

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis.....	XIII
Tabellenverzeichnis.....	XV
Kapitel 1: Einführung	1
1.1 Problemstellung und Zielsetzung	1
1.2 Grundlagen der Untersuchung.....	8
1.2.1 Aufbau der Arbeit	8
1.2.2 Wissenschaftstheoretische Einordnung.....	10
Kapitel 2: Befunde der bisherigen empirischen NPE-Forschung	15
2.1 Ordnungsrahmen	15
2.2 Befunde in Abhängigkeit vom Ordnungsrahmen.....	19
2.2.1 Neuproduktentwicklungsprozess	19
2.2.1.1 Arbeiten von Cooper und Kleinschmidt.....	19
2.2.1.2 Arbeiten von anderen Autoren	28
2.2.2 Organisation der Neuproduktentwicklung.....	37
2.2.3 Innovationskultur	46
2.2.4 Einfluss der Unternehmensleitung und Commitment des Unternehmens	53
2.2.5 Strategie der Neuproduktentwicklung.....	60
2.2.6 Synergien	64
2.3 Zusammenfassung und kritische Würdigung	76

Kapitel 3: Messfehler in der NPE-Forschung – Theoretische Überlegungen und empirische Anhaltspunkte	81
3.1 Theoretische Überlegungen.....	81
3.1.1 Messfehler in der empirischen Sozialforschung	81
3.1.1.1 Arten, Ursachen und Auswirkungen von Messfehlern	81
3.1.1.2 Messfehler aufgrund von Informanteneinflüssen und ihre Behandlung.....	87
3.1.1.2.1 Ursachen eines Informant Bias	87
3.1.1.2.2 Konsequenzen für die Auswahl von Informanten.....	90
3.1.2 Spezifische Ursachen eines Informant Bias in der NPE-Forschung	95
3.1.2.1 Hierarchische Position der Informanten	97
3.1.2.2 Funktionale Position der Informanten	102
3.1.2.2.1 Subkulturen.....	103
3.1.2.2.2 Schnittstellen zwischen Funktionsbereichen.....	112
3.2 Informant Bias in der NPE-Forschung: Eine explorative Fallstudie.....	115
3.2.1 Ziel und Aufbau der Fallstudie	115
3.2.2 Analyse individueller Meinungsunterschiede	117
3.2.3 Analyse funktional bedingter Meinungsunterschiede.....	121
3.2.4 Zusammenfassung und Implikationen	130
3.3 Bestandsaufnahme: Messfehler in der empirischen NPE-Forschung	131
3.3.1 Auswahl von und Berichterstattung über Informanten in der empirischen NPE-Forschung.....	131
3.3.1.1 Arbeiten von Cooper und Kleinschmidt.....	131
3.3.1.2 Arbeiten von anderen Autoren	135
3.3.2 Anhaltspunkte für die Existenz eines Informant Bias in der empirischen NPE-Forschung.....	145
3.3.2.1 Direkte Anhaltspunkte.....	145
3.3.2.2 Indirekte Anhaltspunkte	148
3.4 Zusammenfassung: Implikationen für die NPE-Forschung und Ableitung zentraler Hypothesen der vorliegenden Arbeit	155

Kapitel 4: Aufbau der empirischen Untersuchung	163
4.1 Grundlegende Elemente des Messmodells.....	163
4.2 Operationalisierung des Messmodells	165
4.2.1 Erfolgsmessung von NPE-Programmen.....	165
4.2.1.1 Messkonzept.....	165
4.2.1.2 Art der Befragung	170
4.2.2 Gestaltungselemente von NPE-Programmen.....	171
4.2.2.1 Ergänzungen des Ansatzes von Cooper und Kleinschmidt	171
4.2.2.2 Kundeneinbindung in die Produktentwicklung	174
4.2.2.3 Zusammenfassende Bewertung	179
4.2.3 Kontingenzzfaktoren.....	180
4.2.4 Einflussfaktoren auf den Informant Bias	183
4.3 Datenerhebung	187
4.3.1 Aufbau und Ablauf der Befragung	187
4.3.2 Informationen zum Sample.....	192
Kapitel 5: Empirische Befunde: Informanteneinflüsse	195
5.1 Ausmaß des Informant Bias.....	198
5.1.1 Informant Bias aufgrund hierarchisch unterschiedlicher Positionen der Informanten	198
5.1.1.1 Skalenoimierung	198
5.1.1.2 Konstruktvalidierung	221
5.1.1.3 Analyse von weiteren Variablen.....	238
5.1.2 Informant Bias aufgrund funktional unterschiedlicher Positionen der Informanten	246
5.1.2.1 Skalenoimierung	246
5.1.2.2 Konstruktvalidierung	272
5.1.2.3 Analyse von weiteren Variablen.....	281
5.2 Einflussfaktoren auf den Informant Bias	284
5.2.1 Kommunikationsbeziehungen	284
5.2.2 Zusammenarbeit der Funktionsbereiche	288
5.2.3 Einfluss der Delphi-Befragung.....	294
5.3 Zusammenfassung	296

Kapitel 6: Empirische Befunde: Erfolgsfaktoren neuer Produkte	301
6.1 Erfolgsdimensionen von NPE-Programmen.....	302
6.2 Zusammenhang zwischen Gestaltungselementen von NPE-Programmen und deren Profitabilität	304
6.3 Zusammenfassung.....	311
Kapitel 7: Zusammenfassung und Implikationen	315
7.1 Wesentliche Befunde	315
7.2 Implikationen für die Wissenschaft.....	319
7.3 Implikationen für die unternehmerische Praxis.....	323
Anhang: Grundlagen der Datenauswertung: MTMM-Analyse	329
A1 Anfänge: Die MTMM-Matrix nach Campbell und Fiske	329
A2 State-of-the-Art: Eine beispielhafte MTMM-Anwendung	333
Literaturverzeichnis	347
Stichwortverzeichnis	373

Abbildungsverzeichnis

Kapitel 1:

Abb. 1.1: Zeitliche Entwicklung wissenschaftlicher Publikationen zum Thema „Erfolg neuer Produkte“ (1994 – 2000)	3
Abb. 1.2: Gang der Untersuchung	9

Kapitel 2:

Abb. 2.1: Eingrenzung der betrachteten Erfolgsfaktoren	18
--	----

Kapitel 3:

Abb. 3.1: Systematik von Messfehlern.....	95
Abb. 3.2: Handlungsbedarf nach Benchmarking aus Sicht von Marketing und F&E	124
Abb. 3.3: Zusammenfassung: Behandlung von Informanteneinflüssen in der empirischen NPE-Forschung	155

Kapitel 4:

Abb. 4.1 Grundlegende Elemente des idealtypischen Messmodells.....	163
Abb. 4.2: Aufbau und Ablauf der Befragung	189

Kapitel 5:

Abb. 5.1: Ablauf der MTMM-Analysen	196
Abb. 5.2: Aufbau von Kapitel 5	197
Abb. 5.3: Ergebnis der Skalenoptimierung (Hierarchische Position der Informanten): NPE-Prozess.....	218
Abb. 5.4: Ergebnis der Skalenoptimierung (Hierarchische Position der Informanten): Projektorganisation und Innovationskultur.....	219
Abb. 5.5: Ergebnis der Skalenoptimierung (Hierarchische Position der Informanten): Rolle des Top-Management und Strategie des NPE-Programmes	220
Abb. 5.6: Ergebnis der Skalenoptimierung (Funktionale Position der Informanten): NPE-Prozess.....	269

Abb. 5.7: Ergebnis der Skalenoptimierung (Funktionale Position der Informanten): Innovationskultur	270
Abb. 5.8: Ergebnis der Skalenoptimierung (Funktionale Position der Informanten): Rolle des Top-Management	271

Kapitel 6:

Abb. 6.1: Profitabilität des NPE-Programmes und Einbindung von Kunden in die Produktentwicklung	305
Abb. 6.2: Profitabilität des NPE-Programmes und Stärke des Projektleiters	307
Abb. 6.3: Profitabilität des NPE-Programmes und Unterstützung durch das Top-Management	309

Anhang:

Abb. A1: Beispiel einer MTMM-Matrix (Bagozzi/Phillips).....	330
Abb. A2: Modell der konfirmatorischen Faktorenanalyse zum Einfluss von Kindern auf Kaufentscheidungen von Familien (Kim/Lee).....	336
Abb. A3: Die Multitrait-Multimethod Korrelationsmatrix (Kim/Lee).....	338
Abb. A4: Modell der konfirmatorischen Faktorenanalyse unter Berücksichtigung mehrerer Konstrukte und Methoden (trait-method model)	340
Abb. A5: MTMM-Analyse auf Basis des CU-Modells (Kim/Lee).....	343

Tabellenverzeichnis

Kapitel 1:

Tab. 1.1: Erfolgsfaktoren neuer Produkte auf der Projektebene.....	4
--	---

Kapitel 2:

Tab. 2.1: Zusammenhang zwischen relevanten Aspekten der Neuproduktentwicklung und dem „7-S-Ansatz“	16
Tab. 2.2: Befunde: Neuproduktentwicklungsprozess (Cooper und Kleinschmidt) ..	20
Tab. 2.3: Befunde: Neuproduktentwicklungsprozess (Andere Autoren)	29
Tab. 2.4: Befunde: Organisation des NPE-Prozesses (Cooper und Kleinschmidt).....	38
Tab. 2.5: Befunde: Organisation des NPE-Prozesses (Andere Autoren).....	41
Tab. 2.6: Befunde: Innovationskultur (Cooper und Kleinschmidt)	47
Tab. 2.7: Befunde: Innovationskultur (Andere Autoren).....	49
Tab. 2.8: Befunde: Rolle der Unternehmensleitung und Commitment des Unternehmens (Cooper und Kleinschmidt).....	54
Tab. 2.9: Befunde: Rolle der Unternehmensleitung und Commitment des Unternehmens (Andere Autoren)	56
Tab. 2.10: Befunde: Strategie der Neuproduktentwicklung (Cooper und Kleinschmidt).....	61
Tab. 2.11: Befunde: Strategie der Neuproduktentwicklung (Andere Autoren)	63
Tab. 2.12: Befunde: Synergien (Cooper und Kleinschmidt)	67
Tab. 2.13: Befunde: Synergien (Andere Autoren).....	73

Kapitel 3:

Tab. 3.1: Zusammenfassung: Ausmaß verschiedener Varianzkomponenten.....	86
Tab. 3.2: Befunde der Varianzdekomposition (Bagozzi/Phillips)	101
Tab. 3.3: Inhaltliche Analyse der Interviews	104
Tab. 3.4: Meinungsunterschiede hinsichtlich Produktinnovationen zwischen den „thought worlds“.....	106
Tab. 3.5: Antworten der Manager nach Funktionsbereichen	107
Tab. 3.6: Elemente der Literaturanalyse im Hinblick auf die Situation von Beta. 108	
Tab. 3.7: Anteil der Personen, die über Informationen verfügen (nach Informationsart und Funktionsbereich)	110
Tab. 3.8: Befunde der Diskriminanzanalyse nach Inhalten der Interviews	111

Tab. 3.9:	Gründe für die Nicht-Nutzung von Marketing-Informationen durch F&E	113
Tab. 3.10:	Individuelle und funktionenabhängige Abweichungen in der Bewertung der Erfolgsfaktoren	118
Tab. 3.11:	Datenbasis empirischer NPE-Forschungsarbeiten von Cooper und Kleinschmidt	132
Tab. 3.12:	Datenbasis empirischer NPE-Forschungsarbeiten von anderen Autoren.....	136
Tab. 3.13:	Mittlere Professionalität der NPE-Aktivitäten	153

Kapitel 4:

Tab. 4.1:	Operationalisierung des Erfolgs von NPE-Programmen in der relevanten Literatur.....	166
Tab. 4.2:	Messkonzept für den Erfolg von NPE-Programmen	169
Tab. 4.3:	Operationalisierung der Gestaltungselemente von NPE-Programmen	173
Tab. 4.4:	Operationalisierung des Konstruktes Kundeneinbindung in die Produktentwicklung	178
Tab. 4.5:	Operationalisierung der Konstrukte für drei Umweltfaktoren	182
Tab. 4.6:	Beziehungen zwischen Abteilungen: Interaktion vs. Zusammenarbeit	184
Tab. 4.7:	Operationalisierung des Konstruktes Zusammenarbeit	185
Tab. 4.8:	Operationalisierung des Konstruktes Kommunikationsbeziehungen ...	187
Tab. 4.9:	Deskriptive Statistik (Sample).....	192

Kapitel 5:

Tab. 5.1:	Deskriptive Statistik: Formalisierung des NPE-Prozesses.....	198
Tab. 5.2:	Befunde der explorativen Faktorenanalyse: Formalisierung des NPE-Prozesses	199
Tab. 5.3:	Befunde der konfirmatorischen Faktorenanalysen differenziert nach zwei Methoden: Formalisierung des NPE-Prozesses	200
Tab. 5.4:	Deskriptive Statistik: Inhalte des NPE-Prozesses	202
Tab. 5.5:	Befunde der explorativen Faktorenanalyse: Inhalte des NPE-Prozesses	203
Tab. 5.6:	Befunde der konfirmatorischen Faktorenanalysen differenziert nach zwei Methoden: Inhalte des NPE-Prozesses	203

Tab. 5.7:	Befunde der explorativen Faktorenanalyse: Einbindung von Kunden in die Produktentwicklung.....	204
Tab. 5.8:	Befunde der konfirmatorischen Faktorenanalysen differenziert nach zwei Methoden: Einbindung von Kunden in die Produktentwicklung ...	205
Tab. 5.9:	Deskriptive Statistik: Organisation des NPE-Prozesses	206
Tab. 5.10:	Befunde der explorativen Faktorenanalyse: Organisation des NPE-Prozesses	207
Tab. 5.11:	Befunde der konfirmatorischen Faktorenanalysen differenziert nach zwei Methoden: Organisation des NPE-Prozesses	208
Tab. 5.12:	Deskriptive Statistik: Innovationskultur	209
Tab. 5.13:	Befunde der explorativen Faktorenanalyse: Innovationskultur	210
Tab. 5.14:	Befunde der konfirmatorischen Faktorenanalysen differenziert nach zwei Methoden: Innovationskultur.....	211
Tab. 5.15:	Deskriptive Statistik: Rolle des Top-Management und Commitment ...	212
Tab. 5.16:	Befunde der explorativen Faktorenanalyse: Rolle des Top-Management und Commitment.....	213
Tab. 5.17:	Befunde der konfirmatorischen Faktorenanalysen differenziert nach zwei Methoden: Rolle des Top-Management und Commitment	214
Tab. 5.18:	Deskriptive Statistik: Strategie des NPE-Programmes	215
Tab. 5.19:	Befunde der explorativen Faktorenanalyse: Strategie des NPE-Programmes	216
Tab. 5.20:	Befunde der konfirmatorischen Faktorenanalysen differenziert nach zwei Methoden: Strategie des NPE-Programmes.....	216
Tab. 5.21:	Deskriptive Statistik: Konstrukte (NPE-Prozess)	222
Tab. 5.22:	Befunde der konfirmatorischen Faktorenanalysen differenziert nach zwei Methoden: NPE-Prozess	223
Tab. 5.23:	Vergleich unterschiedlicher Schätzmodelle	224
Tab. 5.24:	Befunde der MTMM-Analyse: NPE-Prozess	225
Tab. 5.25:	Korrelationen zwischen den einzelnen Konstrukten (traits).....	226
Tab. 5.26:	Deskriptive Statistik: Konstrukte (Organisation und Innovationskultur)	228
Tab. 5.27:	Befunde der konfirmatorischen Faktorenanalysen differenziert nach zwei Methoden: Organisation des NPE-Prozesses und Innovationskultur	229
Tab. 5.28:	Vergleich unterschiedlicher Schätzmodelle	230
Tab. 5.29:	Befunde der MTMM-Analyse: Organisation des NPE-Prozesses und Innovationskultur	230
Tab. 5.30:	Korrelationen zwischen den einzelnen Konstrukten (traits).....	231
Tab. 5.31:	Deskriptive Statistik: Konstrukte (Top-Management und Strategie) ...	233

Tab. 5.32: Befunde der konfirmatorischen Faktorenanalysen differenziert nach zwei Methoden: Rolle des Top-Management und Strategie des NPE-Programmes.....	234
Tab. 5.33: Vergleich unterschiedlicher Schätzmodelle	235
Tab. 5.34: Befunde der MTMM-Analyse: Rolle des Top-Management und Strategie des NPE-Programmes	235
Tab. 5.35: Korrelationen zwischen den einzelnen Konstrukten (traits).....	236
Tab. 5.36: MTMM-Matrix mit einzelnen Variablen: Inhalte des NPE-Prozesses...	239
Tab. 5.37: MTMM-Matrix mit einzelnen Variablen: Organisation des NPE-Prozesses	241
Tab. 5.38: MTMM-Matrix mit einzelnen Variablen: Innovationskultur	242
Tab. 5.39: MTMM-Matrix mit einzelnen Variablen: Rolle des Top-Management und langfristige Ausrichtung des NPE-Programmes.....	244
Tab. 5.40: Deskriptive Statistik: Synergien	245
Tab. 5.41: MTMM-Matrix mit einzelnen Variablen: Synergien	245
Tab. 5.42: Deskriptive Statistik: Formalisierung des NPE-Prozesses.....	247
Tab. 5.43: Befunde der konfirmatorischen Faktorenanalysen differenziert nach drei Methoden: Formalisierung des NPE-Prozesses	248
Tab. 5.44: Deskriptive Statistik: Inhalte des NPE-Prozesses	249
Tab. 5.45: Befunde der konfirmatorischen Faktorenanalysen differenziert nach drei Methoden: Inhalte des NPE-Prozesses	251
Tab. 5.46: Befunde der explorativen Faktorenanalyse für Informanten aus F&E: Inhalte des NPE-Prozesses.....	251
Tab. 5.47: Befunde der explorativen Faktorenanalyse für Informanten aus dem Marketing: Inhalte des NPE-Prozesses	252
Tab. 5.48: Befunde der explorativen Faktorenanalyse für Informanten aus der Produktion: Inhalte des NPE-Prozesses	253
Tab. 5.49: Befunde der konfirmatorischen Faktorenanalysen differenziert nach drei Methoden: Einbindung von Kunden in die Produktentwicklung	254
Tab. 5.50: Deskriptive Statistik: Organisation des NPE-Prozesses	256
Tab. 5.51: Befunde der explorativen Faktorenanalyse für Informanten aus dem Marketing: Organisation des NPE-Prozesses	257
Tab. 5.52: Befunde der explorativen Faktorenanalyse für Informanten aus der Produktion: Organisation des NPE-Prozesses	258
Tab. 5.53: Befunde der explorativen Faktorenanalyse für Informanten aus F&E: Organisation des NPE-Prozesses	259
Tab. 5.54: Deskriptive Statistik: Innovationskultur	260
Tab. 5.55: Befunde der explorativen Faktorenanalyse für Informanten aus F&E: Innovationskultur	261

Tab. 5.56:	Befunde der explorativen Faktorenanalyse für Informanten aus dem Marketing: Innovationskultur.....	262
Tab. 5.57:	Befunde der explorativen Faktorenanalyse für Informanten aus der Produktion: Innovationskultur	262
Tab. 5.58:	Befunde der konfirmatorischen Faktorenanalysen differenziert nach drei Methoden: Innovationskultur.....	263
Tab. 5.59:	Deskriptive Statistik: Rolle des Top-Management und Commitment...	264
Tab. 5.60:	Befunde der konfirmatorischen Faktorenanalysen differenziert nach drei Methoden: Rolle des Top-Management und Commitment	265
Tab. 5.61:	Deskriptive Statistik: Strategie des NPE-Programmes	266
Tab. 5.62:	Befunde der explorativen Faktorenanalyse für Informanten aus dem Marketing: Strategie des NPE-Programmes.....	267
Tab. 5.63:	Befunde der explorativen Faktorenanalyse für Informanten aus der Produktion: Strategie des NPE-Programmes	267
Tab. 5.64:	Deskriptive Statistik: Konstrukte (NPE-Prozess)	272
Tab. 5.65:	Befunde der konfirmatorischen Faktorenanalysen differenziert nach drei Methoden: NPE-Prozess	273
Tab. 5.66:	Vergleich unterschiedlicher Schätzmodelle	274
Tab. 5.67:	Befunde der MTMM-Analyse: NPE-Prozess	275
Tab. 5.68:	Deskriptive Statistik: Konstrukte (Innovationskultur, Commitment, Erfolgskontrolle)	277
Tab. 5.69:	Befunde der konfirmatorischen Faktorenanalysen differenziert nach drei Methoden: Innovationskultur, Commitment und Erfolgskontrolle..	278
Tab. 5.70:	Vergleich unterschiedlicher Schätzmodelle	279
Tab. 5.71:	Befunde der MTMM-Analyse: Innovationskultur und Rolle des Top-Management	280
Tab. 5.72:	Deskriptive Statistik: Synergien	282
Tab. 5.73:	MTMM-Matrix mit einzelnen Variablen: Synergien	283
Tab. 5.74:	Befunde der konfirmatorischen Faktorenanalysen differenziert nach zwei Methoden: Kommunikationsbeziehungen.....	285
Tab. 5.75:	Ausmaß der Abweichungen hinsichtlich der Konstrukte.....	286
Tab. 5.76:	Zusammenhang zwischen Ausmaß der Kommunikationsbeziehungen und Abweichungen.....	287
Tab. 5.77:	Befunde der konfirmatorischen Faktorenanalysen differenziert nach zwei Methoden: Zusammenarbeit zwischen F&E und Marketing	288
Tab. 5.78:	Befunde der konfirmatorischen Faktorenanalysen differenziert nach zwei Methoden: Zusammenarbeit zwischen F&E und Produktion	289

Tab. 5.79: Befunde der konfirmatorischen Faktorenanalysen differenziert nach zwei Methoden: Zusammenarbeit zwischen Marketing und Produktion	290
Tab. 5.80: Ausmaß der Abweichungen hinsichtlich der Konstrukte	291
Tab. 5.81: Zusammenhang zwischen Ausmaß der Zusammenarbeit und Abweichungen	292
Tab. 5.82: Einfluss der Delphi-Befragung auf das Ausmaß der Abweichungen hinsichtlich der Konstrukte (Hierarchieebenen)	295
Tab. 5.83: Einfluss der Delphi-Befragung auf das Ausmaß der Abweichungen hinsichtlich der Konstrukte (F&E vs. Marketing)	296
Tab. 5.84: Zusammenfassung: Ausmaß des Informant Bias (Hierarchische Position der Informanten)	297
Tab. 5.85: Zusammenfassung: Ausmaß des Informant Bias (Funktionale Position der Informanten).....	298

Kapitel 6:

Tab. 6.1: Befunde der explorativen Faktorenanalyse: Erfolgsmessung von NPE-Programmen	302
Tab. 6.2: Korrelationsanalyse zwischen verschiedenen Erfolgsdimensionen.....	304
Tab. 6.3: Befunde der nicht-linearen Regressionsanalyse zwischen Kundeneinbindung in die Produktentwicklung und Profitabilität des NPE-Programmes	306
Tab. 6.4: Befunde der nicht-linearen Regressionsanalyse zwischen Stärke des Projektleiters und Profitabilität des NPE-Programmes	308
Tab. 6.5: Befunde der linearen Regressionsanalysen zwischen Prozessbegleitender Bewertung und Steuerung / Vorarbeiten mit kommerzieller Projektbewertung und Profitabilität des NPE-Programmes	308
Tab. 6.6: Befunde der nicht-linearen Regressionsanalyse zwischen Unterstützung durch das Top-Management und Profitabilität des NPE-Programmes.....	310
Tab. 6.7: Befunde der linearen Regressionsanalyse zwischen Ablauf und Inhalten des NPE-Prozesses und Profitabilität des NPE-Programmes.	311

Anhang:

Tab. A1: Vergleich unterschiedlicher Schätzmodelle (Kim/Lee).....	339
Tab. A2: Befunde der konfirmatorischen Faktorenanalyse (trait-method model)	341
Tab. A3: Korrelationen zwischen den einzelnen Konstrukten (traits)	342