

Dirk-Michael Fleck

Unternehmerisches Innovationspotential aus kultureller Diversität

recht-wirtschaft-steuern

igel
VERLAG

Dirk-Michael Fleck

Unternehmerisches Innovationspotential aus kultureller Diversität

IGEL Verlag

Dirk-Michael Fleck

Unternehmerisches Innovationspotential aus kultureller Diversität

1. Auflage 2009 | ISBN: 978-3-86815-323-1

© IGEL Verlag GmbH , 2009. Alle Rechte vorbehalten.

Dieses eBook wurde nach bestem Wissen und mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt. Im Hinblick auf das Produkthaftungsgesetz weisen Autoren und Verlag darauf hin, dass inhaltliche Fehler und Änderungen nach Drucklegung dennoch nicht auszuschließen sind. Aus diesem Grund übernehmen Verlag und Autoren keine Haftung und Gewährleistung. Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr.

Abbildungsverzeichnis	III
Abkürzungsverzeichnis	V
1 Einleitung	1
2 Innovation im globalen und kulturellen Kontext	2
2.1 Geschichte der Kreativität und des Innovationsgedankens	2
2.1.1 Heutige Definition von Kreativität und Innovation	4
2.2 Innovation, wichtiger Wachstums- und Überlebensfaktor im globalen Markt	9
2.3 Messgröße für Innovation: Summary Innovation Index	11
2.4 Kaizen versus revolutionäre Neuentwicklung	16
2.4.1 Kaizen, ein Stück japanische Kultur auf die westliche Wirtschaftswelt übertragen	19
2.5 Schutz der Innovationen durch IPR und Patente	21
3 Kulturelle Werte als Innovationsquelle	23
3.1 Historische Entwicklung des Zusammenhangs von kultureller Diversität und Innovation	23
3.2 Kulturelle Werte und mentale Programmierung	24
3.2.1 Das ökokulturelle Modell	26
3.2.2 Die Ressource „Mentefakten“ (Eisberg- Modell)	27
3.3 Unterschiede beim Problemlösen von mono- und multikulturellen Gruppen	28
3.3.1 Psychologische Betrachtungsweise des Problemlösens in Gruppen	28
3.3.2 Problemlösen im unternehmerischen Umfeld	29
3.3.3 Unterschiede im Umgang mit Risiko	31
3.3.4 Unterschiede im Innovationsgrad	31
3.3.5 Unterschiedliche Effizienz von kollektivistische und individualistische Gruppen	31
3.4 Höheres Konfliktpotential im Innovationsprozess	33
3.5 Erkenntnisse aus dem Problemlösungsverhalten multikultureller Gruppen	33
4 Einfluss kultureller Diversität auf den Innovationsprozess	35
4.1 Potentieller Wettbewerbsvorteil durch größere Innovationskraft multikultureller Teams	36
4.2 Schritte und Reichweite des Innovationsprozesses	37
4.3 Marktanalyse und lokale Marktkenntnisse	38
4.4 Innovation braucht viele Ideen	38
4.4.1 Ideenbewertung und Umsetzung	40

4.5	Bewertung kultureller Einflüsse während der Phase der Produktentwicklung	40
4.6	Kulturelles Wissen, entscheidender Faktor für innovatives Produktmarketing und Marktinnovationen	41
4.6.1	Beispiel „Rivella“: Eine innovative, kulturbasierenden Produktidee	42
4.6.2	Beispiel: Frühstücksbutter, an die Kultur angepasste Marketingkommunikation	43
4.7	Multikultur fördert Innovation, kann jedoch die Effizienz mindern	44
5	HCM - wichtigster Erfolgsfaktor für den multikulturellen Innovationsprozess	46
5.1	Ein auf Wertwachstum ausgerichtetes HCM	46
5.1.1	Open- Innovation im wertebasierenden HCM- System	48
5.2	Bedeutung der Unternehmenskultur für den multi-kulturellen Innovationsprozess	48
5.3	Innovationsfördernde Unternehmenskultur	50
5.4	Anforderungen an den Mitarbeiter	51
5.4.1	Interkulturelle Kompetenzen	51
5.4.2	Mitarbeiterfähigkeiten zur Innovationssteigerung	52
5.4.3	Mitarbeiteranforderungen aus der kombinierten interkulturellen und innovativen Zusammenarbeit	54
5.5	Mitarbeiterentwicklung für die Zusammenarbeit mit anderen Kulturen	56
5.5.1	Auslandseinsatz als Entwicklungsmaßnahme für den Mitarbeiter	56
5.5.2	Interkulturelles Training zur Weiterentwicklung von Mitarbeitern	57
5.6	Wie lässt sich die interkulturelle Innovationsleistung im Unternehmen steigern? – Beispiel mit Balanced Scorecard	58
	Literaturverzeichnis	67
	Internetquellen	71

Abbildungsverzeichnis

<i>Abbildung 1: Individuelle Kreativität in einem zielgerichteten Innovationsprozess führen zu Innovationen</i>	6
<i>Abbildung 2: „Innovationsfähigkeit verschiedener Länder</i>	10
<i>Abbildung 3: Indikatoren des Summary Innovation Index (SII) nach dem EIS</i>	12
<i>Abbildung 4: Innovationsleistung verschiedener Länder im europäischen Vergleich.</i>	13
<i>Abbildung 5: Effizienz bei der Umsetzung von Innovationen</i>	14
<i>Abbildung 6: Verhältnis der im Unternehmen durch R&D generierte Innovationen und hinzu gekaufter Innovation</i>	16
<i>Abbildung 7: Innovation und Kaizen als sich ergänzende Prozessschritte</i>	20
<i>Abbildung 8: „Capsule Hotel“ in Tokio: bienenwabeförmige Schlafkabine</i>	21
<i>Abbildung 9: Drei Ebenen der mentalen Programmierung des Menschen.</i>	25
<i>Abbildung 10: Die fünf Kulturdimensionen nach Hofstede</i>	26
<i>Abbildung 11: Eisberg Modell der Kulturen nach Sharon Ruhly (1976)</i>	27
<i>Abbildung 12: Einflüsse von Diversität auf den Gruppenprozess und das Ergebnis in einer Unternehmensorganisation</i>	36
<i>Abbildung 13: Reichweite des Innovationsmanagements.</i>	38
<i>Abbildung 14: Von der Idee bis zum Produkt, in Anlehnung an eine Umfrage von Kienbaum</i>	39
<i>Abbildung 15: Rivella, Schweizer Nationalgetränk. Nicht nur wegen der innovativen Flaschenmodelle erfolgreich.</i>	42
<i>Abbildung 16: Links: Frühstücksbutter „Rosette“. Rechts: Frühstück, nach typisch deutschen Vorstellungen.</i>	43
<i>Abbildung 17: Auf Wertsteigerung ausgerichtete HCM- System</i>	46
<i>Abbildung 18: Leistungsvermögen mono- und multikultureller Gruppen</i>	47
<i>Abbildung 19: Transformation er Unternehmenswerte</i>	50
<i>Abbildung 20: Kompetenzen für das interkulturelle Business</i>	52
<i>Abbildung 21: Anforderungen an den innovativen Mitarbeiter</i>	53
<i>Abbildung 22: Übereinstimmung der erforderlichen Mitarbeiterkompetenzen</i>	55
<i>Abbildung 23: Mitarbeiteranforderungen für die interkulturelle und innovative Zusammenarbeit.</i>	56
<i>Abbildung 24: Kurve der kulturellen Anpassung</i>	57
<i>Abbildung 25: Entwicklungsphasen des interkulturellen Lernens</i>	58

Abbildung 26: Von der Vision, zum strategischen Zielen zum operativen Handeln

60

Abbildung 28: Perspektiven der HCM- Balanced Scorecard

63

Abkürzungsverzeichnis

BSC	Balanced Scorecard
EIS	European Innovation Scoreboard
HCM	Human Capital Management
HRM	Human Resource Management
IDC	Innovative Developing Country
IP	Intellectual Property
IPR	Intellectual Property Rights
MA	Mitarbeiter
KMU	Kleinere und Mittlere Unternehmen
KVP	Kontinuierlicher Verbesserungsprozess
LCBS	Lake Constance Business School
MBA	Master of Business Administration
R&D	Research and Development
SII	Summary Innovation Index
UN	Unternehmen
WS	Workshop