

Burkhard von Freyberg • Axel Gruner • Laura Schmidt

Innovationen managen

in Hotellerie und Gastronomie

MATTHAES VERLAG GMBH
Ein Unternehmen der dfv Mediengruppe

INHALT

12		1 INNOVATION VERSTEHEN
		1.1 Unerlässlichkeit und bedeutende Auslöser von Innovationen
31		1.2 Aktuelle Tragweite des Innovationsmanagements in der Hospitality-Industrie
34		1.3 Der Begriff des Innovationsmanagements
48		1.4 Wie Herausforderungen bei der Innovationstätigkeit zu meistern sind
60		2 INNOVATION PLANEN
		2.1 Obligatorisches Grundwissen
73		2.2 Die Innovationsstrategie als Weg zum Innovationserfolg
82		2.3 Erfolgsfaktor Mitarbeiter
94		3 INNOVATION ENTWICKELN
		3.1 Einen individuellen Innovationsprozess gestalten und verfolgen
103		3.2 Systematisch neue Ideen gewinnen
129		3.3 Gewonnene Ideen bewerten, auswählen und testen
142		4 INNOVATION UMSETZEN
144		4.1 Letzter Halt: Markterfolg – einen innovationsspezifischen Umsetzungsplan entwickeln und einhalten
148		4.2 Tue Innovatives und sprich darüber
160		4.3 Der Gefahr von Imitationen begegnen
163		4.4 Ideen mithilfe von professionellen Innovationsworkshops erfolgreich umsetzen
182		5 INNOVATION STEUERN UND EVALUIEREN – INNOVATIONSCONTROLLING
		5.1 Grundlagen und Instrumente der kontinuierlichen Prozesssteuerung
188		5.2 Grundlagen und Dimensionen der abschließenden Erfolgskontrolle
196		6 VON ERFOLGREICHEN INNOVATOREN LERNEN
197		6.1 Product
206		6.2 Price
213		6.3 Place
216		6.4 Promotion
221		6.5 Process
230		6.6 People
235		6.7 Physical Environment
252		7 LAST, BUT NOT LEAST
253		Quellenverzeichnis
262		Die Autoren
264		Impressum