

# Inhalt

## 5 Managementkonzepte für das Wachstum der Zukunft

7 Hohe Investitionen in Innovation. Doch wo bleibt der große Wurf?

9 Neues Wachstum braucht neue Methoden

13 Radikale Innovation vorantreiben – Was heißt das?

---

## Teil 1: Grundlagen für das Verständnis radikaler Innovation

---

### 25 Die Innosaurier – Warum große Unternehmen bei großen Innovationen versagen

29 »An Einfallslosigkeit Gestorben« – AEG und andere Innosaurier

30 Hilfe! Neues! Warum Innosaurier unter Ideenallergien leiden

32 Lethargie statt Magie – Die Strategien der Innosaurier

33 Die Erfindung der Unbeweglichkeit – Wenn Struktusaurier Kreativität verwalten

34 Pioniere in Zwangsjacken – Warum kreative Manager bei Innosauriern scheitern

35 Kreative Monotonie – Wenn Kuschelsaurier neue Ideen verhindern

36 Die Egalosaurier – Motivation im Reich der Innosaurier

37 Das Ende der Eiszeit – Überlebensstrategien für Innosaurier

### 39 Der Unterschied im Management inkrementeller und radikaler Innovationen

42 Klassische Prozesse fördern in erster Linie inkrementelle Innovation

45 Der Zeithorizont: Kurzfristiges versus langfristiges Denken

**49** Der Ablauf

**53** Ideengenerierung und Suche nach Chancen

**57** Der Prozess

**59** Business-Case

**62** Die Player/das Team

**64** Organisationsstrukturen

---

**Teil 2: Innovation Greenhouses – Eine Methodik zur systematischen Entwicklung radikaler Innovationen**

---

**71** Das Innovation Ecosystem Ihres Unternehmens

**74** Ihre Innovationskultur – Der Nährboden für radikale Innovation

**125** Ihr Innovationsnetzwerk - Das Umfeld

**135** Innovation Seeds – Das Saatgut für neue Wachstumschancen

**139** Innovation Seeds aus Lösungskompetenzen ableiten

**156** Innovation Seeds aus versteckten Kundenbedürfnissen ableiten

**178** Innovation Seeds aus Trends ableiten

**191** Die Züchtung – Ideen-, Konzept- und Prototypenentwicklung

**192** Das Saatgut entwickeln: Erste Ideen entstehen

**204** Von der Saat zur Blüte: Wie Ideen zu Innovationen werden

**235** Der Transfer: Aus dem Greenhouse zurück ins Unternehmen

**247** Fazit: Das (radikal denkende) Unternehmen der Zukunft

**253** Literatur

**253** Internetquellen

**254** Bildnachweise