

**SCHÄFFER**  
**POESCHEL**

# Inhaltsverzeichnis

Innovationsmanagement in funktionierenden Unternehmen <i>von Prof. Dr. Fredmund Malik</i> . . . . .	VII
Vorwort des Autors . . . . .	IX
Verzeichnis der Abkürzungen . . . . .	XIII
Verzeichnis der Werkzeuge . . . . .	XVI
Verzeichnis der Beispiele . . . . .	XVII
Angaben zum Autor . . . . .	XVIII
<b>Abschnitt 1: Das Neue</b> . . . . .	<b>1</b>
1.1 Innovationsmanagement: das richtige Verständnis entwickeln. . . . .	3
1.1.1 Eine Definition und fünf Thesen zum Innovationsmanagement . .	3
1.1.2 Funktionen des Innovationsmanagements . . . . .	7
1.1.3 Innovation und Substitution . . . . .	12
Anmerkungen . . . . .	20
1.2 Kundennutzen: das Neue am Markt anknüpfen . . . . .	21
1.2.1 Kundennutzen als Lastenheft für Innovationen . . . . .	21
1.2.2 Wettbewerbscockpit für Innovationen . . . . .	29
1.2.3 Moments of Truth für Innovationen. . . . .	33
Anmerkungen . . . . .	36
1.3 Geschäftsmodelle: die Wertschöpfung innovativ gestalten. . . . .	37
1.3.1 Geschäftsmodelle als Bezugspunkt von Innovation. . . . .	37
1.3.2 Innovation der Wertkette in kleinen Schritten und in radikaler Form . . . . .	42
1.3.3 Innovation und Kernkompetenzen . . . . .	52
Anmerkungen . . . . .	56
1.4 Ideengenerierung: das Neue systematisch suchen. . . . .	57
1.4.1 Marktdurchdringung, Marktentwicklung und Leistungs- entwicklung . . . . .	57
1.4.2 Systematische Müllabfuhr als Innovationsquelle. . . . .	68
1.4.3 Ideengeneratoren und die ausgearbeitete Idee . . . . .	75
Anmerkungen . . . . .	81
<b>Abschnitt 2: Der Markterfolg</b> . . . . .	<b>83</b>
2.1 Innovationsfelder: den Markt brauchbar segmentieren . . . . .	85
2.1.1 Segmentierung der Geschäfte als Innovationsfeld . . . . .	85
2.1.2 Innovationsleitplanken als Orientierungspunkt. . . . .	90
2.1.3 Marktcockpit für Innovationen . . . . .	94
Anmerkungen . . . . .	100

2.2	Markterfolg: das Neue richtig beurteilen . . . . .	101
2.2.1	Markterfolgsprofil einer einzelnen Innovation . . . . .	101
2.2.2	Beurteilung von mehreren Innovationsthemen mittels Innovationsportfolios . . . . .	107
2.2.3	Innovationen als langfristig lebensfähiges Geschäft . . . . .	113
	Anmerkungen . . . . .	117
2.3	Innovationsprozess: den Ablauf professionell steuern . . . . .	118
2.3.1	Basismodell eines Innovationsprozesses . . . . .	118
2.3.2	Kompetente Führung des Innovationsprozesses . . . . .	124
2.3.3	Steuerung der Innovationsstakeholder . . . . .	129
	Anmerkungen . . . . .	133
2.4	Innovationsstrategie: das Neue marktorientiert entwickeln . . . . .	134
2.4.1	Logik und Aufbau einer Innovationsstrategie . . . . .	134
2.4.2	Funktionalstrategie für Innovationen . . . . .	146
2.4.3	Prozessauftrag für Innovationen . . . . .	149
	Anmerkungen . . . . .	152
<b>Abschnitt 3: Die Führung . . . . .</b>		<b>153</b>
3.1	Innovationscontrolling: das Neue auf Kurs halten . . . . .	155
3.1.1	Basiswerkzeuge im Innovationscontrolling . . . . .	155
3.1.2	Steuerung der Innovationsrisiken . . . . .	166
3.1.3	Anpassung von Organisations- und Personalentwicklung . . . . .	171
	Anmerkungen . . . . .	174
3.2	Schlüsselprojekte: die Innovation strukturiert abarbeiten . . . . .	175
3.2.1	Projektverständnis und Projektphasen . . . . .	175
3.2.2	Projektauftrag als Kern der Umsetzung von Innovationen . . . . .	177
3.2.3	Multiprojekt-Management als Steuerungsinstrument . . . . .	184
	Anmerkungen . . . . .	192
3.3	Umsetzungsmanagement: das Neue vorantreiben . . . . .	193
3.3.1	Für Ziele sorgen, entscheiden und kontrollieren . . . . .	193
3.3.2	Für eine solide Arbeitsmethodik sorgen und Sitzungen produktiv gestalten . . . . .	201
3.3.3	Organisieren und die Aufgaben der Mitarbeiter gestalten . . . . .	205
	Anmerkungen . . . . .	211
3.4	Change-Management: die Innovation dauerhaft verankern . . . . .	212
3.4.1	Vermittlung von Sinn und Spürbarkeit der Veränderung . . . . .	212
3.4.2	Bildung einer Koalition für die Umsetzung einer Innovation . . . . .	214
3.4.3	Methodische Kompetenz und Vertrauen in die Führung . . . . .	215
	Anmerkungen . . . . .	221
	Literaturverzeichnis . . . . .	223
	Stichwortverzeichnis . . . . .	231