

Kurt Schori
Claudia Taverna

Innovationsmanagement im öffentlich-rechtlichen Bereich

Haupt Verlag
Bern • Stuttgart • Wien

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	9
1. Einleitung	11
1.1 Ausgangslage und Problemstellung	11
1.2 Besondere Problemstellung in der öffentlichen Verwaltung	14
1.2.1 Einbettung in ein politisches Umfeld.	14
1.2.2 Das Gesetz als Auftraggeber und Hemmnis	15
1.2.3 Der Service Public als Hauptaufgabe	16
1.2.4 Das Dilemma der Finanzierung	16
1.2.5 Personalpolitik	17
1.2.6 Anforderungsprofil und Persönlichkeitsstruktur der Mitarbeiter	18
1.2.7 Bedarf nach wirtschaftlichem Handeln	19
2. Innovationen und Innovationsmanagement im öffentlich-rechtlichen Umfeld	21
2.1 Die Bedeutung der Innovation	21
2.2 Merkmale einer Innovation	24
2.3 Ziele und Chancen der Innovation	26
2.4 Innovationsarten	26
2.5 Innovationsmanagement in einem öffentlichen Betrieb	28
2.5.1 Die Rahmenbedingungen.	29
2.5.2 Der Innovationsprozess	32
2.6 Die Besonderheit der Dienstleistungsinstitution	33
2.7 Die Charakteristika von Dienstleistungen	35
3. Innovationsstrategie	37
3.1 Herausforderungen/Risiken	37
3.2 Unternehmensstrategie/Innovationsstrategie	38
3.3 Auslöser von Innovationen	40
3.4 Elemente einer Innovationsstrategie	43
3.5 Formulierung einer Innovationsstrategie	45
3.5.1 Bezug zu Aussagen der Unternehmens- oder Bereichsstrategie	46
3.5.2 Aufbau/Weiterentwicklung einer Innovationskultur	46

3.5.3	Aufbau/Weiterentwicklung eines Innovationsprozesses	47
3.5.4	Aufbau/Weiterentwicklung der Innovationsstruktur	47
3.5.5	Zielsetzungen/Meilensteine	48
3.6	Beispiele von Innovationsstrategien aus öffentlichen Betrieben	49
3.6.1	Nationale Innovationsstrategien (Frankreich, Finnland)	49
3.6.2	Regionale Innovationsstrategien (Zentralschweiz, Länder Berlin und Nordrhein-Westfalen, Kanton Wallis)	50
3.6.3	Lokale Innovationsstrategien (Barcelona, Manchester, Helsinki).	52
3.6.4	Innovationsstrategien auf Ebene Verwaltung.	53
4.	Innovationskultur	56
4.1	Die Unternehmensphilosophie	56
4.2	Öffentliche Betriebe und die Politik.	60
4.3	Personelle Voraussetzungen	62
4.3.1	Personalrekrutierung	63
4.3.2	Raum für Neues im Betrieb	64
4.3.3	Dienstleistungsmentalität und Transparenz	65
4.3.4	Attraktivität, Wetteifer und der Wille zur Optimierung.	65
4.4	Vernetzung und Partnerschaft.	66
5.	Der Innovationsprozess	72
5.1	Die einzelnen Schritte des Innovationsprozesses	72
5.1.1	Ideengenerierung und Ideensammlung	72
5.1.2	Ideenerfassung und Ideenspeicherung.	74
5.1.3	Screening	76
5.1.4	Bewertung	77
5.1.5	Auswahl	78
5.1.6	Umsetzung	81
5.1.7	Einführung	82
5.1.8	Controlling.	83

6. Innovationsstruktur	85
6.1 Der ganze Betrieb als Innovationsstruktur	86
6.1.1 Organisation	86
6.1.2 Ressourcen	89
6.1.3 Infrastruktur	90
6.2 Organisationseinheit Innovationsmanagement	91
6.2.1 Interne Ad-hoc-Innovationsteams	92
6.2.2 Ständige Innovationspartner	93
6.2.3 Open Innovation	96
6.2.4 Externe Innovationsmanager	101
6.3 Wahl der geeigneten Innovationsstruktur	102
7. Best Practice aus Umfrage	105
7.1 Innovationsstrategie	105
7.2 Innovationskultur	106
7.3 Innovationsprozess	108
7.4 Innovationsstruktur	109
7.5 Allgemeine Innovationsförderer und –hemmer	110
8. Erfolgsfaktoren im Innovationsmanagement	112
8.1 Beim Aufbau des Innovationsmanagements	113
8.2 Für eine nachhaltige Innovationsarbeit	113
Literaturverzeichnis	115
Verwendete Weblinks	117
Verzeichnis der Grafiken	118
Annex	119