



Vorwort

Oliver Gassmann, Peter Granig

Innovationsmanagement – 12 Erfolgsstrategien für KMU

ISBN (Buch): 978-3-446-43782-1

ISBN (E-Book): 978-3-446-43844-6

Weitere Informationen oder Bestellungen unter

<http://www.hanser-fachbuch.de/978-3-446-43782-1>

sowie im Buchhandel.

Vorwort

Innovation ist längst zum Mantra einer erfolgreichen Unternehmensführung geworden. Für eine Volkswirtschaft oder Region ist Innovation der zentrale Wirtschaftsmotor. Europa benötigt dringend die innovativen Impulse von kreativ-innovativen Unternehmen. Aber häufig hört man von mittelständischen Unternehmen: „Wir haben weder die Zeit noch die Ressourcen.“ Dieselben Unternehmen verschleudern enorme Ressourcen mit Durchwursteln und mangelndem Fokus. Es fehlt die strategische Weitsicht; Entwicklungsteams in KMU gleichen häufig hoctourig drehenden Hamsterrädern, bei denen die Mitarbeiter von einem Brandherd zum nächsten rennen. KMU im deutschsprachigen Europa sind häufig technologiebasiert, vergessen aber, die gesamte Wertschöpfungskette der Kunden zu betrachten.

Innovatoren sind Wiederholungstäter. Die hinter den erfolgreich innovierenden Unternehmen liegenden Muster und Praktiken haben wir die letzten Jahrzehnte erforscht und begleitet. Das vorliegende Praxisbuch soll anschaulich Antworten auf Fragen von Geschäftsleitungen und Innovatoren in KMU bezüglich Innovation liefern.

Das Buch zeigt auf, wie

- ganzheitliche Innovationsstrategien erfolgreich entwickelt und umgesetzt werden,
- nicht nur Technologien, sondern auch Geschäftsmodelle überdacht und revolutioniert werden,
- Kernkompetenzen identifiziert und entwickelt werden,
- Innovationsprozesse erfolgreich geführt werden,
- Innovationen geschützt werden können,
- das kreative Potenzial von Mitarbeitern erfolgreich genutzt wird,
- eine lebende Innovationskultur aktiv entwickelt werden kann.

Das Buch soll nicht die Innovationswelt neu erfinden, sondern den derzeitigen Best-Practice-Stand zusammenfassen und für KMU zugänglich machen. Konkrete Handlungsanweisungen mit Fallbeispielen, Checklisten und Tipps, Darstellung der Erfolgsfaktoren, aber auch Hinweise auf mögliche Hürden und Fallstricke erleichtern den Transfer in die unternehmerische Praxis.

Zielgruppe des Buches sind die Geschäftsleitung von KMU, Führungskräfte in F&E, Marketing, IT, Produktmanagement, Projektmanagement, Unternehmensentwicklung sowie interessierte Innovatoren und Unternehmensgründer. Wir möchten die Zahl der

Hidden Champions im deutschsprachigen Raum noch weiter erhöhen und bauen auf die innovativen KMU. Dabei gilt: Es gibt keine Innovationsgene, Innovation kann vielmehr erlernt und trainiert werden. Systematik lohnt sich. Es gibt keine Garantie für Innovation, aber die Anwendung bestimmter Erfolgsfaktoren erhöht nachweisbar die Erfolgswahrscheinlichkeit von Innovationsprojekten.

Wir danken unseren zahlreichen Partnerunternehmen für die gute Zusammenarbeit, dem Team des Innovationskongresses in Villach vom Institut für Innovation für die Unterstützung und besonders Frau Lisa Hoffmann-Bäumli für die Geduld und exzellente Zusammenarbeit bei der Erstellung dieses Buches.

Wir möchten mit diesem Buch eine praktische Unterstützung beim erfolgreichen Innovieren geben, wünschen den Anwendern viel Erfolg beim Umsetzen der bewährten Innovationsprinzipien und freuen uns auf einen Erfahrungsaustausch beim Innovationskongress.

St. Gallen, Klagenfurt
Herbst 2013

*Oliver Gassmann
Peter Granig*