

Inhaltsverzeichnis

1 Grundlagen der Bewertung von Innovationen im Mittelstand	1
<i>Anette von Ahsen, Marcel Heesen und André Kuchenbuch</i>	
1.1 Einleitung	1
1.2 Eingrenzung „mittelständischer Unternehmen“	3
1.2.1 Quantitative Kriterien	3
1.2.2 Qualitative Kriterien	4
1.3 Innovationen und Innovationsbewertung	5
1.3.1 Invention, Innovation und Imitation	5
1.3.2 Innovationsarten	7
1.3.3 Ziele und Funktionen der Bewertung von Innovationsprojekten	9
1.3.4 Merkmale von Innovationen und Konsequenzen für ihre Bewertung	10
1.4 Instrumente zur Bewertung von Innovationen	15
1.4.1 Überblick und grundsätzliche Überlegungen	15
1.4.2 Anforderungen an Bewertungsinstrumente	18
1.4.3 Auswahl geeigneter Instrumente zur Bewertung von Innovationen	22
1.5 Innovationsportfoliomanagement in mittelständischen Unternehmen	33
1.6 Fazit	34
Literaturverzeichnis	35
2 Leitfaden: Bewertung von Innovationen im Mittelstand	39
<i>Anette von Ahsen, André Kuchenbuch und Marcel Heesen</i>	
2.1 Einleitung	39
2.2 Gestaltung des Innovationsprozesses	40
2.2.1 Festlegung eines Phasenmodells für den Innovationsprozess	40
2.2.2 Die Entscheidungssituationen in den Meilensteinen	44
2.3 Bewertung von Innovationen in den Meilensteinen: Überblick	46

2.4	Einsatz von Bewertungsinstrumenten am Ende der Phase 1: Chancenerkennung	48
2.5	Einsatz von Bewertungsinstrumenten am Ende der Phase 2: Ideengenerierung	49
2.5.1	Nutzwertanalysen	50
2.5.2	Analysen der Interdependenzen zwischen Innovationsprojekten	54
2.5.3	Zusammenfassende Bewertung der Innovationsprojekte im Meilenstein 2	60
2.6	Einsatz von Bewertungsinstrumenten in den Phasen 3-6: Von der Konzepterstellung bis zur Markteinführung	62
2.6.1	Target Costing	62
2.6.2	Kapitalwertmethode und Entscheidungsbaumverfahren	65
2.6.3	Auswirkungsanalyse	69
2.6.4	Zusammenfassende Bewertung der Innovationsprojekte im Meilenstein 3 bis 6	70
2.7	Fazit: Sieben Hinweise für die Bewertung von Innovationsprojekten	71
	Literaturverzeichnis	73
3	Bewertung von Innovationen bei der Adaptive Power Solutions AG	75
	<i>Walter Knittel und Marcel Heesen</i>	
3.1	Darstellung des Unternehmens und der Ausgangslage des Projektes	75
3.2	Einsatz von Bewertungsinstrumenten im Meilenstein 1 des Innovationsprozesses	77
3.3	Einsatz von Bewertungsinstrumenten im Meilenstein 2 des Innovationsprozesses	78
3.4	Einsatz von Bewertungsinstrumenten in den Meilensteinen 3 bis 6 des Innovationsprozesses	81
3.4.1	Target Costing	82
3.4.2	Kapitalwertmethode und Entscheidungsbaumverfahren	84
3.4.3	Auswirkungsanalyse	85
3.5	Fazit	86
	Literaturverzeichnis	86
4	Bewertung von Innovationen bei der Behr-Hella Thermocontrol GmbH	89
	<i>Marcel Heesen und André Kuchenbuch</i>	
4.1	Darstellung des Unternehmens und der Ausgangslage des Projektes	89
4.2	Einsatz von Bewertungsinstrumenten im Meilenstein 1 des Innovationsprozesses	91
4.3	Einsatz von Bewertungsinstrumenten im Meilenstein 2 des Innovationsprozesses	92

4.3.1	Nutzwertanalyse zur Bewertung von Marktattraktivität, Technologieattraktivität und Risiken	93
4.3.2	Bewertung der Interdependenzen zwischen mehreren Innovationsprojekten	95
4.3.3	Zusammenfassende Bewertung der Innovationsprojekte im Meilenstein 2	97
4.4	Einsatz von Bewertungsinstrumenten in den Meilensteinen 3 bis 6 des Innovationsprozesses	99
4.4.1	Target Costing	99
4.4.2	Kapitalwertmethode und Entscheidungsbaumverfahren	101
4.4.3	Auswirkungsanalyse	102
4.5	Fazit	103
	Literaturverzeichnis	104

5 Softwaregestützte Bewertung von Innovationen – dargestellt am Beispiel von GoBench

105

Torsten Beinke und René Siemon

5.1	Einleitung	105
5.2	Indec und die Software GoBench	106
5.3	Bewertung von Innovationen in den Meilensteinen des Innovationsprozesses mit GoBench: Überblick	111
5.4	Unterstützung der Bewertungsprozesse im Meilenstein 1	112
5.5	Unterstützung der Bewertungsprozesse in den Meilensteinen 2 bis 6	113
5.5.1	Unterstützung der Nutzwertanalysen	113
5.5.2	Unterstützung der Analyse von Interdependenzen zwischen Innovationsprojekten mittels MIJET	117
5.6	Unterstützung der Bewertungsprozesse in den Meilensteinen 3 bis 6	119
5.6.1	Target Costing	119
5.6.2	Kapitalwertmethode und Entscheidungsbaum	119
5.6.3	Auswirkungsanalyse mittels Wertkette	121
5.7	Fazit	122
	Literaturverzeichnis	122

6 Balanced Innovation Card: Instrument des strategischen Innovationsmanagements für mittelständische Automobilzulieferer

123

Christine Beeck

6.1	Einleitung	123
6.2	Innovationsmanagement bei mittelständischen Automobilzulieferern	124
6.3	Balanced Innovation Scorecard: Ausgangslage und Konzeption	125
6.4	Strategische Ziele und Kennzahlen der Perspektive „Innovationskultur“	128

6.5 Strategische Ziele und Kennzahlen der Perspektive „Innovationsressourcen“	130
6.6 Strategische Ziele und Kennzahlen der Perspektive „Innovationsprozess“	132
6.7 Strategische Ziele und Kennzahlen der Perspektive „Innovationsoutput“	133
6.8 Zusammenfassung des BIC-Konzeptes	134
Literaturverzeichnis	136
Sachverzeichnis	139