

Inhalt

Aus Ideen innovative Produkte machen	9
Innovation – der Erfolgsfaktor	10
Wieso dieses Buch für Sie genau richtig und wichtig ist!	11

Teil A Grundlagen 13

1	Was sind Innovationen und wieso sind sie für Ihr Unternehmen wichtig?	14
2	Die Bedeutung der betrieblichen „Innovationskultur“	25
3	Welche Hindernisse und Hemmnisse sind beim Innovationsmanagement zu beachten?	28
4	Wo setzt die Lösung für ein erfolgreiches Innovationsmanagement an?	32
4.1	Innovationsfähigkeit: Das Wissen und Können	33
4.2	Innovationsbereitschaft: Das Wollen	35
4.3	Innovationsermöglichung: Das Dürfen	37
4.4	Management des Innovationsprozesses	38
4.5	Zusammenfassung: Die acht Bausteine eines erfolgreichen Innovationsmanagements	43
	Grundlegende Literaturhinweise	46
	Vertiefende Literaturhinweise	46

Teil B Strategische Vorbereitung 47

1	Grundsatzentscheidungen beim Aufbau des Innovationsmanagements	48
1.1	Einbindung des Innovationsmanagements in die bestehende Organisation	48
1.2	Die drei zentralen Erfolgsfaktoren beim Aufbau des Innovationsmanagements	55
1.3	Design des betrieblichen Innovationsprozesses	63
2	Weitere zu beachtende Rahmenbedingungen	65
2.1	Forschung und Entwicklung	65

2.2	Barrieren der Neuentwicklung	66
2.3	Schaffung von Freiräumen	68
2.4	Handlungsentlastung.....	69
2.5	Interessendeckung.....	69
2.6	Fehlerfreundlichkeit.....	70
2.7	Kreativität planen	70
2.8	Kreativitätstechniken	70
	Grundlegende Literaturhinweise	73
	Vertiefende Literaturhinweise	73

Teil C Zukunfts- bzw. Trendmanagement 75

1	Die Bedeutung des betrieblichen Trendmanagements	78
2	Ansatzpunkte und Vorschläge für das Vorgehen	80
3	Trendinformationen und andere betriebliche Instrumente	89
3.1	Strategieworkshop.....	89
3.2	Benchmarking.....	90
3.3	Portfolioanalyse	93
3.4	Beratung	97
	Grundlegende Literaturhinweise	98
	Vertiefende Literaturhinweise	98

Teil D Start des Prozesses 99

1	Erfolgsfaktoren für die Innovationsarbeitsteams	103
2	Festlegung der Arbeitsteams im Innovationsprozess	113
2.1	Das Innovationsteam	113
2.2	Das „Entscheidungsteam“	114
2.3	Ist-Analyse des Innovationsprozesses.....	115
2.4	Arbeitsteams für Zukunftsmanagement.....	116
2.5	Arbeitsteams für Ideenfindung.....	116
2.6	Arbeitsteams zur Ideenbewertung/-umsetzung	116

3	Vermeiden von Widerständen im Unternehmen	118
	Grundlegende Literaturhinweise	119
	Vertiefende Literaturhinweise	120

Teil E Umsetzung des Prozesses 121

1	Umsetzungsschritt 1: Ideengenerierung.....	122
1.1	Einführung von Kreativitätstechniken in Unternehmen	125
1.2	Regeln für eine kreative Gruppenarbeit	128
1.3	Suche nach neuen Ideen: Kreativitätstechniken und Vorgehensweisen	129
1.3.1	„Brainstorming“ – Sturm im Gehirn.....	134
1.3.2	Brainwriting	137
1.3.3	Die „Methode 6-3-5“ – Brainwriting mit Formblatt	140
1.3.4	Collective Notebook – Lassen Sie Experten ein Ideentagebuch führen.....	144
1.3.5	Katalog-Methode: Vergleich bestehender Produkte und Dienstleistungen	145
1.3.6	Delphi-Methode: Nutzen Sie das Wissen von Fachleuten aus anderen Branchen.....	146
1.3.7	Kopfstand-Technik: Neue Ideen durch negatives Denken	148
1.3.8	Die Stop-Technik.....	150
1.3.9	Methode der Identifikation	151
1.3.10	Die drei Stühle von Walt Disney	153
1.3.11	Die sechs Denkhüte von De Bono	154
1.4	Management vorhandener interner Ideen: Wissensmanagement..	156
1.5	Management externer Ideen: „Open Innovation“	159
1.6	„Ideen-Ownership“: Wem gehört eine Idee?	165
2	Umsetzungsschritt 2: Ideenbewertung – Gegenwärtige und zukünftige Entscheidungskriterien	167
2.1	Gegenwärtige und zukünftige Entscheidungskriterien	167
2.1.1	Stärken-Schwächen-Analyse.....	169
2.1.2	Priorisierung und Auswahl	170
2.1.3	Dreidimensionale Matrix	173
2.1.4	Vierdimensionale Matrix.....	174
2.1.5	Pareto- Prinzip.....	175
2.1.6	Beurteilung der Wirtschaftlichkeit.....	176
2.2	Aufbereitung und Darstellung der Entscheidungsvorbereitung.....	177

3	Umsetzungsschritt 3: Ideenbearbeitung	179
3.1	Regelmäßige Rückmeldungen	179
3.2	Innovationscontrolling und Prozessbegleitung	181
4	Umsetzungsschritt 4: Ideenverfolgung	185
4.1	Aufgaben im Multiprojektmanagement	187
4.2	Strategische Ebene des Multiprojektmanagements	188
4.3	Operative Ebene des Multiprojektmanagements.....	190
5	Umsetzungsschritt 5: Ideen werden zu Innovationen	192
5.1	Innovationsproduktmanagement.....	194
5.2	Innovationsmarketing und Innovationsvertrieb	196
6	Umsetzungsschritt 6: Innovationsverfolgung und -anpassung..	200
6.1	Feedback-Schleifen	201
6.2	Übergang zu neuen Trends, Suchfeldern und Ideen.....	203
	Grundlegende Literaturhinweise	204
	Vertiefende Literaturhinweise	204
	Schlussbetrachtung: Wie geht es jetzt weiter?	206
	Service	209
	Glossar	210
	Abkürzungen	213
	Verzeichnis der Hintergrundinformationen	214
	Abbildungsverzeichnis	215
	Stichwortverzeichnis	217