

E-Innovationsmanagement in der Automobilindustrie

Zugl. Diss. Technische Universität Dresden 2004

Bearbeitet von
Carsten Breckner

1. Auflage 2004. Taschenbuch. XXVIII, 260 S. Paperback

ISBN 978 3 89936 216 9

Format (B x L): 14,8 x 21 cm

Gewicht: 408 g

[Wirtschaft > Spezielle Betriebswirtschaft > Produktionswirtschaft](#)

schnell und portofrei erhältlich bei

**beck-shop.de**
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung beck-shop.de ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

Carsten Breckner

E-Innovationsmanagement in der Automobilindustrie

Reihe „**Technologiemanagement, Innovation und Beratung**“,
Band 26

Herausgegeben von Prof. Dr. Dr. h. c. Norbert Szyperski, Köln,
vBP StB Prof. Dr. Johannes Georg Bischoff, Wuppertal, und
Prof. Dr. Heinz Klandt, Oestrich-Winkel

Lohmar – Köln 2004, 288 Seiten

ISBN 3-89936-216-0

€ 48,- (D) ♦ € 49,40 (A) ♦ sFr 78,50

JOSEF EUL VERLAG GmbH
Fachbuchverlag für
Wirtschaft und Recht

Brandsberg 6
D-53797 Lohmar

Tel.: 0 22 05 / 90 10 6-6
Fax: 0 22 05 / 90 10 6-88

www.eul-verlag.de
info@eul-verlag.de

Wandel und Neuerungen haben sich historisch als ständige Wegbegleiter und Wegbereiter in allen Formen des menschlichen Zusammenlebens, insbesondere aber in den modernen Industrie- und Dienstleistungsgesellschaften erwiesen. Die kontinuierliche Wandlungs- und Transformationsfähigkeit auf gesellschaftlicher, volks- und nicht zuletzt betriebswirtschaftlicher Ebene stellt eine unabdingbare Voraussetzung für das Bestehen im globalen Wettbewerb dar. Die vorliegende Arbeit leistet aus Sicht der Betriebswirtschaftslehre einen Beitrag zur Innovationsfähigkeit von Unternehmen. Sie befasst sich mit der Genese von Produktinnovationen in der Automobilindustrie sowie deren Unterstützung durch e-Business.

In der Automobilindustrie sind – vor allem am Standort Deutschland – planmäßige Innovationen in besonderem Maße überlebensnotwendig. Produktinnovationen als Differenzierungsquelle im Wettbewerb können angesichts sinkender Entwicklungs- und Fertigungstiefen bei den Automobilherstellern jedoch verstärkt nur noch im Netzwerk mit Automobilzulieferern und weiteren Innovationspartnern erschlossen werden. Ein erster Kernbestandteil der Untersuchung besteht daher in der Ausarbeitung von Gestaltungs- und Steuerungsoptionen für einen interorganisatorischen Innovationsprozess in der Automobilindustrie, der von der Innovationsstrategiebildung über die Ideengenerierung und Produktentwicklung bis zur erfolgreichen Markteinführung reicht.

Der funktionsübergreifende und interorganisatorische Charakter des Innovationsprozesses kann durch neuartige Anwendungen von Informations- und Kommunikationstechnologien, die transaktionskostensenkend wirken, weiter gestärkt werden (Move-to-the-Market-Hypothese). In der vorliegenden Arbeit wird daher in einem zweiten wesentlichen Schritt der Innovationsprozess in der Automobilindustrie systematisch auf Effektivitäts- und Effizienzpotenziale, die durch e-Business-Unterstützung erschließbar sind, aber auch auf Risiken kritisch untersucht. Das Innovationsmanagement wird damit zum e-Innovationsmanagement ausgebaut.

***Carsten Breckner** wurde 1975 in Stuttgart geboren. Nach dem Zivildienst Studium der Europäischen Wirtschaft an der Universität Bamberg mit dem Abschluss Dipl.-Kfm. (Europa-Studiengang) im Jahr 2000. Einjähriges Auslandsstudium 1997/98 an der George Washington University, Washington D. C., mit Fulbright-Stipendium. 2004 Promotion zum Dr. rer. pol. an der TU Dresden. In Bamberg Stipendiat der Studienstiftung des deutschen Volkes, in Dresden Graduiertenstipendium der Konrad-Adenauer-Stiftung. Seit Beginn des Promotionsstudiums Mitte 2000 tätig im Einkauf eines großen deutschen Automobilkonzerns.*

Inhaltsübersicht

1 Einleitung

- 1.1 e-Innovationsmanagement als betriebswirtschaftliche Problemstellung
- 1.2 Forschungsdefizit und Ziel der Betrachtung
- 1.3 Epistemologischer Ansatz und Forschungsdesign
- 1.4 Gang der Untersuchung

2 Theoretischer Bezugsrahmen des e-Innovationsmanagements in der Automobilindustrie

- 2.1 Theoretischer Bezugsrahmen des Innovationsmanagements
- 2.2 Theoretischer Bezugsrahmen des e-Business
- 2.3 Branchenspezifika der Automobilindustrie

3 Entwicklung einer Gesamtkonzeption für das Innovationsmanagement in der Automobilindustrie

- 3.1 Notwendigkeit der Entwicklung einer Gesamtkonzeption für das Innovationsmanagement in der Automobilindustrie
- 3.2 Entwicklung eines durchgängigen Innovationsprozesses
- 3.3 Innovationsprozessübergreifende Maßnahmen zur Förderung der Innovationsfähigkeit
- 3.4 Zusammenfassende Bewertung der Gesamtkonzeption für das Innovationsmanagement in der Automobilindustrie

4 E-Innovationsmanagement in der Automobilindustrie

- 4.1 Sukzessive Untersuchung der entwickelten Gesamtkonzeption für das Innovationsmanagement in der Automobilindustrie auf e-Potenziale
- 4.2 E-Potenziale im Innovationsprozess
- 4.3 E-Potenziale bei innovationsprozessübergreifenden Maßnahmen zur Förderung der Innovationsfähigkeit
- 4.4 Zusammenfassende Bewertung des e-Innovationsmanagements in der Automobilindustrie

5 Abschließende Beurteilung

- 5.1 Zusammenfassende Bewertung und Fazit
- 5.2 Rückschluss auf andere Branchen
- 5.3 Ausblick

✂-----

Bestellungen bitte an:

JOSEF EUL VERLAG GmbH, Brandsberg 6, 53797 Lohmar, Fax: 0 22 05 / 90 10 6-88

Hiermit bestelle ich _____ Exemplar(e) des Titels „**E-Innovationsmanagement in der Automobilindustrie**“ von **Carsten Breckner**, ISBN **3-89936-216-0** zum Preis von € 48,- (D). Die Lieferung erfolgt innerhalb Deutschlands versandkostenfrei gegen Rechnung.

Name: _____

Firma: _____

Straße: _____

PLZ/Ort: _____

Telefon: _____

Datum

Unterschrift