

## Innovations- und Organisationsmanagement



## Inhalt

- **Einführung in Innovation und Organisationsmanagement**
- **Arten und Dimensionen der Innovation**
- **Der Innovationsprozess**
- **Organisatorische Förderfaktoren und Barrieren**
- **Strategisches Innovationsmanagement**

## Einführung in Innovation und Organisationsmanagement



Innovation ist in der heutigen sich schnell verändernden Welt unverzichtbar. Sie ist ein zentraler Treiber für **wirtschaftliches Wachstum, Wettbewerbsfähigkeit und Anpassungsfähigkeit**. Innovation hilft Organisationen, auf neue Herausforderungen wie digitale Transformation, Nachhaltigkeit und den Wandel der Arbeitswelt zu reagieren. Berufsbildungssysteme müssen sich diesen Veränderungen anpassen.

Das Organisationsmanagement spielt eine entscheidende Rolle, indem es Strukturen schafft, die Innovation ermöglichen. Es geht darum, Strategien, Systeme und Kulturen zu entwickeln, die Innovation fördern und gleichzeitig Risiken steuern.

Innovation bezeichnet die erfolgreiche Entwicklung, Aneignung und Umsetzung von Neuheiten. Im Gegensatz zur Erfindung, die eine Idee oder ein Produkt hervorbringt, setzt Innovation reale Anwendung und Wirkung voraus. Innovation ist geprägt durch Unsicherheit, iteratives Lernen und Zusammenarbeit über Abteilungen oder Organisationen hinweg.



### Zentrale Merkmale von Innovation:

- Neuheit und Wertschöpfung.
- Anwendung und Skalierbarkeit.
- Lernen, Risikobereitschaft und Anpassungsfähigkeit.

## Arten und Dimensionen der Innovation



Es gibt verschiedene Arten von Innovationen, die jeweils unterschiedlichen strategischen Zwecken dienen:

- **Sustaining Innovation** : schrittweise Verbesserungen bestehender Produkte oder Dienstleistungen (z. B. Smartphone-Upgrades).
- **Breakthrough Innovation** : Radikale technologische Fortschritte mit Potenzial für eine Transformation der Branche (z. B. Elektrofahrzeuge).
- **Disruptive Innovation** : Einführung einfacherer, kostengünstigerer Lösungen, die neue Märkte schaffen (z. B. Streaming-Dienste im Vergleich zu Kabelfernsehen).
- **Basic Research** : Erkenntnisgewinn ohne unmittelbare kommerzielle Anwendung (z. B. akademische oder staatlich finanzierte Forschung).

In Organisationen kann Innovation in verschiedenen Dimensionen stattfinden:

- **Produktinnovation** : Neue Waren oder Dienstleistungen.
- **Prozessinnovation** : Verbesserte Arbeitsabläufe und Produktionsmethoden.
- **Geschäftsmodellinnovation** : Neue Wege zur Wertschöpfung und Umsatzgenerierung.
- **Organisatorische Innovation** : Änderungen in Struktur, Kultur und Personalpraktiken.



## Der Innovationsprozess

## Von der Idee zur Wirkung

Der Innovationsprozess ist typischerweise iterativ und umfasst die folgenden Phasen:

- 1. Ideenfindung:** Erkennen von Chancen oder Problemen.
- 2. Konzeptentwicklung:** Verfeinerung und Bewertung von Ideen.
- 3. Prototyping:** Erstellen eines vorläufigen Modells oder Piloten.
- 4. Umsetzung:** Einführung der Innovation in die Praxis.
- 5. Skalierung:** Ausweitung der Nutzung und Wirkung.



## Innovationsmethoden

Verschiedene Rahmenbedingungen unterstützen die Innovationsentwicklung:

- **Design Thinking** : Menschzentrierter Ansatz, der Empathie, Experimentieren und Feedback betont.
- **Lean Startup** : Konzentriert sich auf schnelle Iteration durch Build-Measure-Learn-Zyklen.
- **Agiles Management** : Fördert Zusammenarbeit und Reaktionsfähigkeit durch kurze Entwicklungszyklen.



## Innovationshemmnissen können gehören:

- Widerstand gegen Veränderungen.
- Unzureichende Finanzierung oder Ressourcen.
- Starre Organisationsstrukturen.

## Lösungsansätze:

- Schaffung sicherer Räume für Experimente.
- Kontinuierliche Qualifizierung und Unterstützung.
- Ermächtigung von Innovationsteams mit Entscheidungsfreiheit.



## Organisatorische Förderfaktoren und Barrieren

## Aufbau einer Innovationskultur

Eine innovationsfreundliche Kultur fördert Neugier, Autonomie und kontinuierliche Verbesserung. Zu den Merkmalen gehören:

- Akzeptanz von Misserfolgen als Teil des Lernens.
- Offene Kommunikation und Transparenz.
- Anerkennung und Belohnung für kreative Beiträge.



## Rolle der Führung

Führung ist entscheidend für die Gestaltung und Aufrechterhaltung eines innovationsfreundlichen Umfelds:

- Vermittlung einer klaren Vision.
- Bereitstellung von Ressourcen.
- Offenheit für Experimente und Feedback.



## Strukturelle und systemische Förderfaktoren

Die Organisationsgestaltung kann Innovationen entweder fördern oder behindern:

- Flache Hierarchien ermöglichen schnellere Entscheidungsprozesse.
- Funktionsübergreifende Teams fördern unterschiedliche Perspektiven.
- Spezielle Innovationseinheiten helfen bei der Koordinierung der Bemühungen.



## Überwindung von Barrieren in der Praxis



Um internen Widerstand zu begegnen:

- Veränderungsagenten und Innovationsbeauftragte einsetzen.
- Bereichsübergreifende Zusammenarbeit fördern.
- Innovationsworkshops zur Ideenentwicklung durchführen.

## Strategisches Innovationsmanagement

## Entwicklung einer Innovationsstrategie

Eine Innovationsstrategie definiert, wie ein Unternehmen Innovationen vorantreiben möchte. Sie umfasst:

- Ausrichtung von Vision und Mission.
- Klare Innovationsziele und -prioritäten.
- Messrahmen und Feedbacksysteme.

## Innovationskennzahlen

Evaluation von Innovationen erfordert Input- und Outputmessung:

- Inputs: Investitionen, Schulungszeit, beteiligtes Personal.
- Outputs: Anzahl erfolgreicher Innovationen, Nutzungsralten, Lernerfolge.



## Innovationsökosysteme



Innovation entsteht oft in Netzwerken:

- Kooperationen mit Unternehmen, Hochschulen oder Behörden.
- Teilnahme an Innovationsclustern.
- Gemeinsame Entwicklung mit Nutzern (z. B. Auszubildende, Lehrkräfte, Betriebe).

## Kontinuierliche Verbesserung einbetten

Nachhaltige Innovation erfordert kontinuierliches Lernen:

- Regelmäßige Evaluationen.
- Feedback von Personal und Lernenden.
- Lernen aus Erfolgen und Misserfolgen.



## Quellen :

- (1) Brown, T. (2009). Change by Design: How Design Thinking Creates New Alternatives for Business and Society. Harvard Business Press.
- (2) Chesbrough, H. W. (2003). Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology. Harvard Business Press.
- (3) Christensen, C. M. (1997). The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail. Harvard Business Review Press.
- (4) European Commission. (1995). Green Paper on Innovation. Brussels.
- (5) Mazzucato, M. (2018). The Entrepreneurial State: Debunking Public vs. Private Sector Myths. Penguin.
- (6) Satell, G. (2017). Mapping Innovation: A Playbook for Navigating a Disruptive Age. McGraw-Hill Education.
- (7) Tidd, J., & Bessant, J. (2020). Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change (7th ed.). Wiley.



**Remote  
Health**



**Co-funded by  
the European Union**

©Remote Health EU, 2025, gefördert durch Erasmus+

Autorin: Lulu Jiang, Joy of Learning–Gesundheitsbildung,  
Lerntherapie & Entwicklungsförderung München eV

Gestaltung: Lulu Jiang, Joy of Learning–Gesundheitsbildung,  
Lerntherapie & Entwicklungsförderung München eV

Illustrationen mit Genehmigung von Canva

[www.remote-health.eu](http://www.remote-health.eu)