

# Inhalt

<b>Vorwort</b>	<b>6</b>
<b>1. Was bedeuten Innovationen für Unternehmen?</b>	<b>9</b>
Was sind Innovationen?	10
Was beinhaltet der Innovationsprozess?	16
Was versteht man unter Innovationsmanagement?	19
Welche Faktoren beeinflussen den Erfolg?	20
<b>2. Kommunikation für Innovationen</b>	<b>33</b>
Interne und externe Unternehmenskommunikation	34
Kommunikation als Teil des Innovationsprozesses	45
Innovationen als Thema der Unternehmenskommunikation	49
<b>3. Praxisbeispiele für Innovationskommunikation</b>	<b>63</b>
Innovationen und Employer Branding	64
thyssenkrupp Elevator – der Aufzug ohne Seile	68
Westerwald Bank – Filiale der Zukunft	74
<b>Sieben Erfolgsregeln der Innovationskommunikation</b>	<b>84</b>

<b>Fast Reader</b>	<b>87</b>
<b>Die Autorin</b>	<b>91</b>
<b>Weiterführende Literatur</b>	<b>92</b>
<b>Register</b>	<b>96</b>