491680.
- Blundell, C. N.*, A scoping review of design thinking in school-based teacher professional learning and development, in: Professional Development in Education, Vol. 50 (2024), No. 5, S. 878–893.
- Castanho, A., Brites, C., Oliveira, J. C., Cunha, L. M.*, Food Design Thinking: A Systematic Review from an Evolutionary Perspective, in: foods, Vol. 13 (2024), No. 15, 2446.
- Dragicevic, N., Vladova, G., Ullrich, A.*, Design thinking capabilities in the digital world: A bibliometric analysis of emerging trends, in: Frontiers in Education, Vol. 7 (2023), 1012478.
- Elsbach, K. D., Stigliani, I.*, Design Thinking and Organizational Culture: A Review and Framework for Future Research, in: Journal of Management, Vol. 44 (2018), No. 6, S. 2274–2306.
- Gehm, J.*, Design Thinking etablieren: So verankern Sie Design Thinking im Unternehmen – bewährtes Vorgehensmodell, Erfahrungen, Fallbeispiele, Wiesbaden 2022.
- Guaman-Quintanilla, S., Chiliza, K., Matamoros, A. B., Everaert, P., Valcke, M.*, What is the state of the art regarding the application of Design Thinking in Higher Education? A scoping review, in: Aula Abierta, Vol. 51 (2022), No. 4, S. 319–328.
- Hantsiuk, T., Vintoniv, K., Opar, N., Hryvnak, B.*, Developing Intercultural Competence Through Design Thinking, in: European Integration Studies, Vol. 15 (2021), S. 9–21.
- Leao, C. P., Silva, V., Costa, S.*, Exploring the Intersection of Ergonomics, Design Thinking, and AI/ML in Design Innovation, in: Applied System Innovation, Vol. 7 (2024), No. 4, 65.
- Liedtka, J., King, A., Bennett, K. B.*, Solving problems with design thinking: 10 stories of what works, New York 2013.
- Liedtka, J., Ogilvie, T.*, Designing for Growth: A Design Thinking Toolkit for Managers, New York 2011.
- Marful, A. B., Danquah, J. A., Ansah, M., Ben-Smith, P., Duah, D.*, Design Thinking as an Effective Tool for Architectural Pedagogy: Challenges and

Kryptowerte für Einsteiger



Behringer

Krypto-Finance Blockchain, Kryptowährungen und Tokenisierung

2026, 246 Seiten, € 34,95,
ISBN 978-3-503-24522-2
ESVbasics

Blockchain, Kryptowährungen und Kryptotoken revolutionieren die Finanzmärkte. Doch auch in der Realwirtschaft entstehen vielfältige innovative Einsatzfelder und Geschäftsmodelle rund um Kryptowerte. Stefan Behringer vermittelt Ihnen einen gut verständlichen **Einstieg in die Grundlagen und Anwendungen** der Blockchain-Technologie.

Mit zahlreichen Fallstudien und Beispielen: von neuen Finanzdienstleistungen über den Einsatz für soziale und ökologische Zwecke bis hin zu NFTs und digitaler Kunst.



Online informieren und
versandkostenfrei bestellen:

www.ESV.info/24522

ESV ERICH
SCHMIDT
VERLAG

Auf Wissen vertrauen

Erich Schmidt Verlag GmbH & Co. KG
Genthiner Str. 30 G · 10785 Berlin
Tel. (030) 25 00 85-265
Fax (030) 25 00 85-275
ESV@ESVmedien.de · www.ESV.info

Benefits for Ghanaian Schools, in: Cogent Arts & Humanities, Vol. 9 (2022), No. 1, 2051828.

McLaughlin, J. E., Wolcott, M. D., Hubbard, D., Umstead, K., Rider, T. R., A qualitative review of the design thinking framework in health professions education, in: BMC Medical Education, Vol. 19 (2019), 98.

Memon, M. M., Carroll, N., Crowley, K., Design thinking in cancer care: A systematic literature review, in: Digital Health, Vol. 11 (2025).

Micheli, P., Wilner, S. J. S., Bhatti, S. H., Mura, M., Beverland, M. B., Doing Design Thinking: Conceptual Review, Synthesis, and Research Agenda, in: Journal of Product Innovation Management, Vol. 36 (2019), No. 2, S. 124–148.

Plattner, H., Design Thinking: Innovation lernen, Ideenwelten öffnen, München 2009.

Quaiser, R. M., Pandey, S. K., Design thinking enabling innovation: A literature review, in: Innovation-The European Journal Of Social Science Research, Vol. 36 (2023), No. 4, S. 579–601.

Roddy, L., Polfuss, M., Employing design thinking methods in nursing to improve patient outcomes, in: Nursing Forum, Vol. 55 (2020), No. 4, S. 553–558.

Taspinar, S. E., Design Thinking and Art Education, in: Anadolu Universitesi Sanat & Tasarim Dergisi, Vol. 12 (2022), No. 2, S. 379–397.

Tham, J., Pasts and Futures of Design Thinking: Implications for Technical Communication, in: IEEE Transactions on Professional Communication, Vol. 65 (2022), No. 2, S. 261–279.

Übermickel, F., Brenner, W., Pukall, B., Naef, T., Schindlholzer, B., Design Thinking – Das Handbuch, Frankfurt A.M. 2015.