

Marcus Disselkamp

# Innovationen und Veränderungen

Verlag W. Kohlhammer

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Innovationsmanagement</b>	<b>9</b>
1.1	Grundlagen des Innovationsmanagements	10
1.1.1	Gründe für Innovationen	11
1.1.2	Arten von Innovationen	16
1.1.2.1	Produktinnovationen	19
1.1.2.2	Prozessinnovationen	28
1.1.2.3	Marktinnovationen	31
1.1.2.4	Geschäftsmodellinnovationen	33
1.1.2.5	Organisatorische Innovationen	36
1.1.3	Quellen für Innovationen	39
1.1.4	Prozess des Innovationsmanagements	42
1.2	Initiative	50
1.2.1	Wollen, Dürfen, Können, Machen	50
1.2.2	Innovationsbereitschaft (»Wollen«)	51
1.2.3	Visionen als Basis für Innovationen	52
1.2.4	Innovationsstrategien	56
1.2.5	Innovationsziele	58
1.2.6	Innovationsfreiräume (Dürfen)	59
1.2.6.1	Unternehmenskultur	59
1.2.6.2	Unternehmensstruktur	63
1.2.6.3	Innovationsfreiräume	65
1.2.7	Innovationsfähigkeit (»Können«)	66
1.2.8	Innovationsmanagement (»Machen«)	67
1.3	Ideenmanagement	68
1.3.1	Beobachtung	69
1.3.1.1	Empathiekarte	70
1.3.1.2	Muda Canvas	71
1.3.1.3	SWOT-Analyse	73
1.3.1.4	PESTEL-Analyse	74
1.3.2	Verstehen	75
1.3.3	Kundenverhalten und Kundenbedürfnisse	75
1.3.3.1	Customer Journey	75
1.3.3.2	Customer Experience	77
1.3.3.3	Pain- und Gainspotting	79

1.3.3.4	USP (Unique Selling Proposition)-Analyse	81
1.3.3.5	Corporate Management Canvas (CMC)	85
1.3.4	Anforderungskatalog	90
1.3.5	Kreativität	91
1.3.6	Kreativitätstechniken für einzelne Personen	92
1.3.6.1	Mindmapping	92
1.3.6.2	Perspektivenwechsel	93
1.3.6.3	Umkehrmethode – Provokationstechniken	94
1.3.6.4	Walt Disney-Methode	95
1.3.6.5	M.A.R.K.E.T.-Methode und frühere Checklisten	98
1.3.6.6	TWOS-Analyse	99
1.3.6.7	Morphologischer Kasten	100
1.3.6.8	Analogien	102
1.3.7	Kreativitätstechniken im Team	104
1.3.7.1	Brainstorming	104
1.3.7.2	Brainwriting	108
1.3.7.3	Wargaming	110
1.3.7.4	Hutwechsellmethode	111
1.3.8	Moderationstechniken	113
1.3.8.1	Gruppenkonferenzen	113
1.3.8.2	Innovation-Canvas	115
1.3.9	Priorität	117
1.3.9.1	Strukturierung	117
1.3.9.2	Nutzen-Machbarkeits-Matrix	119
1.3.9.3	Innovation Scorecard	121
1.3.9.4	Projektbeschreibung	126
1.4	Implementierung	127
1.4.1	Prototyp	128
1.4.2	Test	131
1.4.3	Korrekturen und Überarbeitungen	134
1.4.4	Roll-out-Management	135
1.4.4.1	Markteinführung	135
1.4.4.2	Abnahme und Anerkennung	137
1.4.4.3	Reflexion und Weiterentwicklung	139
1.4.4.4	Sicherung und Dokumentation	140
<b>2</b>	<b>Veränderungsmanagement (Change Management)</b>	<b>146</b>
2.1	Psychologie der Veränderung	146
2.1.1	Phasen von Veränderungsprozessen	147
2.1.2	Barrieren gegen Innovationen	151
2.1.2.1	Ökonomische Barrieren	152
2.1.2.2	Technische Barrieren	153
2.1.2.3	Emotionale Barrieren	154

2.1.3	Widerstandsmuster	157
2.2	Initiative	160
2.2.1	Erfolgsfaktoren für Veränderungen	160
2.2.1.1	Collaboration	163
2.2.1.2	Continuity	172
2.2.1.3	Consequence	174
2.2.1.4	Commitment	182
2.2.2	Rollen im Veränderungsmanagement	186
2.2.2.1	Machtpromotor	187
2.2.2.2	Prozesspromotor	193
2.2.2.3	Fachpromotoren	195
2.3	Implementierung	197
2.3.1	Sensibilisierung (Unfreezing)	198
2.3.1.1	Gefühl der Dringlichkeit vermitteln	198
2.3.1.2	Verständnis für die Betroffenen entwickeln ....	200
2.3.2	Veränderung (Moving)	200
2.3.2.1	Einbindung aller Betroffenen	200
2.3.2.2	Hindernisse aus dem Weg räumen	204
2.3.3	Wandel ohne Ende (Refreezing)	206
<b>3</b>	<b>Anhang</b>	<b>208</b>
3.1	Vorlagen	208
3.1.1	TWOS-Analyse	209
3.1.2	M.A.R.K.E.T	210
3.1.3	Muda Canvas	211
3.1.4	Dringlichkeits-Scorecard	212
3.1.5	Soziale Kompetenzen Scorecard	213
3.1.6	4C Scorecard	214
3.2	Über den Autor	215
3.3	Literatur	215
3.4	Stichwortverzeichnis	217