

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	XVII
-----------------------------	------

Tabellenverzeichnis	XIX
---------------------------	-----

Abkürzungsverzeichnis	XXI
-----------------------------	-----

1	Einleitung.....	1
1.1	Relevanz und Problemstellung.....	1
1.2	Zielsetzung	3
1.2.1	Fokussierung	3
1.2.2	Forschungsfragen	7
1.3	Forschungskonzeption.....	8
1.3.1	Forschungsansatz	8
1.3.2	Forschungsmethodik	9
1.4	Aufbau der Arbeit	11
2	Stand der Forschung.....	14
2.1	Ausgewählte Perspektiven der Kundenintegrationsforschung.....	14
2.1.1	Grundlagen auf Herstellerseite.....	16
2.1.2	Grundlagen des Integrationsprozesses	20
2.1.3	Grundlagen auf Kundenseite.....	24
2.2	Ansätze der Einbeziehung des Kunden in den Innovationsprozess	28
2.2.1	Marktforschung.....	30
2.2.2	Kundenspezifische Konfiguration	31
2.2.3	Kundenorientierung	32
2.2.4	Frühe Kundenintegration	33
2.3	Zusammenfassung.....	40

3	Fallstudien der frühen Kundenintegration	44
3.1	Gemeinsamkeiten und Auswahlkriterien	44
3.2	Bayer MaterialScience	47
3.2.1	Rahmenbedingungen.....	47
3.2.2	Innovationsprozess.....	50
3.2.3	Kundenintegration.....	51
3.2.4	Zusammenfassung.....	58
3.3	EADS Astrium	61
3.3.1	Rahmenbedingungen.....	61
3.3.2	Innovationsprozess.....	65
3.3.3	Kundenintegration.....	67
3.3.4	Zusammenfassung.....	73
3.4	Hilti Diamond Systems	76
3.4.1	Rahmenbedingungen.....	76
3.4.2	Innovationsprozess.....	79
3.4.3	Kundenintegration.....	80
3.4.4	Zusammenfassung.....	88
3.5	Zumtobel Staff	91
3.5.1	Rahmenbedingungen.....	92
3.5.2	Innovationsprozess.....	95
3.5.3	Kundenintegration.....	98
3.5.4	Zusammenfassung.....	107
4	Konzeptualisierung der frühen Kundenintegration.....	109
4.1	Charakteristika der frühen Kundenintegration.....	109
4.1.1	Vergleich der Fallstudienenergebnisse	109
4.1.2	Determinanten und Gestaltungsfelder.....	122
4.2	Gestaltungsfaktoren der frühen Kundenintegration.....	128
4.2.1	Strukturelle Gestaltung	129
4.2.2	Prozessuale Gestaltung	130
4.3	Zusammenfassung.....	137

5	Spezifische Kundenrollen der frühen Kundenintegration.....	138
5.1	Rahmen der frühen Kundenintegration.....	138
5.1.1	Ziele des Herstellers.....	140
5.1.2	Generische Rollen des Kunden.....	142
5.1.3	Organisationale Parameter.....	148
5.2	Integrationsstrategien des Herstellers.....	154
5.2.1	Fokus auf Effektivität.....	154
5.2.2	Fokus auf Effizienz.....	157
5.3	Ausprägungen der frühen Kundenintegration.....	161
5.4	Zusammenfassung.....	164
6	Ablauf und Organisation der frühen Kundenintegration.....	165
6.1	Prozess der frühen Kundenintegration.....	165
6.2	Konzeptionelles Managementmodell der frühen Kundenintegration ...	170
6.3	Gestaltungsempfehlungen und Thesen.....	172
6.3.1	Unternehmerischer Rahmen.....	172
6.3.2	Prozessschritte.....	179
6.4	Zusammenfassung.....	204
7	Fazit.....	206
7.1	Kernaussagen.....	206
7.2	Ausblick.....	217
7.2.1	Aktuelle Entwicklungen und Trends.....	218
7.2.2	Offene Forschungsschwerpunkte.....	226
	Referenzen.....	229
	Anhang.....	245