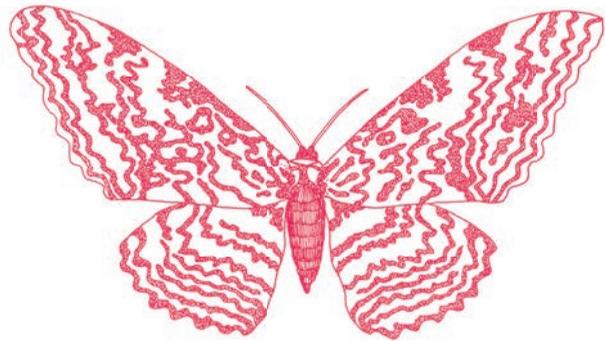


# Inhalt



Sie wollen den Eulenfalter (*Thysania Agrippina*) erforschen, haben aber zu wenig Zeit? Suchen Sie sich Verbündete! // Seite 20



Das Logo sieht aus, als gehöre Delivery Hero zu den Avengers. Aber bei denen kann man kein Curry bestellen. // Seite 43



Die SICK AG ist seit Jahrzehnten hoch innovativ und hat keine Angst vor Kontrollverlust. Da gibt es einen Zusammenhang. // Seite 66

## 6 „Die Schnellsten sind nicht immer die Sieger.“

Kreativ ist jeder. Aber um voranzukommen, sind Menschen nötig, die diszipliniert denken und handeln. Sagt Managementexperte Jim Collins.

## 14 Die Vertrauensfrage

Das Neue ist super – und nervt, denn es verdrängt Liebgewordenes. Deshalb nerven oft auch diejenigen, die das Neue entwickelt haben. Zu Recht?

## 20 Das Leben als Labor

Theoretisch ist Citizen Science Wissenschaft mit Bürgerbeteiligung. Praktisch tun die Laien selten mehr als Mücken sammeln. Wie lässt sich das ändern?

## 26 „Alle großen Ideen klingen ein bisschen nach Wahnsinn.“

Der Materialforscher Max Shtein weiß: Erfindungen sind wichtig. Um daraus eine Innovation werden zu lassen, braucht es allerdings mehr.

## 33 Impressum

## 34 Investieren gegen den Krebs

Crowdfunding für medizinische Forschung? Eher selten. Oncnostics ist das für eine neue Art der Diagnose von Gebärmutterhalskrebs gelungen. Gleich zweimal.

## 38 Teilen für den Wettbewerb

Daten sind der wichtigste Rohstoff für Innovation. Deshalb müssen sie künftig für alle zugänglich sein. Ein Plädoyer.

## 43 Essen im Abo

Pizza aus dem Computer? Das ist komplizierter als man denkt – aber kein Problem für Delivery Hero. Das Berliner Start-up digitalisiert Lieferdienste in aller Welt.

## 48 Bewegte Zeiten

Was muss der Mensch künftig können? Wie wird er mit der Maschine interagieren? Und wie führen wir die beiden möglichst heute schon zusammen?

## 56 Die Menschenfischer

Wer keinen Job sucht, ist für die Personalexperten des Berliner Start-ups Talentwunder interessant – weil er es ja vielleicht doch tut.

## 60 An der Pforte der Erkenntnis

Wer Neues schaffen will, braucht einen freien Blick. Wer Neues etablieren möchte, braucht Erfahrung. Wer beides will, braucht diesen Text.

## 66 Ganz weit vorn

Der Sensorspezialist SICK hat 15 interne Start-ups gegründet – sieben waren im ersten Jahr erfolgreich.

## 76 Verleihfix

Mieträder sind im Trend – und Nextbike ist ganz vorn dabei. Der Antrieb: ein ruheloser Chef.

## 80 Keine Chefsache

Innovation braucht Führung, sagt die Soziologin und Unternehmensberaterin Judith Muster. Aber die muss nicht unbedingt von unten kommen.

## 86 Ins Risiko gehen

Vom Helfer im Schadensfall zum Vorsorge-Anbieter: Die Generali-Tochter CosmosDirect aus Saarbrücken erfindet die Versicherung neu.

## 90 Mit der Kraft der Ahnen

Familienunternehmen sind oft erstaunlich innovativ, flexibel und langfristig erfolgreich. Warum? Eine Spurensuche bei Alexander Bürkle und Arnold Glas.

## 95 Deutschlands innovativste Firmen: 542 Vordenker und Bessermacher

## 96 Methodik und Hinweise

## 98 Die innovativsten Unternehmen – nach Branchen und Bereichen

## 111 Alle Innovatoren im Überblick

## 120 Die Leute wollen, dass was passiert

Wenn die Nasa ruft, kommen Programmierer, Künstler und ambitionierte Bastler sehr gern zusammen. Als Belohnung lockt ein Hackathon.

## 126 Fortschritt zum Anfassen

Damit in nicht allzu ferner Zukunft viele Dinge aus dem 3-D-Drucker kommen können, wird am Fraunhofer-Institut in Halle an neuen Materialien geforscht.



Der Fahrradverleih Nextbike arbeitet weltweit und baut alles selbst, zum Beispiel Europas größte E-Bike-Flotte für Bilbao. // Seite 76



Innovation ist ihr Geschäft. Judith Muster erforscht die Bedingungen, die das Neue fördern – und verhindern. // Seite 80



Wir sehen da bloß Metall, Glas oder Keramik, die Forscher vom Fraunhofer-Institut sehen darin die Zukunft. // Seite 126