

Inhaltsverzeichnis

1	Innovation ist nicht gleich Innovation: Über ein Phänomen und sein hier gewähltes Anwendungsfeld, den Sport	1
1.1	Innovation im Sport – eine Innovationscollage	5
1.2	Theoretische Erkenntnisse und andere Weisheiten zu Innovation und Sport	6
1.2.1	Was ist Innovation?	8
1.2.2	Was ist Sport?	15
1.3	Innovation im Sport – Wechselwirkungen, Differenzierungen und Kontextualisierungen	18
1.3.1	Differenzierungen von Innovation und ihre Anwendung im Sport	19
1.3.2	Differenzierungen von Sport und ihre Bedeutung für Innovation	25
1.3.3	Zum sozialen Kontext von Innovation und zum ökonomischen Kontext des Sports	29
1.4	Holistische Innovation, radikale Innovation – Begriffe, Bedeutungen, Inhalte und Implikationen	35
1.4.1	Radikale Innovation – „Was völlig Neues“	36
1.4.2	Holistische Innovation – Das Neue als System	38
1.5	Holistische Innovation im Sport – eine Definition und ihre Konsequenzen	50
1.6	Erkenntnisse und Hinweise zur Methodikentwicklung: Eine Zusammenfassung von Kapitel 1	52
2	Holistische Spurensuche: Perspektiven, Ansätze und Lösungsbausteine zur Entwicklung einer Methodik für holistische Innovation	55
2.1	Wie kann man Akteure in Innovationsvorhaben unterstützen?	56
2.2	Wie kann eine Methodik für holistische Innovation entwickelt werden?	60

2.2.1	Nützliche Strategien zur Entwicklung einer Innovationsmethodik	63
2.2.2	Weniger nützliche Strategien zur Entwicklung einer Innovationsmethodik und was man daraus lernen kann	64
2.2.3	Zur Theorie und Praxis der Evaluation bei der Entwicklung einer Innovationsmethodik	66
2.3	Spurensuche in der Problemlöseforschung und in Erkenntnissen aus Analysen von Innovationsarbeit	71
2.4	Erweiterte Spurensuche: Nützliche Erkenntnisse aus anderen akademischen Perspektiven	78
2.4.1	Ingenieurwissenschaften	79
2.4.2	Wirtschaftswissenschaften	87
2.4.3	Sozialwissenschaften	95
2.4.4	Was ist mit der Sportwissenschaft?	101
2.4.5	Gegenüberstellung: Über die Möglichkeiten einer Integration disziplinärer Erkenntnisse	104
2.5	Argumentationen auf der Basis neuerer Erkenntnisse aus der Wissenschaftstheorie	105
Exkurs:	Wissenschaftliches Arbeiten und Innovationsarbeit – eine radikalisierte Gegenüberstellung	107
2.5.1	Perspektiven wissenschaftlicher Selbstreflexion	109
2.5.2	Perspektiven zur Entwicklung einer Methodik für holistische Innovation	113
2.6	Erkenntnisse und Hinweise zur Methodikentwicklung: Eine Zusammenfassung von Kapitel 2	117

3 Die Entwicklung der Makro-Strategie:

Grundzüge einer Innovatorik für holistische Innovation	121
3.1 Schritt für Schritt – die rekursive Anwendung der Innovatorik zur Illustration ihrer eigenen Entwicklung	122
3.1.1 Systematischer Zufall? Zur Vorgeschichte der Entwicklung der Innovatorik	122
3.1.2 Der Startschuss. Wann, Wie und Warum begann die systematische Arbeit an der Innovatorik?	126
3.1.3 Die ZielVision. Was soll die Innovatorik in erster Linie leisten?	127
3.1.4 Das InnovationsKontextSystem. In welchem Umfeld soll die Innovatorik wirken?	128
3.1.5 ReVision – Die Aktualisierung der ZielVision	142
3.1.6 Die Kernfunktionen. Welche Funktionen muss die Innovatorik auf jeden Fall realisieren?	143
Exkurs: Visionen, Abstraktion und Kreativität bei radikaler Innovation ...	149
3.1.7 Analyse, Synthese, Heureka und Reflexion. Wie entstand das entscheidende Konzept für die Innovatorik?	169

3.1.8	Vom Konzept zum System. Wie macht man den Innovationsprozess wirksam?	172
3.1.9	Die Innovatorik im Detail. Wie entstanden die Hinweise zur Erarbeitung der einzelnen Prozessschritte?	174
3.2	Gebrauchsanleitung: Was kann die Innovatorik leisten, und was nicht?	177

4 Von der Theorie zur Praxis: Die Innovatorik

	für holistische Innovation	183
4.1	Früh-/Vorphase	188
4.1.1	Inhaltlicher Stimulus	191
4.1.2	Hinreichende Handlungsenergie	206
4.1.3	Innovationsförderliche Rahmenbedingungen	209
4.2	Start eines Innovationsvorhabens	213
4.2.1	Bewusste Entscheidungsfindung: Ich will ein Innovationsvorhaben starten!	213
4.2.2	Wichtige Maßnahmen zum Start eines Innovationsvorhabens	217
4.3	Festlegung der ZielVision	223
4.4	Erarbeitung des InnovationsKontextSystems	229
4.4.1	Die Erarbeitung der Dimensionen des InnovationsKontextSystems	232
4.4.1.1	Nutzer, Akteure und Stakeholder	233
4.4.1.2	Umfeldstrukturen und Rahmenbedingungen	243
4.4.1.3	Trends und Zeitgeist	246
	Exkurs: Der Zeitgeist – durchgängig bestimmend und doch nicht fassbar	250
4.4.1.4	Leitbilder	258
	Exkurs: Das Leitbild der nachhaltigen Entwicklung und Konsequenzen für Innovation im Sport	260
4.4.1.5	Nutzungsszenarien	267
4.4.1.6	Motivationen	272
4.4.1.7	Barrieren	283
4.4.1.8	Kritische Analyse des Status Quo	287
4.4.1.9	Schnittstellen	290
4.4.1.10	Lösungspotenziale	294
4.4.1.11	Unterstützung	297
4.4.2	Reflexion der Zielvision	299
4.5	Exploration der Kernfunktionen	300
4.5.1	Die Bedeutung von Funktionen und Kernfunktionen	301
4.5.2	Bestimmung von Kernfunktionen	302
	Exkurs: Typische Funktionen im Sport	306
4.5.3	Wirkmechanismen und Innovationspotenziale von Kernfunktionen	309
	Exkurs: „Style“ als Kernfunktion	312
4.5.4	Beispiele für die Realisierung von Kernfunktionen	314

Exkurs: Wie entwickelt man Innovationen, die Spaß machen?	316
4.6 Erzeugung innovativer Konzeptlösungen	322
Exkurs: Leitfaden zur Organisationsgestaltung eines KonzeptFindungsWorkshops	326
4.7 Entwicklung ganzheitlicher Systemlösungen	329
Exkurs: Zum Umgang mit der Forderung nach Sicherheit	336
4.8 Weiterentwicklung zu einem fertigen Produkt	343
4.8.1 Die Makrostrategie für eine Produktentwicklung im Sport ..	345
4.8.2 Die Vorgehensschritte im Einzelnen	345
Exkurs: Exemplarische Diskussion typischer Anforderungen im Sport	350
Exkurs: Kreativitätstechniken in der Produktentwicklung	362
Postskript: Blick in die Zukunft: „I have a Dream...“	369
Anhang	371
A.1 Zusammenfassung der Zielbausteine	371
A.2 Zusammenfassung der Erkenntnisbausteine	372
A.3 Zusammenfassung der Lösungsbausteine	375
A.4 Zusammenfassung der Schlussfolgerungen	385
A.5 Zusammenfassung der Konsequenzen	390
Literaturverzeichnis	395

Holistische Innovation

Konzept, Methodik und Beispiele

Moritz, E.

2009, XVIII, 409 S. 47 Abb., 3 Abb. in Farbe., Hardcover

ISBN: 978-3-540-76429-8