

INHALT

Teil I	Warum die schrägen Ideen innovatives Potential freisetzen	9
Kapitel 1	Warum diese Ideen schräg und dennoch effektiv sind	11
Kapitel 2	Was ist überhaupt Kreativität?	43
Teil II	Die schrägen Ideen	59
Kapitel 3	Stellen Sie Arbeitskräfte ein, die den Firmenkodex nur langsam lernen (schräge Idee Nr. 1)	61
Kapitel 4	Stellen Sie Personen ein, die Ihnen unsympathisch sind (schräge Idee Nr. 1½)	77
Kapitel 5	Stellen Sie Personen ein, die Sie (wahrscheinlich) nicht brauchen (schräge Idee Nr. 2)	89
Kapitel 6	Nutzen Sie Vorstellungsgespräche, um sich neue Ideen zu verschaffen, nicht, um Bewerber auszusieben (schräge Idee Nr. 3)	99
Kapitel 7	Ermuntern Sie Ihre Mitarbeiter dazu, Vorgesetzte und Kollegen zu ignorieren und herauszufordern (schräge Idee Nr. 4)	109
Kapitel 8	Stellen Sie ein paar »Frohnaturen« ein, und ermuntern Sie sie zu konstruktiven Konflikten (schräge Idee Nr. 5)	139
Kapitel 9	Belohnen Sie Erfolge und Mißerfolge, bestrafen Sie Untätigkeit (schräge Idee Nr. 6)	155

Kapitel 10	Nehmen Sie sich etwas vor, das vermutlich scheitern wird, überzeugen Sie dann sich selbst und alle anderen, daß Sie mit Sicherheit Erfolg haben werden (schräge Idee Nr. 7)	171
Kapitel 11	Denken Sie sich etwas Lächerliches oder Unpraktisches aus, und planen Sie dann, es umzusetzen (schräge Idee Nr. 8)	187
Kapitel 12	Meiden, verwirren und langweilen Sie Kunden, Kritiker und alle, die nur über Geld sprechen wollen (schräge Idee Nr. 9)	207
Kapitel 13	Versuchen Sie nichts von Leuten zu lernen, die behaupten, Sie hätten eine Lösung für die Probleme gefunden, mit denen Sie konfrontiert sind (schräge Idee Nr. 10)	239
Kapitel 14	Vergessen Sie die Vergangenheit, insbesondere die Erfolge Ihres Unternehmens (schräge Idee Nr. 11)	249
Teil III	Die schrägen Ideen in der Praxis	287
Kapitel 15	Wie man Unternehmen aufbaut, die auf Innovation angelegt sind	289
Danksagung		329
Anmerkungen		338
Personen- und Firmenregister		362