

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
1.1	Ausgangssituation und Handlungsbedarf in der Praxis	1
1.2	Zielsetzung der Arbeit	4
1.3	Forschungsdesign und Aufbau der Arbeit	6
2	Theoretische und konzeptionelle Grundlagen	13
2.1	Diskontinuierliche Innovationen in produzierenden Unternehmen	13
2.1.1	Management produzierender Unternehmen	14
2.1.2	Innovationen und Innovationsperformance	18
2.1.3	Management von Innovationen	28
2.1.4	Zwischenfazit: Die Fähigkeit, diskontinuierlich zu als Wettbewerbsfaktor für produzierende Unternehmen	38
2.2	Corporate Venturing und separate Innovationseinheiten	39
2.2.1	Begriffsverständnis von Corporate Venturing	41
2.2.2	Begriffsverständnis und Charakteristika von separaten Innovationseinheiten	43
2.2.3	Zwecke und Arten von Corporate Venturing in separaten Innovationseinheiten	46
2.2.4	Herausforderungen im Management von separaten Innovationseinheiten	49
2.2.5	Zwischenfazit: Separate Innovationseinheiten als Vehikel für das transformative Wachstum von Unternehmen	52
2.3	Performance Management	53
2.3.1	Begriffsverständnis von Performance Management	55

2.3.2	Charakteristika von Performance-Management-Systemen	58
2.3.3	Performance-Management-Systeme und diskontinuierliche Innovation	62
2.3.4	Zwischenfazit: Performance Management als potenzieller Ansatz für die leistungsorientierte Steuerung von Corporate Venturing....	65
2.4	Eingrenzung des Betrachtungsbereichs	66
2.4.1	Objektbezogene Eingrenzung	66
2.4.2	Prädikatsbezogene Einordnung	67
2.4.3	Subjektbezogene Einordnung	68

3 Bestehende Ansätze und Ableitung des Untersuchungsmodells

3.1	Analyse und kritische Würdigung bestehender Ansätze.....	71
3.1.1	Kriterien zur Bewertung bestehender Ansätze.....	71
3.1.2	Darstellung und Bewertung bestehender Ansätze	72
3.1.3	Zusammenfassende Würdigung bestehender Ansätze und Positionierung der vorliegenden Arbeit.....	87
3.1.4	Ist-Situation und Synthese des Forschungsbedarfs.....	89
3.2	Ableitung des Modellkonzepts	91
3.2.1	Modellkonzept für das Performance Management von Corporate Venturing	91
3.2.2	Übergreifendes Untersuchungsdesign für die Gestaltung eines Performance Management für Corporate Venturing	96

4 Herausforderungen und Erfolgshypothesen für das Performance Management von Corporate Venturing.....	99
4.1 Methode.....	99
4.1.1 Untersuchungsdesign der qualitativen Studie	99
4.1.2 Entwicklung des Interviewleitfadens.....	100
4.1.3 Stichprobe	102
4.1.4 Analysestrategie.....	105
4.2 Ergebnisse: Herausforderungen und Erfolgshypothesen im Performance Management von Corporate Venturing.....	107
4.2.1 Erfolgshypothesen im Definieren und Engagieren	113
4.2.2 Erfolgshypothesen im Anpassen von System und Kontext.....	115
4.2.3 Erfolgshypothesen im Zielsetzen und Planen	117
4.2.4 Erfolgshypothesen im Ausführen und Anpassen	118
4.2.5 Erfolgshypothesen im Prüfen und Bewerten.....	120
4.3 Diskussion und Zwischenfazit zu Herausforderungen und Erfolgshypothesen im Corporate Venturing	123
 5 Erfolgsfaktoren im Performance Management von Corporate Venturing	 125
5.1 Methode.....	125
5.1.1 Untersuchungsdesign der quantitativen Studie.....	126
5.1.2 Entwicklung des Fragebogens	127
5.1.3 Stichprobe	137
5.1.4 Analysestrategie.....	140
5.2 Ergebnisse: Reifegrade und Erfolgsfaktoren im Corporate Venturing	141

5.2.1	Durchschnittlicher Reifegrad der teilnehmenden separaten Innovationseinheiten.....	141
5.2.2	Erfolgsfaktoren in der strategischen Ausrichtung	144
5.2.3	Erfolgsfaktoren in Organisation und System	148
5.2.4	Erfolgsfaktoren in Prozessen und Methoden.....	155
5.2.5	Erfolgsfaktoren in Kultur und Mindset	159
5.2.6	Erfolgsfaktoren in der Performancemessung und -steuerung	161
5.2.7	Gestaltungsmodell des Performance Management für Corporate Venturing	171
5.2.8	Prozessmodell für Performance Management	172
5.2.9	Kontextmodell für Performance Management	177
5.3	Diskussion und Zwischenfazit zu Erfolgsfaktoren im Corporate Venturing	180

6 Validierung des Gestaltungsmodells von Performance Management für Corporate Venturing 183

6.1	Darstellung und Diskussion der Fallstudien	183
6.1.1	Fallstudie 1: Filtersysteme GmbH.....	184
6.1.2	Fallstudie 2: Chemie GmbH	189
6.2	Diskussion und Zwischenfazit zur Validierung des Gestaltungsmodells.....	194

7 Zusammenfassung und Reflexion..... 197

7.1	Diskussion und Fazit der Ergebnisse	197
7.2	Reflexion und Limitierungen der Arbeit	201
7.3	Ausblick auf zukünftige Forschungspotenziale	203

8 Quellenverzeichnis.....	205
 A. Anhang	231
A.1 Theoretische und konzeptionelle Grundlagen	231
A.2 Interviewleitfaden für die qualitative Interviewstudie	234
A.3 Kodierschema für die qualitative Interviewstudie	237
A.4 Literaturübersicht bestehender Reifegradmodelle.....	252
A.5 Entwickeltes Reifegradmodell für Corporate Venturing.....	254
A.6 Vollständiger Fragebogen zu Corporate Venturing	260
A.7 Beispielhafte Zusammenfassung eines Benchmarkings	290