

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort.....	V
Geleitwort des Mitherausgebers	VII
Vorwort	IX
Inhaltsverzeichnis.....	XI
Abbildungsverzeichnis	XV
Tabellenverzeichnis.....	XVII
Abkürzungsverzeichnis.....	XIX
1 Problemstellung und Untersuchungsgegenstand	1
1.1 Ausgangssituation.....	1
1.2 Untersuchungsgegenstand	2
2 Forschungsfragen, Relevanz und Aufbau der Arbeit.....	5
2.1 Forschungsfragen und Zielsetzung	5
2.2 Abgrenzung.....	6
2.3 Relevanz	7
2.4 Aufbau der Arbeit	9
3 Grundlagen des Innovationsmanagements.....	11
3.1 Begriffsexplikationen	11
3.1.1 Stimulus	12
3.1.2 Idee	13
3.1.3 Opportunity (Produkt/Markt Möglichkeiten).....	14
3.1.4 Initiative	17
3.1.5 Produktkonzept und -definition.....	17
3.1.6 Invention	18
3.1.7 Innovation	19
3.1.7.1 Arten von Innovationen.....	21
3.1.7.2 Innovationsgrad	21
3.1.7.3 Subjektivität.....	23
3.1.7.4 Produktbezogene Erfolgsfaktoren	25
3.2 Der Innovationsprozess.....	26
3.2.1 Systematisierungen des NPE- Prozesses.....	26
3.2.1.1 Stage-Gate Prozess nach Cooper.....	28
3.2.1.2 NPE- Prozess radikaler Innovationen nach Veryzer.....	30
3.2.1.3 Wissensbasierter NPE-Prozess radikaler Innovationen nach Mascitelli.....	32
3.2.2 Eigenschaften des NPE- Prozesses	33
3.2.2.1 Erlös- und Kostenverlauf.....	33
3.2.2.2 Beschleunigung des NPE- Prozesses.....	35
3.2.2.3 Formalisierung des NPE-Prozesses	38

3.3	Der Front End Innovationsprozess	40
3.3.1	Systematisierungen des FEIP	41
3.3.1.1	Fuzzy Front End nach Cooper	41
3.3.1.2	Holistic Front End Model nach Khurana/Rosenthal	43
3.3.1.3	New Concept Development Model nach Koen et al.	45
3.3.2	Eigenschaften des FEIP	47
3.3.3	Erweitertes deskriptives FEIP Modell	50
3.4	Das Innovationssystem	53
3.4.1	Organisation von Innovation	53
3.4.2	Innovationsorientierte Unternehmenskultur	61
3.4.3	Innovation und Strategie	67
3.5	Synopse der Erkenntnisse der IM- Erfolgsfaktorenforschung	69
4	Konzeptioneller Bezugsrahmen	71
4.1	Theorieeinheiten	72
4.1.1	Facetten des Phänomens Initiative	72
4.1.1.1	Merkmale der Initiative nach Hauschildt	72
4.1.1.2	Initiative als Persönlichkeitsmerkmal	74
4.1.1.3	Initiative als Verhalten	77
4.1.2	Radikale Opportunity – inhaltliche Merkmale der Initiative	87
4.1.3	Personenbezogene Merkmale der Initiative – der Initiator	93
4.1.3.1	Personenmerkmale des Initiators	94
4.1.3.2	Persönlichkeitsmerkmale des Initiators	105
4.1.3.3	Motivationstheoretische Merkmale des Initiators	107
4.1.3.4	Kognitive Aspekte des Initiators	121
4.1.3.5	Die Intention zur Initiative	129
4.1.4	Arbeitsumfeldbezogene Merkmale der Initiative	130
4.1.4.1	Autonomie	131
4.1.4.2	Formalisierung	136
4.1.4.3	Organisationsweite Kommunikation der Innovativität	139
4.1.4.4	Sanktionierung	146
4.1.4.5	Managementunterstützung	152
4.1.5	Synopse zum FEDM Input-Output Modell der Initiativentscheidung	156
4.2	Front End Decision Making- Framework	160
4.2.1	Theoretische Bezugspunkte	160
4.2.1.1	Konzepte zur Entstehung von Initiativen für Innovationen	160
4.2.1.2	Intentionsbasierte Modellansätze von Ajzen und Shapero	170
4.2.1.3	Social Cognitive Theory	177
4.2.1.4	Theorien zur Entscheidung unter Unsicherheit und Risiko	191
4.2.1.5	Gegenüberstellung der Erklärungsansätze	209
4.2.2	Hypothesen zu den Interrelationen im FEDM- Framework	215
4.2.2.1	Einfluss der Personenmerkmale	215
4.2.2.2	Einfluss der Persönlichkeitsmerkmale	221
4.2.2.3	Einfluss der motivationstheoretischen Merkmale	224
4.2.2.4	Einfluss der individuellen Kognition	231
4.2.2.5	Einfluss des Arbeitsumfelds	234
4.2.3	Das FEDM- Framework	247

5	Empirische Untersuchung	249
5.1	Methodische Konzeption der empirischen Studie	249
5.1.1	Untersuchungsdesign und -ablauf	249
5.1.2	Operationalisierung	252
5.1.2.1	Operationalisierung der Treatments	253
5.1.2.2	Ausgangspunkte der Konstruktmessung	254
5.1.2.3	Operationalisierung der Variablen	258
5.1.3	Analyseverfahren	271
5.1.3.1	Verfahren zur Analyse der Manipulationen	271
5.1.3.2	Analyseinstrument Strukturgleichungsmodell	272
5.1.3.3	Analyse reflektiver Messmodelle	278
5.1.3.4	Analyse formativer Messmodelle	289
5.1.3.5	Analyse des Strukturmodells	292
5.2	Ergebnisse	294
5.2.1	Deskriptive Statistik	294
5.2.2	Ergebnisse der Manipulationsüberprüfung	295
5.2.3	Ergebnisse der Analyse der Messmodelle	297
5.2.4	Ergebnisse der Analyse des Strukturmodells	309
5.2.5	Ergebnisse der Analyse eines detaillierten Modellausschnitts	316
6	Implikationen	323
6.1	Implikationen für die Forschung	323
6.2	Implikationen für die Praxis	327
	Literaturverzeichnis	333
	Anhang	365
A.	Treatments zu Arbeitsumfeld	365
B.	Opportunity- Treatment	366
C.	Ergebnisse der statistischen Überprüfung der Messmodelle	369