

# Praxiswissen Innovationsmanagement

Von der Idee zum Markterfolg

Bearbeitet von  
Oliver Gassmann, Philipp Sutter

3., überarbeitete und erweiterte Auflage 2013. Buch. ca. 326 S.

ISBN 978 3 446 43451 6

Format (B x L): 15,7 x 23,6 cm

Gewicht: 625 g

[Wirtschaft > Management > Forschung & Entwicklung \(F&E\), Innovation](#)

schnell und portofrei erhältlich bei

  
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung [beck-shop.de](#) ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.



## Vorwort

Oliver Gassmann, Philipp Sutter

Praxiswissen Innovationsmanagement

Von der Idee zum Markterfolg

ISBN (Buch): 978-3-446-43451-6

ISBN (E-Book): 978-3-446-43513-1

Weitere Informationen oder Bestellungen unter

<http://www.hanser-fachbuch.de/978-3-446-43451-6>

sowie im Buchhandel.

# Vorwort

Derzeit führen zwei dominante Wege zum Geschäftserfolg in Westeuropa: erstens Kostenreduktionen durch Verlagerung in kostengünstige Niedriglohnländer. Die Folgen sind Arbeitsplatzverluste im großen Stil in Europa. Zweitens Innovation in Produkten, Prozessen und Geschäftsmodellen. Smarte Unternehmen wie *ABB*, *Apple*, *BMW* oder *Festo* internationalisieren konsequent, erzielen aber vor allem Wertschöpfung durch neue Produkte und starke Marken. Sie setzen auf die Erhöhung des subjektiven Kundennutzens, innovativere Kundenbeziehungen und kostengünstigere Verfahren.

Deutsche und Schweizer Unternehmen sind Weltspitze bezüglich der Anzahl Patente und Publikationen pro Kopf. Bei der Umsetzung der Ideen haben beide Länder jedoch noch Potenzial. Innovative Unternehmen sind profitabler als ihre Wettbewerber, doch die meisten Innovationsvorhaben scheitern. Es zeigt sich dabei immer wieder, dass in den hiesigen Unternehmen kein Mangel an guten Ideen herrscht. Die Schwierigkeit liegt darin, die richtigen Ideen zu bewerten, zeitgerecht umzusetzen und im Markt erfolgreich einzuführen. *Henkels* Chief Technology Officer definiert Innovation einfach: „Innovation ist, wenn der Markt Hurra schreit.“

Empirische Studien zeigen, dass höhere Investitionen in Forschung und Entwicklung keine Garanten für mehr Rendite oder gar Shareholder-Value sind. Es kommt nicht auf die Höhe der finanziellen Investition in Forschung und Entwicklung an, sondern auf die intelligente Nutzung der Ressourcen. Damit lässt sich für die Unternehmensführer die Frage nach einer höheren Innovationsrate nicht einfach über eine Budgeterhöhung im F&E-Bereich beantworten. Echte Innovatoren wie *3M*, *Phonak* oder *Swatch* entwickeln ganzheitliche Ansätze für die Gestaltung von Innovationen. Sie berücksichtigen den gesamten Prozess – von der Idee bis zum Markterfolg.

Am Institut für Technologiemanagement der *Universität St.Gallen* (ITEM-HSG) sowie in der *Zühlke Gruppe* wurden zahlreiche Projekte zu Innovationsthemen bearbeitet. Auslöser für die Realisierung eines praxisorientierten Buches waren das 40-jährige Jubiläum von *Zühlke* sowie das 20-jährige Jubiläum des *ITEM-HSG*. Insgesamt sechs Jahrzehnte Erfahrung mit Innovation haben uns inspiriert, ein Buch von Akademie und Praxis für die Praxis zu schreiben.

Die ersten beiden Auflagen waren jeweils rasch ausverkauft. Das positive Feedback unserer Leser, der Presse, aber vor allem der Innovatoren und F&E-Leiter „an der Front“ haben uns dazu ermuntert, weiter am Buch zu arbeiten. Sämtliche Inhalte wurden für die 3. Auflage aktualisiert und neue Fallbeispiele hinzugefügt.

Innovation ist Chefsache. Das Buch richtet sich an Führungskräfte aller Hierarchiestufen, die den Wandel aktiv gestalten und die Chancen der Innovation umsetzen möchten. Es behandelt die Bausteine und Instrumente des situativen Innovationsmanagements. Dabei werden die wichtigsten „harten“ und „weichen“ Elemente einer Produktentwicklung anschaulich dargestellt. Erfolgsfaktoren, Checklisten und typische Fallen in der Führung von anspruchsvollen F&E-Bereichen und Innovationsprojekten werden aufgezeigt. Das Buch basiert auf den langjährigen Praxiserfahrungen der Autoren.

Die Autoren repräsentieren eine große Bandbreite aus Wissenschaft und Unternehmenspraxis. Ihnen gebührt ein großer Dank dafür, dass sie bereit waren, ihre wertvolle Zeit in die einzelnen Beiträge zu investieren. Ein spezielles Dankeschön geht an Valerio Signorelli, Bernhard Lings und Ursula Elsässer für die redaktionelle Koordination und Bearbeitung, an Rolf P. Maisch, Sven von Dombrowski und Stefan Schenk für den Methodikinput, an Barbara Widmer, Edgard Theiss und Daniel Tobler für die Reviews einzelner Kapitel sowie an Lisa Hoffmann-Bäumli für die gute Kooperation bei der Bucherstellung.

St. Gallen, Zürich  
Sommer 2013

*Oliver Gassmann  
Philipp Sutter*