

---

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Begriffserläuterungen</b>	<b>1</b>
1.1	Was heißt Innovation?	1
1.2	Welche Innovationsmöglichkeiten gibt es?	1
1.3	Arten der Innovation	2
1.3.1	Die radikale Innovation	2
1.3.2	Die Leistungsinnovation	4
1.3.3	Die Anwendungsinnovation	4
1.3.4	Die disruptive Innovation	4
1.3.5	Wirtschaftswissenschaftliche Verwendung	5
1.4	Was bedeutet Innovationsfähigkeit?	5
1.4.1	Erkennen der Innovationspotenziale	7
1.5	Wie sollte die Innovationsstrategie aussehen?	15
1.5.1	Innovationsstrategien als Bestandteil der Unternehmensführung	16
1.5.2	Analyse der strategischen Ausgangssituation	16
1.5.3	Bestimmung strategischer Zielpositionen für Innovationen	18
1.5.4	Festlegung der Mittel und Wege zur Erreichung der strategischen Ziele	20
1.6	Formen der Interaktion und Kooperation	21
1.6.1	Geschlossene Innovation (closed innovation)	21
1.6.2	halb offene Innovation (semi-open innovation)	22
1.6.3	Offene Innovation (open innovation)	23
1.6.4	Ideenportal	24
1.7	Social Media	24
1.7.1	Strategie und Definition der Ziele in Social Media	26
1.7.2	Bestandteile der Strategie	29
1.7.3	Netzwerkgründung	31
1.7.4	Präsentation des Unternehmens in Social Media	33
1.7.5	Technologietransfer	34
1.7.6	Transfer-Prozesse	35
1.8	Balanced Scorecard	38

<b>2</b>	<b>Erfolgsfaktoren</b>	47
2.1	Einleitung	47
2.1.1	Unternehmenskultur	47
2.1.2	Vision	48
2.1.3	Denken in Systemen	49
2.1.4	Wissensmanagement	49
2.1.5	Das lernende Unternehmen	49
2.1.6	Kreativität	50
2.1.7	Rolle der Führungskräfte	50
2.2	Unternehmenskultur	50
2.2.1	Welche Werte sind wichtig?	51
2.2.2	Wertekategorien	52
2.2.3	Innovationskultur	53
2.3	Vision	54
2.3.1	Visionsplanung	55
2.3.2	Die strategische Vision	56
2.3.3	Die ideelle Vision	56
2.4	Wissen und Information	57
2.4.1	Big Data	60
2.5	Das lernende Unternehmen	62
2.5.1	Individuelles Lernen	64
2.5.2	Lernen im Team	66
2.5.3	Die lernende Organisation	68
2.6	Kreativität	74
2.7	Die Rolle der Führungskräfte	79
2.7.1	Allgemeines	79
2.7.2	Die Verpflichtungen	81
2.8	Die Unternehmensreputation	82
<b>3</b>	<b>Das „zweite“ Betriebssystem</b>	85
3.1	Das Konzept	86
3.1.1	Die Systemstruktur	87
3.1.2	Sichtweise	87
3.1.3	Ganzheit	88
3.1.4	Vernetzung	88
3.1.5	Das System und sein Umfeld	90
3.1.6	Komplexität	91
3.1.7	Selbstorganisation	92
3.1.8	Regelung	93
3.1.9	Steuerung	94
3.2	Das Innovationsmanagement	96
3.3	Aufgaben des Innovationsmanagements (IM)	99

---

3.4	Methodische Vorgehensweise .....	101
3.4.1	Das kybernetische Denken .....	101
3.4.2	Merkmale des kybernetischen Denkens .....	101
3.4.3	Abgrenzung zum linearen Denken .....	104
3.4.4	Denk- und Verhaltensfehler beim linearen Denken .....	104
3.5	Biokybernetische Grundregeln .....	106
3.6	Kybernetische Problemlösung .....	109
3.6.1	Problemsituationen .....	109
3.6.2	Entstehung von Problemen .....	110
3.7	Wahrung der klaren und konsequenten Kundenorientierung .....	115
3.7.1	Der Weg zur Kundenintegration .....	117
3.7.2	Kundenzufriedenheit .....	117
3.7.3	Kundenorientierung .....	119
3.7.4	Aufbereitung/Weitergabe .....	132
3.7.5	Innovationspartnerschaft .....	133
3.7.6	Nutzen der Kundenintegration .....	138
3.7.7	Lead User .....	139
3.7.8	Nutzen der Lieferantenintegration .....	140
3.8	Überwachung des betrieblichen Umfelds .....	141
3.9	Der Umgang mit Mitarbeitern .....	141
3.9.1	Befähigung der Mitarbeiter – Aufbau einer Lernkultur .....	143
3.9.2	Gemeinsame Zielvereinbarung .....	144
3.9.3	Der Umgang mit Widerständen .....	147
3.9.4	Koordinierung einer effektiven Kommunikationsstrategie .....	149
<b>4</b>	<b>Teamorganisation für Innovationsvorhaben .....</b>	<b>159</b>
4.1	Was sind Innovationsteams? .....	160
4.1.1	Problemlösungspotenzial als entscheidender Strategischer Wettbewerbsfaktor .....	162
4.1.2	Die Teamorganisation muss ein Gemeinschaftswerk sein .....	163
4.2	Teambildung und Teamfähigkeit .....	165
4.3	Gruppe oder Team? .....	166
4.3.1	Definition Gruppe .....	166
4.3.2	Definition Team .....	166
4.3.3	Team Sponsor .....	167
4.4	Teamkultur .....	167
4.4.1	Coaching .....	170
4.5	Kommunikation .....	172
4.6	Kooperation .....	174
4.7	Konflikte .....	175
4.8	Teamleiter .....	176

---

4.9	Effektive Moderation .....	178
4.9.1	Begriffserläuterung .....	178
4.9.2	Ziel der Moderation .....	178
4.9.3	Einsatz der Moderationsmethode .....	178
4.9.4	Moderation eines KVP-Workshops .....	180
4.10	Motivation .....	182
4.10.1	Motivation durch Bedürfnisbefriedigung .....	184
4.10.2	Motivation in der Teamarbeit .....	187
4.10.3	Zielvereinbarungen .....	189
4.10.4	Ordnung .....	192
4.10.5	Vertrauen und Glaubwürdigkeit .....	192
4.10.6	Frustration .....	193
4.10.7	Schuldfrage .....	194
4.10.8	Wertvorstellungen .....	194
4.10.9	Die Integration von Menschen und Aufgaben .....	195
4.10.10	Sinnvermittlung des Teams und der Teamaufgabe .....	196
4.10.11	Das „Wir-Gefühl“ .....	197
<b>5</b>	<b>Die Methode 4xI .....</b>	<b>199</b>
5.1	Nutzen der Methode .....	199
5.2	Das Initiieren von Innovationen .....	201
5.2.1	Social-Media-Monitoring .....	201
5.2.2	Erfassen und Verstehen der Bedürfnisse und Wertvorstellungen des Kunden .....	205
5.2.3	Dokumentieren der Kundenerfordernisse .....	207
5.2.4	Was heißt Wettbewerbsfähigkeit? .....	207
5.2.5	Wettbewerberinformationen .....	207
5.2.6	Wettbewerbsanalyse .....	207
5.2.7	Die systematische Beobachtung von Wettbewerbern .....	208
5.2.8	Schaffen von Wettbewerbsvorteilen .....	209
5.2.9	Welche Wettbewerbsvorteile gibt es? .....	210
5.2.10	Wettbewerbsstrategie .....	212
5.2.11	Kostenführerschaft .....	213
5.2.12	Die Leistungs differenzierung .....	214
5.2.13	Was sind Kompetenzvorteile? .....	214
5.3	Der Innovationsprozess .....	215
5.4	Beschreibung des Innovationsprozesses .....	217
5.4.1	Phase I: Ideensammlung .....	217
5.4.2	Phase II: Ideenbewertung .....	228
5.4.3	Phase III: Ideenauswahl .....	234
5.4.4	Phase IV: Ideenumsetzung .....	242

5.4.5	Messen der Innovation	247
5.4.6	Bewertung von Innovationsprozessen	247
5.4.7	Gesamtnutzen	248
<b>6</b>	<b>Schützen von Innovationen</b>	<b>251</b>
6.1	Vorgehensweise	251
6.2	Gebrauchsmusterschutz	252
6.3	Markenschutz	252
6.4	Schutz des guten Rufes (Reputation)	254
<b>7</b>	<b>Die Werkzeuge</b>	<b>257</b>
7.1	Roadmapping	257
7.2	Szenariotechnik	258
7.3	Brainstorming	259
7.4	Methode 635 (Brainwriting)	262
7.5	Affinitätsdiagramm	264
7.6	Mindmapping	265
7.7	Walt-Disney-Methode	266
7.8	Denkhüte von de Bono	267
7.9	Synergistischer Effekt	268
7.10	Morphologischer Kasten	272
7.11	Die Synektik	273
7.12	Die Analogie-Methode	275
7.13	Die Ursachenanalyse	275
7.14	Die Progressive Abstraktion	276
7.15	Die Delphi-Methode	277
7.16	Das Collective Notebook (CNB-Method)	277
7.17	Die Präferenzmatrix	278
7.18	Das Interview	279
7.19	Das Attribute-Listing	280
7.20	Mehrfachabstimmung (Multivoting)	281
7.21	Selektionsmatrix (Selection Grid)	281
7.22	Auswirkungsanalyse (Impact Analysis)	283
7.23	Problemdefinition (Problem Statement)	284
7.24	Checkliste	285
7.25	Datenerfassungsplan (Data-Gathering Plan)	286
7.26	Stichprobenuntersuchung (Sampling)	287
7.27	Umfrage (Survey)	288
7.28	Prüfbogen (Checksheet)	289
7.29	Pareto-Analyse (Pareto Analysis)	290
7.30	Ursachen-Wirkungs-Diagramm (Fishbone Diagram)	292

---

7.31	Arbeitsablaufanalyse .....	295
7.32	Durchlaufzeitanalyse .....	298
7.33	Flussdiagramm (Flowchart (Flow Chart) .....	298
7.34	CTQ-Baum (Critical to Quality) .....	303
7.35	Innovationsübertragung (Innovation Transfer) .....	303
7.36	Vier-Felder-Diagramm (Low-hanging-fruits) .....	305
7.37	Nutzwertanalyse .....	306
7.38	Die Nutzwertmatrix .....	307
7.39	Kosten-Nutzen-Analyse (Cost-Benefit-Analysis) .....	308
7.40	Kommunikation zur Erlangung individueller Unterstützung (Building Individual Support) .....	309
7.41	Kraftfeldanalyse (Force-Field-Analysis) .....	310
7.42	Aktionsplan (Action Plan) .....	312
7.43	Präsentation (Presentation) .....	312
7.44	Erfolgsmessung und -überwachung (Measuring and Monitoring) .....	313
7.45	Soll- und Kontrollgrenzwerte (Specifications and Control Limits) .....	314
7.46	QFD (Quality Function Deployment) .....	316
7.47	Das Prototypisieren .....	319
7.48	Simultaneous Engineering .....	321
7.49	KVP (Kontinuierlicher Verbesserungsprozesse) .....	321
7.50	Modellierung .....	322
<b>Weiterführende Literatur .....</b>		<b>325</b>
Links .....		326
<b>Sachverzeichnis .....</b>		<b>329</b>

Innovation 2.0

Unternehmenserfolg durch intelligentes und effizientes  
Innovieren

Noe, M.

2013, XII, 332 S. 41 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-02582-3