

Rainer Völker • Sigrid Sauer  
Monika Simon

# Wissensmanagement im Innovationsprozess

Mit 79 Abbildungen und 17 Tabellen

HOCHSCHULE  
LIECHTENSTEIN  
Bibliothek

Physica-Verlag

Ein Unternehmen  
von Springer

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Einleitung.....</b>	<b>1</b>
1.1	Herausforderung Wissensmanagement im Innovationsprozess.....	1
1.2	Ziel der Arbeit.....	3
1.3	Forschungskonzeption.....	4
1.3.1	Technologieintensive KMU als Forschungsobjekte.....	4
1.3.2	Forschungsmethodik.....	9
1.4	Aufbau der Arbeit.....	13
<b>2</b>	<b>Innovationsmanagement.....</b>	<b>15</b>
2.1	Grundlagen.....	15
2.1.1	Begriffe.....	15
2.1.2	Messung des Innovationserfolges.....	18
2.2	Die Elemente des Innovationsmanagements.....	19
2.2.1	Produkt-Markt-Strategie.....	20
2.2.2	Technologiestrategie.....	24
2.2.3	Plattformstrategien.....	31
2.2.4	Ideenfindung.....	33
2.2.5	Konzeption und Produktplanung.....	37
2.2.6	Projektdurchführung.....	42
2.2.7	Markteinführung.....	50
2.2.8	Planung, Steuerung und Kontrolle des Inno^ationsprogramm.....	53
<b>3</b>	<b>Wissensmanagement.....</b>	<b>59</b>
3.1	Begriffliche Grundlagen.....	59
3.1.1	Abgrenzung - Was unterscheidet Wissen von Daten und Informationen.....	59
3.1.2	Wissensarten.....	61
3.1.3	Wissensschaffung im Unternehmen.....	64

3.2	Wissensmanagement im Innovationsprozess.....	67
3.2.1	Wissen im Innovationsprozess.....	67
3.2.2	Begriff Wissensmanagement im Kontext des Innovationsmanagements.....	70
3.2.3	Der Innovationsprozess aus der Wissensperspektive.....	71
3.2.4	Systematischer Umgang mit Wissen im Innovationsprozess....	73
3.3	Faktoren eines erfolgreichen Wissensmanagement.....	80
3.4	Instrumente und Methoden eines Wissensmanagements.....	85
3.4.1	Organisation- und Kommunikationsstruktur.....	85
3.4.2	Führung.....	98
3.4.3	Informationstechnologie.....	104
3.4.4	Wissensmanagementinstrumente im Überblick.....	108
3.5	Anforderungen an den zu entwickelnden Gestaltungsrahmen.....	108
<b>4</b>	<b>Wissensmanagement in der Praxis.....</b>	<b>110</b>
4.1	„Best Practices“ von Großunternehmen.....	110
4.1.1	Unternehmen der Chemiebranche.....	110
4.1.2	Automobilhersteller.....	115
4.1.3	Unternehmen der Branche Elektrotechnik/Elektronik.....	120
4.2	Zusammenfassende Betrachtung.....	125
<b>5</b>	<b>Breitenbefragung bei technologieintensiven KMU.....</b>	<b>128</b>
5.1	Hypothesen und Rahmen der empirischen Untersuchung.....	128
5.1.1	Hypothesen zum Zusammenhang zwischen unternehmensinternen Rahmenbedingungen und den Wissensbasierten Innovationsaktivitäten.....	128
5.1.2	Hypothesen zum Zusammenhang zwischen wissensbasierten Innovationsaktivitäten sowie unterstützenden Instrumenten und dem Innovationserfolg....	130
5.1.3	Hypothesen zum Einfluss von Kontextfaktoren auf wissensbasierte Innovationsaktivitäten und Innovationserfolg.....	132

5.1.4	Zusammenfassung der Hypothesen zum Untersuchungsmodell .....	133
5.2	Methodische Grundlagen der empirischen Untersuchung.....	135
5.2.1	Erhebungsinstrument.....;	135
5.2.2	Auswahl der Stichprobe.....	137
5.2.3	Erhebung der Daten „.....“: .....	138
5.2.4	Datenerfassung und Aufbereitung.....	140
5.2.5	Datenbasis der Untersuchung.....	140
5.3	Deskriptive Befunde zur Bedeutung von Wissensmanagement .....	145
5.4	Deskriptive Befunde der empirischen Untersuchung.....	151
5.4.1	Deskriptive Befunde zur Stichprobe.....;	151
5.4.2	Befunde zum Zusammenhang zwischen unternehmensinternen Rahmenbedingungen und wissensbasierten Innovationsaktivitäten .....	156
5.4.3	Befunde zu dem Zusammenhang zwischen wissensbasierten Innovationsaktivitäten und dem Innovationserfolg.....	158
5.4.4	Befunde zur Wirkung der Kontextvariablen Unternehmensgröße und Technologieintensität.....	161
5.4.5	Zusammenfassung.....	164
5.5	Empirische Ergebnisse zu den Innovationsprozessphasen.....	166
5.5.1	Methoden und Instrumente innerhalb der Produkt-Markt- Strategie.....	166
5.5.2	Methoden und Instrumente innerhalb der Technologie- Strategie.....	167
5.5.3	Methoden und Instrumente innerhalb der Ideenfindung.....	168
5.5.4	Methoden und Instrumente innerhalb der Konzeption und Planung.....	169
5.5.5	Methoden und Instrumente innerhalb der Projektdurchführung.....	169
5.5.6	Methoden und Instrumente innerhalb der Markteinführung...	170
5.6	Empirische Ergebnisse zu den Rahmenbedingungen.....	171

5.6.1	Methoden und Instrumente innerhalb der Organisations- und Kommunikationsstruktur.....	171
5.6.2	Methoden und Instrumente innerhalb der Führung.....	173
5.6.3	Methoden und Instrumente innerhalb der Informationstechnologie.....	174
<b>6</b>	<b>Gestaltungsrahmen und -empfehlungen („Leitfaden“)</b> .....	<b>176</b>
6.1	Der Gestaltungsrahmen.....	176
6.1.1	Grundstruktur.....	176
6.1.2	Grundlegende Implikationen durch die Breitenbefragung.....	178
6.2	Gestaltungsempfehlungen zu den Innovationsprozessphasen.....	179
6.3	Gestaltungsempfehlungen zu den Rahmenbedingungen.....	181
6.3.1	Organisation- und Kommunikationsstruktur.....	181
6.3.2	Informationstechnologie.....	182
6.3.3	Führung.....	183
6.4	Fallbeispiele.....	184
6.4.1	Fallbeispiel 1.....	184
6.4.2	Fallbeispiel 2.....	186
6.4.3	Fallbeispiel 3.....	194
<b>7</b>	<b>Zusammenfassung</b> .....	<b>202</b>
	<b>Anhang</b> .....	<b>205</b>
	<b>Abbildungsverzeichnis</b> .....	<b>217</b>
	<b>Tabellenverzeichnis</b> .....	<b>221</b>
	<b>Abkürzungsverzeichnis</b> .....	<b>223</b>
	<b>Literatur</b> .....	<b>224</b>