



Werden Sie einzigartig!
Mit strategischen Innovationen zum unternehmerischen Erfolg. Ein Leitfaden

Hagemann, G., 344 Seiten, 49 Euro, DGQ, 2009

Innovativ zu sein bedeutet für die meisten deutschen Unternehmen, bestehende Produkte zu verbessern und neue Technologien für neue Märkte zu entwickeln. Kurzum: Produkte und Dienstleistungen so modern und attraktiv zu halten wie möglich. Der Druck von außen wächst jedoch. Überall stehen Unternehmen vor neuen Herausforderungen. Die Veränderung in einem Bereich setzt sich wellenförmig in einem anderen Bereich fort. Welche Möglichkeiten haben Unternehmen, um diese Herausforderungen zu meistern? Dabei geht es um eine Rundumerneuerung aus eigener Kraft: ein Anti-Aging-Programm für Unternehmen, um Umsatz und Ertrag zu steigern und neues Wachstum zu erzielen.



Die TEMP-Methode.
Das Konzept für Ihren unternehmerischen Erfolg

Knoblauch, J./Kurz, J./Frey, J., 235 Seiten, 39,90 Euro, campus, 2009

Um in der immer komplexeren Wirtschaftswelt zu bestehen, müssen gerade mittelständische Unternehmen daran arbeiten, sich permanent zu verbessern. Jedes Unternehmen sollte darauf hinarbeiten, zu den Spitzenreitern seiner Branche zu gehören. Keine leichte Aufgabe in der heutigen Zeit. Produkte und Dienstleistungen gleichen sich immer mehr an, kleine und mittelständische Unternehmen gehen auf dem Weg zur Spitze oft nicht strukturiert vor. Die Autoren haben mit der TEMP-Methode ein systematisches Verfahren entwickelt, mit dem die Qualität eines Unternehmens effektiv gesteigert werden kann. TEMP steht für die vier Erfolgsfaktoren Teamchef, Erwartungen des Kunden, Mitarbeiter und Prozesse.



Innovationsaudit.
Chancen erkennen – Wettbewerbsvorteile sichern

Kaschny, M./Hürth, N., 175 Seiten, 34,95 Euro, Erich Schmidt Verlag, 2010

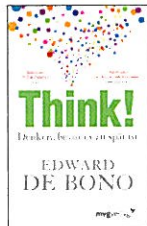
Der Konkurrenz einen Schritt voraus: Innovationsfähigkeit ist längst ein entscheidender Erfolgsfaktor für Unternehmen im globalen Wettbewerb. Doch wie treibt man Innovationen kontinuierlich voran? Die Autoren zeigen, wie Unternehmer mit einem Innovationsaudit Stärken und Schwächen identifizieren und auf dieser Basis Innovationsprozesse optimieren: Wo kann man Innovationsaudits anwenden, welche Auditformen gibt es, wie finden Unternehmer die geeignete Methode, und wie führen Führungskräfte ein Innovationsaudit in der Praxis durch? Die Autoren stellen das Instrument des Innovationsaudits detailliert vor, geben Praxisbeispiele und Tipps für eine ausgeprägte Innovationskultur.



Handbuch Zukunft 2010

Burmeister, K./Glockner, H., 252 Seiten, 89 Euro, Focus Magazin Verlag, 2010

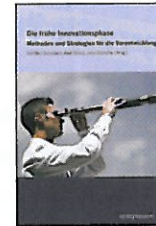
Erobern Elektroautos den Massenmarkt? Wie informiert sich die Gesellschaft der Zukunft? Das „Handbuch Zukunft 2010“ beschreibt die Auswirkungen kommender Entwicklungen auf das unternehmerische Handeln und zeigt zentrale Lösungsansätze auf. Die Autoren skizzieren, was uns künftig beschäftigen wird: vom Klimawandel bis zur postfossilen Energieversorgung, von der Internationalisierung des Rechts bis zu Zukunftsmärkten und innovativen Geschäftsmodellen. Abgerundet wird das Buch von einem Glossar mit 100 Trends, die für Unternehmen und Wirtschaft von hoher Relevanz sind. Das Buch bietet damit eine Orientierung in turbulenten Zeiten und einen Wegweiser für das eigene Handeln.



Think!
Denken, bevor es zu spät ist

de Bono, E., 200 Seiten, 19,90 Euro, mvg Verlag, 2009

Mit unserem Denken ist es wie mit einer Computer-Software. Je effektiver diese ist, desto schneller arbeitet der Computer. Doch wer schreibt eigentlich unsere menschliche Software? Vor 2400 Jahren haben griechische Philosophen unsere Denkstrukturen festgelegt. Bis heute verharren wir in diesen Mustern. Dabei könnten wir kreativer und lösungsorientierter handeln, wenn wir unsere menschliche Software erneuern. Wie wir das schaffen, zeigt Edward De Bono. Er gibt einen umfassenden Einblick, was jeder einzelne und die Gesellschaft tun können, um sich von alten Denkmustern zu befreien. Der Schlüssel dazu ist die Änderung unserer Wahrnehmung, um dadurch unser Fühlen und Verhalten neu auszurichten.



Die frühe Innovationsphase.
Methoden und Strategien für die Vorentwicklung

Gundlach, C./Glanz, A./Gutsche, J. (Hrsg.), 69 Euro, Symposion Publishing, 2010

Zum richtigen Zeitpunkt auf die richtige Idee zu setzen unterscheidet innovative Unternehmen von anderen. Dabei spielt die frühe Phase des Innovationsmanagements eine entscheidende Rolle, werden hier doch die Weichen für wettbewerbsfähige Neuerungen gestellt. Der Grundgedanke klingt einfach: zukunftssträchtige Ideen identifizieren und fördern. Aber wodurch lässt sich erkennen, welche Ideenstränge die größten Chancen besitzen? Wie kann man Kundenwünsche und künftige Marktentwicklungen abschätzen? Es gibt keine Patentrezepte, aber systematische Ansätze und erprobte Verfahren, die erfolgreiches Innovationsmanagement plan- und handhabbar machen.