

Inhalt

1. Einleitung	1
2. Das Rätsel der Innovation und ihre Schwäche.....	3
2.1. Die Misere	4
2.2. Wo wollen wir hin?	4
2.3. Die Verzweiflung der Geschäftsführer.....	5
2.4. Die Ursache der Hilflosigkeit	8
2.5. Praktische Ursachenforschung.....	10
2.5.1. Geschichte	10
2.5.2. Geschäftsführer.....	11
2.5.3. Management	11
2.5.4. Entwicklung.....	13
2.6. Erkennbare Ursachen	14
3. Der Schlüsselprozeß der Innovation.....	17
3.1. Von der Idee zum Kunden.....	19
3.1.1. Probleme und Abhilfe.....	21
3.2. Zweck	21
3.2.1. Probleme und Abhilfe.....	22
3.3. Wertschöpfungsteam	23
3.3.1. Probleme und Abhilfe.....	23
3.4. Entwicklungsentscheidung.....	24
3.4.1. Worauf kommt es bei der Entscheidung an?	25
3.4.2. Ideen und Investitionen	25
3.4.3. Besondere Anforderungen an Entscheidungsvorlagen	26
3.5. Der kreative Kopf.....	27
3.5.1. Probleme und Abhilfe: Umgang miteinander	29
3.5.2. Probleme und Abhilfe: Fehlende Information.....	30
3.5.3. Probleme und Abhilfe: Anreiz und Zeit.....	31
3.5.4. Probleme und Abhilfe: Kommunikation	32
3.6. Erster Selektor.....	32
3.6.1. Probleme und Abhilfe	33
3.7. Zweiter Selektor	34
3.7.1. Probleme und Abhilfe: Treffsicherheit.....	35
3.8. Entwicklung	37
3.9. Fertigung	37
3.10. Einkäufer.....	38
3.11. Anwender.....	38
3.12. Anwendungsproblem.....	39
3.13. Verhältnisse	40
3.14. Vertrieb.....	41

3.14.1. Probleme und Abhilfe.....	41
3.15. Service.....	42
3.16. Kommunikation.....	43
3.16.1. Probleme.....	46
3.16.2. Abhilfe.....	47
3.17. Wille zur Zusammenarbeit oder Selbstsucht?.....	48
3.18. Merkmale des Prozesses.....	50
3.19. Zwischenresumé.....	51
4. Mikro- und Minischlüsselprozesse, das unbekannte Fundament der Innovation.....	53
4.1. Das Geheimnis der Kreativität.....	55
4.2. Mustererkennung.....	56
4.3. Kreativität im Detail.....	61
4.4. Genialität.....	65
4.5. Auflösungen.....	67
4.6. Mentale Abbilder.....	67
4.7. Der Grundprozeß erfolgsträchtigen Denkens und Handelns.....	69
4.8. Der elementare Prozeß des Entscheidens.....	73
4.8.1. Jede Entscheidung ist die Wahl der subjektiv besten Alternative.....	73
4.8.2. Schritte des Entscheidens.....	75
4.9. Kommunikation.....	76
4.9.1. Kommunikation und das Weitertragen von Ideen.....	77
4.9.2. Delegation, Zusammenarbeit und Einheitlichkeit von Wissen und Überzeugungen.....	78
4.9.3. Know-how und sein Austausch.....	79
4.10. Trainieren von Mikroschlüsselprozessen.....	80
4.11. Zwischenresumé.....	81
5. Das innovationsfreudige Unternehmen.....	83
5.1. Selbstverständnis.....	84
5.2. Gemeinsamer Wille zur Zusammenarbeit.....	84
5.3. Organisation.....	85
5.3.1. Das einzelne Wertschöpfungsteam.....	85
5.3.2. Entwicklungsentscheidung.....	86
5.3.3. Realisierter Schlüsselprozeß der Innovation.....	87
5.3.4. Struktur mehrerer Teams.....	87
5.3.5. Fraktale Organisation.....	89
5.4. Kommunikation – der "Know-how-Basar".....	92
6. Steigerung der Innovationsfähigkeit.....	95
6.1. Klärung von Unternehmenszweck und Selbstverständnis der Mitarbeiter im innovativen Prozeß.....	96
6.2. Bekämpfung der Selbstsucht.....	97
6.3. Führungsstil überprüfen und pflegen.....	97

6.4. Informationsaustausch ankurbeln.....	98
6.5. Organisieren.....	98
6.6. Innovationsbudget.....	99
6.7. Überzeugungen vereinheitlichen.....	99
6.8. Fazit.....	100
7. Hindernisse im Schlüsselprozeß und ihre Behebung.....	101
7.1. Allgemeine Anzeichen für Hindernisse.....	103
7.1.1. Der Beginn des Niedergangs.....	103
7.1.2. Die Schleuderphase.....	104
7.1.3. Rette sich, wer kann.....	105
7.1.4. Aufschlag und Verschrottung.....	105
7.2. Spezielle Hindernisse und ihre Behebung.....	106
7.2.1. Erkannte Hindernisse aller Art.....	106
7.2.2. Selbstsucht.....	107
7.2.3. "Not invented here".....	110
7.2.4. Mangelnde Kommunikationsfähigkeiten.....	110
7.2.5. Unzweckmäßige Sprache.....	112
7.2.6. Ungenügende Abstimmung.....	114
7.2.7. Unzweckmäßige Überzeugungen und Einstellungen.....	115
7.2.8. Übermäßige Kompliziertheit der Welt.....	117
7.2.9. Übermaß an Konflikten.....	118
7.2.10. Mißbrauch von Ideen als Munition im Grabenkampf.....	120
7.2.11. Unzweckmäßige, innovationshemmende Informationsflüsse.....	121
7.2.12. Mangelnde persönliche Kreativität.....	122
8. Abschluß.....	125
9. Anhang.....	127
9.1. Dilt's Modell der kreativen und genialen Gedankengänge Albert Einsteins.....	127
9.1.1. Gedankengänge.....	127
9.1.2. Einsteins Kreativität.....	129
9.1.3. Einsteins Vorstellungsvermögen.....	135
9.1.4. Einsteins Genialität.....	137
9.1.5. Folgerungen.....	140
9.2. Wissenswertes zur praktischen Kreativität.....	141
9.3. Sprache, Realität und ihre Modelle.....	142
9.3.1. Sprachfehler.....	145
9.3.2. Anwendung.....	148
9.3.3. Übung.....	149
9.4. Walt Disney's Innovationsstrategie.....	150
9.4.1. Erfolgsgeheimnis der Strategie.....	151
9.4.2. Walt Disney's Verfahren zu mehreren.....	152
9.5. Die innovative Persönlichkeit.....	153
9.5.1. Freude, etwas schaffen zu wollen.....	155
9.5.2. Fähigkeit, sich in den Anwender zu versetzen.....	155

9.5.3. Zielorientiertes, rückläufiges Denken.....	155
9.5.4. Fähigkeit der bildhaft-anschaulichen Vorstellung	155
9.5.5. Fähigkeit zur Kombination multipler bildhaft-anschaulicher Vorstellungen.....	156
9.5.6. Toleranz.....	156
9.5.7. Intuition, Vertrauen in das eigene Gefühl.....	157
9.5.8. Modelldenken	157
9.5.9. Fachkompetenz.....	157
9.5.10. Objektivität.....	158
9.5.11. Realitätsbezogenheit.....	158
9.5.12. Vielseitigkeit.....	159
9.5.13. Multikausales Denken	159
9.5.14. Nebenwirkungsdenken	159
9.5.15. Zweckmäßiger Eigensinn.....	160
9.5.16. Offenheit.....	160
9.5.17. Verständlicher Ausdruck	160
9.5.18. Entschlußkraft.....	160
9.5.19. Resumé zur innovativen Persönlichkeit.....	161
10. Definitionen	163
11. Literatur	167
12. Sachwortverzeichnis.....	168