Inhaltsverzeichnis

Seite

Inhaltsverzeichnis XIII

Abbildungsverzeichnis XVII

Tabellenverzeichnis XIX

Abkürzungsverzeichnis XXIII

Symbolverzeichnis XXV

I Einleitung 1

1 Problemstellung und Relevanz 1

2 Aufbau der Arbeit 9

II Stand der Forschung 11

3 Innovationsmanagement und Innovationen 11

4 Dienstleistungsmanagement und Dienstleistungen 16

4.1 Die marketingbezogene Dienstleistungsliteratur 16

4.2 Die operative Dienstleistungsliteratur 23

4.3 Das Dienstleistungs-Produkt-Kontinuum und Dienstleistungen 29

5 Dienstleistungsinnovationen 32

6 Bestandsaufnahme: Bisherige Befunde zum Innovationserfolg im Dienstleistungssektor 37

6.1 Bisherige Befunde zu den Erfolgsfaktoren bei der Entwicklung neuer Produkte 38

6.2 Bisherige Befunde zu den Erfolgsfaktoren bei der Entwicklung neuer Dienstleistungen 49
6.3 Kritische Würdigung der bisherigen Befunde zum Innovationserfolg im Dienstleistungssektor 58

III Qualitative Empirie, Bezugsrahmen und Forschungshypothesen 71
7 Untersuchungsdesign der qualitativen Studie 71
7.1 Methodischer Ansatz 72
7.2 Stichprobenwahl und Strategien zur Datensammlung 73
7.3 Vorbereitung und Durchführung der qualitativen Studie 74
7.4 Analyse der Daten im Rahmen der qualitativen Studie 76
8 Ergebnisse der qualitativen Studie 80
8.1 Synergien und Imitierbarkeit 80
8.2 Der Innovationsprozess 85
8.3 Die wesentlichen Beteiligten: Integration und Commitment 87
8.4 Die Eigenschaften der Dienstleistungsinnovation 92
8.5 Zusammenfassende Schlussbetrachtung 93
9 Zusammenführung der bisherigen Erkenntnisse, Bezugsrahmen und Forschungsbeiträge der Arbeit 96
10 Entwicklung der Forschungshypothesen 103
10.1 Dienstleistungsgrad 103
10.2 Imitierbarkeit 109
10.3 Prozess 122
10.4 Commitment 141

IV Quantitative Empirie 151
11 Grundlagen der empirischen Untersuchung 151
11.1 Operationalisierung und Messung der Konstrukte 151
11.1.1 Grundsätzliche Überlegungen 152
11.1.2 Operationalisierung der Variablen 156
11.2 Datenerhebung 167
11.3 Beurteilung möglicher systematischer Messfehler 176
11.4 Methodischer Ansatz und analytisches Vorgehen 181
11.4.1 Vorgehensweise zur Beurteilung des Messmodells 184

11.4.2 Vorgehensweise zur Beurteilung des Strukturmodells 188
11.4.3 Vorgehensweise bei der Analyse moderierender Einflüsse 192
11.4.4 Vorgehensweise bei der Analyse von Konstrukten höherer Ordnung 192
12 Ergebnisse der empirischen Untersuchung 196
12.1 Beurteilung der Messmodelle 196
12.2 Deskriptive Ergebnisse 212
12.3 Beurteilung der Strukturmodelle 220
12.3.1 Imitierbarkeit 221
12.3.2 Prozess 225
12.3.3 Commitment 230
12.3.4 Zusammenfassung 234

V Schlussbetrachtung - Zusammenfassung und Implikationen 235
13 Zusammenfassung der wesentlichen Befunde 235
14 Implikationen für die Wissenschaft 247
15 Implikationen für die Unternehmenspraxis 252
16 Einschränkungen und Ausblick 256

Anhang 261
Literaturverzeichnis 263