

DANK	V
GELEITWORT	VII
INHALTSVERZEICHNIS	IX
ABBILDUNGSVERZEICHNIS	XIII
TABELLENVERZEICHNIS	XV
ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS	XXIII
ZUSAMMENFASSUNG	XXV
1 EINLEITUNG.....	1
1.1 Problemstellung und Motivation	1
1.2 Zielsetzungen und Forschungsfragen.....	3
1.3 Aufbau der Arbeit	4
2 BEGRIFFLICHE GRUNDLAGEN UND STAND DER FORSCHUNG.....	5
2.1 Begriffliche Grundlagen im Kontext Innovation	5
2.1.1 Der Innovationsbegriff	5
2.1.2 Der Innovationsprozess	9
2.1.3 Das Innovationsmanagement	12
2.2 Stand der Forschung zur frühen Phase von Innovation.....	13
2.2.1 Charakterisierung, Abgrenzung und Bedeutung der frühen Innovationsphase...	13
2.2.2 Lineare Innovationsprozessmodelle der frühen Phase	17
2.2.3 Iterative Innovationsprozessmodelle der frühen Phase	21
2.2.4 Ungerichtet-zufällige Innovationsprozessmodelle der frühen Phase	25
2.3 Stand der Forschung zu Innovation in Familienunternehmen	26
2.3.1 Der Begriff Familienunternehmen	26
2.3.2 Die Relevanz von Familienunternehmen	27
2.3.3 Wesentliche Forschungsgebiete zu Familienunternehmen	28
2.3.4 Wesentliche Unterschiede von Familien- und Nicht-Familienunternehmen	32
2.3.5 Die Forschung zu Innovation in Familienunternehmen.....	38
2.3.6 Bestehende Forschungslücke	55
2.3.7 Zielsetzungen und Forschungsfragen der Arbeit	58
3 THEORETISCHER BEZUGSRAHMEN UND MODELLENTWICKLUNG	59
3.1 Theoretischer Bezugsrahmen der Dissertation	59
3.1.1 Resource-based view als wichtiger theoretischer Bezugsrahmen in FU.....	60
3.1.2 Knowledge-based view als wichtige Erweiterung des resource-based view	62

3.2	Entwicklung eines Modells der Informationsnutzung in der frühen Phase	65
3.2.1	Grundlagen des Modells.....	65
3.2.2	Dimensionen des Modells	67
3.2.2.1	Modelldimension Aktivitäten in der frühen Phase von Innovation	68
3.2.2.2	Modelldimension Informationstypen in der frühen Phase	73
3.2.3	Aufbau eines Modells der Informationsnutzung in der FEI.....	81
4	METHODIK DER EMPIRISCHEN UNTERSUCHUNG	84
4.1	Entwicklung des Designs der empirischen Untersuchung.....	84
4.1.1	Fallstudien als Instrument empirischer Forschung.....	85
4.1.2	Qualitätssichernde Maßnahmen in der empirischen Forschung	89
4.1.3	Festlegung des Forschungsdesigns.....	91
4.2	Ausgestaltung der empirischen Untersuchung.....	101
4.2.1	Festlegung des Teilnehmerkreises auf die Chemieindustrie in Deutschland	101
4.2.2	Konkrete Auswahl von Unternehmen der Chemieindustrie in Deutschland	103
4.3	Durchführung der empirischen Untersuchung	109
4.3.1	Vorbereitung der Datenerhebung.....	109
4.3.2	Durchführung der Datenerhebung.....	115
4.3.3	Nachbereitung der Datenerhebung.....	122
4.4	Auswertung der empirischen Untersuchung	122
4.4.1	Datenauswertung durch Codierung.....	122
4.4.2	Vertiefte Datenauswertung durch qualitatives Vorgehen	128
5	ERGEBNISSE DER EMPIRISCHEN UNTERSUCHUNG	135
5.1	Ergebnisse der Fallstudienuntersuchung.....	136
5.1.1	Ergebnisse zu großen Familienunternehmen	136
5.1.2	Ergebnisse zu großen Nicht-Familienunternehmen	138
5.1.3	Ergebnisse zu kleineren Familienunternehmen.....	139
5.2	Struktur der Ergebnisdarstellung entlang der Untersuchungsdimensionen.....	141
5.3	Ergebnisse der qualitativen Analyse für Familienunternehmen	144
5.3.1	Informationsnutzung in der FEI in Familienunternehmen	144
5.3.2	Nutzung des Informationstyps Strategieinformation	145
5.3.3	Nutzung des Informationstyps Finanzinformation.....	149
5.3.4	Nutzung des Informationstyps Projektmanagement-Information	152
5.3.5	Nutzung des Informationstyps Kundeninformation	154
5.3.6	Nutzung des Informationstyps Marktinformation.....	159
5.3.7	Nutzung des Informationstyps Bedürfnisinformation.....	162
5.3.8	Nutzung des Informationstyps technische Information	167
5.3.9	Nutzung des Informationstyps Wettbewerbsinformation	170
5.3.10	Nutzung des Informationstyps regulatorische Information.....	171

5.4	Ergebnisse der qualitativen Analyse für Nicht-Familienunternehmen	172
5.4.1	Informationsnutzung in der FEI in Nicht-Familienunternehmen.....	172
5.4.2	Nutzung des Informationstyps Strategieinformation	173
5.4.3	Nutzung des Informationstyps Finanzinformation.....	178
5.4.4	Nutzung des Informationstyps Projektmanagement-Information	179
5.4.5	Nutzung des Informationstyps Kundeninformation	184
5.4.6	Nutzung des Informationstyps Marktinformation.....	186
5.4.7	Nutzung des Informationstyps Bedürfnisinformation.....	191
5.4.8	Nutzung des Informationstyps technische Information	195
5.4.9	Nutzung des Informationstyps Wettbewerbsinformation	199
5.4.10	Nutzung des Informationstyps regulatorische Information.....	199
5.5	Ergebnisse der qualitativen Analyse für Großunternehmen	200
5.5.1	Informationsnutzung in der FEI in Großunternehmen.....	200
5.5.2	Nutzung des Informationstyps Strategieinformation	201
5.5.3	Nutzung des Informationstyps Finanzinformation.....	204
5.5.4	Nutzung des Informationstyps Projektmanagement-Information	204
5.5.5	Nutzung des Informationstyps Kundeninformation	211
5.5.6	Nutzung des Informationstyps Marktinformation.....	212
5.5.7	Nutzung des Informationstyps Bedürfnisinformation.....	216
5.5.8	Nutzung des Informationstyps technische Information	221
5.5.9	Nutzung des Informationstyps Wettbewerbsinformation	228
5.5.10	Nutzung des Informationstyps regulatorische Information.....	228
5.6	Ergebnisse der qualitativen Analyse für kleinere Unternehmen.....	232
5.6.1	Informationsnutzung in der FEI in kleineren Unternehmen	232
5.6.2	Nutzung des Informationstyps Strategieinformation	233
5.6.3	Nutzung des Informationstyps Finanzinformation.....	235
5.6.4	Nutzung des Informationstyps Projektmanagement-Information	236
5.6.5	Nutzung des Informationstyps Kundeninformation	238
5.6.6	Nutzung des Informationstyps Marktinformation.....	242
5.6.7	Nutzung des Informationstyps Bedürfnisinformation.....	244
5.6.8	Nutzung des Informationstyps technische Information	248
5.6.9	Nutzung des Informationstyps Wettbewerbsinformation	253
5.6.10	Nutzung des Informationstyps regulatorische Information.....	256
6	DISKUSSION DER ERGEBNISSE	259
6.1	Vergleich der Untersuchungsergebnisse	259
6.2	Vorgehen des Vergleiches der qualitativen Ergebnisse	265
6.3	Vergleich des Einflusses der Eigentümerstruktur auf die Informationsnutzung	266
6.3.1	Vergleich der Nutzung von Strategieinformation	267
6.3.2	Vergleich der Nutzung von Finanzinformation	268
6.3.3	Vergleich der Nutzung von Projektmanagement-Information.....	269
6.3.4	Vergleich der Nutzung von Kundeninformation.....	270
6.3.5	Vergleich der Nutzung von Marktinformation.....	271
6.3.6	Vergleich der Nutzung von Bedürfnisinformation.....	273

6.3.7	Vergleich der Nutzung von technischer Information	274
6.3.8	Vergleich der Nutzung von Wettbewerbsinformation	276
6.3.9	Vergleich der Nutzung von regulatorischer Information	276
6.4	Vergleich des Einflusses der Unternehmensgröße auf die Informationsnutzung	277
6.4.1	Vergleich der Nutzung von Strategieinformation	277
6.4.2	Vergleich der Nutzung von Finanzinformation	278
6.4.3	Vergleich der Nutzung von Projektmanagement-Information	279
6.4.4	Vergleich der Nutzung von Kundeninformation	280
6.4.5	Vergleich der Nutzung von Marktinformation	282
6.4.6	Vergleich der Nutzung von Bedürfnisinformation	283
6.4.7	Vergleich der Nutzung von technischer Information	284
6.4.8	Vergleich der Nutzung von Wettbewerbsinformation	286
6.4.9	Vergleich der Nutzung von regulatorischer Information	287
6.5	Verankerung der Ergebnisse in der bestehenden Literatur	289
6.5.1	Vergleich der Nutzung von Strategieinformation	289
6.5.2	Vergleich der Nutzung von Finanzinformation	292
6.5.3	Vergleich der Nutzung von Projektmanagement-Information	293
6.5.4	Vergleich der Nutzung von Kundeninformation	295
6.5.5	Vergleich der Nutzung von Marktinformation	296
6.5.6	Vergleich der Nutzung von Bedürfnisinformation	299
6.5.7	Vergleich der Nutzung von technischer Information	302
6.5.8	Vergleich der Nutzung von Wettbewerbsinformation	305
6.5.9	Vergleich der Nutzung von regulatorischer Information	307
6.6	Beantwortung der Forschungsfragen	308
6.6.1	Forschungsfrage 1: Unterschiede der Nutzung von Informationen in der FEI	308
6.6.2	Forschungsfrage 2: Nutzung von Informationen bei FU und Nicht-FU	310
6.7	Limitationen und weiterer Forschungsbedarf	317
7	FAZIT UND HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN	321
7.1	Fazit	321
7.2	Handlungsempfehlungen für die Praxis	323
7.2.1	Identifikation von Good-Practice-Unternehmen	323
7.2.2	Ableitung von Handlungsempfehlungen durch Good-Practice-Vergleich	325
APPENDIX I		332
APPENDIX II		333
APPENDIX III		345
APPENDIX IV		357
LITERATURVERZEICHNIS		360

Innovation in erfolgreichen Familienunternehmen
Untersuchung der frühen Phase von Innovationen in
der chemischen Industrie

Binder, A.

2014, XXV, 386 S. 29 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-05363-5