

# Inhalt

<b>1 Einführung: Warum ist Innovation anders? . . . . .</b>	1
1.1 Vom Objekt- zum Verhaltensorientierten Innovationsmanagement . . . . .	1
1.2 Warum ist das Verhaltensorientierte Innovationsmanagement so wichtig? . . . . .	2
1.3 Wer kann Verhaltensorientiertes Innovationsmanagement anwenden? . . . . .	4
1.4 Wie ist das Buch aufgebaut? . . . . .	5
1.5 Der Inhalt im Überblick . . . . .	7
1.5.1 Kapitel 2: Die 5 Prinzipien für Innovation . . . . .	7
1.5.2 Kapitel 3: Taktisches Management – die vergessene Managementdisziplin . . . . .	8
1.5.3 Kapitel 4: Flow-Teams . . . . .	9
1.5.4 Kapitel 5: Starthilfen für das Verhaltensorientierte Management . . . . .	10
1.6 Lesetipps . . . . .	10
<b>2 Die 5 Prinzipien für Innovation . . . . .</b>	13
2.1 Rhythmus . . . . .	14
2.1.1 Was ist ein Rhythmus? . . . . .	14
2.1.2 Bedeutung des Rhythmus in Organisationen . . . . .	15
2.1.3 Mit Rhythmus Routinen verändern . . . . .	16
2.1.4 Bedeutung des Rhythmus für Innovation . . . . .	17
2.2 Stellhebel . . . . .	27
2.2.1 Was sind Stellhebel? . . . . .	27
2.2.2 Wie findet man die Stellhebel? . . . . .	27
2.2.3 Bedeutung der Stellhebel für Innovation . . . . .	30
2.3 Innerer Kompass . . . . .	35
2.3.1 Was sind Indikatoren? . . . . .	35
2.3.2 Was sind Frühindikatoren? . . . . .	36
2.3.3 Was ist der Innere Kompass? . . . . .	38
2.3.4 Bedeutung des Inneren Kompass für Innovation . . . . .	41
2.4 Reframing . . . . .	48
2.4.1 Das Spielfeld der Motivation . . . . .	49
2.4.2 Fehlender Einfluss für Innovation . . . . .	50
2.4.3 Bedeutung von Reframing für Innovation . . . . .	52

2.5	Impuls . . . . .	59
2.5.1	Dominante Logik im erfolgreichen Unternehmen . . . . .	60
2.5.2	Mechanismen zum Herauslösen aus konformem Verhalten . . . . .	61
2.5.3	Impuls für Innovation . . . . .	63
2.5.4	Was Verantwortung mit konstruktiver Angst zu tun hat . . . . .	65
2.5.5	Natürliche und künstliche Impulse für Innovation . . . . .	68
<b>3</b>	<b>Taktisches Management – die vergessene Managementdisziplin . . . . .</b>	<b>71</b>
3.1	Das taktische Management als Impulsgeber. . . . .	71
3.1.1	Die organisationale Bedürfnispyramide . . . . .	71
3.1.2	Der Raum zwischen strategischem und operativem Management . . . . .	73
3.1.3	Ansatzpunkte für Impulse . . . . .	76
3.2	Mit Stellhebeln und Innerem Kompass zum maßgeschneiderten Portfolio . . . . .	79
3.2.1	Maßgeschneidertes Portfolio der Handlungsoptionen . . . . .	79
3.2.2	Fair Play im Management . . . . .	81
3.3	Dynamik und Emergenz durch Reframing und Rhythmus. . . . .	82
3.3.1	Vernetzung einzelner taktischer Optionen zu Navigationssträngen . . . . .	83
3.3.2	Entstehung einer emergenten Strategie. . . . .	85
<b>4</b>	<b>Flow-Teams. . . . .</b>	<b>89</b>
4.1	Motivationszustand „Flow“ und seine Bedeutung für Innovation . . . . .	89
4.2	Wie in Teams Flow entsteht . . . . .	90
4.3	Work Cells für mehr Effizienz . . . . .	93
4.4	Innovation Cell für Ownership . . . . .	96
4.4.1	Leistungsgrenze konventioneller Teams . . . . .	96
4.4.2	Ownership durch Selbstorganisation . . . . .	96
4.4.3	Flow im Fließgleichgewicht . . . . .	99
4.4.4	Überraschende Eigenschaften einer Innovation Cell . . . . .	102
4.4.5	Taktisches Vorgehen bei radikalen Innovationen . . . . .	103
4.4.6	Der große Raum . . . . .	104
4.4.7	Ausblick: Das Fraktale Unternehmen . . . . .	106
<b>5</b>	<b>Starthilfen für das Verhaltensorientierte Innovationsmanagement . . . . .</b>	<b>107</b>
5.1	Konkrete Maßnahmen, die Sie in jedem Fall selbst ergreifen können . . . . .	107
5.1.1	VIM-Monitor . . . . .	107
5.1.2	Motivations-Portfolio . . . . .	109
5.1.3	Nemawashi . . . . .	110
5.2	Fallbeispiele zur Nachahmung . . . . .	111
<b>Literatur . . . . .</b>	<b>113</b>	
<b>Sachverzeichnis . . . . .</b>	<b>119</b>	