

# Die Kunst der Innovation

Von der Idee zum Erfolg

Bearbeitet von  
Prof. Peter Granig, Prof. Dr. Erich Hartlieb

1. Auflage 2012 2012. Taschenbuch. xiv, 183 S. Paperback

ISBN 978 3 8349 3432 1

Format (B x L): 16,8 x 24 cm

Gewicht: 347 g

[Wirtschaft > Management > Forschung & Entwicklung \(F&E\), Innovation](#)

schnell und portofrei erhältlich bei

  
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung [beck-shop.de](#) ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	5
Die Kunst der Innovation	
<i>FH-Prof. Ing. Mag. Dr. Peter Granig, Dipl.-Ing. Dr. Erich Hartlieb</i>	
Vorwort.....	7
Österreich auf dem Weg zum Innovation Leader	
<i>Dr. Reinhold Mitterlehner, Bundesminister für Wirtschaft, Familie und Jugend</i>	
Vorwort.....	9
„Zukunftsstrategie Innovation“	
<i>Doris Bures, Bundesministerin für Verkehr, Innovation und Technologie</i>	
<b>1 Strategische Aspekte des Innovationsmanagements .....</b>	<b>15</b>
Von der Unternehmensstrategie zur Innovationsstrategie	
<i>FH-Prof. Ing. Mag. Dr. Peter Granig, Dipl.-Ing. Dr. Erich Hartlieb</i>	
1.1 Einleitung.....	15
1.2 Die Unternehmensstrategie .....	16
1.3 Die Innovationsstrategie.....	17
1.4 Schlussfolgerung .....	21
<b>2 Megatrends bezeugen den Wandel.....</b>	<b>25</b>
Oder: Warum wir Innovationen brauchen	
<i>Harry Gatterer</i>	
2.1 Einleitung.....	25
2.2 Im Tanz mit den Megatrends .....	27
2.3 Die Mystik und die Logik der Megatrends .....	27
2.3.1 Female Shift .....	28
2.3.2 Neo-Ökologie .....	29
2.3.3 New Work .....	31
2.4 Megatrends im Überblick.....	33
<b>3 Change a Running System.....</b>	<b>41</b>
Konstruktionsmethodik für Geschäftsmodellinnovationen	
<i>Prof. Dr. Oliver Gassmann, Dipl.-Kffr. Michaela Csik</i>	
3.1 Im Zeitalter des Produktedenkens.....	41
3.2 Geschäftsmodellinnovation ja, doch wie angehen? .....	42
3.3 Die dominante Branchenlogik verstehen.....	43
3.4 Geschäftsmodellinnovation durch Musteradaption .....	44

3.5	Den Wandel realisieren .....	47
<b>4</b>	<b>Innovators Dilemma .....</b>	<b>51</b>
	Warum etablierte Unternehmen bei bahnbrechenden Innovationen scheitern <i>Prof. Dr. Kurt Matzler, Dr. Stephan Friedrich von den Eichen</i>	
4.1	Ein historisches Beispiel: Der Untergang der Segelschifffahrt .....	51
4.2	Prinzipien disruptiver Innovationen .....	53
4.3	Lösungen .....	57
4.4	Lektionen für die Wirksamkeit - oder: Wie die Chancen der Disruption nutzen	59
<b>5</b>	<b>Zielgerichteter Ressourceneinsatz mittels systematisch aufgestellter Innovationsfelder .....</b>	<b>63</b>
	Die Innovationsfeldmatrix als Manifestation der Innovationsstrategie <i>Christoph H. Wecht</i>	
5.1	Ausgangssituation und Zielsetzung .....	63
5.2	Vorgehensweise und eingesetzte Methoden .....	64
5.3	Ergebnisse, Erfahrungen und Praxistipps zum Projekt .....	68

## **Innovationskultur im Spannungsfeld von kreativen Freiraum und Markterfolg ..... 71**

<b>6</b>	<b>Spinnen ist Pflicht.....</b>	<b>73</b>
	Querdenken und Neues schaffen <i>Anke Meyer-Grashorn</i>	
6.1	Neue Ideen – kreative Spinnerei oder systematischer Prozess? .....	73
6.2	Systematische Ideenproduktion – Oder wie man Ideen am Fließband produziert.....	75
6.3	Handwerkszeug des Ideenproduzenten .....	79
<b>7</b>	<b>Innovationsklima schaffen - ideenreich tagen .....</b>	<b>83</b>
	Die Perspektive eines Tagungsmoderators <i>Diplom-Wirtschaftspädagoge Bernhard Wolff</i>	
7.1	Innovation als Tagungsthema .....	83
7.2	Kultur versus Management .....	84
7.3	So motivieren Sie Kreativität .....	85
7.4	Innovationsfreundlicher Tagen .....	86
7.5	Schlussfolgerungen .....	88
<b>8</b>	<b>Anleitung zur Innovationsverhinderung .....</b>	<b>89</b>
	Wege in eine neue Management-Kultur <i>Dr. Richard Straub</i>	

8.1	Management als Aufgabe in der Gesellschaft .....	89
8.2	Anleitung zur Innovationsverhinderung .....	92
<b>9</b>	<b>Mit Kreativität, Wissen und Begeisterung zum Innovationsführer.....</b>	<b>97</b>
	Elemente einer wirksamen Innovationskultur	
	<i>Erwin Stubenschrott, Stephan Jantscher, Josef Tuppinger</i>	
9.1	Die KWB – Kraft und Wärme aus Biomasse GmbH .....	98
9.1.1	Die Entstehung der KWB (Innovations-)Kultur .....	99
9.1.2	Kreativität als Element der KWB Innovationskultur .....	100
9.1.3	Wissen als Element der KWB Innovationskultur .....	102
9.1.4	Begeisterung als Element der KWB Innovationskultur .....	104
9.2	Kulturpflege .....	106

## **Strukturen und Methoden für eine effektive und effiziente Umsetzung von Innovationen ..... 111**

<b>10</b>	<b>Die Community als Erfolgsfaktor in der Produktentwicklung .....</b>	<b>113</b>
	Erfolgreiche Open Innovation Projekte zeichnen sich durch die Auswahl und Ansprache der richtigen Teilnehmer aus	
	<i>Alexander Lang, Catharina van Delden</i>	
10.1	Öffnung von Innovationsprozessen .....	113
10.2	Methoden der Open Innovation.....	114
10.3	Community-Innovation auf unserAller.de.....	116
10.4	Die Community als Erfolgsfaktor in Open Innovation Projekten.....	122
<b>11</b>	<b>Innovationssysteme der Zukunft .....</b>	<b>125</b>
	Ein praktischer Zugang mit regionalem Fokus und Perspektiven	
	<i>Mag. Martin Maitz</i>	
11.1	Innovation im Spannungsfeld Globalität versus regionaler Perspektiven .....	125
11.2	Innovation, der Widerspruch „Alt“ und „Neu“ .....	128
11.3	Grenzen des Wachstums und neue Felder für Innovation .....	131
11.4	Innovationssystem und Region.....	136
11.5	Zusammenfassung .....	141
<b>12</b>	<b>Vom zähen bohren dicker Bretter .....</b>	<b>145</b>
	Wirtschaftsförderung als Intervention muss Schumpeters Grundsätzen folgen	
	<i>Univ.-Prof. Mag. Dr. Erhard Juritsch</i>	
12.1	Einleitung.....	145
12.2	Das Erfolgsmodell und die Krise .....	146
12.3	Argumente für eine nachhaltige Wirtschaftsförderung, eingebettet in eine nachhaltige Wirtschaftspolitik .....	147

12.4	Gesellschaftspolitische Alternativen.....	148
12.5	Konzept für eine nachhaltige Wirtschaftsförderung.....	149
12.6	Exkurs: Zusammenfassung aus der dreiteiligen Unternehmensbroschüre des KWF.....	150
12.7	Die Realität weicht von den unumstrittenen Zielen ab!.....	151
12.8	Nachhaltigkeitskonzepte in der Kärntner Bildungs-, Forschungs- und Wirtschaftspolitik .....	152
12.9	Die aktuelle und potentielle Förderpraxis .....	153
12.10	Zukunftsorientierte Wirtschaftsförderung .....	154
<b>13</b>	<b>Innovationsmanagement – wichtiger Bestandteil der Binder+Co Unternehmensstrategie.....</b>	<b>159</b>
	Open Innovation aus der Sicht eines mittelständischen Unternehmens <i>Dipl.-Ing. Dr. Karl Grabner</i>	
13.1	Über Binder+Co AG .....	159
13.2	Der Strategieansatz.....	160
13.3	Ideenfindung, -sammlung und -bewertung.....	161
13.4	Die Produktentwicklung – Umsetzung.....	164
13.5	Produktinnovationsrate – Messung des Markterfolgs.....	164
13.6	Operational Excellence als wesentliche Basis für eine erfolgreiche Umsetzung von Open Innovation.....	165
13.7	„Ausblick“ .....	165
<b>14</b>	<b>Erfolgreiche Integration der TRIZ-Philosophie in der Produktentwicklung.....</b>	<b>167</b>
	oder Teure Ressourcen Immer Zuletzt <i>Dipl.-Ing. Dr. Roland WALDNER, Dipl.-Ing. Stefan POSCH</i>	
14.1	Einleitung.....	167
14.2	Systematik in der frühen Phase des Innovationsprozesses.....	168
14.3	Die Einführung von TRIZ bei PHILIPS Consumer Lifestyle Klagenfurt.....	172
14.4	Dialog über die Erfolgsfaktoren einer TRIZ Einführung .....	180
14.5	Zusammenfassung & Ausblick .....	183
	Die Herausgeber .....	187
	Die Autorinnen und Autoren .....	189