

Kapitel 15

Förderung von Innovationen

Andreas Guldin und Petra Gelléri

Inhaltsübersicht

Überblick	607	15.3.5	Innovationsfördernde Führungsformen	625	
15.1	Einleitung	609	15.4	Unternehmerisches Handeln – ein Beispiel der Innovation	627
15.2	Betriebliche Innovationen	610	15.4.1	Entrepreneurship – Unternehmertum und unternehmerisches Handeln	628
15.2.1	Begriffsbestimmung	610	15.4.2	Persönlichkeit des Unternehmers	629
15.2.2	Innovation als Prozess auf organisationaler und individueller Ebene	612	15.4.3	Intrapreneurship als Form innerbetrieblichen Unternehmertums ..	633
15.3	Kreativität und betriebliche Innovation	615	Tipps für die Praxis	639	
15.3.1	Kreative Persönlichkeiten – Innovative Individuen	617	Lernquiz	640	
15.3.2	Kontextuelle Determinanten kreativen Verhaltens in Organisationen	618	Übung	642	
15.3.3	Methoden zur Kreativitätsförderung	622	Weiterführende Literatur	643	
15.3.4	Organisationsänderungen mit Rollen-/Tätigkeitsänderungen	624	Literatur	643	

Überblick

Die Fähigkeit zur Innovation ist für Unternehmen zentral, um erfolgreich zu sein und zu überleben. Ohne Innovation werden Unternehmen bedeutungslos und verschwinden als Marktteilnehmer. Aber Innovation kommt nicht einfach so, eine Idee macht noch kein Produkt und ein Produkt an sich verkauft sich nicht. Es müssen die innovationsfähigen Mitarbeiter mit den angemessenen Ressourcen – Geld, Zeit, Arbeitskraft, Informationen – ausgestattet werden. Die Zusammenarbeit der Mitarbeiter muss so gestaltet sein, dass Innovation möglich wird: Mitarbeiter dürfen Ideen äußern, sollen experimentieren, sich gegenseitig unterstützen und anspornen, dabei gemeinsam an die Idee glauben und schließlich auch Schritt für Schritt den Ablauf von der Idee zum Produkt/Serviceangebot planen, kontrolliert in der Realität erproben und komplett einführen. In einem Unternehmen ist Innovation somit immer beides: Produkt und Prozess.