



**INNOVATIONSMANAGEMENT**

© 2010 IQxperts GmbH. All rights reserved.

No part of this publication may be reproduced or transmitted in any form or for any purpose without the express permission of IQxperts GmbH.

The information contained herein may be changed without prior notice.

First Published , June 2010 by IQxperts GmbH

For more information on the concepts and related tools, templates, manuals and software in this document, please visit our website at [www.iqxperts.com](http://www.iqxperts.com).

Specials agreements are available for institutes, universities and other organizations. For more information, please email [contact@iqxperts.com](mailto:contact@iqxperts.com)

© 2010 IQxperts GmbH. Alle Rechte vorbehalten.

Weitergabe und Vervielfältigung dieser Publikation oder von Teilen daraus sind, zu welchem Zweck und in welcher Form auch immer, ohne die ausdrückliche schriftliche Genehmigung durch IQxperts GmbH nicht gestattet.

In dieser Publikation enthaltene Informationen können ohne vorherige Ankündigung geändert werden.

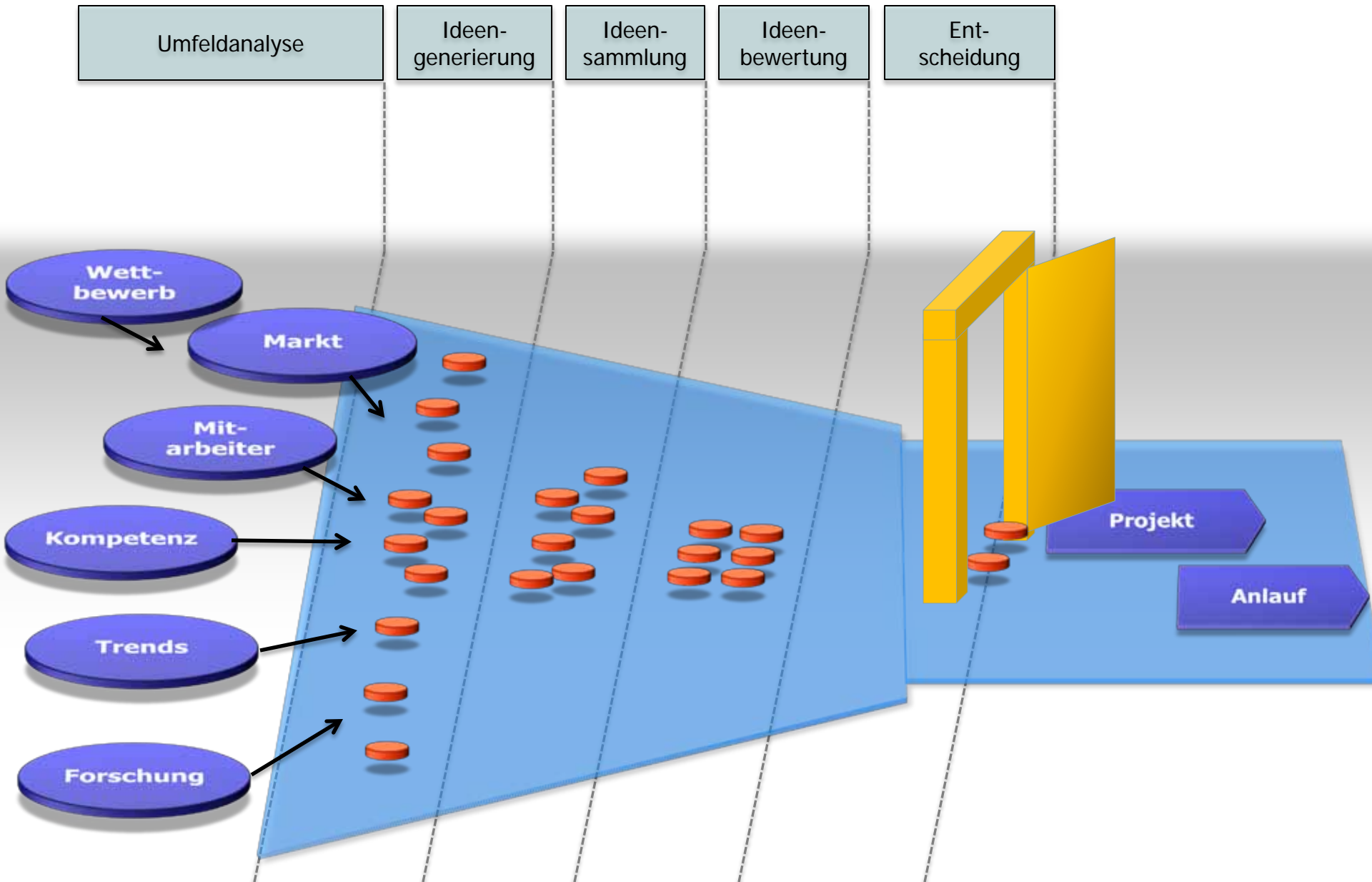
Erste Veröffentlichung Juni 2010 , IQxperts GmbH

Für zusätzliche Information zum Inhalt und zu Checklisten, Vorlagen, Handbücher und Software besuchen Sie bitte unsere Website [www.iqxperts.com](http://www.iqxperts.com).

Spezielle Vereinbarungen für Institute, Universitäten und andere Organisationen sind möglich. Kontaktieren Sie uns bitte per E-Mail unter [contact@iqxperts.com](mailto:contact@iqxperts.com)



Unter Innovationsmanagement versteht man die systematische Generierung, Planung, Steuerung und Verwertung von Ideen zur Gewährleistung der Profitabilität und des Wachstums der Unternehmung in der Zukunft.





- die Stimme des Kunden wird nicht ausreichend gehört
- viel zu viele Ideen ohne Fokus
- fehlende Teamorganisation bei der Bearbeitung der Ideen/Projekte
- fehlende Kompetenz die Ideen auch umzusetzen
- Ideen werden durch „Management-Injections“ von einzelnen Führungspersonen getrieben
- fehlende Fakten und Daten



...schaffen es manche Unternehmen immer wieder erfolgreich neue Produkte auf den Markt zu bringen – und andere nicht?

...sind manche Unternehmen scheinbar mühelos zum richtigen Zeitpunkt mit Ihren Produkten am Markt?

...Neuentwicklungen immer wieder durch negative wirtschaftliche Performance auffallen



- hohe Trefferquote bei der Kundenakzeptanz
- schneller im Markt
- zum richtigen Zeitpunkt im Markt
- wirtschaftlich erfolgreiche Produkte

