

# Grundlagen des Innovationsmanagements

Hans Corsten  
Ralf Gössinger  
Herfried Schneider

Verlag Franz Vahlen München

# Inhaltsverzeichnis

<b>Vorwort</b> .....	<b>V</b>
<b>Abbildungsverzeichnis</b> .....	<b>XIII</b>
<b>1 Grundlegungen</b> .....	<b>1</b>
1.1 Begriffliches.....	1
1.1.1 Forschung und Entwicklung.....	1
1.1.2 Innovation.....	10
1.1.2.1 Ergebnisorientierte Betrachtung.....	11
1.1.2.1.1 Erscheinungsformen.....	13
1.1.2.1.2 Neuheitsgrad.....	16
1.1.2.1.3 Innovationserfolg.....	26
1.1.2.2 Prozeßorientierte Betrachtung.....	30
1.1.2.2.1 Induktionsmechanismen.....	30
1.1.2.2.2 Phasenmodelle.....	32
1.1.3 Beziehungen zwischen Innovations-, F & E- und Technologiemanagement.....	38
1.1.4 Der Unternehmer als Innovator.....	42
1.2 Organisationale und personale Aspekte.....	48
1.2.1 Strukturvariablen der Organisation.....	48
1.2.2 Ausgewählte organisatorische Ansätze.....	56
1.2.2.1 Gruppenorganisation.....	58
1.2.2.2 Promotoren.....	65
1.2.3 Unternehmungskultur.....	77
1.2.4 Information und Kommunikation.....	84
1.2.5 Anreizsysteme.....	88
1.3 Generierung von Innovationen.....	95
1.3.1 Erschließung von Wissensquellen.....	95

1.3.1.1	Kreativität.....	95
1.3.1.1.1	Ausprägungen.....	95
1.3.1.1.2	Einflußgrößen.....	98
1.3.1.1.3	Methodengestützte Ideenfindung.....	102
1.3.1.1.3.1	Intuitive Methoden.....	104
1.3.1.1.3.1.1	Brainstorming.....	104
1.3.1.1.3.1.2	Brainwriting.....	109
1.3.1.1.3.1.3	Synektik.....	110
1.3.1.1.3.2	Diskursiv-analytische Methoden.....	115
1.3.1.1.3.2.1	Mind Mapping.....	115
1.3.1.1.3.2.2	Morphologischer Ansatz.....	117
1.3.1.2	Zugang zu externem Wissen.....	122
1.3.1.2.1	Schaffung von neuem Wissen.....	123
1.3.1.2.1.1	Vertrags-und Auftragsforschung.....	123
1.3.1.2.1.2	F & E-Kooperationen.....	125
1.3.1.2.2	Nutzung von vorhandenem Wissen.....	135
1.3.1.2.2.1	Lizenznahme.....	136
1.3.1.2.2.2	Akquisition.....	153
1.3.1.2.2.2.1	Unternehmungsakquisition.....	153
1.3.1.2.2.2.2	Akquisition von Schlüsselerfindern.....	156
1.3.1.2.2.3	Imitation.....	159
1.3.2	Gestaltung integrativer Innovationsprozesse.....	164
1.3.2.1	Funktionale Integration.....	164
1.3.2.2	Integrationskonzepte mit spezifischem Fokus.....	168
1.3.2.2.1	Kundenintegration.....	168
1.3.2.2.1.1	Grundidee.....	168
1.3.2.2.1.2	Kundenauswahl als Gestaltungsaufgabe....	176
1.3.2.2.1.3	Toolkit for user innovation als Integrationsinstrument.....	180

1.3.2.2.2	Simultaneous Engineering.....	182
1.3.2.2.2.1	Grundidee.....	182
1.3.2.2.2.2	Kernelemente.....	187
1.3.2.2.2.3	Effekte.....	191
14	Ausbreitung von Innovationen.....	199
1.4.1	Einflußgrößen.....	199
1.4.1.1	Merkmale des Adoptionsobjekts.....	201
1.4.1.2	Merkmale des Adoptionssubjekts.....	207
1.4.1.3	Merkmale der Adoptionsumwelt.....	215
1.4.2	Diffusionsmodelle.....	217
1.4.2.1	Überblick.....	217
1.4.2.1.1	Mikroökonomische Diffusionsmodelle.....	218
1.4.2.1.2	Makroökonomische Diffusionsmodelle.....	221
1.4.2.2	Grundlegende Modellformulierungen.....	224
<b>2</b>	<b>Strategisches Innovationsmanagement.....</b>	<b>233</b>
2.1	Zum Strategieverständnis.....	233
2.2	Ziele im strategischen Innovationsmanagement.....	240
2.2.1	Grundlagen.....	240
2.2.2	Zielbildungsprozeß.....	242
2.3	Aufgabenfelder.....	247
2.3.1	Umweltanalyse.....	248
2.3.1.1	Globale Umweltanalyse.....	248
2.3.1.2	Spezifische Umweltanalyse.....	252
2.3.2	Unternehmensanalyse.....	255
2.4	Timing-Strategien.....	258
2.4.1	Markteintritts-Timing.....	258
2.4.1.1	Wahl des Markteinführungszeitpunktes.....	258
2.4.1.2	Vorankündigung.....	278
2.4.2	Entwicklungs-Timing.....	283
2.4.3	Kombinierte Timing-Strategien.....	285

2.5	Instrumente.....	290
2.5.1	Technologieprognose.....	290
2.5.1.1	Expertenbefragung.....	292
2.5.1.2	Delphimethode.....	292
2.5.1.3	Szenariotechnik.....	295
2.5.1.4	Analogieverfahren.....	303
2.5.1.5	Relevanzbaumverfahren.....	305
2.5.1.6	Cross-Impact-Analyse.....	310
2.5.1.7	Kombinativer Einsatz von Instrumenten.....	317
2.5.2	Technologie-Roadmapping.....	319
2.5.3	Cognitive maps.....	321
2.5.4	Gap-Analyse.....	330
2.5.5	Stärken/Schwächen-Analyse.....	332
2.5.6	Lebenszyklusmodelle.....	337
2.5.6.1	S-Kurven-Konzept als Grundlage.....	337
2.5.6.2	Technologielebenszyklus.....	345
2.5.6.3	Branchenlebenszyklus.....	348
2.5.6.4	Modelle zur Erfassung technologischer Diskontinuitäten.....	359
2.5.6.4.1	Trendbruchdilemma.....	359
2.5.6.4.2	Typologien.....	361
2.5.7	Portfolioanalyse.....	365
2.5.7.1	Technologie-Portfolio.....	366
2.5.7.2	Patent-Portfolio.....	373
2.5.7.3	Bezugsquellen-Portfolio.....	379
2.5.7.4	Integrative Portfolios.....	382
<b>3</b>	<b>Taktisch/operatives Innovationsmanagement.....</b>	<b>397</b>
3.1	Projektbegründende Entscheidungen.....	397
3.1.1	Projektbeurteilung.....	397
3.1.1.1	Eindimensionale Verfahren.....	398

3.1.1.2	Mehrdimensionale Verfahren.....	402
3.1.1.2.1	Vergleich kriterienbezogener Zielerreichungsgrade.....	404
3.1.1.2.2	Vergleich der Gesamtzielerreichungsgrade . . .	406
3.1.1.2.2.1	Nutzwertanalyse.....	407
3.1.1.2.2.2	Data Envelopment Analysis.....	411
3.1.1.2.2.3	Analytic Hierarchy Process.....	414
3.1.2	Projektauswahl.....	419
3.1.3	Budgetierung.....	427
3.2	Management von Innovationsprojekten.....	431
3.2.1	Organisation von Innovationsprojekten.....	432
3.2.1.1	Eingliederung von Innovationsprojekten in die bestehende Organisation.....	432
3.2.1.2	Organisatorische Gestaltung des Projektbereiches.....	437
3.2.2	Planung von Innovationsprojekten.....	440
3.2.3	Projektkontrolle und -Steuerung.....	452
3.2.3.1	Meilensteintrendanalyse.....	454
3.2.3.2	Integrierte Kosten-Zeit-Leistungsbetrachtung . . . . .	457
3.2.3.3	Projektstatusanalyse.....	460
3.2.4	Projektberichtswesen.....	463
3.3	Instrumente.....	466
3.3.1	Methode des planmäßigen Erfindens.....	466
3.3.2	Ishikawa-Diagramm.....	477
3.3.3	Fehler-Möglichkeiten- und Einflußanalyse.....	481
3.3.4	Quality Function Deployment.....	485
3.3.5	Conjoint-Analyse.....	493
3.3.6	Target Costing.....	501
3.3.7	Wertanalyse.....	514
	<b>Literaturverzeichnis.....</b>	<b>521</b>
	<b>Stichwortverzeichnis.....</b>	<b>589</b>