
Inhalt

1	Einführung: Warum ist Innovation anders?	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
2	Die 5 Prinzipien für Innovation	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
3	Taktisches Management – die vergessene Managementdisziplin	71
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
4	Flow-Teams	89
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
5	Starthilfen für das Verhaltenorientierte Innovationsmanagement	107
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
	Literatur	113
	Sachverzeichnis	119

Verhaltensorientiertes Innovationsmanagement

Unternehmerisches Potenzial aktivieren

Wördenweber, B.; Eggert, M.; Schmitt, M.

2012, VIII, 121 S. 58 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-642-23254-1