

Inhaltsverzeichnis

Danksagung	5
Inhaltsverzeichnis	7
Abbildungsverzeichnis	11
1 Einführung und Überblick	17
2 Grundlegende Begriffe und Zusammenhänge	18
2.1 Innovation und Innovationsmanagement	18
2.1.1 Innovation	18
2.1.2 Innovationsmanagement	22
2.2 Bezugsrahmen des Innovationsmanagements	24
Literatur	26
3 Die Elemente des Innovationsmanagements	27
3.1 Ziele	27
3.1.1 Wertsteigerung und entsprechende finanzielle Oberziele	27
3.1.2 Nachhaltigkeit – über Wertsteigerung hinaus	28
3.1.3 Vision	30
3.1.4 Mission	32
3.1.5 Zusammenspiel Ziele, Pläne und Steuerung	33
3.2 Innovationsstrategie	35
3.2.1 Strategie für existierende Geschäftsfelder	36
3.2.1.1 Abgrenzung der strategischen Geschäftsfelder	36
3.2.1.2 Implikationen für Innovationsentscheide	43
3.2.2 Neue Geschäftsfelder und neue Geschäftsmodelle	47
3.2.2.1 Neue Geschäftsfelder	47
3.2.2.2 Neue Geschäftsmodelle	50
3.2.3 Technologiestrategie	52
3.2.3.1 Ressourcenallokation auf Technologiegebiete	52
3.2.3.1.1 Allokation über ein Technologieportfolio	52
3.2.3.1.2 Der Weg über den Kernkompetenzansatz	54
3.2.3.2 Timing	58
3.2.3.3 Technologieprognosen	58
3.2.3.3.1 Modell des Dominant Design	58
3.2.3.3.2 Technologielebenszyklen	59

3.2.3.4	Patentanalyse	62
3.2.4	Plattformstrategien	62
3.2.5	Steuerung der Innovationsstrategie	67
3.2.5.1	Key Performance Indicators.	67
3.2.5.2	Innovationsspezifische Balanced Scorecard	69
3.3	Innovationsprogramm	71
3.3.1	Ideenmanagement	71
3.3.2	Ideenfindung	73
3.3.2.1	Ideenquellen und Prozessgestaltung	73
3.3.2.2	Methoden der Ideenfindung	76
3.3.3	Planung und Steuerung des Innovationsprogramms	80
3.3.3.1	Planung des Programms und Projektauswahl.	80
3.3.3.2	Steuerung und Kontrolle des Innovationsprogramms	86
3.4	Innovationsprojekt	90
3.4.1	Produktkonzeption	90
3.4.1.1	Wasserfall- und Spiralmodell.	90
3.4.1.2	Quality Function Deployment.	92
3.4.1.3	Conjoint Measurement	93
3.4.1.4	Target Costing	98
3.4.2	Projektplanung und -durchführung	101
3.4.2.1	Projektplanung	101
3.4.2.2	Projektorganisation	105
3.4.2.3	Unterstützende Methoden und Instrumente	109
3.4.2.3.1	Prototypen	109
3.4.2.3.2	Design for Manufacturing	111
3.4.2.3.3	Produktdatenmanagement	112
3.4.2.4	Zusammenarbeit mit Partnern und Lieferanten	113
3.4.2.5	Projektcontrolling	114
3.4.3	Markteinführung	120
3.4.3.1	Diffusions- und Adoptionsprozess	120
3.4.3.2	Einsatz des Marketing-Mix	125
3.5	Organisation und Prozesse	126
3.5.1	Primärorganisation	127
3.5.2	Sekundärorganisation	131
3.5.3	Venture-Organisationen	133
3.5.4	Tertiärorganisation	137
3.5.5	Open Innovation	137
3.5.6	Standortorganisation	140
3.6	Kultur und Führung	142
3.6.1	Kultur	142
3.6.2	Führung	144
3.6.2.1	Weiterbildung und Karriereplanung	144
3.6.2.2	Förderung von Promotoren und Intrapreneuren	145
3.6.2.3	Führung und Integration von Teams	147

3.6.3	Zusammenspiel von Kultur, Organisation und Führung	149
	Literatur	150
4	Spezifische Innovationsthemen	153
4.1	Service Innovation	153
4.1.1	Einführung.	153
4.1.2	Begriffsbestimmungen.	153
4.1.2.1	Definition Dienstleistungen	153
4.1.2.2	Kundenunterstützende Dienstleistungen	154
4.1.3	Leitfaden zur Entwicklung und Vermarktung von Services für KMU.	155
4.1.3.1	Aufbau	155
4.1.3.2	Planung.	157
4.1.3.3	Definition.	158
4.1.3.4	Konzeption.	160
4.1.3.5	Umsetzung.	163
	Literatur	165
4.2	Wissensmanagement im Innovationsprozess	166
4.2.1	Einführung.	166
4.2.2	Begriffliche Abgrenzungen	166
4.2.2.1	Definition Wissen	166
4.2.2.2	Wissensarten	168
4.2.2.3	Formen des Wissenstransfers	170
4.2.3	Systematisches Wissensmanagement	171
4.2.4	Wissen im Innovationsprozess	175
4.2.5	Gestaltungsempfehlungen	178
4.2.5.1	Gestaltungsrahmen.	178
4.2.5.2	Gestaltungsempfehlungen zu den Innovationsprozessphasen.	180
4.2.5.3	Gestaltungsempfehlungen zu den Rahmenbedingungen	181
	Literatur	186
4.3	Kollektive Intelligenz im Innovationsprozess	187
4.3.1	Einführung.	187
4.3.2	Definition Kollektive Intelligenz.	188
4.3.3	Anwendungsmöglichkeiten im Innovationsprozess	190
4.3.4	Vorgehensmodell zur Integration der kollektiven Intelligenz in den Innovationsprozess.	193
	Literatur	196
4.4	Benchmarking im Innovationsmanagement	198
4.4.1	Einführung.	198
4.4.2	Definition und Nutzen.	198
4.4.3	Zwecke und Arten des Benchmarkings	199
4.4.4	Benchmarkingmethoden.	204
4.4.5	Erfolgsfaktoren	206
	Literatur	208

5	Gestaltungsmodell für das Innovationsmanagement	210
5.1	Einführung	210
5.2	Elemente des Gestaltungsmodells	211
5.2.1	Referenzrahmen	211
5.2.2	Benchmarkingdaten, um Herausforderungen zu identifizieren.....	212
5.2.3	Gestaltungshinweise	212
5.3	Anwendungsmöglichkeiten	213
5.3.1	Konkrete Problemstellung	213
5.3.2	Innovations-Check	215
	Stichwortverzeichnis	221
	Kurzprofil der Autoren	225