
Inhaltsverzeichnis

1 Die Herausforderung	1
1.1 Das ungute Gefühl und der Flächenbrand	1
1.2 Das Paradoxon: Das „Schlechtere“ setzt sich durch	5
1.3 Das Ende des Großen?	6
Literatur	8
2 Innovation und Strategie	9
2.1 Innovation ohne Strategie – und die fatalen Folgen	10
2.2 Selbstverständnis des Unternehmens – Produkte oder mehr?	17
2.3 Innovationsbegriff – Vom Schlagwort zum gemeinsamen Verständnis	21
2.4 Innovationsbedarf – Wie viel Innovation brauchen wir eigentlich?	24
2.5 Strategische Fokusfelder – Die Suche ausrichten.	28
2.6 Innovationsressourcen – Was müssen wir uns das kosten lassen?	37
Literatur	41
3 Innovation und Geschäftsmodell	43
3.1 Von der Produktorientierung zur Aufgabenorientierung	43
3.2 Nutzen statt Besitzen	44
3.3 Was ist ein Geschäftsmodell?	46
3.4 Was ist ein Bruch der Geschäftslogik?	46
3.5 Entstehung von Geschäftsmodellinnovationen.	49
3.6 Das Schiebereglermodell als Instrument für die Geschäftsmodellarbeit	58
3.7 Neue Fähigkeiten sind gefragt	64
Literatur	66
4 Die innovationsfördernde Ablauforganisation	69
4.1 Das Ziel: Mehr Kundennutzen schneller in den Markt bringen	69
4.2 Prozessarchitektur – Vom Entwicklungs- zum nahtlosen Innovationsprozess	75
4.3 Die frühen Phasen – Vom Zufall zum konsequent weit geöffneten Trichter	84

4.4	Priorisierung – Vom schlechten Bauchgefühl zur verlässlichen Entscheidung	97
4.5	Umsetzung – Vom Staffellauf zum Boxenstopp	105
4.6	Steuerung – Vom Blindflug zum Innovationsgeschehen auf Knopfdruck	108
	Literatur	114
5	Die Voraussetzungen für Innovation in der Aufbauorganisation schaffen	115
5.1	Etablierte Strukturen als Innovationsbremse	115
5.2	Subsidiäre Strukturen für den Betrieb der Innovationsmaschine	117
5.3	Netzwerke zur Förderung kreativen Denkens in den frühen Phasen	124
5.4	Neues von Bestehendem trennen in der Realisierungsphase	131
5.5	Exkurs: Das Denken in strategischen Projekten	137
	Literatur	140
6	Innovation und Unternehmenskultur	143
6.1	Der alte Mindset	143
6.2	Die neue Unternehmenskultur	144
6.3	Die richtige Kultur schaffen	146
	Literatur	152
7	Die Leistungsgrenze Ihrer Innovationsmaschine überwinden	153
7.1	„Innovation-Governance“ – Steuerungs- und Regelungsmechanismen für Innovation	153
7.2	„Good is the enemy of great“	155
7.3	Der „Innovation-Governance-Reifegradcheck“	159
	Literatur	170
8	Fazit	171
	Glossar	173



<http://www.springer.com/978-3-658-15683-1>

Strategie und Innovation

Die entscheidenden Stellschrauben im Unternehmen
wirksam nutzen

Augsten, T.; Brodbeck, H.; Birkenmeier, B.

2017, XIV, 175 S. 40 Abb., Hardcover

ISBN: 978-3-658-15683-1