
Vorwort

Dieses Buch wendet sich an Entscheider, Strategen, Lenker und alle, die erkannt haben, dass die Innovationsfähigkeit eines Unternehmens immer mehr der entscheidende Wettbewerbsvorteil in der zunehmenden Globalisierung wird. Zielgruppe unseres Buches ist der Mittelstand. Kleine und mittlere Unternehmen (KMU) stellen 99,3 % aller Unternehmen in Deutschland dar. Somit ist der Mittelstand zwar eine der tragenden Säulen unserer Volkswirtschaft, was sich nicht immer in der zur Verfügung stehenden Literatur niederschlägt. Er hat aber in Bezug auf die gezielte Organisation im Vergleich zu den Großunternehmen noch Nachholbedarf. Aus diesem Grund soll dieses Buch mittelständische Unternehmen dazu motivieren, an der einen oder anderen Stelle genauer hinzuschauen, und Denkanstöße liefern.

Wir haben uns bemüht, viele der oft recht abstrakten Begriffe und komplexen Zusammenhänge rund um das Thema „Innovationen“ durch möglichst anschauliche Beispiele zu verdeutlichen und Hilfestellungen zu bieten, wie die Innovationskraft von kleineren und mittleren Unternehmen gesteigert werden kann. Dabei gilt es nicht immer, sofort die großen Veränderungen herbeizuführen. Auch viele kleine Verbesserungen können Großes bewirken.

Aufgrund der Zusammensetzung des Autorenteam erfolgt eine ausgewogene Darstellung des strategischen und operativen Innovationsmanagements in allen seinen Facetten. Auf der einen Seite stehen die lehrenden Akademiker, die sowohl aus der (ingenieur-) technischen wie auch aus der betriebswirtschaftlichen Sicht mit vielen praktischen Erfahrungen aus der Zusammenarbeit mit Mittelständlern das Thema strukturiert und wissenschaftlich angehen. Aus diesem Grunde kann das vorliegende Buch auch gut an Hochschulen und in der betrieblichen Weiterbildung eingesetzt werden. Werden hierfür Abbildungen benötigt, können diese unter kaschny@hs-koblenz.de angefordert werden. Auf der anderen Seite steht der pragmatische Umsetzer, der aufgrund seiner vielfältigen operativen Linienerfahrung und seiner beratenden Tätigkeit im Mittelstand den Umsetzungsaspekt stets im Auge hat. Somit ergänzen sich die unterschiedlichsten Anforderungen an das Innovationsmanagement. Zudem wird ein ausgewogener Mix aus Wissenschaft, mittelständischem Erfahrungspotenzial und Umsetzungsexpertise gegeben.

Somit liegt der Fokus nicht allein auf der Vermittlung theoretischer Grundlagen, sondern auch auf der Umsetzbarkeit von Maßnahmen. Hierzu sollen einerseits die vielen Un-

ternehmensbeispiele und Checklisten beitragen, andererseits aber auch die umsetzungsorientierte Struktur des Buches, wie sie im ersten Kapitel beschrieben wird.

Es war uns wichtig, nicht nur die Vielzahl an Themen aneinander zu reihen, sondern auch aufzuzeigen, dass es zwischen den Themen Abhängigkeiten gibt und dass es auf die richtige Reihenfolge bei der Einführung von Maßnahmen bzw. der Umsetzung von Verbesserungspotenzialen ankommt. Bei einer falschen Reihenfolge kann es schnell passieren, dass sich die Wirkung verschiedener Maßnahmen gegenseitig aufhebt oder gar blockiert.

Koblenz, im Januar 2015

Martin Kaschny
Matthias Nolden
Siegfried Schreuder

Innovationsmanagement im Mittelstand
Strategien, Implementierung, Praxisbeispiele
Kaschny, M.; Nolden, M.; Schreuder, S.
2015, XXV, 419 S. 54 Abb., Hardcover
ISBN: 978-3-658-02544-1