

Dietmar Vahs/Alexander Brem

# Innovationsmanagement

Von der Idee zur erfolgreichen Vermarktung

4., überarbeitete und erweiterte Auflage

2013

Schäffer-Poeschel Verlag Stuttgart

# Inhaltsübersicht

<b>1</b>	<b>Innovation verstehen</b> . . . . .	<b>1</b>
1.1	Innovation - Schlagwort oder »Motor der Wirtschaft«? . . . . .	1
1.2	Grundlagen des Innovationsmanagements. . . . .	20
1.3	Einflussgrößen des Innovationserfolgs. . . . .	68
<b>2</b>	<b>Innovation planen</b> . . . . .	<b>93</b>
2.1	Entwicklung von Innovationsstrategien . . . . .	93
2.2	Organisation der Innovationsfunktion. . . . .	136
2.3	Gestaltung einer innovationsfördernden Unternehmenskultur. . . . .	190
<b>3</b>	<b>Innovation entwickeln</b> . . . . .	<b>225</b>
3.1	Innovationsprozess. . . . .	225
3.2	Impulse für Innovationen. . . . .	242
3.3	Ideenbewertung. . . . .	312
3.4	Ideenauswahl. . . . .	347
3.5	Innovationscontrolling. . . . .	354
<b>4</b>	<b>Innovation umsetzen</b> . . . . .	<b>367</b>
4.1	Von der Ideenauswahl zur Ideenumsetzung . . . . .	367
4.2	Marketing von Innovation. . . . .	393
4.3	Markteinführung. . . . .	415
4.4	Schutzrechte und Schutzrechtsstrategie. . . . .	439