

Verena Holtorf

Teams im Front End

Steigerung des unternehmerischen
Verhaltens durch strukturierte Teams

Mit einem Geleitwort von Prof. Dr. Jens Leker



RESEARCH

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	XIII
Tabellenverzeichnis	XV
Abkürzungsverzeichnis	XIX
1 Einleitung	1
2 Entrepreneurship im Front End des Innovationsprozesses	9
2.1 Das Front End des Innovationsprozesses	9
2.1.1 Definition von Innovation	9
2.1.2 Der Innovationsprozess	11
2.1.3 Aufgaben im Front End des Innovationsprozesses	14
2.1.4 Charakteristika des Front Ends	17
2.1.5 Literaturübersicht zum Management des Front Ends	22
2.2 Bedeutung des Entrepreneurships für das Front End des Innovationsprozesses	31
2.2.1 Definition Entrepreneurship	31
2.2.2 Notwendigkeit von Entrepreneurship für das Front End	37
2.2.3 Literaturübersicht über die Entrepreneurship-Forschung	40
2.2.4 Zusammenfassung des Literaturüberblicks und Forschungslücke	49
3 Multifunktionale Teams im Front End des Innovationsprozesses	53
3.1 Definition Team	53
3.2 Literaturübersicht über die Team-Forschung	59
3.2.1 Modelle zur Erklärung von Teamerfolg	59
3.2.2 Zusammenfassung des Literaturüberblicks und Forschungslücken	68
3.3 Generelle Bedeutung der Teamarbeit für das Front End des Innovationsprozesses	70
3.4 Relevanz bestehender Teamerfolgsmodele im Front End des Innovationsprozesses	73
3.4.1 Output-Faktoren im Front End	73
3.4.2 Teamprozesse im Front End	77
3.4.3 Einfluss-Faktoren auf die Teamarbeit im Front End	83
3.4.3.1 Individuelle Einflussfaktoren	83
3.4.3.2 Teambezogene Einflussfaktoren	85
3.4.3.3 Kontextbezogene Einflussfaktoren	87
3.4.4 Zusammenfassung der I-P-O-Implikationen für das Front End	89
4 Konzeptioneller Rahmen	91
4.1 Herleitung eines theoretischen Forschungsrahmens	91

4.1.1	Einfluss organisationstheoretischer Aspekte	91
4.1.2	Einfluss verhaltenstheoretischer Aspekte	98
4.1.3	Zusammenfassung des konzeptionellen Rahmens	102
4.1.4	Hypothesen zu den Wirkungszusammenhängen und Ableitung des Untersuchungsmodells	105
4.1.4.1	Determinanten des Intragruppenprozesses	105
4.1.4.2	Determinanten des unternehmerischen Verhaltens	112
4.1.4.3	Mediierende Effekte	118
5	Empirische Analyse	121
5.1	Forschungskontext – die Konsumgüterindustrie	121
5.1.1	Überblick über die Konsumgüterindustrie	121
5.1.2	Das Front End des Innovationsprozesses in der Konsumgüterindustrie	127
5.2	Datenerhebung und Stichprobe	128
5.2.1	Durchführung der Datenerhebung	128
5.2.2	Informationen zu der Stichprobe	132
5.2.2.1	Zielklarheit	132
5.2.2.2	Rollen der Mitglieder	133
5.2.2.3	Definierte Vorgänge und Verfahrensweisen	133
5.2.2.4	Detaillierte Beschreibung beider Subgruppen	135
5.3	Grundlagen der Analyse	139
5.3.1	Kausalanalyse in PLS	139
5.3.2	Gütebeurteilung	143
5.3.2.1	Beurteilung reflektiver Messmodelle	146
5.3.2.2	Beurteilung formativer Messmodelle	148
5.3.2.3	Beurteilung des Strukturmodells	149
5.3.3	Mediatoreffekte in PLS	151
5.3.4	Analyse mehrfaktorieller Konstrukte in PLS	153
5.4	Ergebnisse der Analyse	156
5.4.1	Ergebnisse der Spezifizierung des Messmodells	156
5.4.1.1	Konstruktoperationalisierung der Konstrukte erster Ordnung	156
5.4.1.2	Konstruktoperationalisierung der Konstrukte zweiter Ordnung	175
5.4.2	Ergebnisse aus der Anwendung des Messmodells	178
5.4.2.1	Ergebnisse des Gruppenvergleichs bezüglich der Teamarbeitsqualität	178
5.4.2.2	Ergebnisse der Einflüsse auf die Teamarbeitsqualität	180
5.4.2.3	Ergebnisse des Gruppenvergleichs bezüglich der weiteren Einflussfaktoren	182
5.4.2.4	Ergebnisse der Einflüsse auf das unternehmerische Verhalten	183
5.4.2.5	Ergebnisse im Gesamtmodell	185

5.4.2.6	Detailanalyse.....	189
5.4.3	Zusammenfassung der Ergebnisse.....	193
6	Diskussion der Ergebnisse und Implikationen für Theorie und Praxis.....	196
6.1	Diskussion der Ergebnisse.....	196
6.1.1	Ergebnisse des Gruppenvergleichs bezüglich der Teamarbeitsqualität.....	196
6.1.2	Ergebnisse des Einflusses auf die Teamarbeitsqualität.....	197
6.1.2.1	Individuelle Einflussfaktoren.....	197
6.1.2.2	Kontextbezogene Einflussfaktoren.....	200
6.1.2.3	Zusammenfassende Erkenntnisse bezüglich der Einflüsse auf die Teamarbeitsqualität.....	202
6.1.3	Ergebnisse des Gruppenvergleichs bezüglich individueller und kontextbezogener Einflussfaktoren.....	203
6.1.4	Ergebnisse des Einflusses auf das unternehmerische Verhalten.....	210
6.1.4.1	Individuelle Einflussfaktoren.....	210
6.1.4.2	Kontextbezogene Einflussfaktoren.....	212
6.1.4.3	Zusammenfassende Erkenntnisse bezüglich der Einflüsse auf das unternehmerische Verhalten.....	214
6.1.5	Ergebnisse des Gesamtmodells.....	214
6.1.5.1	Ergebnisse des Einflusses der Teamarbeitsqualität auf das unternehmerische Verhalten.....	214
6.1.5.2	Mediatoreffekte im Gesamtmodell.....	215
6.1.5.3	Zusammenfassende Erkenntnisse bezüglich der Einfluss- faktoren im Gesamtmodell.....	217
6.1.6	Ergebnisse des Detailmodells.....	218
6.2	Implikationen für die Theorie des Front Ends.....	221
6.3	Implikationen für das Management des Front Ends.....	226
6.4	Grenzen der Studie und zukünftiger Forschungsbedarf.....	232
7	Fazit.....	237
	Anhang.....	243
	Literaturverzeichnis.....	255