

Jochen H. Brinkmann

Betrieblicher Innovationsprozeß und Innovationserfolg

am Beispiel medizinisch-technischer Hilfsmittel

Verlag Wissenschaft & Praxis 

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis.....	12
----------------------------	----

Tabellenverzeichnis.....	14
--------------------------	----

ABSCHNITT I: Hintergrund, Problemstellung und Aufbau der Studie

1 Einleitung.....	16
--------------------------	-----------

1.1 Die Problemstellung.....	16
------------------------------	----

1.2 Das Strukturmodell der Untersuchung.....	17
--	----

1.3 Der Aufbau der Studie.....	19
--------------------------------	----

2 Der Innovationsversuch NEXUS.....	21
--	-----------

2.1 Der Start des Projektes.....	21
----------------------------------	----

2.2 Das Produkt NEXUS.....	22
----------------------------	----

2.3 Die Beurteilung der Kommunikationshilfe.....	23
--	----

2.4 Die Durchführung der Entwicklung hin zur Serienreife.....	24
---	----

2.5 Die Mißerfolgsriterien des Projektes NEXUS.....	26
---	----

2.5.1 Die Vorteilhaftigkeit.....	27
----------------------------------	----

2.5.2 Die Komplexität.....	28
----------------------------	----

2.5.3 Die Kompatibilität mit bestehenden Systemen.....	28
--	----

2.5.4 Der versuchsweise Einsatz.....	29
--------------------------------------	----

2.5.5 Die Möglichkeit, die Nutzung zu beobachten.....	29
---	----

2.6 Der Mißerfolg des Kommunikationssystems NEXUS: Ein Fazit.....	30
---	----

ABSCHNITT H: Theoretische Fundierung

3 Der Begriff der Diffusion und des Innovationserfolges.....	31
---	-----------

3.1 Der Begriff der Innovation.....	31
-------------------------------------	----

3.1.1 Die Neuartigkeit einer Innovation.....	31
--	----

3.1.2 Produkte und Prozesse.....	32
----------------------------------	----

3.2 Der Begriff des Erfolges.....	33
-----------------------------------	----

3.2.1 Technischer versus ökonomischer Erfolgsbegriff.....	33
---	----

3.2.2 Die Subjektivität des Erfolges.....	36
---	----

3.3 Diffusion und Innovationserfolg.....	37
3.4 Die Zeitproblematik in der Erfolgsmessung.....	38
3.5 Erfolg oder Mißerfolg von Innovationen als Untersuchungsgegenstand.....	39
4 Erfolgskriterien von Innovationen.....	41
5 Der Innovationsprozeß.....	45
5.1 Teilnehmer am Innovationsprozeß.....	45
5.1.1 Interne Stellen.....	45
5.1.2 Externe Stellen.....	46
5.1.3 Intern vs. extern beeinflusste Innovationsprozesse.....	52
5.2 Aktivitäten im Innovationsprozeß.....	53
5.2.1 Innovationsanstoß, Ideenfindung und Festlegung von Funktionsanforderungen.....	55
5.2.2 Bewertung von Ideen und Prototypen.....	56
5.3 Umfeld des Innovationsprozesses.....	58
6 Das Untersuchungskonzept des Innovationserfolges.....	60
6.1 Das Untersuchungsmodell.....	60
6.2 Methodische Vorüberlegungen zur empirischen Forschung.....	60
6.2.1 Operationalisierung und Befragungsmethodik.....	60
6.2.2 Gang der statistischen Auswertung.....	63
6.2.3 Gütekriterien empirischer Analysen.....	65

ABSCHNITT HI: Empirische Analyse

7 Der Markt für medizinisch-technische Hilfsmittel.....	67
7.1 Größe und Bedeutung des Hilfsmittelmarktes.....	67
7.2 Die Nachfrage nach Hilfsmitteln.....	70
7.2.1 Ursache der Hilfsmittelnachfrage: Die Behinderung.....	70
7.2.2 Die Regulierung der Nachfrageseite im Hilfsmittelmarkt.....	71
7.2.3 Die Funktion des MDS.....	73
7.2.4 Die Struktur der Nachfrageseite im Hilfsmittelmarkt.....	74
7.3 Die Grundgesamtheit: Die Angebotsseite für Hilfsmittel.....	76

7.4 Datenerhebung und Analysierbarkeit.....	77
7.4.1 Größe der Stichprobe.....	77
7.4.2 Die Aussagekraft der empirischen Analyse.....	80
8 Die Bedeutung der Kontextvariablen im Hilfsmittelmarkt.....	..82
8.1 Die Beschreibung der Stichprobe.....	82
8.1.1 Die Stellung der Unternehmen im Markt.....	82
8.1.2 Die Abhängigkeit von der Kostenübernahme.....	84
8.1.3 Das Innovationsverhalten der Unternehmen.....	86
8.1.4 Persönliche Merkmale.....	88
8.2 Einfluß von Kontextvariablen im Innovationsprozeß.....	89
8.2.1 Kontext und Ausprägung von Erfolgskriterien.....	91
8.2.2 Rahmenbedingungen und Teilnahme am Innovationsprozeß.....	93
8.2.3 Die Bedeutung der Rahmenbedingungen: Ein Fazit.....	96
9 Beispielhafte Darstellung eines Innovationserfolges und eines Innovationsmißerfolges.....	..97
10 Diffusion, Innovationserfolg und Erfolgskriterien.....	100
10.1 Erfolgsbegriffe in der Praxis.....	100
10.2 Erfolgskriterien von innovativen Hilfsmitteln.....	102
10.3 Innovationserfolg und Diffusion.....	104
10.4 Innovationserfolg und Erfolgskriterien.....	108
10.4.1 Ausprägung von Erfolgskriterien und Innovationserfolg.....	108
10.4.2 Erfolgsbeurteilung durch Marktanteilschätzungen.....	115
10.5 Abschließende Betrachtung.....	117
11 Innovationserfolg und Gestaltung von Innovationsprozessen.....	118
11.1 Innovationserfolg und Teilnahme am Innovationsprozeß.....	121
11.2 Innovationserfolg und Prozeßbeeinflussung einzelner Innovationsaktivitäten.....	124

11.3 Ausprägung von Erfolgskriterien und Teilnahme am Innovationsprozeß.....	125
11.4 Die Anwendung von Bewertungsverfahren.....	126
12 Kausalität von Innovationserfolg und Innovationsprozeß.....	130
12.1 Das Kausalmodell des Innovationserfolges.....	130
12.2 Der Erfolg als Zielgröße.....	134
12.3 Die Auswahl von Input-Variablen.....	135
12.4 Die Kausalstruktur des Innovationserfolges.....	137
12.5 Wirkung der Teilnahme am Innovationsprozeß.....	142
12.5.1 Die Bedeutung der internen Stellen.....	143
12.5.2 Die Bedeutung der externen Stellen.....	145
12.5.3 Innovationserfolg und Teilnahme an einzelnen Innovationsaktivitäten.....	147
12.5.4 Die Teilnahme interner und externer Stellen am Innovationsprozeß im Überblick.....	152
12.6 Teilnahme am Innovationsprozeß: Zwischen Wunsch und Wirklichkeit.....	156

ABSCHNITT IV: Fazit und Ausblick

13 Schlußfolgerungen.....	161
13.1 Würdigung der Konzeption.....	161
13.2 Konsequenzen für Unternehmen.....	161
13.3 Konzeptioneller Ausblick.....	166
Anhang.....	169
Literaturverzeichnis.....	181