

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	XVII
Tabellenverzeichnis.....	XIX
Abkürzungsverzeichnis	XXI
I. Einführung.....	1
A. Innovationsmanagement im Bereich industrieller Dienstleistungen - ein vernachlässigtes Problem der betriebswirtschaftlichen Theorie und Praxis	1
B. Aufbau der Arbeit.....	9
II. Terminologische Grundlagen der Arbeit.....	12
A. Der Begriff der industriellen Dienstleistung	12
1. Einleitung	12
2. Konstitutive Merkmale von Dienstleistungen - die drei Leistungsebenen als grundsätzliches Analyseraster	13
3. Leistungsbündel - ein Ansatz zur Überwindung der Dichotomie von Sach- und Dienstleistungen	18
4. Industrielle Dienstleistungen als elementare Bestandteile industrieller Leistungsangebote.....	21
a. Inhaltliche Abgrenzung und Definition des Absatzobjekts „Industrielle Dienstleistung“	21
b. Arten von industriellen Dienstleistungen	26
c. Einzelwirtschaftlicher Stellenwert und wettbewerbsstrategische Bedeutung industrieller Dienstleistungen.....	31
B. Der Begriff der Innovation - ein facettenreiches Betrachtungsobjekt in Theorie und Praxis.....	35
1. Einleitung	35

2.	Innovation - eine inhaltliche Aufbereitung.....	36
a.	Die unterschiedlichen Dimensionen des Begriffs Innovation.....	36
a1.	Innovation - ein schillernder Begriff.....	36
a2.	Innovation als Ergebnis.....	37
(a)	Inhaltliche Dimension.....	37
(b)	Intensitätsdimension.....	38
(c)	Subjektive Dimension.....	40
(d)	Normative Dimension.....	41
a3.	Innovation als Prozess: die zeitliche Dimension.....	42
b.	Konstitutive Merkmale von Innovationen.....	44
3.	Innovationen im Bereich industrieller Dienstleistungen.....	48
a.	Angebotsinnovation und die drei Ebenen der Leistungsinnovation - eine Analogie zu den Dienstleistungsebenen.....	48
b.	Besonderheiten von industriellen Dienstleistungsinnovationen.....	51
b1.	Vorüberlegungen.....	51
b2.	Besonderheiten aufgrund der Immaterialität.....	51
b3.	Besonderheiten aufgrund der Integrativität.....	56
b4.	Besonderheiten aufgrund des industriellen Hintergrundes.....	61
4.	Inhaltliche Abgrenzung und Definition des Begriffs „Industrielle Dienstleistungsinnovation“.....	62
C.	Innovationsmanagement industrieller Dienstleistungen - ein betriebs- wirtschaftliches Aufgabenfeld mit erheblicher Komplexität.....	63
1.	Innovationsmanagement als unternehmerische Aufgabenstellung.....	63
2.	Inhaltliche Abgrenzung und Konkretisierung des Innovationsmanagements.....	65
a.	Aufgaben und Inhalte des Innovationsmanagements.....	65
b.	Abgrenzung gegenüber dem Forschungs- und Entwicklungsmanagement sowie gegenüber dem Technologiemanagement.....	70

3.	Die Notwendigkeit eines institutionalisierten Innovationsmanagements vor dem Hintergrund der Aufgabenstellung „industrielle Dienstleistungsinnovation“.....	76
a.	Das Innovationsmanagement von Dienstleistungen in der Praxis industrieller Betriebe - mangelnde Problemevidenz und fehlende Kompetenzen	76
b.	Industrielle Dienstleistungen - ein Innovationsgegenstand mit erhöhter Komplexität	78
c.	Konsequenzen für das Innovationsmanagement im industriellen Dienstleistungsbereich.....	80
D.	Fazit: das Betrachtungsobjekt „industrielle Dienstleistungsinnovation“ - Erfordernis und Herausforderung eines effizienten und effektiven Managements.....	88
III. Theoretische Ansätze zur Analyse und Erklärung des Problembereichs Innovationsmanagement industrieller Dienstleistungen		89
A.	Einleitung	89
B.	Ansätze der evolutorischen Ökonomik	92
1.	Kennzeichen evolutorischer Theorien.....	92
2.	Der dynamische Pionierunternehmer nach Schumpeter - das Erkennen und Durchsetzen neuer Möglichkeiten als entscheidende Unternehmerfunktion	93
a.	Die Unternehmereigenschaft nach Schumpeter	93
b.	Anwendung des Konzepts auf den Bereich des Innovationsmanagements industrieller Dienstleistungen.....	95
c.	Kritik am Konzept des Pionierunternehmers	97
3.	Die Wettbewerbsprozessstheorie der Modern Austrian Economics.....	99
a.	Historische Vertreter und Grundlagen.....	99
b.	Anwendung der Erkenntnisse auf den Bereich des Innovationsmanagements industrieller Dienstleistungen	103
c.	Kritik.....	106

C.	Die Lehre von den Unternehmerfunktionen als Leitbild zur Analyse des Innovationsmanagements industrieller Dienstleistungen.....	108
1.	Grundlagen einer Lehre von den Unternehmerfunktionen.....	108
a.	Überblick über die Forschung zu den Unternehmerfunktionen	108
b.	Die Lehre von den Unternehmerfunktionen nach <i>Schneider</i> - Zusammenfassung und Integration der bestehenden Forschung zum Unternehmertum	110
b1.	Die Vorteilhaftigkeit der Lehre von den Unternehmerfunktionen für das Untersuchungsobjekt des Innovationsmanagements industrieller Dienstleistungen.....	110
b2.	Grundlegende Modellannahmen	112
b3.	Die Unternehmerfunktionen im Einzelnen.....	115
b4.	Die Ausübung von Unternehmerfunktionen unter Berücksichtigung der personalen und der institutionellen Ebenen.....	121
2.	Unternehmerfunktionen, Wettbewerbsfähigkeit und die Rolle von industriellen Dienstleistungsinnovationen	127
a.	Der Zusammenhang zwischen Unternehmerfunktionen und Wettbewerbsfähigkeit nach <i>Reckenfelderbäumer</i>	127
a1.	Vorüberlegungen	127
a2.	Das Modell zur Entstehung von Wettbewerbsvorteilen durch das Ausüben von Unternehmerfunktionen	128
b.	Das Innovationsmanagement industrieller Dienstleistungen als Gestaltungsobjekt des Ausübens von Unternehmerfunktionen zur Erzielung von Wettbewerbsvorteilen und zur Sicherstellung der Wettbewerbsfähigkeit industrieller Unternehmungen.....	135
b1.	Das Innovationsmanagement industrieller Dienstleistungen im Lichte des Ausübens von Unternehmerfunktionen	135
b2.	Begründung und Etablierung eines eigenständigen Ausübens von Unternehmerfunktionen zur Verwirklichung von Dienstleistungsinnovationen in Industrieunternehmungen	137
b3.	Die konkrete Ausübung von Unternehmerfunktionen zur Verwirklichung industrieller Dienstleistungsinnovationen.....	139

	Mikrofundierung einer Lehre von den Unternehmerfunktionen?	148
a.	Grundlagen des Promotorenmodells	148
a1.	Historische Entwicklung des Modells - von <i>Witte</i> zum aktuellen Stand der Promotorenforschung	148
a2.	Promotoren - Arten, Machtquellen und Leistungsbeiträge	150
a3.	Existenz von Promotoren und Arbeitsteilung im Innovationsmanagement.....	157
a4.	Personale und funktionale Sicht des Promotorenbegriffs	160
a5.	Kritische Anmerkungen zum Promotorenmodell.....	161
b.	Promotoren und die Ausübung von Unternehmerfunktionen - eine Integration der beiden Konzepte.....	166
b1.	Grundsätzliche Überlegungen	166
b2.	Das Promotorenmodell als innovationsbezogene Konkretisierung und Ausgestaltung des Ausübens von Unternehmerfunktionen durch Manager in Unternehmungen.....	167
b3.	Die Quadriga der Promotoren und das Ausüben von Unternehmerfunktionen.....	171
b4.	Promotoren und Innovationen im industriellen Dienstleistungsbereich ...	176
(a)	Grundsätzliche Überlegungen	176
(b)	Promotoren und Widerstände bei industriellen Dienstleistungsinnovationen.....	178
D.	Fazit: die Bedeutung des Innovationsmanagements industrieller Dienstleistungen aus Sicht der ökonomischen Theorie.....	185

IV. Implikationen für das Innovationsmanagement industrieller Dienstleistungen...	186
A. Die Notwendigkeit eines ganzheitlichen Innovationsmanagements	186
B. Normatives Innovationsmanagement industrieller Dienstleistungen	188
1. Einleitende Überlegungen	188
2. Grundsatzentscheidung für den aktiven Eintritt in das industrielle Dienstleistungsgeschäft - eine Re-Definition der Geschäftstätigkeit von Industrieunternehmungen und die Implikationen für das Innovationsmanagement von Dienstleistungen	188
3. Der Wandel der industriellen Unternehmungskultur als zentrale Aufgabenstellung eines normativen Serviceinnovationsmanagements	192
a. Die Kulturinnovation als notwendige Voraussetzung für die Verwirklichung neuartiger Absatzleistungen	192
b. Entwicklung einer eigenständigen Dienstleistungskultur und Dienstleistungsfähigkeit in der industriellen Unternehmung	195
c. Weiterentwicklung der Innovationskultur und Innovationsfähigkeit - von der Sachleistungsfokussierung zum umfassenden Leistungsbündel	201
4. Das Konzept des Intrapreneurship als kultureller Ansatz zur Etablierung von Promotoren und zur Förderung des Ausübens von Unternehmerfunktionen in industriellen Unternehmungen	207
a. Grundlegende Darstellung des Intrapreneurship	207
b. Das Intrapreneurship und die Promotoren als Träger der innovationsbezogenen Unternehmerfunktion	209
c. Organisationale Aspekte des Intrapreneurship zur Förderung von Promotoren	212
C. Strategisches Innovationsmanagement industrieller Dienstleistungen	216
1. Grundlagen eines strategischen Innovationsmanagements von Dienstleistungen in Industrieunternehmungen	216
2. Die Ausprägung des strategischen Dienstleistungsinnovations- managements in der Realität industrieller Unternehmungen	224

3.	Markt- und wettbewerbsbezogener Hintergrund des strategischen Dienstleistungsinnovationsmanagements im industriellen Bereich	226
4.	Strategische Optionen im Rahmen des Innovationsmanagements industrieller Dienstleistungen	228
a.	Innovationen als Teil der industriellen Dienstleistungsprogrammgestaltung	228
b.	Die strategische Timingentscheidung: Innovationsführer oder Innovationsfolger im industriellen Dienstleistungsbereich	236
c.	Quellen industrieller Dienstleistungsinnovationen: Technology Push, Demand Pull und eine integrierte Sichtweise.....	240
5.	Die organisatorische Verankerung des Dienstleistungsinnovationsmanagements - eine Entscheidung mit strategischem Charakter	244
D.	Operatives Innovationsmanagement industrieller Dienstleistungen	248
1.	Die Erfolgsfaktoren industrieller Dienstleistungsinnovationen als wesentliche Herausforderungen für das operative Management.....	248
2.	Service Engineering - ein ingenieurwissenschaftlich geprägter Ansatz zur Systematisierung und Strukturierung des operativen Dienstleistungsinnovationsmanagements.....	251
a.	Grundlegende Darstellung des Service Engineering.....	251
b.	Das Entwicklungsobjekt Dienstleistung.....	254
c.	Vorgehensmodelle, Methoden und Werkzeuge im Service Engineering.....	257
d.	Kritische Analyse des aktuellen Forschungsstands im Service Engineering	262
3.	Die Integration des Kunden in den Innovationsprozess zur Sicherstellung der Effektivität der industriellen Dienstleistungsinnovation.....	267
a.	Marktorientierung und Effektivität der Innovation	267
b.	Formen der Integration von Kunden in den Innovationsprozess industrieller Dienstleistungen	270
c.	Die Etablierung und Steigerung der innovationsbezogenen Kundeneinbindung - ein Reifeprozess.....	277

E.	Fazit: industrielle Dienstleistungsinnovationen - eine umfassende und komplexe Herausforderung für das Management industrieller Unternehmungen	278
V.	Fazit und Ausblick: zukünftiger Forschungsbedarf für das Innovationsmanagement von Dienstleistungen in Industrieunternehmen.....	280
	Literaturverzeichnis.....	285