



„Fahrplan Zukunft, Erfolg durch radikale Innovation“. Ein Buch, das den Leser zuerst verblüfft, denn eigentlich handelt es sich um zwei Bücher. Dreht man das Buch nämlich um 180 Grad, so sieht man das Titelbild des zweiten Buches, nämlich das „Handbuch für Innovation“.

Beide Bücher zeichnen sich durch ein sehr interessantes Layout aus - und in beiden Büchern spürt man die reichhaltige Erfahrung des Autors. Einmal als Unternehmer mit den dazugehörigen Höhen und Tiefen seines Unternehmens - und dann als Berater für weltbekannte Unternehmen wie Starbucks, Disney, Google, Adidas und der NASA.

Im „Fahrplan Zukunft“ beschreibt der Autor anhand von vielen Beispielen den Umgang mit Veränderungen, dem zu erwartenden Widerstand bei Veränderungen und warum viele Veränderungen aufgrund von Erfahrungswerten blockiert werden. Der Leser erfährt, wie man verborgene Ideen entdeckt, wie man mit dem Scheitern umgeht und wie man die eigene Kreativität aktiviert. All das beschreibt der Autor unterstützt von vielen Zeichnungen und grafischen Darstellungen. Anhand von Beratungsbeispielen liefert der Autor viele Tipps, erläutert verschiedene Methoden und zeigt zu erwartende Trends auf. Wie man das Chaos als Chance betrachten kann, das wird so manchen Leser überraschen. Die Analyse des Wettbewerbs und die Geschichte von Erfolg und Misserfolg von bekannten Unternehmen liefert Ansätze für neue Denkmuster. Die Kommunikation mit Kunden aus der Sicht des Kunden und nicht aus der Sicht des Unternehmens, ein Kapitel, das so manche „bewährte“ Strategie infrage stellt.

Kurz gesagt: das Buch regt intensiv zum Nachdenken an

Im zweiten Buch, dem „Handbuch für Innovation“ geht der Autor unter anderem realistisch auf die vielfältigen Formen der künstlichen Intelligenz ein, ein Thema, das noch viel Bewegung (und auch Unruhe) in das Wirtschaftsleben bringen wird. Positiv provozierend wird der Leser durch die verschiedenen Aspekte, Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung von KI geführt. Wie kann man sich selbst auf gravierende Änderungen der Zukunft vorbereiten? Auch werden hier die klassischen Ausreden aufgeführt, mit denen sich so manches Unternehmen selbst im Wege steht. Die zahlreichen Fallstudien erweitern den Blickwinkel auf zukünftige Innovationen. Welche Auswirkungen hat die Hybridisierung auf das Wirtschaftsleben? Welche Firmen haben den Trend erkannt und sich erfolgreich neu organisiert? Wie umgeht man die Bremsklötze für kreative Aktivität? Wie bringt man Teams dazu, offen und kreativ in die Zukunft zu schauen? Den Satz „Marktführer übersehen ständig gute Idee, weil sie ihre

Marktherrschaft überschätzen“ kann der Leser anhand von vielen Beispielen gut nachvollziehen.

Wer das Buch (oder die beiden Bücher) gelesen hat, wird kreativer in die Zukunft schauen – und loslegen.