

Roger Aeschbacher

# **MAXIMALE INNOVATION**

durch «Management by Conversation»

**Rüegger Verlag**

# Inhaltsverzeichnis

<b>Executive Summary</b> .....	9
--------------------------------	---

## **I Einführung**

1.1 Definition von Innovation .....	13
1.2 Warum es radikale Innovationen braucht .....	14
1.3 Warum es Innovationen ganzer Systeme braucht .....	14
1.4 Wachstum mit höchster Rendite .....	15

## **II Case Studies**

2.1 Die Innovation «New Economy» .....	17
2.2 Das Projekt «Avatar Conference» .....	18
2.3 Vision «Avatar Conference» .....	18
2.4 Prototyp «Avatar Conference» .....	19
2.5 Das Problem bei «Avatar Conference» .....	20
2.6 Die echte Innovation: «Second Life» .....	21
2.7 Wichtige Unterschiede .....	22
2.8 Maximale Innovation durch Kombination .....	23

## **III Maximale Innovation**

3.1 Der Schlüssel zu «Maximalen Innovationen» .....	25
3.2 Web 2.0: Modell für eine maximale Innovation? .....	26
3.3 Maximale Innovation für KMUs .....	27

## **IV Der Weg zur maximalen Innovation**

4.1 «Maximale Innovation» durch Kreativität und Masse .....	29
4.2 Erfolgsfaktoren für «maximale Innovation» .....	30
4.3 Einzelpersonen initiieren Innovation .....	32
4.4 Organisationen setzen um .....	33
4.5 Auf Selektion verzichten .....	33
4.6 Sowohl-als-auch für «maximale Innovation» .....	34

## **V Erfolgsfaktor Kreativität**

5.1 Mitarbeiter als Quellen für Innovation .....	35
5.2 Kreative Personen .....	36
5.3 Theorie des vorbereiteten Geistes .....	38

5.4	Kreativität erhöhen .....	39
5.5	Kreative lösen Revolutionen aus .....	41
5.6	Kreativität managen .....	42
5.7	Kreativität organisieren .....	43
5.8	Nicht vergessen: Kreative sind anders .....	46

## **VI Erfolgsfaktor Masse**

6.1	Masse erhöht die Chancen zur Innovation .....	51
6.2	Serendipity .....	51
6.3	Wursteln .....	54
6.4	Quick and Dirty .....	55
6.5	Von der Kreativität zur Umsetzung .....	56
6.6	Das Kalaschnikow-Prinzip .....	56
6.7	Richtiges Scheitern .....	58
6.8	«Failing Faster» .....	59
6.9	«Failing Faster» mit Kalaschnikow .....	61
6.10	Kannibalisieren Sie! .....	61
6.11	Multiple Innovationen und «Total Experience» .....	63
6.12	Durch Kombination zur einzigartigen Strategie .....	65

## **VII «Management by Conversation»**

7.1	Management bleibt Management .....	67
7.2	Killerkriterium Kommunikation .....	68
7.3	Der digitale Code .....	68
7.4	Moderation und Konversation .....	71
7.5	Mit Konversation handlungsfähig bleiben .....	72
7.6	Wachstum durch Konversation .....	73
7.7	Kernkompetenz Konversation .....	73
7.8	«Management by Conversation» erlernen: Die Checkliste .....	75
7.9	«Management by Conversation» einführen .....	79
7.10	«Management by Conversation» etablieren .....	80

## **VIII Der Innovationsflüsterer**

8.1	Innovation ist ein wilder Ritt .....	83
8.2	Der Pferdeflüsterer .....	84
8.3	Innoviere wie ein Pferdeflüsterer .....	84
8.4	Kombination, Variation und Permutation der Methoden .....	84
8.5	Maximale Innovation einfach einfach .....	85

## **IX Mehr Wert durch maximale Innovation**

9.1 Steigerung des Unternehmenswertes .....	87
9.2 Das Risiko mit Innovationen .....	87
9.3 Erfolgsstrategie «Maximale Innovation» .....	89
9.4 Die Börse honoriert es .....	89

## **X Checklisten**

Checkliste 1	
10.1 Mastercheckliste für Innovationsmanager .....	91
Checkliste 2	
10.2 Die sieben Gebote der «Maximalen Innovation» .....	93
Checkliste 3	
10.3 Woran erkenne ich wirklich kreative Personen? .....	95
Checkliste 4	
10.4 «Management by Conversation» .....	97
<b>XI Referenzen</b> .....	<b>99</b>
<b>Disclaimer</b> .....	<b>100</b>
<b>Danksagung</b> .....	<b>101</b>
<b>Kontakt und Feedback</b> .....	<b>102</b>