

(Pdf free) Innovationen in Organisationen - der Kunde als König?

## Innovationen in Organisationen - der Kunde als König?

Von Eva Bamberg, Jan Dettmers, Claudia Marggraf-Micheel, Saskia Stremming  
DOC | \*audiobook | ebooks | Download PDF | ePub



 Download

 Read Online

Produktinformation - Verkaufsrang: #2254467 in Bcher Veröffentlicht am: 2009-02-09 Abmessungen: 8.86 x .51b x 6.18l, Einband: Taschenbuch 199 Seiten | File size: 51.Mb

**Von Eva Bamberg, Jan Dettmers, Claudia Marggraf-Micheel, Saskia Stremming : Innovationen in Organisationen - der Kunde als König?** before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Innovationen in Organisationen - der Kunde als König?:

Kundenrezensionen Hilfreichste Kundenrezensionen 0 von 0 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Sehr lesenswert für die Innovationsförderung von KMUVon Dr. Bettina Fieber Innovationen sind ein wesentlicher Faktor für die Zukunftsfähigkeit von Unternehmen. Mit praxisnahen Fallbeispielen eingeleitet beschreiben die Autoren in diesem wirklich lesenswerten Buch, wie unterschiedliche Akteure Innovationen fördern können. Dies geschieht in unterschiedlichen Bereichen: durch Anregungen von Kundenseite durch ihre Einbeziehung in den Innovationsprozess,

durch die Organisationskultur, deren Strukturen innovationsförderlich sein können oder sie hemmen. Der dritte Faktor, das sogenannte Aufgabenverständnis der Mitarbeiter trägt ebenso entscheidend dazu bei, ob Innovationen von Kundenseite weiter geleitet werden oder versickern. Unternehmen werden angeregt, Innovationen nicht nur intern zu suchen, sondern sich dem bereits beginnenden Prozess der Open Innovation anzuschließen: der Einbeziehung von Kunden, Lieferanten und dem gesamten Umfeld des Unternehmens. Unterschiedliche Ansätze für die Innovationsförderung werden ebenso fundiert dargestellt wie die gängigen Innovationserkenntnisse. Besonders interessant ist das Buch für KMU und daher auch besonders diesen zu empfehlen, da auch - was für ein Buch über Innovationen eine ungewöhnliche Sichtweise ist - Handwerksbetriebe und ihre Möglichkeiten der Innovationsförderung vorgestellt werden. Nach der Lektüre wird der Leser verstehen, weshalb es so wichtig ist, nicht nur die eigenen Mitarbeiter in den Innovationsprozess mit einzubeziehen, sondern auch die Kunden. Eine Organisationskultur, die Fehler erlaubt statt bestraft wirkt allemal innovationsförderlicher und die Mitarbeiter werden motivierter als in anderen Kulturen sein. Nur diese motivierten Mitarbeiter geben Vorschläge weiter und sind Garant für einen höheren Umsatz und das Fortbestehen des Unternehmens. Alles in allem: sehr lesenswert für Führungskräfte, Manager und Unternehmer, die ihr Unternehmen innovativ aufstellen wollen.

Kurzbeschreibung Innovationen und Veränderungsprozesse sind zu einem Muss für Organisationen geworden. Vorteile hinsichtlich Marktposition und Leistungsfähigkeit der Organisationsmitglieder hängen davon ab, wie Veränderungen geplant, gesteuert und durchgeführt werden. Wesentlich dabei ist die Einbeziehung derjenigen, die die Leistungen der Organisation in Anspruch nehmen: der Kunden, Klienten, Patienten. Ihre Kritik, ihre Beschwerden und Ideen können Veränderungen stimulieren oder beeinflussen. Im Buch werden Modelle und Studien zu Innovationen, zu Einflussfaktoren von Innovationen und zu der Rolle des Kunden diskutiert, Interventionen zur Förderung von Innovationen werden vorgestellt. Nach einem Überblick werden konkrete Methoden von innovationsbezogenen Interventionen, die auch zur Förderung von Innovationen in Klein- und Mittelbetrieben sowie von Handwerksbetrieben geeignet sind, dargestellt. Damit ist das Werk ein nützliches Hilfsmittel zur Unterstützung von Innovationen in Organisationen.