

Innovationsmanagement

In einer Untersuchung deutscher Unternehmen hat Meyer (vgl. Meyer, 2011, S. 30f) festgestellt, dass für lediglich ein Drittel der untersuchten Unternehmen Innovation zum Alltagsgeschäft gehört. In drei von vier Betrieben wird Innovation sogar nur gefördert, solange sie nichts kostet und in über 80 Prozent der befragten Unternehmen behindern bzw. verhindern lange Entscheidungswege innovative Ansätze.

Überraschende Ergebnisse, wenn man bedenkt, dass, vor allem durch die wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Veränderungen der letzten Jahrzehnte, Innovation einen hohen Stellenwert in der nachhaltigen Absicherung des Unternehmenserfolges einnehmen sollte.

Die Herausforderung eines Produktionsunternehmens berücksichtigt mögliche Ansätze der Implementierung des Innovationskonzeptes, bezogen auf Organisations- und Personalentwicklungsmaßnahmen, sowie die Entwicklung der Unternehmenskultur und der Produktentwicklung.

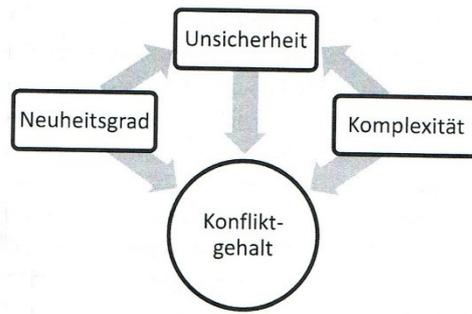
Um Innovationen richtig zu managen braucht es Innovationskonzepte, die an interne Entscheidungsstrukturen und –prozesse gekoppelt sein müssen. Hierzu gehört eine interne positive Einstellung zu Innovationen und evtl. die externe Anleitung als Innovationsbeschleuniger.

Nach Doppler/Lauterburg (vgl. Doppler & Lauterburg, 2002, S. 147ff) lautet ein Grundsatz des Veränderungsmanagements, dass keine Maßnahmen ohne Diagnose erfolgen sollte. Für die Diagnose müssen die unternehmensinternen und –externen Entwicklungen der jüngsten Vergangenheit sowie die aktuelle Situation im Unternehmen berücksichtigt werden.

Typische Aufgaben im Innovationsmanagement sind

- Schaffung und Förderung einer innovationsfördernden Grundstimmung
 - Trends und Chancen erkennen
 - Aufbau von Innovationspotenzialen
 - Risiken analysieren
 - Aufstellen eines Forschungs- und Entwicklungsprogramm
 - einen Projektplan entwickeln
 - Planung, Steuerung und Kontrolle der Aktivitäten
 - Entscheidungsstrukturen festlegen und Rollenverteilung
 - Projektverantwortliche bestimmen
 - Installation eines prozessübergreifenden Informations- und Kommunikationssystems
 - den Innovationsprozess einleiten
- (von der Idee zur Lösungsentwicklung bis zur Implementierung)

Die Merkmale einer Innovation und ihre Beziehungsstruktur zeigt, welche gegenseitigen Beeinflussungen sich darstellen.



Merkmale einer Innovation (vgl. Vahs & Brem, 2013, S. 37)

Neben den Merkmalen einer Innovation gibt es verschiedene Arten von Innovationen. Aus dieser Einteilung für den Innovationsprozess können spezifische Aktivitäten abgeleitet werden. Im Allgemeinen gibt es vier Differenzierungskriterien, welche die Systematik für die Einteilung der Innovation darstellen.

Differenzierungskriterium	Kernfrage	Innovationsart
Gegenstandsbereich	Worauf bezieht sich die Innovation?	Produktinnovation Prozessinnovation Sozialinnovation Strukturinnovation Marketinginnovation Geschäftsmodellinnovation
Auslöser	Wodurch wird die Innovation veranlasst?	Pull-Innovation Push-Innovation
Neuheitsgrad	Wie neu ist die Innovation?	Basisinnovation Verbesserungsinnovation Anpassungsinnovation Imitation Scheininnovation
Veränderungsumfang	Welche Veränderungen werden durch die Innovation im Unternehmen erforderlich?	Inkrementalinnovation Radikalinnovation

Differenzierungskriterien von Innovationen (vgl. Vahs & Brem, 2013, S. 52ff.)