

Inhalt

Vorwort.....	5
Einleitung	11
Teil I: Grundlagen des Innovationsmanagements	15
1. Ideen und Innovationen.....	15
2. Arten von Innovationen	20
2.1 Produktinnovationen	20
2.2 Prozessinnovationen.....	23
2.3 Marktmäßige Innovationen	25
2.4 Strukturelle Innovationen.....	26
2.5 Kulturelle Innovationen	28
3. Bedeutung von Innovationen	29
3.1 Rentabilität und ihre Stellschrauben	29
3.2 Innovationen als Basis für Kostenführerschaft	36
3.3 Innovationen als Basis für Nutzenführerschaft.....	38
4. Quellen für Innovationen	40
4.1 Anstoß aus Forschung oder Technik (Technology Pull)	42
4.1.1 Forschung & Entwicklung.....	42
4.1.2 Externe Forschungseinrichtungen	44
4.1.3 Lieferanten.....	44
4.2 Marktnachfrage (Market Pull).....	46
4.2.1 Unternehmenseigene Abteilungen.....	46
4.2.2 Kunden.....	47
4.2.3 Geschäftspartner und Dienstleister.....	48
5. Gründe für das Scheitern von Innovationen	49
5.1 Unternehmensstrategie	50
5.2 Unternehmensstrukturen	51
5.3 Unternehmenskultur.....	52

5.4	Prozesse.....	53
5.5	Beschäftigte.....	55
5.6	Konsequenz.....	56
Teil II: Organisation des Innovationsmanagements.....		59
1.	Innovationsbereitschaft („Wollen“).....	60
1.1	Unternehmensziele und -strategien.....	61
1.2	Innovationsstrategien.....	63
1.3	Mitarbeiterstruktur.....	67
2.	Innovationsfreiräume („Dürfen“).....	69
2.1	Unternehmenskultur.....	71
2.2	Unternehmensstruktur.....	76
3.	Innovationsfähigkeit („Können“).....	78
4.	Innovationsmanagement („Machen“).....	79
4.1	Steuerungsinstrumente.....	79
4.2	Anreizsysteme.....	80
4.3	Rollen des Managements.....	83
Teil III: Prozesse des Innovationsmanagements.....		89
1.	Identifikation.....	93
1.1	Kreativitätstechniken.....	94
1.1.1	Assoziationstechniken.....	96
1.1.2	Laterales Denken.....	103
1.1.3	Analogien.....	111
1.1.4	Weitere Kreativitäts-Maßnahmen.....	113
1.2	Marketing-Instrumente.....	114
1.2.1	Kundenanalyse.....	115
1.2.2	Wettbewerbsanalyse.....	119
1.3	Controlling-Instrumente.....	125
1.3.1	Lebenszyklen-Analyse.....	126
1.3.2	ABC-Analysen.....	128
1.3.3	Portfolio-Analyse.....	129
1.3.4	Balanced Scorecard.....	132
1.3.5	Erweiterte Stärken-Schwächen-Analyse (SWOT).....	134
1.3.6	Risikomanagement.....	136
1.4	Organisationstechniken.....	138
1.4.1	Betriebliches Vorschlagswesen.....	138
1.4.2	Kontinuierlicher Verbesserungsprozess (KVP) oder Kaizen.....	140
1.4.3	Qualitätszirkel.....	142
1.4.4	Projektgruppen.....	143

5.	Reflexion	216
5.1	Abnahme	216
5.2	Weiterentwicklung	217
5.3	Anerkennung	218
5.4	Dokumentation des Wissens	219
5.5	Sicherung der Schutzrechte	220
5.5.1	Patent	221
5.5.2	Gebrauchsmuster	224
5.5.3	Geschmacksmuster	225
5.5.4	Markenzeichen	226
5.5.5	Urheberrecht	228
Abbildungsverzeichnis		233
Literaturverzeichnis		235
Der Autor		239

1.4.5	Netzwerke	144
1.4.6	Informationsmarkt oder Open Space	147
1.4.7	Business Process Reengineering	147
2.	Selektion	149
2.1	Strukturierung	149
2.1.1	Meta-Plan	149
2.1.2	Cluster-Verfahren	150
2.1.3	Mind-Mapping	152
2.1.4	Morphologischer Kasten	153
2.2	Bewertung	155
2.2.1	Machbarkeits- und Attraktivitätsanalyse	156
2.2.2	Innovation Scorecard	158
2.3	Auswahl	177
3.	Präparation	178
3.1	Planung	178
3.1.1	Aufgaben und Maßnahmen	181
3.1.2	Ressourcen (Festlegung)	183
3.1.3	Verfügbarkeit	185
3.1.4	Zeitplan	186
3.1.5	Ressourcen (Zuordnung)	188
3.1.6	Budget und Finanzierung	188
3.1.7	Projektauftrag	191
3.1.8	Qualitätssicherung	192
3.1.9	Vermarktung	194
3.2	Vermarktung von Ideen	194
3.2.1	Stakeholder-Analyse	195
3.2.2	Kommunikationstechniken	195
3.2.3	Kommunikationswege	198
3.3	Testphase	200
3.3.1	Konzepttest	200
3.3.2	Produkttest	201
3.3.3	Markttest	202
4.	Realisation	203
4.1	Projektsteuerung	204
4.2	Qualitätssicherung	205
4.3	Konfliktmanagement	208
4.4	Veränderungsmanagement	213