

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

beck-shop.de
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		
FH-Prof. Ing. Mag. Dr. Peter Granig, Dipl.-Ing. Dr. Erich Hartlieb		
Vorwort	7	
Österreich auf dem Weg zum Innovation Leader		
Dr. Reinhold Mitterlehner, Bundesminister für Wirtschaft, Familie und Jugend		
Vorwort	9	
„Zukunftsstrategie Innovation“		
Doris Bures, Bundesministerin für Verkehr, Innovation und Technologie		
1	Strategische Aspekte des Innovationsmanagements	15
Von der Unternehmensstrategie zur Innovationsstrategie		
FH-Prof. Ing. Mag. Dr. Peter Granig, Dipl.-Ing. Dr. Erich Hartlieb		
1.1	Einleitung	15
1.2	Die Unternehmensstrategie	16
1.3	Die Innovationsstrategie	17
1.4	Schlussfolgerung	21
2	Megatrends bezeugen den Wandel	25
Oder: Warum wir Innovationen brauchen		
Harry Gatterer		
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
3	Change a Running System	41
Konstruktionsmethodik für Geschäftsmodellinnovationen		
Prof. Dr. Oliver Gassmann, Dipl.-Kffr. Michaela Csik		
3.1	Im Zeitalter des Produktdenkens	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
4	Innovators Dilemma	51
	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
5	Zielgerichteter Ressourceneinsatz mittels	
	systematisch aufgestellter Innovationsfelder.....	63
	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
6	Spinnen ist Pflicht.....	73
	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
7	Innovationsklima schaffen - ideenreich tagen	83
	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
8	Anleitung zur Innovationsverhinderung	89
	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
9	Mit Kreativität, Wissen und Begeisterung zum Innovationsführer.....	97
	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
10	Die Community als Erfolgsfaktor in der Produktentwicklung	113
	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
11	Innovationssysteme der Zukunft	125
	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
12	Vom zähen bohren dicker Bretter	145
	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 umstrittenen 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
13	Innovationsmanagement – wichtiger Bestandteil der Binder+Co Unternehmensstrategie	159
	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
14	Erfolgreiche Integration der TRIZ-Philosophie in der Produktentwicklung	167
	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