

Erik Nagel · David Griesbach · Stephanie Kaudela-Baum · Pierre-Yves Kocher
Jens O. Meissner · Seraina Mohr · Christian Wunderlin

Innovationen auf den Weg bringen

Versus · Zürich

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	9
Eine geniale Idee ist erst dann genial, wenn sie am Markt erfolgreich ist	9
Innovation geht jedes Unternehmen etwas an	10
Das Buch als Inspirationsquelle	10
Die Struktur des Buchs	11
Eine Geschichte zum Einstieg	13
Innovation ist	17
... etwas Neues	19
... umfassend zu verstehen	19
... ein schrittweises oder abruptes Geschehen	22
... abhängig von der Entwicklungsphase eines Unternehmens	23
... etwas völlig Alltägliches	25
Der Innovationszirkel	27
1 Kultur – Wie kann der Nährboden für Innovation gebildet werden?	33
Die Kraft der Selbstorganisation	34
Innovationsförderliche Kultur	36
Die Unternehmenskultur erkunden	36
Eine Innovationskultur entwickeln	39
2 Innovationsstrategie – Wozu und wohin innovieren?	45
Ideen gibt es genug – aber es muss klar sein, wohin die Reise geht	46
Eine Innovationsstrategie entwickeln	47

3	Strukturen – Wie organisieren wir uns?	53
	Verantwortung für Innovation organisieren	54
	Schnittstellen managen	55
	Innovationsfördernde Strukturen finden	57
	Funktionsübergreifende Teams und Wissensaustausch	59
4	Personen & Entwicklung – Wie kann das gemeinsame Innovieren gelingen?	63
	Der Mensch macht den Unterschied – oder doch die Menschen?	64
	Der oder die Kreative	64
	Eine ganze Menge anderer Fähigkeiten	65
	Innovationsteams	66
5	Prozess & Entscheiden – Wann ist was zu tun?	71
	Zu steuern hat Tücken – aber auch, es einfach geschehen zu lassen ...	72
	Voraussetzungen für emergente Innovationsprozesse	75
	Steuerung des Innovationsprozesses	75
6	Ideenentwicklung fördern – Wie kommt das Neue in die Welt?	83
	Fortlaufende Spurensuche	84
	Neuen Ideen auf die Sprünge helfen	85
7	Krisen & Spannungen – Wie ist damit produktiv umzugehen?	93
	Krisen kommen und (manche) gehen (wieder)	94
	Spannungen und Widersprüche aushalten	96
8	Vermarkten – Warum kaufen Kunden nicht automatisch?	101
	Nutzen stiften – das A & O der Innovation	102
	Den Kundennutzen von Beginn an mitdenken	103
	Akteure früh einbinden und Vertrauen in das Neue schaffen	105
9	Kooperieren – Warum kann und soll man nicht alles alleine tun? .	111
	Wenn Interne und Externe zusammenarbeiten	112
	Voraussetzungen für die Zusammenarbeit	114

10 Finanzierung – Warum liegt das Geld nicht auf der Strasse?	119
Den richtigen Kapitalgeber finden	120
Stiftungen und Förderpreise	121
Business Angels	121
Corporate Venture Capital	122
Private-Equity-Finanzierung (Venture Capital)	122
Crowdfunding	123
Richtiges Angehen von Kapitalgebern	123
Kapital für grosse Innovationen in gestandenen Unternehmen	125
Zum Schluss	129
Literaturverzeichnis	131
Stichwortverzeichnis	135
Autorinnen und Autoren	139