
Vorwort

Die vorliegende Veröffentlichung wurde auf der Grundlage der Dissertation von Dr. Jürgen Wenger erarbeitet¹. Er forscht im Bereich Innovationsmanagement mit dem Schwerpunkt Gestaltung von Innovationswettbewerben. In seinem Werk „Gewinngestaltung bei Innovationswettbewerben“ hat er den Stand der Forschung zur Gestaltung und Wirkung von Gewinnen bei Innovationswettbewerben zusammengefasst. Er vergleicht die theoretischen Erkenntnisse mit der Anwendung in der aktuellen Praxis. Dabei spielt die Zielsetzung der Innovationswettbewerbe eine zentrale Rolle. Der folgende Beitrag umfasst Auszüge aus seiner Dissertation hinsichtlich der Gestaltung und der Zielsetzung von Innovationswettbewerben und erläutert die Hebelwirkung von Gewinnen in Bezug auf die Anzahl der Teilnehmer, der Leistungsbereitschaft von Teilnehmern und die Attraktivität eines Innovationswettbewerbes im Allgemeinen.

¹ Vgl. Wenger (2013).



<http://www.springer.com/978-3-658-04407-7>

Innovationswettbewerbe und Incentives

Zielsetzung, Hebelwirkung, Gewinne

Wenger, J.E.

2014, VII, 28 S. 2 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-04407-7