

LB 11.23 „Innovationsmanagement“

Gliederung	Seite
Zielsetzung/Vorbemerkungen	3
1. Welchen Nutzen Sie vom Nachdenken über Innovation haben könnten	4
2. Innovation ist mehr als die Entwicklung neuer Produkte	6
2.1 Wo die Vorteile für das Unternehmen liegen, wenn Innovationsvorhaben durchgeführt werden	9
3. Nehmen Sie die Gegenkräfte ernst	12
4. Innovations- und Unternehmenskultur sind eng miteinander verbunden	13
5. Die sorgfältige Analyse legt die richtigen Grundlagen...	16
5.1 Analyse der Struktur und der Organisation	21
5.2 Analyse des Management-Stils und des Klimas in ihrem Unternehmen	22
5.3 Analyse der Produktpolitik und des übrigen Marketing	27
5.3.1 Denken in „Lebenskurven“	29
5.4 Analyse in den Bereichen Technik und Umfeld	31
5.5 Analyse der Finanzierbarkeit	32
5.5.1 Externe Einflußfaktoren	33
5.5.2 Interne Einflußgrößen	36
5.6 Abschlußbemerkungen zur Analyse	38
6. Innovations-Ziele geben die Orientierung	40
7. Innovations-Strategien weisen die Richtung	42
8. Die Voraussetzungen müssen stimmen	44
8.1 Sorgen Sie für die richtigen Strukturen	44
8.2 Sorgen Sie für das richtige „Klima“	47
8.3 Sorgen Sie für die notwendigen Mittel und Möglichkeiten	49
8.4 Instrumente für die innerbetriebliche Innovationsförderung	51
8.4.1 Das betriebliche Vorschlagswesen	51
8.4.2 Qualitätszirkel	52
8.4.3 Wertanalyse (Wertgestaltung)	53
8.4.4 Projektmanagement	54

Gliederung	Seite
9. Einführung und Durchsetzung erfordern Ihr Engagement	55
9.1 Besonderheiten bei der Einführung von neuen Produkten/Leistungen	58
10. Schlußbemerkungen	63
11. Aufgaben zur Selbstkontrolle	64
12. Lösungstichworte	66
13. Literaturhinweise	68
14. Aufgaben zum Einsenden (Fremdkontrollfragen)	69