

Inhaltsverzeichnis

Vorwort des Projektträgers: Innovationsfähige Unternehmenskultur aus dem Blick des Programms „Arbeiten – Lernen – Kompetenzen entwickeln. Innovationsfähigkeit in einer modernen Arbeitswelt“	1
<i>Claudio Zettel</i>	

Einleitung: Facetten einer innovationsförderlichen Unternehmenskultur an der Dienstleister- und Kundenschnittstelle	5
<i>Angela Carell und Carsten Ritterskamp</i>	
1 Innovative Unternehmenskultur	5
2 Facetten einer innovationsförderlichen Schnittstellenkultur.....	6
3 Strategien zur Gestaltung einer innovationsförderlichen Schnittstellenkultur	11
4 Zusammenspiel von Facetten, Strategien und Maßnahmen.....	14
Literatur	15

Teil I: Methoden zur Gestaltung einer innovationsfreundlichen Unternehmenskultur	17
---	-----------

„Idea Fishing“ an der Anbieter-Kundenschnittstelle – Konzept, Implementierung und Stolpersteine	19
<i>Vanessa Hessenkamp, Debra Neumann und Hartmut H. Holzmüller</i>	
1 Einleitung.....	19
2 Idea Fishing	21
3 Aufgaben bei der Implementierung des Idea Fishing	22
4 Bausteine und Optionen für das Idea Fishing-Management	26
5 Stolpersteine bei der Implementierung	29
6 Zusammenfassung	30
Literatur	30

Erfassung der Neigung zum „Idea Fishing“ von Frontline Employees an der Anbieter-Kundenschnittstelle – Konstrukt, Einflussfaktoren und Konsequenzen	33
<i>Debra Neumann, Vanessa Hessenkamp und Hartmut H. Holzmüller</i>	
1 Einleitung.....	33
2 Neigung zum „Idea Fishing“	35
3 Einflussfaktoren auf die Neigung zum „Idea Fishing“	39
4 Ergebnisvariablen	45
5 Empirische Anwendung des Messinstruments	47
6 Implikationen für die Praxis und weitere Schritte	48
Literatur	49
 Aus der Praxis: „Idea Fishing“ – Ein Konzept für die EMC Test NRW GmbH.....	53
<i>Vanessa Hessenkamp, Debra Neumann und Dirk Bellenhaus</i>	
1 Einleitung.....	53
2 Sensibilisierung und Motivation – Marketing für das Konzept.....	54
3 Das Einreichen von Ideen	54
4 Bewertung und Auswahl.....	55
5 Veröffentlichung und Prämierung	55
 Der Ideenwettbewerb adesso-Think!	57
<i>Matthias Dorka</i>	
1 Ausgangssituation und Motivation	57
2 Die Erstauflage: Think! 2005	58
3 Erfahrungen und Fortführung des Wettbewerbs	60
4 Fazit und Ausblick	61
 Motivierungspotenziale im Einsatz für innovationsförderliche Unternehmenskultur	63
<i>Ina Joraschkewitz, Dietmar Gluch, Frank Kauschalek und Ingrid Lange</i>	
1 Motivierungspotenziale als Bedingungen für innovatives Handeln.....	63
2 Das Job Characteristics Modell und die Motivierungspotenziale.....	64
3 Die Partizipative Innovationsgruppe.....	68
4 Motivierungspotenziale, Innovation und Partizipative Innovationsgruppe	71
5 Einschätzungen von Zielerreichung und Maßnahmen im Praxisbeispiel.....	75
6 Fazit des Praxisbeispiels	76
7 Ausblick und Zusammenfassung	77
Literatur	78

**Nutzen von Zielvereinbarungen zur Stärkung
der Innovationskultur 83**

Thomas Berg und Sascha Wischniewski

1	Kulturveränderungen in Organisationen durch Innovationsziele	83
2	Kulturelle Veränderungsprozesse – ein Praxisbeispiel	84
3	Der Einfluss von Zielen auf das menschliche Handeln	87
4	Grundannahmen des Zielsetzungsmodells	88
5	Die Bedeutung von Zielen und Rückmeldungen für das Entstehen einer Innovationskultur	90
6	Gründe für die Wirksamkeit von Mess- und Rückmeldesystemen auf innovatives Handeln	93
7	Innovationskultur und Zielvereinbarungen – Diskussion der Ergebnisse	93
8	Zusammenfassung	95
	Literatur	95

**Net Promoter Score™ bei GE Healthcare als
innovationsförderliches Instrument der Kundenbindung 97**

Michael Paulus

1	Überblick GE Healthcare	97
2	Grundlagen des Net Promoter Score	98
3	Bausteine einer erfolgreichen Einführung	99
4	Net Promoter Score im betrieblichen Alltag	100
5	Closed-Loop Prozesse als Erfolgsfaktoren einer innovationsförderlichen Kultur	102
6	Erzielte Erfolge	103
7	Ausblick	104
	Literatur	104

**Teil II: Strategien der Innovationsarbeit in dynamischen
Dienstleister-Kunde-Netzwerken 105**

**Die dialogische Praxis an der Dienstleister-Kunden-Schnittstelle
als Element innovativer Unternehmenskulturen und -milieus 107**

Matthias Euteneuer und Arne Niederbacher

1	Einleitung	107
2	Kundenintegration	109
3	Die dialogische Praxis an der Dienstleister- Kunden-Schnittstelle	111
4	Innovative Unternehmenskulturen und -milieus	123
5	Fazit	126
	Literatur	128

Der Problemkunde als Premiumkunde – Praxisbeispiel	
Partysan Central GmbH	131
<i>Matthias Euteneuer, Thomas Kleutgen und Arne Niederbacher</i>	
1 Einleitung.....	131
2 Der Problemkunde als Premiumkunde	133
3 Konklusion.....	135
Literatur	136

Agile Methoden und zyklische Evententwicklung:	
Zur Bedeutung der Dienstleister-Kunden-Schnittstelle	
im Rahmen der Produktentwicklung	137
<i>Matthias Euteneuer, Arne Niederbacher und Carsten Ritterskamp</i>	
1 Einleitung.....	137
2 Die untersuchten Firmen und ihre Schnittstellen	139
3 Gemeinsamkeiten der Schnittstellen: Wicked Problems	141
4 Zyklische Evententwicklung und agile Methoden.....	145
5 Parallelen der Methoden	149
6 Konklusion und Ausblick	150
Literatur	151

Teil III: Unterstützung der Innovationsarbeit	
durch Informationstechnologie.....	153

Knowledgebase für die kontinuierliche Innovationsarbeit	
im Technischen Kundendienst	155
<i>Jochen Deuse, Sascha Wischniewski und Stephan Birkmann</i>	
1 Kontinuierliche Innovationsarbeit	
im Technischen Kundendienst.....	155
2 Notwendigkeit einer Prozessstandardisierung	
im Technischen Kundendienst.....	156
3 Knowledgebase zur Prozessstandardisierung	
und kontinuierlichen Innovationsarbeit	160
4 Nutzen des Einsatzes der Knowledgebase	167
5 Grunddatenbestand zur Implementierung der Knowledgebase	
im Technischen Kundendienst.....	172
6 Innovationspotentiale durch den Einsatz der Knowledgebase.....	174
Literatur	176

Wissensplattform als neues Werkzeug des Instandhalters	177
<i>Gerhard Badow und Sebastian Wenzel</i>	
1 Einleitung.....	177
2 Entwicklung der Instandhaltung	178

3	Wissensplattform Instandhaltung.....	178
4	Wie hat das Werkzeug die Arbeit des Instandhalters verändert?....	184
5	Praxisbeispiel	185
6	Fazit	188
	Literatur	189

Teil IV: Unternehmensportraits..... 191

adesso AG..... 193

Matthias Dorka

1	Firmenprofil	193
2	Beteiligung am Verbundprojekt NovaMille	194
3	Erfahrungen und Erkenntnisse	194

EMC Test NRW GmbH..... 197

Dirk Bellenhaus

1	Firmenprofil	197
2	Ziele im Rahmen von NovaMille	198
3	Erfahrungen und Ausblick	198

ELMOS Semiconductor AG..... 201

Roland Krumm

1	Firmenprofil	201
2	Motive für die Beteiligung am Projekt NovaMille	202
3	Erfahrungen und Ausblick	202

GE Healthcare Technologies 203

Michael Paulus

1	Firmenprofil	203
2	Motive für die Beteiligung am Projekt NovaMille	204
3	Erfahrungen und Ausblick	204

Partysan Central GmbH..... 207

Thomas Kleutgen und Bob Shahrestani

1	Unternehmensprofil	207
2	Motive für die Beteiligung am Projekt NovaMille	208
3	Vorgehensweise	209
4	Ergebnisse	209

ThyssenKrupp Xervon GmbH	211
<i>Fred Kuhnert und Hartmut May</i>	
1 Firmenprofil	211
2 Motive für die Beteiligung am Verbundprojekt NovaMille	212
3 Erfahrungen und Ausblick	213
 Evonik Degussa GmbH	 217
<i>Wolfgang Werner</i>	
1 Firmenprofil	217
2 Ziele und Erfolge im Rahmen von NovaMille	218
 Über die Autoren	 221

Innovationen an der Schnittstelle zwischen technischer
Dienstleistung und Kunden 2

Methoden und Strategien

Herrmann, Th.; Kleinbeck, U.; Ritterskamp, C. (Hrsg.)

2009, X, 229 S., Softcover

ISBN: 978-3-7908-2027-0

A product of Physica-Verlag Heidelberg