



Gunther Herr (Hg.)

## Die Unlogik der Innovation

Wie Sie durch Widersprüche Leadership meistern

160 Seiten, Klappenbroschur, illustriert

24,90 € (D), 25,50 € (A)

ISBN: 978-3-95601-230-3

ET: November 2017

Donnerstag, 23. November 2017

### Geschäftsmodelle neu denken

Zahlreiche Unternehmen wie Braun, Dahle, Erfurt, Hilti, Leifheit, Schott, Viking oder Vorwerk haben bereits auf die **Widerspruchs-Orientierte Innovations-Strategie** des WOIS Instituts zurückgegriffen. Mit Hilfe dieser Strategie wurden nicht nur Produkte, sondern ganze Geschäftsmodelle neu erdacht. Denn unsere schnelllebige Welt stellt mit Disruptionen Bestehendes grundlegend in Frage. So existiert kaum mehr eine Branche, die nicht nachhaltig durch die Digitalisierung beeinflusst wurde. Als Handlungsbasis der Strategie dient ein neues Zukunftsbild, das ein Geschäftsmodell gezielt hinterfragt und dazu scheinbar unlogische Forderungen zulässt.

Die neue Leistungsfähigkeit entsteht aus der Synergie klassischer Managementansätze und Anregungen aus weiteren Disziplinen, wie etwa der Philosophie, der Bionik, der Systemtheorie und der Hirnforschung. Mit Hilfe von Best-Practice-Beispielen wie beim Werkzeughersteller Hilti oder dem Tapetenproduzenten Erfurt zeigen die Autoren auf, wie radikale Veränderungen erfolgreiche Innovationen hervorbringen können. Dazu muss ein Wandlungsprozess durchschritten werden, den sie „Innomorphose“ nennen.

**Für Unternehmer, die zukunftsfähige Innovationen suchen, und alle diejenigen, die konventionelle Denknormen überwinden wollen.**

### Der Herausgeber

**Gunther Herr**, Dr., promovierte als Mitarbeiter des Innovationsmanagements der BMW AG. Seit 2000 ist er Partner des WOIS Institut, welches auf 25 Jahre Innovationsforschung zurückgreift. Er hat Lehraufträge an der Steinbeis-Hochschule Berlin, an der HS Coburg und der Universität Prag.

**Weitere Co-Autoren:** Arthur Gergert (MBA), Matthias Gradl (MBA), Michael Lechner (MBA), Uwe Neumann (MBA), André Nijmeh (MBA), Daniel Reinhart und Matthias Schäfer (MBA) sind Partner des WOIS Instituts. Als Innovationsberatung verfügt das WOIS Institut aufsummiert über 110 Jahre Projekterfahrung mit führenden Unternehmen im Rahmen von mehr als 150 Projekten in unterschiedlichsten Industrien und Wirtschaftszweigen.

---

Frankfurter Allgemeine Buch publiziert Wissen für Fach- und Führungskräfte mit den Schwerpunkten Management, Job & Karriere, Finanzen und Kommunikation. Weitere spannende und informative Titel finden Sie unter [www.fazbuch.de](http://www.fazbuch.de). Mehr Wissen mit Frankfurter Allgemeine Buch!

Kontakt: Bianca Labitzke, Frankfurter Allgemeine Buch, Frankenallee 71–81, 60327 Frankfurt am Main  
Telefon (069) 7501-4450 • Telefax (069) 7501-4460 • E-Mail [bianca.labitzke@fazbuch.de](mailto:bianca.labitzke@fazbuch.de)

# Inhalt

<b>Autoren</b>	8
<b>Vorwort</b>	11
<b>1 Einleitung – Ein Tag im Leben eines Business-Developers</b>	13
<b>2 Der Denkrahmenn der westlichen Welt</b>	17
2.1 Neue Herausforderungen	17
2.2 Ursprung und Muster unserer Entscheidungsbasis	20
2.3 Historischer Rückblick zum mechanistischen Denkrahmenn	23
2.4 Logik vs. Dialektik	29
2.5 Die Entwicklung der Olympia-Werke	31
2.6 Zukunftsfähigkeit erfordert Innomorphose als Kernprozess im Unternehmen	40
Take away	44
<b>3 Wie orientieren?</b>	47
3.1 Perspektivenausweitung durch interdisziplinären Diskurs	48
3.2 Das Spannungsfeld traditionserhaltender Erneuerung	50
3.3 Mit Abstraktion und Intuition Zukunftsbilder entwickeln	53
3.4 Von der Zukunft aus rückwärts entwickeln	56
Take away	60
<b>4 Wie inspirieren?</b>	63
4.1 Radikale Innovation fordert Bewertungskriterien jenseits der Branchenlogik	66
4.2 Widerspruchslösungen verschieben Leistungsgrenzen	74
4.3 WOIS-Innovationsentwicklungsprozess bei Hilti	81
4.4 Trends vs. Muster der Höherentwicklung	85
Take away	94
<b>5 Wie Transformationsprozesse gestalten?</b>	97
5.1 Qualität statt Quantität in den frühen Phasen	98
5.2 Analytische Kreativität zur Erschließung neuer Freiheitsgrade	100
5.3 Der Prozess der aufweitenden Fokussierung	100
5.4 Der Kulturwandel der Firma ERFURT & SOHN	103
Take away	106
<b>6 Wie Innomorphose vorantreiben?</b>	109
6.1 Strategische Lücke auf dem Weg in die Zukunft	110
6.2 Synergie zwischen Know-how und Know-why	116

6.3	Kontinuierliche Transformation als Kernprozess des Unternehmens	119
6.4	Erfolgsmuster der Innovation bei VIKING	123
	Take away	126
<b>7</b>	<b>WOIS-Kernelemente</b>	129
7.1	Herausforderung des industriellen Wandels	129
7.2	Wie orientieren? Durch Innovationsphilosophie	134
7.3	Wie inspirieren? Durch Innovationskultur	139
7.4	Wie transformieren? Durch Innovationsprozess	141
7.5	Wie Zukunft ausgestalten? Durch Innovationsstrategie	149
	<b>Endnoten</b>	154
	<b>Literaturverzeichnis</b>	157