

Inhalt

Abbildungsverzeichnis.....	XIII
Tabellenverzeichnis.....	XV
Abkürzungsverzeichnis.....	XVII
1. EINLEITUNG	1
1.1. ZIELSETZUNG UND PROBLEMFELD.....	1
1.2. FORSCHUNGSLÜCKE UND FORSCHUNGSFRAGEN.....	2
1.3. VORGEHENSWEISE UND AUFBAU DER ARBEIT.....	6
2. DETERMINANTEN DER MEDICAL-HOMECARE-INDUSTRIE IN DEUTSCHLAND	9
2.1. DIE MEDIZINTECHNIKBZANCHE	9
2.1.1 <i>Definition und Klassifikation von Medizinprodukten</i>	10
2.1.2 <i>Innovationen in der Medizintechnik</i>	13
2.1.3 <i>Rahmenbedingungen für die Zulassung von Medizinprodukten auf dem deutschen Markt</i>	17
2.1.4 <i>Besonderheiten bei der Einführung von Medizinprodukten im therapeutischen Bereich</i>	19
2.2. HOMECARE	21
2.3. DIE BEZIEHUNGEN IN DER MEDICAL-HOMECARE-INDUSTRIE	25
3. PARADIGMA DER KUNDEN-HERSTELLER INTERAKTION	29
3.1. DAS TRADITIONELLE MANUFACTURER-ACTIVE-PARADIGM.....	29
3.2. VOM MANUFACTURER-ACTIVE-PARADIGM ZUM CUSTOMER-ACTIVE PARADIGM	31
3.3. DIE LEAD-USER NACH VON HIPPEL	33
3.4. DIE ERWEITERUNG DES LEAD-USER-KONZEPTEs.....	35
3.5. DIE INNOVATION AUF LEAD-USER-SEITE.....	42
3.6. STAND DER LITERATUR ZUR LEAD-USER FORSCHUNG IN DER MEDIZINTECHNIK	47
4. KONTINGENZFAKTOREN FÜR FAMILIEN MIT BEHINDERTEN KINDERN.....	55
4.1. LEBENSsITUATION FAMILIE.....	56
4.2. BEHINDERUNG DES KINDEs	63
4.3. STRESS.....	66
5. METHODISCHE ANLAGE DER UNTERSUCHUNG	83
5.1. ERKENNTNISTHEORETISCHES PARADIGMA	84
5.2. METHODOLOGISCH GELEITETE VORÜBERLEGUNGEN ZUR UNTERSUCHUNG	92
5.3. AUFGABEN QUALITATIVER FORSCHUNG	95
5.4. QUALITATIVE soZIALFORSCHUNG ALS GRUNDLAGE DES VORGEHENS	98
5.4.1. <i>Prinzipien qualitativen Forschens</i>	98
5.4.2. <i>Gütekriterien qualitativer Sozialforschung</i>	101
5.5. GEWÄHLTE METHODE DER DATENERHEBUNG.....	106
5.5.1. <i>Das qualitative Interview als Methode der Datenerhebung</i>	106
5.5.2. <i>Das problemzentrierte Interview als hier praktiziertes Interview</i>	107
5.5.2.1. Programmatik des problemzentrierten Interviews	108
5.5.2.2. Der Interviewleitfaden als zentrales Instrument des problemzentrierten Interviews	109

5.5.2.3.	Die im Rahmen dieser Untersuchung verwendeten Interviewleitfäden	110
5.5.3.	<i>Verlauf der Datenerhebung im Rahmen des problemzentrierten Interviews.</i>	112
5.6.	INHALTSANALYSE	115
5.6.1.	<i>Ablauf der allgemeinen qualitativen Inhaltsanalyse</i>	118
5.6.2.	<i>Grundformen des Interpretierens in der qualitativen Inhaltsanalyse</i>	122
5.7.	DAS KATEGORIENSYSTEM	126
5.7.1.	<i>Hauptkategorie Hersteller</i>	127
5.7.2.	<i>Hauptkategorie Intermediär</i>	131
5.7.3.	<i>Hauptkategorie Anwender</i>	135
5.8.	SAMPLEBILDUNG UND DATENERHEBUNG	144
6.	ANALYSE DER INTERVIEWDATEN	149
6.1.	LEAD-USER KRITERIEN	149
6.1.1.	<i>Neuartige Bedürfnisse</i>	150
6.1.2.	<i>Unzufriedenheit</i>	155
6.1.3.	<i>Verwendungswissen</i>	162
6.1.4.	<i>Spezifisches technisches Objektwissen</i>	169
6.1.5.	<i>Intrinsische Motivation</i>	178
6.1.6.	<i>Extrinsische Motivation</i>	184
6.1.7.	<i>Entwicklung von neuen Produkten oder Veränderung bestehender Produkte</i>	185
6.2.	NUTZER-HERSTELLER-INTERAKTION	194
6.2.1.	<i>Nutzer-Intermediär-Interaktion</i>	195
6.2.2.	<i>Intermediär-Hersteller Interaktion</i>	202
6.2.3.	<i>Direkte Hersteller Nutzer Interaktion</i>	210
6.2.3.1.	<i>Herstellerintendierte direkte Interaktion mit dem Nutzer</i>	210
6.2.3.2.	<i>Nutzerintendierte direkte Interaktion mit dem Hersteller</i>	232
6.3.	BARRIEREN FÜR LEAD-USER-INNOVATIONEN IN DER MEDICAL-HOMECARE-INDUSTRIE	238
6.3.1.	<i>Potentielle Barrieren aus Nutzersicht</i>	239
6.3.2.	<i>Barrieren aus Herstellersicht - Extern</i>	251
6.3.3.	<i>Barrieren aus Herstellersicht – Beziehungen zu Intermediären</i>	255
6.3.4.	<i>Barrieren aus Herstellersicht – Intern</i>	264
7.	DISKUSSION UND IMPLIKATIONEN	271
7.1.	ZUSAMMENFASSUNG DER ERGEBNISSE	271
7.2.	DISKUSSION UND IMPLIKATIONEN VOR DEM HINTERGRUND DER PROPOSITIONEN	276
7.2.1.	<i>Diskussion der Lead-User Eigenschaften</i>	276
7.2.2.	<i>Diskussion der Nutzer Intermediär Interaktion</i>	282
7.2.3.	<i>Diskussion der Intermediär-Hersteller Interaktion</i>	284
7.2.4.	<i>Diskussion der direkten Nutzer-Hersteller Interaktion</i>	287
7.2.5.	<i>Diskussion der Barrieren</i>	294
8.	SCHLUSSBETRACHTUNG	301
8.1.	BEANTWORTUNG DER FORSCHUNGSFRAGEN	301
8.2.	LIMITATIONEN UND AUSBLICK AUF WEITERE FORSCHUNGSBEMÜHUNGEN	302
	LITERATURVERZEICHNIS	305
	ANHANG	331

Lead User in der Medical Homecare-Industrie in
Deutschland

Eine empirische Analyse der Beziehungen von Nutzern,
Intermediären und Herstellern

Groß, D.-P.

2017, XVII, 333 S. 20 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-18208-3