

## Inhaltsverzeichnis

<b>Inhaltsübersicht.....</b>	<b>IX</b>
<b>Inhaltsverzeichnis.....</b>	<b>XII</b>
<b>Abbildungsverzeichnis.....</b>	<b>XVI</b>
<b>Tabellenverzeichnis.....</b>	<b>XVII</b>
<b>Anhangverzeichnis .....</b>	<b>XVIII</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis.....</b>	<b>XIX</b>
 <b>TEIL I: GRUNDLAGEN.....</b>	 <b>1</b>
<b>1. Einleitung.....</b>	<b>3</b>
<b>1.1 Ausgangssituation.....</b>	<b>3</b>
1.1.1 Innovationswettbewerbe bis zum 19. Jahrhundert .....	3
1.1.2 Innovationswettbewerbe im 20. Jahrhundert .....	4
1.1.3 Innovationswettbewerbe im 21. Jahrhundert .....	5
1.1.4 Entwicklung der Gewinne bei Innovationswettbewerben.....	8
<b>1.2 Problemstellung und Forschungsziel.....</b>	<b>10</b>
<b>1.3 Hintergrund und zentrale Forschungsfrage.....</b>	<b>13</b>
<b>1.4 Vorgehensweise und Aufbau der Arbeit.....</b>	<b>16</b>
<b>2. Begriffsbestimmungen.....</b>	<b>20</b>
2.1 Innovationsprozess .....	20
2.2 Innovation durch Externe .....	24
2.3 Open Innovation .....	26
2.4 Wettbewerb.....	31
<b>3. Wissenschaftliche Leitidee und Bezugsrahmen der Arbeit .....</b>	<b>35</b>
 <b>TEIL II: STAND DER FORSCHUNG.....</b>	 <b>37</b>
<b>4. Innovationswettbewerbe .....</b>	<b>42</b>

<b>4.1</b>	<b>Definition.....</b>	<b>42</b>
<b>4.2</b>	<b>Gestaltungsmerkmale .....</b>	<b>45</b>
<b>4.3</b>	<b>Grundtypen.....</b>	<b>49</b>
<b>4.4</b>	<b>Verwendete Grundtypen .....</b>	<b>55</b>
4.4.1	Grundtyp: „Vorbild prägen“ .....	57
4.4.2	Grundtyp: „Heraushebung bestimmter Themen“ .....	57
4.4.3	Grundtyp: „Netzwerk stärken“ .....	58
4.4.4	Grundtyp: „Teilnahme fördern“ .....	58
4.4.5	Grundtyp: „Markt stimulieren“ .....	58
4.4.6	Grundtyp: „Gezielt Lösungen finden“ .....	59
4.4.7	Grundtyp: „Karrierewege öffnen“ .....	59
<b>5.</b>	<b>Gewinne bei Innovationswettbewerben .....</b>	<b>60</b>
<b>5.1</b>	<b>Gründe für die Vergabe von Gewinnen .....</b>	<b>60</b>
<b>5.2</b>	<b>Monetäre und nicht-monetäre Gewinne .....</b>	<b>65</b>
<b>5.3</b>	<b>Leistungssteigerung bei Innovationswettbewerben .....</b>	<b>66</b>
<b>6.</b>	<b>Gestaltung und Wirkung von Gewinnen.....</b>	<b>70</b>
<b>6.1</b>	<b>Gestaltung von Gewinnen.....</b>	<b>70</b>
6.1.1	Wert der Gewinne .....	70
6.1.2	Anzahl der Gewinne .....	73
6.1.3	Konzentration des Gewinnwertes auf einen Hauptgewinn .....	78
6.1.4	Wettbewerbsdauer und Gewinne .....	78
6.1.5	Vermeidung von „geringwertigen“ monetären Gewinnen .....	80
<b>6.2</b>	<b>Wirkung von Gewinnen auf die Teilnahme.....</b>	<b>83</b>
6.2.1	Wert der Gewinne und die Anzahl der Teilnehmer .....	83
6.2.2	Anzahl der Gewinne als Anreiz zur Teilnahme .....	85
6.2.3	Wirkung der Darstellung der Gewinne .....	86
6.2.4	Einsatz nicht-monetärer Gewinne .....	87
<b>6.3</b>	<b>Untersuchungsmodell und Hypothesensystem .....</b>	<b>89</b>
6.3.1	Hypothesen zur Gestaltung der Gewinne .....	90
6.3.2	Hypothesen zur Wirkung der Gewinne auf die Teilnahme.....	91
6.3.3	Hypothesen im Untersuchungsmodell .....	93
<b>6.4</b>	<b>Erwartete Gewinngestaltung innerhalb der Grundtypen .....</b>	<b>95</b>

<b>TEIL III: FORSCHUNGSMETHODIK .....</b>	<b>97</b>
7. Vorgehen zur Literaturanalyse .....	102
8. Methodische Bausteine der Empirie .....	105
8.1 Auswahl der Innovationswettbewerbe .....	105
8.2 Expertengespräche zum Abgleich des Forschungsvorgehens.....	107
8.3 Zweistufige Untersuchung mit Vor- und Hauptstudie .....	109
9. Daterhebung und Datenauswertung mithilfe ICI.....	112
10. Statistische Überprüfung der Zusammenhänge .....	118
10.1 Hypothesen.....	118
10.2 Kreuztabellierung, Kontingenzanalyse und Signifikanztest.....	121
10.3 Korrelationsanalyse .....	123
11. Einsatz von gemischten Methoden .....	125
<b>TEIL IV: ERGEBNISSE .....</b>	<b>129</b>
12. Deskriptive Ergebnisse .....	134
12.1 Deskriptive Ergebnisse einzelner Gestaltungsmerkmale .....	134
12.1.1 Gewinnarten.....	134
12.1.2 Gewinnhöhe .....	139
12.1.3 Gewinnstruktur .....	141
12.2 Deskriptive Ergebnisse im Zusammenhang .....	143
12.2.1 Unterschiedlichkeit nach Branchen und Wert der Gewinne .....	143
12.2.2 Offensichtliche Darstellung der Gewinne .....	146
12.2.3 Laufzeit, Phasen der Wettbewerbe und Wert der Gewinne .....	148
12.3 Zusammenfassung der deskriptiven Ergebnisse.....	151
13. Statistische Ergebnisse .....	153
13.1 Statistische Ergebnisse zum Gestaltungsverhalten .....	153
13.1.1 Zusammenhang Wettbewerbstyp mit dem Wert der Gewinne ( $H_{G1}$ ).....	153
13.1.2 Zusammenhang Wettbewerbstyp mit der Gewinnstruktur ( $H_{G2}$ ).....	154
13.1.3 Zusammenhang Wettbewerbstyp mit Wertanteil Rang 1 ( $H_{G3}$ ).....	155
13.1.4 Zusammenhang zwischen Laufzeit und Wert der Gewinne ( $H_{G4}$ ).....	156
13.1.5 Vermeidung geringwertiger monetärer Gewinne ( $H_{G5}$ ).....	157

<b>13.2 Statistische Ergebnisse zum Teilnahmeverhalten .....</b>	<b>159</b>
13.2.1 Einfluss vom Gesamtwert der Gewinne auf die Teilnehmerzahl ( $H_{T1}$ ) .....	159
13.2.2 Einfluss von der Anzahl Gewinne auf die Teilnehmerzahl ( $H_{T2}$ ) .....	159
13.2.3 Einfluss der Darstellung der Gewinne auf die Teilnehmerzahl ( $H_{T3}$ ) .....	160
13.2.4 Einfluss von nicht-monetären Gewinnen auf die Teilnehmerzahl ( $H_{T4}$ ) .....	160
<b>13.3 Zusammenfassung der statistischen Ergebnisse .....</b>	<b>162</b>
13.3.1 Gestaltungsverhalten .....	162
13.3.2 Teilnahmeverhalten .....	166
13.3.3 Zusammenfassende Beurteilung .....	169
<b>14. Qualitative Ergebnisse .....</b>	<b>173</b>
14.1 Wettbewerbe mit hoher bzw. geringer Anzahl Teilnehmer .....	173
14.2 Wettbewerbe mit hoch- bzw. geringwertigen Gewinnen .....	179
14.3 Wettbewerbe mit hoher bzw. niedriger Anzahl Gewinne .....	185
14.4 Diskussion der qualitativen Ergebnisse .....	191
<b>TEIL V: ERKENNTNISSE .....</b>	<b>197</b>
15. Wissenschaftliche Erkenntnisse .....	200
16. Erkenntnisse für die Praxis .....	207
17. Abschlussbetrachtung .....	214
<b>ANHANG .....</b>	<b>217</b>
<b>LITERATUR .....</b>	<b>261</b>

Gewinngestaltung bei Innovationswettbewerben

Theoretische und praktische Betrachtung

Wenger, J.E.

2013, XX, 278 S. 21 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-01869-6