

Susanne Kohlbecher

# Förderung betrieblicher Innovationsprozesse

Eine empirische Erfolgsanalyse

Mit einem Geleitwort  
von Prof. Dr. Eberhard Witte

DeutscherUniversitäts Verlag

# Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	XII
Tabellenverzeichnis	XV
Abkürzungsverzeichnis	XXI
<b>1 Problemstellung</b>	<b>1</b>
1.1 Relevanz der Forschungsfrage und Zielsetzung	1
1.2 Gang der Untersuchung	5
<b>2 Terminologische Abgrenzungen und Charakterisierung des Untersuchungsgegenstandes</b>	<b>8</b>
2.1 Innovation, Innovationsprozesse und Innovationsmanagement	8
2.2 Das Innovationspotential kleiner und mittlerer Unternehmen	12
2.3 Innovationsförderung kleiner und mittlerer Unternehmen als Bestandteil der Forschungs- und Technologiepolitik	14
2.3.1 Begründungszusammenhang mittelstandsorientierter Innovationsförderung	17
2.3.2 Alternative Instrumente staatlicher Innovationsförderung	20
2.4 Das Bayerische Innovationsförderungs-Programm und das Bayerische Technologie-Einführungs-Programm als Gegenstand der Untersuchung	25

<b>3</b>	<b>Generierung eines empirischen Untersuchungskonzeptes zur Erfolgsanalyse geförderter betrieblicher Innovationsprozesse</b>	<b>30</b>
3.1	Innovationsfördermaßnahmen als Analyseobjekt - State of the art	30
3.1.1	Untersuchungsziele und -inhalte der Evaluationsforschung	33
3.1.2	Konzepte, Methoden und theoretische Grundlagen der Evaluationsforschung	35
3.1.3	Anwendung der Forschungsinhalte und -methodik auf die empirische Analyse geförderter betrieblicher Innovationsprozesse	39
3.2	Determinanten des Innovationserfolgs - die Anwendung der Erfolgsfaktorenforschung auf die Analyse betrieblicher Innovationsprozesse	41
3.2.1	Systematisierung empirischer Untersuchungen zum Erfolg von Produktinnovationen	43
3.2.2	Die Erfassung des Innovationserfolgs als abhängige Variable	47
3.2.3	Ergebnisse empirischer Studien zum Erfolg von Neuprodukten	50
3.2.4	Probleme und Forschungsdefizite der Neuprodukt-Erfolgsfaktorenforschung: Implikationen für die eigene Untersuchung	54
3.3	Analysefelder der Erforschung erfolgreicher Produktinnovationen - Ansatzpunkte der Hypothesenformulierung	59
<b>4</b>	<b>Konzeption und Durchführung der empirischen Untersuchung zur Erfolgsanalyse geförderter Innovationsprozesse mittelständischer Unternehmen</b>	<b>71</b>
4.1	Forschungsstrategie	71
4.2	Auswahl der Untersuchungseinheiten	73

4.3	Erhebungsmethodik	75
4.3.1	Dokumentenanalyse	76
4.3.2	Befragung	78
4.4	Auswertung	84
<b>5</b>	<b>Deskriptive Analyse der Förderprogramme und der geförderten Innovationsprojekte</b>	<b>87</b>
5.1	Die Förderprogramme	87
5.1.1	Ablauf der Projektförderung	87
5.1.2	Fördervolumen und Förderbereiche	92
5.2	Der Untersuchungsbereich	98
5.2.1	Merkmale der innovativen Unternehmen	98
5.2.2	Geförderte Innovationsprojekte	104
5.2.3	Innovative Produkte	109
5.3	Erfassung des Innovationserfolgs	112
<b>6</b>	<b>Erfolgsanalyse der geförderten Innovationsprozesse</b>	<b>117</b>
6.1	Externe und unternehmensbezogene Ausgangsbedingungen	119
6.1.1	Wettbewerbsdimensionen und Wettbewerbsintensität	119
6.1.2	Stärken- und Schwächen-Profil der Unternehmung	123
6.1.3	Vorhandensein und Einschätzung von Startbedingungen	129
6.2	Durchführung und Ablauf des Innovationsprojektes	140
6.2.1	Gestaltung der Förderung	140
6.2.2	Projektleiter und Projektteam	146
6.2.3	Management des Innovationsprozesses	151
6.2.3.1	Ideenfindung und Informationsbeschaffung	157
6.2.3.2	Markterkundungs- und Vertriebsaktivitäten	169

6.2.3.3	Kooperationsaktivitäten	174
6.2.3.4	Wettbewerbsschutz	179
6.2.4	Innovationsprobleme	183
6.3	Strukturzusammenhänge zwischen erfolgsrelevanten Faktoren	187
<b>7</b>	<b>Schlufibetrachtung</b>	<b>190</b>
	<b>Literaturverzeichnis</b>	<b>197</b>
	<b>Anhang</b>	<b>225</b>
Anlage 1	Begleitbrief zum Fragebogen	226
Anlage 2	Fragebogen	227
Anlage 3	Erhebungsbogen Dokumentenanalyse	237
Anlage 4	Überblick über Erfolgsfaktorenstudien zu Produktinnovationen	243
Anlaae 5	Verzeichnis der Exnerteneesoräche	254