

# Vorwort

Mit Kreativität die Welt verändern	10
Was zum Teufel ist ein Zukunftsunternehmen?	12
Das Lebensziel: Die Zukunft der Unternehmen verstehen und skizzieren	14

## ① Einführung in die Reise

Wie schafft man aus dem Stand die größte Attraktion in Deutschland?	22
Der Reisführer: Ein persönlicher Begleiter	26
Die Kreativität: Ressource und Kompetenz Nr. 1	32
Die Unternehmen: Quelle der nachhaltigen Wertgestaltung	35
Die Zukunft: Entstehung und Perspektiven	36

## ② Die Altstadt: Geschichte, Fundamente und Inspiration

William Prym - Ein Knopf namens Zukunft	44
Die Siedlung: Die ältesten Unternehmen der Welt	47
Marchese Antinori - Über 600 Jahre erfolgreiches Weingeschäft	50
Märkte und Handelsunternehmen verbinden sich durch Logistik	52
VOC - Der erste Globalisierer auf Aktienbasis	54
Boulton & Watt - Blaupause des Industrieunternehmens von heute	57
Technische Invention als Grundlage des Wachstums	60
Das Erklärungsmuster der Wellen von Kondratjew	62

## ③ Die Gegenwart's-City: Ausgangspunkt der Disruption

Benz & Daimler AG - Vom Innovator zum Manager	68
Unternehmer und Geschäftsleute bauen neue Modelle und Welten	75
Disruptive Value Proposition: Eine Lösung schaffen, die zehnmal besser ist als das bestehende Angebot	83
Snapchat: Der teuerste Korb der Welt	87
Alphabet: Eine Blaupause der 3 Horizonte	92

## ④ Die Brücke der Kreativität: Kreativität als Herausforderung in Gesellschaft und Unternehmen ..... 96

Kodak - Warum die Digitalisierung nicht gelang .....	100
Definition und Messbarkeit von Kreativität .....	104
Kreativität in der Gesellschaft: Das Verhinderungssystem .....	108
Kreativität im Unternehmen: Was verhindert diese? .....	109
Die Zukunft von Kreativität .....	114
Vom Design Thinking zum Creative Doing .....	117
Die Ebenen des kreativen Unternehmens .....	123
Einsichten aus Kreativität in anderen Bereichen .....	132

## ⑤ Future-Town: die Zukunft des Unternehmens gestalten ..... 140

Vitra: Die Zukunftsstadt in Weil am Rhein .....	144
Der kreative Masterplan - Das Dokument der Zukunftsfähigkeit .....	147
Die kreative Führung .....	150
Die Entwicklungswege zum kreativen Betriebssystem .....	158
Die kreativen Organisationen .....	173
Die Create-ups .....	176
Die Skalierer .....	184
Die Stabilisierer .....	194
Die Konnektoren .....	202
Die kreativen Wissenshändler .....	210
Kreatives Kundenmanagement .....	219
Die Kunden-DNA: Was wir aus der Biochemie lernen können .....	223
 Danksagung .....	234
Quellenangaben .....	236