

Tomass Grass

Kundenintegration im Innovationsprozess

*Identifikation von Problemfeldern in IT-Unternehmen
anhand von Fallstudienanalysen*

Dissertation

zur Erlangung des Doktorgrades Dr. rer. pol.

Vorgelegt an der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät
der Technischen Universität Dortmund

Inhaltsverzeichnis

Abstract	I
Inhaltsverzeichnis	II
Abkürzungsverzeichnis	VI
Abbildungsverzeichnis	VIII
Tabellenverzeichnis	X
1 Einleitung.....	1
1.1 Untersuchte Fragestellung und Zielsetzung der Arbeit.....	1
1.2 Relevanz der untersuchten Fragestellung.....	3
1.3 Forschungslücken in der wissenschaftlichen Literatur	5
1.4 Aufbau der Arbeit.....	7
2 Forschungsdesign.....	10
2.1 Grundsätze der Grounded Theory	10
2.2 Fallstudienanalysen und empirische Datengrundlagen	11
2.3 Auswertung der empirischen Daten	15
2.4 Kriterien wissenschaftlicher Güte in der qualitativen Forschung	19
3 Theoretische Grundlagen der Arbeit	21
3.1 Innovation und Innovationsprozess.....	21
3.1.1 Der Begriff Innovation	21
3.1.2 Modelle des Innovationsprozesses	23
3.2 Forschungsperspektiven der Kundenintegration.....	26
3.2.1 Vom Prosumer zur Open Innovation.....	26
3.2.2 Kundenintegration bei Erbringung von Dienstleistungen	27
3.2.3 Kundenintegration bei der Individualisierung von Produkten.....	29
3.2.4 Kundenintegration im Innovationsprozess	30
3.3 Paradigmen und Konzepte der Kundenintegration im Innovationsprozess	32
3.3.1 Manufacturing-Active-Paradigm vs. Customer-Active-Paradigm	32
3.3.2 Kooperative Interaktion	34
3.3.3 Kundenrolle im Innovationsprozess	35

3.3.4 Lead-User-Konzept.....	37
3.4 Bekannte Problemfelder der Kundenintegration im Innovationsprozess.....	45
4 Rahmenbedingungen der Innovationstätigkeit von IT-Unternehmen.....	49
4.1 Tätigkeitsbereiche von IT-Unternehmen	49
4.2 Entwicklung des IT-Marktes	51
4.3 Technologiedynamik in der IT-Branche	52
4.4 Elemente von Innovationen in IT-Unternehmen.....	53
5 Fallstudien der Kundenintegration	55
5.1 Fallstudie „Workplace Administrator“.....	55
5.1.1 Gegenstand der Innovation	55
5.1.2 Innovationsprozess	55
5.1.3 Kundenintegration im Innovationsprozess	60
5.1.4 Problemfelder der Kundenintegration	66
5.2 Fallstudie „Handcrafter“	71
5.2.1 Gegenstand der Innovation	71
5.2.2 Innovationsprozess	72
5.2.3 Kundenintegration im Innovationsprozess	74
5.2.4 Problemfelder der Kundenintegration	84
5.3 Fallstudie “Order Manager”	88
5.3.1 Gegenstand der Innovation	88
5.3.2 Innovationsprozess	88
5.3.3 Kundenintegration im Innovationsprozess	92
5.3.4 Problemfelder der Kundenintegration	95
5.4 Fallstudie „Content Manager“	98
5.4.1 Gegenstand der Innovation	98
5.4.2 Innovationsprozess	99
5.4.3 Kundenintegration im Innovationsprozess	101
5.4.4 Problemfelder der Kundenintegration	109
6 Analysemodell der Kundenintegration im Innovationsprozess.....	118
6.1 Komponenten des Kundenintegrationsmodells.....	118
6.2 Innovationsprozess als Basis der Kundenintegration	119
6.3 Reichweite der Kundenintegration.....	123
6.4 Rollen integrierter Kunden.....	127

6.5	Eigenschaften integrierter Kunden.....	131
6.6	Schnittstellen der Kundenintegration.....	135
7	Zentrale Problemfelder der Kundenintegration im Innovationsprozess	139
7.1	Strukturierung des Innovationsprozesses	139
7.1.1	Problembeschreibung	139
7.1.2	Problemursachen.....	140
7.1.3	Problemfolgen.....	141
7.1.4	Lösungsansätze	142
7.2	Selektion und Priorisierung von Innovationen.....	142
7.2.1	Problembeschreibung	142
7.2.2	Problemursachen.....	144
7.2.3	Problemfolgen.....	144
7.2.4	Lösungsansätze	144
7.3	Konflikt zwischen Produktindividualisierung und Produktstandardisierung.....	145
7.3.1	Problembeschreibung	145
7.3.2	Problemursachen.....	148
7.3.3	Problemfolgen.....	149
7.3.4	Lösungsansätze	149
7.4	Steigende Produktkomplexität und disruptive Innovation.....	149
7.4.1	Problembeschreibung	149
7.4.2	Problemursachen.....	150
7.4.3	Problemfolgen.....	150
7.4.4	Lösungsansätze	153
7.5	Auswahl integrierter Kunden	154
7.5.1	Problembeschreibung	154
7.5.2	Problemursachen.....	154
7.5.3	Problemfolgen.....	155
7.5.4	Lösungsansätze	155
7.6	Antizipierung von Kundenerwartungen	156
7.6.1	Problembeschreibung	156
7.6.2	Problemursachen.....	158
7.6.3	Problemfolgen.....	158
7.6.4	Lösungsansätze	159
7.7	Gegenseitige Abhängigkeit	159

7.7.1	Problembeschreibung	159
7.7.2	Problemursachen.....	160
7.7.3	Problemfolgen.....	161
7.7.4	Lösungsansätze	161
7.8	Fallstudienübergreifender Vergleich der Problemfelder.....	161
8	Reflexion im Hinblick auf existierende theoretische Konzepte der Kundenintegration und der Forschungsmethodik	166
8.1	Dominanz des Customer-Active-Paradigm.....	166
8.2	Interaktive Kooperation aus Perspektive der Kundenintegration	167
8.3	Lead User Integration als Instrument der Ideengenerierung.....	168
8.4	Eine erweiterte Sicht der Kundenrollen	169
8.5	Reflexion im Hinblick auf bisher bekannte Problemfelder.....	170
8.6	Methodische Reflexion der Arbeit	171
9	Fazit für die Forschung und Folgerungen für die Praxis.....	173
	Literaturverzeichnis	177