

Verena Kaiser

Corporate Entrepreneurship in der Versicherungswirtschaft

*Ein Konzept zur Förderung von
unternehmerischem Denken und Handeln
in etablierten Unternehmen*

Verlag Dr. Kovač
Hamburg 2009

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort	5
Vorwort	7
Inhaltsverzeichnis	9
Abbildungsverzeichnis	15
Tabellenverzeichnis	19
Abkürzungsverzeichnis	21
1. Corporate Entrepreneurship: ein Konzept für innovative Versicherungsunternehmen?	23
1.1 Gesamtzusammenhang und aktuelle Entwicklungen	23
1.2 Zielsetzung	24
1.3 Gang der Untersuchung	25
2. Grundlagen des Corporate Entrepreneurship	29
2.1 Theoretischer Rahmen	29
2.2 Der Begriff Corporate Entrepreneursip	31
2.2.1 Historische Entwicklung	32
2.2.1.1 Entrepreneurship und der Entrepreneur	32
2.2.1.2 Intrapreneurship und der Intrapreneur	32
2.2.2 Begriffsvielfalt	34
2.2.2.1 Innovation und Entrepreneurship	35
2.2.2.2 Begriffsdefinitionen Intrapreneurship	36
2.2.2.3 Begriffsdefinitionen Corporate Entrepreneurship	36
2.2.2.4 Begriffsdefinitionen Corporate Venturing	38
2.2.2.5 Weitere verwandte Begrifflichkeiten	41

2.2.3 Strömungen	42
2.3 Ansätze des Corporate Entrepreneurship und integriertes Corporate Entrepreneurship.....	43
2.4 Corporate Entrepreneurship Definition für die vorliegende Arbeit.....	46
2.5 Praxisbeispiele für erfolgreiches Corporate Entrepreneurship	48
3. Die Bedeutung von Corporate Entrepreneurship für die deutsche Versicherungsbranche.....	51
3.1 Versicherungen als Dienstleistungen.....	51
3.2 Aktuelle Marktsituation.....	53
3.3 Versicherungen und Innovationen.....	56
3.3.1 Innovationsarten in der Versicherungswirtschaft.....	56
3.3.2 Die Versicherungswirtschaft im Vergleich zu anderen Branchen	57
3.3.3 Studien zum Innovationsmanagement in der Versicherungsindustrie	62
3.4 Relevanz für Corporate Entrepreneurship	66
4. Stand der Forschung	71
4.1 Bestandsaufnahme von Arbeiten zu Corporate Entrepreneurship.....	71
4.2 Dimensionen des Corporate Entrepreneurship	89
4.3 Messbarkeit von Corporate Entrepreneurship	90
4.4 Einflussfaktoren auf Corporate Entrepreneurship	92
4.4.1 Umweltbezogene Faktoren.....	92
4.4.2 Unternehmensbezogene Faktoren	93
4.4.3 Personenbezogene Faktoren.....	97
4.4.4 Netzwerke	98
4.4.4.1 Exkurs: Netzwerke in der Innovations- und Entrepreneurship Forschung	98

4.4.4.2 Netzwerke in der Corporate Entrepreneurship Forschung.....	101
4.5 Auswirkungen des Corporate Entrepreneurship Erfolges	103
4.6 Synthese.....	105
4.7 Forschungslücke und Forschungsfragen	116
5. Experteninterviews	119
5.1. Methodisches Vorgehen und Ablauf	119
5.2 Auswertung	122
5.3 Ergebnisse	123
5.3.1 Umweltbezogene Kategorien	124
5.3.2 Internationalität	125
5.3.3 Unternehmensbezogene Kategorien.....	126
5.3.4 Eigenschaften von Intrapreneuren.....	128
5.3.5 Netzwerke	129
5.3.6 Corporate Entrepreneurship Kategorien	130
5.3.7 Corporate Entrepreneurship Erfolg.....	134
5.4 Interpretation und Begründung der weiteren Analyse.....	134
5.4.1 Interpretation der Umweltbedingungen und Internationalität.....	134
5.4.2 Interpretation der unternehmensbezogenen Kategorien.....	135
5.4.3 Interpretation der Kategorien Intrapreneure und Netzwerke	138
5.4.4 Interpretation der Corporate Entrepreneurship Kategorien.....	139
5.5 Bezugsrahmen für die weitere Untersuchung.....	142
6. Fallstudien.....	145
6.1 Methodisches Vorgehen	145

6.2 Datenerhebung.....	149
6.2.1 Technik der Datenerhebung	149
6.2.2 Zeitlicher Ablauf.....	151
6.2.3 Sampling der Untersuchungsobjekte.....	151
6.3 Auswertung	153
6.4 Ergebnisse	158
6.4.1 Hintergrundinformationen zum Fallstudiensetting	158
6.4.1.1 Die Innovationsinitiative der Group	158
6.4.1.2 Kurzporträt der beiden Fallstudienunternehmen	162
6.4.2 Einzelfallanalyse des deutschen Fallstudienunternehmens.....	163
6.4.2.1 Analyse der unternehmensbezogenen Faktoren	163
6.4.2.1.1 Unternehmensstruktur	163
6.4.2.1.2 Innovationsstrategie	164
6.4.2.1.3 Innovationskultur	167
6.4.2.1.4 Personalmanagement.....	171
6.4.2.2 Internationalität und persönliche Eigenschaften.....	174
6.4.2.3 Analyse der Dimensionen von Corporate Entrepreneurship.....	175
6.4.2.3.1 Innovativität	175
6.4.2.3.2 Strategische Neuausrichtung.....	177
6.4.2.3.3 Neue Geschäftseinheiten	180
6.4.2.4 Analyse des Corporate Entrepreneurship Erfolges.....	182
6.4.2.5 Zusammenfassung der Ergebnisse des deutschen Fallstudienunternehmens	183
6.4.3 Einzelfallanalyse des thailändischen Fallstudienunternehmens.....	184

6.4.3.1 Analyse der unternehmensbezogenen Faktoren	184
6.4.3.1.1 Unternehmensstruktur	184
6.4.3.1.2 Innovationsstrategie	185
6.4.3.1.3 Innovationskultur	188
6.4.3.1.4 Personalmanagement.....	193
6.4.3.2 Analyse der Dimensionen von Corporate Entrepreneurship	195
6.4.3.2.1 Innovativität	195
6.4.3.2.2 Strategische Neuausrichtung	197
6.4.3.2.3 Neue Geschäftseinheiten	200
6.4.3.3 Analyse des Corporate Entrepreneurship Erfolges	201
6.4.3.4 Zusammenfassung der Ergebnisse des thailändischen Fallstudienunternehmens	204
6.4.4 Vergleichende Falluntersuchung.....	205
6.4.4.1 Analyse der unternehmensbezogenen Faktoren	206
6.4.4.2 Analyse der Dimensionen von Corporate Entrepreneurship	208
6.4.4.3 Analyse des Corporate Entrepreneurship Erfolges	210
6.5 Zusammenfassung der Ergebnisse und Beantwortung der Forschungsfragen	211
6.6 Gütekriterien der Messung	217
6.7 Diskussion	220
7. Implikationen für Theorie und Praxis	227
7.1 Beiträge zur Theorie	227
7.2 Beiträge zur Praxis	229
7.3 Reflexion der gewählten Forschungsmethodik und kritische Würdigung	231

8. Zusammenfassender Ausblick und zukünftige Forschungsaktivitäten	235
Anhang.....	239
Interviewleitfaden Experteninterviews.....	241
Fallstudienprotokoll.....	245
Fragebogen Unternehmenskultur	248
Literaturverzeichnis	251