

Christoph H. Wecht

Das Management aktiver Kundenintegration in der Frühphase des Innovationsprozesses

Mit einem Geleitwort von Prof. Dr. Oliver Gassmann

Deutscher Universitäts-Verlag

Inhaltsverzeichnis

| | |
|-----------------------------|------|
| Abbildungsverzeichnis | XVII |
|-----------------------------|------|

| | |
|---------------------------|-----|
| Tabellenverzeichnis | XIX |
|---------------------------|-----|

| | |
|-----------------------------|-----|
| Abkürzungsverzeichnis | XXI |
|-----------------------------|-----|

| | | |
|----------|---|-----------|
| 1 | Einleitung..... | 1 |
| 1.1 | Relevanz und Problemstellung..... | 1 |
| 1.2 | Zielsetzung | 3 |
| 1.2.1 | Fokussierung | 3 |
| 1.2.2 | Forschungsfragen..... | 7 |
| 1.3 | Forschungskonzeption..... | 8 |
| 1.3.1 | Forschungsansatz | 8 |
| 1.3.2 | Forschungsmethodik | 9 |
| 1.4 | Aufbau der Arbeit | 11 |
| | | |
| 2 | Stand der Forschung..... | 14 |
| 2.1 | Ausgewählte Perspektiven der Kundenintegrationsforschung..... | 14 |
| 2.1.1 | Grundlagen auf Herstellerseite..... | 16 |
| 2.1.2 | Grundlagen des Integrationsprozesses | 20 |
| 2.1.3 | Grundlagen auf Kundenseite..... | 24 |
| 2.2 | Ansätze der Einbeziehung des Kunden in den Innovationsprozess | 28 |
| 2.2.1 | Marktforschung..... | 30 |
| 2.2.2 | Kundenspezifische Konfiguration | 31 |
| 2.2.3 | Kundenorientierung | 32 |
| 2.2.4 | Frühe Kundenintegration | 33 |
| 2.3 | Zusammenfassung | 40 |

| | | |
|----------|--|------------|
| 3 | Fallstudien der frühen Kundenintegration | 44 |
| 3.1 | Gemeinsamkeiten und Auswahlkriterien | 44 |
| 3.2 | Bayer MaterialScience | 47 |
| 3.2.1 | Rahmenbedingungen | 47 |
| 3.2.2 | Innovationsprozess | 50 |
| 3.2.3 | Kundenintegration | 51 |
| 3.2.4 | Zusammenfassung | 58 |
| 3.3 | EADS Astrium | 61 |
| 3.3.1 | Rahmenbedingungen | 61 |
| 3.3.2 | Innovationsprozess | 65 |
| 3.3.3 | Kundenintegration | 67 |
| 3.3.4 | Zusammenfassung | 73 |
| 3.4 | Hilti Diamond Systems | 76 |
| 3.4.1 | Rahmenbedingungen | 76 |
| 3.4.2 | Innovationsprozess | 79 |
| 3.4.3 | Kundenintegration | 80 |
| 3.4.4 | Zusammenfassung | 88 |
| 3.5 | Zumtobel Staff | 91 |
| 3.5.1 | Rahmenbedingungen | 92 |
| 3.5.2 | Innovationsprozess | 95 |
| 3.5.3 | Kundenintegration | 98 |
| 3.5.4 | Zusammenfassung | 107 |
| 4 | Konzeptualisierung der frühen Kundenintegration | 109 |
| 4.1 | Charakteristika der frühen Kundenintegration | 109 |
| 4.1.1 | Vergleich der Fallstudienresultate | 109 |
| 4.1.2 | Determinanten und Gestaltungsfelder | 122 |
| 4.2 | Gestaltungsfaktoren der frühen Kundenintegration | 128 |
| 4.2.1 | Strukturelle Gestaltung | 129 |
| 4.2.2 | Prozessuale Gestaltung | 130 |
| 4.3 | Zusammenfassung | 137 |

| | | |
|----------|---|------------|
| 5 | Spezifische Kundenrollen der frühen Kundenintegration | 138 |
| 5.1 | Rahmen der frühen Kundenintegration | 138 |
| 5.1.1 | Ziele des Herstellers | 140 |
| 5.1.2 | Generische Rollen des Kunden | 142 |
| 5.1.3 | Organisationale Parameter | 148 |
| 5.2 | Integrationsstrategien des Herstellers | 154 |
| 5.2.1 | Fokus auf Effektivität | 154 |
| 5.2.2 | Fokus auf Effizienz | 157 |
| 5.3 | Ausprägungen der frühen Kundenintegration | 161 |
| 5.4 | Zusammenfassung | 164 |
| | | |
| 6 | Ablauf und Organisation der frühen Kundenintegration | 165 |
| 6.1 | Prozess der frühen Kundenintegration | 165 |
| 6.2 | Konzeptionelles Managementmodell der frühen Kundenintegration | 170 |
| 6.3 | Gestaltungsempfehlungen und Thesen | 172 |
| 6.3.1 | Unternehmerischer Rahmen | 172 |
| 6.3.2 | Prozessschritte | 179 |
| 6.4 | Zusammenfassung | 204 |
| | | |
| 7 | Fazit | 206 |
| 7.1 | Kernaussagen | 206 |
| 7.2 | Ausblick | 217 |
| 7.2.1 | Aktuelle Entwicklungen und Trends | 218 |
| 7.2.2 | Offene Forschungsschwerpunkte | 226 |
| | | |
| | Referenzen | 229 |
| | | |
| | Anhang | 245 |