

Volleschleichen
 Basisinnovationen → Technologisches Know-how, 100%
 viele Nachahrerinnovationen
 Ab 2010 UK-Stärke mit KI, 5D
 Disruptive Innovation (A) Erfindungen (z. B. Diesel, 3D)
 langfristige Wachstumspfade
 Volkswirtschaften
 Produktion - Verkauf - Markt
 (Klasse 0 - sagt besten für Hall)

1. Geschichtsbewusstsein → Warum besitzen sich Innovationen?
 2. Analyse → Was haben wir gemacht? Warum?
 3. Prognose → Wie wird es weitergehen?
 4. Veränderungsbewusstsein → Welche Veränderungen sind notwendig?
 5. Wahlen mit Bewusstsein → Ich und wir ist bereit dafür?
 6. Kosten zu bezahlen?
 7. Kosten zu zahlen?
 8. Kosten zu zahlen?
 9. Kosten zu zahlen?

3 Regeln für Innovationsprozesse
 1. Klarheit
 2. Struktur
 3. Flexibilität
 4. Kommunikation
 5. Dokumentation
 6. Transparenz
 7. Verantwortlichkeit
 8. Regelmäßigkeit
 9. Flexibilität
 10. Kommunikation
 11. Dokumentation
 12. Transparenz
 13. Verantwortlichkeit
 14. Regelmäßigkeit

Transformationsprozess
 Prozess vom aktuellen IST-Zustand zu angestrebtem ZIEL-Zustand
 - Input (konkrete Mittel) → Wirtschaften
 - Mensch → Innovation
 - Ressource → umsetzen zu → Innovation
 - Ergebnis

Spezifische Innovationsaspekte nach Schumpeter
 1. Einführung neuer Produkte (z.B. elektrisches Fahrrad)
 2. Neue Produktionsmethoden (z.B. Fließband statt Handarbeit)
 3. Erkunden neuer Märkte (z.B. chinesischer Markt f. Autos, Firmen)
 4. Beherrschen neuer Lieferquellen (z.B. Bohnen statt Soja)
 5. Neue Geschäftsmodelle (z.B. Internet - Handel)
 Neue Themen seit Schumpeter
 - Organisationsstruktur (z.B. Matrix, Projektorganisation)
 - F&E - Abteilungen, Start-up, Vorstudien, Vorstudienorganisation
 - Projektmanagement - Appelle → Lenke vs. erst...
 - Innovationskultur → Sichtbare Unterstützung durch Firmenebene
 - Innovationsstrategie
 - Soziale Innovation → Soziale Prozesse: Verknüpfung und Folgen
 - Produkt, Markt, Place → Soziale Aspekte: Humane, soziale, organisatorische (Struktur, Organisation)
 - Geschäftsmodell (Business Model) Art und Weise wie Unternehmen die Wertschöpfungskette definieren und umsetzen, Ziel: möglichst hohen Kundennutzen für durchschnittliche Kunden
 - Customer experience (CX) wie wird Kundenerlebnis gestaltet?
 - Customer Journey Map (CJM) Prozess der Kundenerfahrung
 - Kundensegmente
 - Für wen schaffen wir Wert?
 - Wer sind unsere wichtigsten Kunden?

Phasen und Begriffe des Innovationsmanagement
 Grundlagenforschung
 Theorie → Angewandte Forschung
 Technologie → Verentwicklung
 Technik → Entwicklung im eigenen Sinne
 Fachkraft → Innovation
 Produktion und Markteinführung
 Technik → Innovation
 Partner/Key Partners / Welche Aktivitäten für Kernkompetenzen (Kern) / Welche Ressourcen benötigen sie? / Was sollen bahnbrechende Aktivitäten sein?
 Kanäle / Kanäle / Welche Kanäle sind am besten geeignet? / Welche Kanäle sind am besten geeignet?
 Kundenbeziehungen / Kundenbeziehungen / Welche Kundenbeziehungen sind am besten geeignet? / Welche Kundenbeziehungen sind am besten geeignet?
 Kanäle / Kanäle / Welche Kanäle sind am besten geeignet? / Welche Kanäle sind am besten geeignet?
 Kundenbeziehungen / Kundenbeziehungen / Welche Kundenbeziehungen sind am besten geeignet? / Welche Kundenbeziehungen sind am besten geeignet?

Lean Startup
 1. Build
 2. Measure
 3. Learn
 4. Repeat
 5. Iterate
 6. Iterate
 7. Iterate
 8. Iterate
 9. Iterate
 10. Iterate
 11. Iterate
 12. Iterate
 13. Iterate
 14. Iterate
 15. Iterate
 16. Iterate
 17. Iterate
 18. Iterate
 19. Iterate
 20. Iterate

Lean Startup
 1. Build
 2. Measure
 3. Learn
 4. Repeat
 5. Iterate
 6. Iterate
 7. Iterate
 8. Iterate
 9. Iterate
 10. Iterate
 11. Iterate
 12. Iterate
 13. Iterate
 14. Iterate
 15. Iterate
 16. Iterate
 17. Iterate
 18. Iterate
 19. Iterate
 20. Iterate