

Innovationsmarketing

von

Prof. Dr. Volker Trommsdorff, Dr. Fee Steinhoff

2. Auflage

Innovationsmarketing – Trommsdorff / Steinhoff

schnell und portofrei erhältlich bei beck-shop.de DIE FACHBUCHHANDLUNG

Thematische Gliederung:

Marketing, Handelsmanagement

Verlag Franz Vahlen München 2013

Verlag Franz Vahlen im Internet:

www.vahlen.de

ISBN 978 3 8006 4667 8

Stichwortverzeichnis

Symbole

3M Faserschutz 149

A

Abell-Schema 275
Abtreibungsspielle RU 486 79
Adaptive-CA (ACA) 352 f.
Adoption 49
Adoptionskurve 52
Adoptionsrate 50
AEG Briefverteileranlage 78
AEG Hausgeräte 115
AIO-Approach 322
Akzeptanz-Marktforschung 197
Akzeptanztest 371
Amazon 168
Ambient Assisted Living (AAL) 94
AMOS 334
Apple Newton 162
Application Engineering 160
ATN Niemeier 237

B

BASF 201
Basistechnologien 14
Bass-Modell 54
Bedürfnis 239
Benchmarking 234
benefit segmentation 322
Benefit-Segmentierung 324 f.
Berthold AG 16 ff.
BetaMax 259
Bionik 286 f.
BMW 125
BMW C1 39
bootlegging 133
Brainstorming 289
Brainwriting 291
Branchenanalyse 236
Brauchwasserrecyclinganlagen 308
Brennstoffzelle 11
BTX 198

C

Car Clinic 368
Cargo Lifter 188
Chancen-Risiken-Analyse 209, 263
Chancen-Risiken-Verhältnis 28
Chancen-Risiken-Zielkonflikt 105

Chaostheorie 194
Checklisten 302
Choicebased-CA (CBC) 352 f.
Clusteranalyse 327, 336 ff.
Commodity Bundling 148
Common-Rail-Diesel 265
Compact Disc 21 ff.
Competitive Innovation Advantage (CIA) 77 ff., 104 ff., 186, 246, 333, 339 ff.
Concurrent Engineering 172 f.
Conjointanalyse (CA) 327, 339, 345, 348
Conjointbasierte Strategieentwicklung 346
Consideration Sets 232, 325 ff.
consideration set segmentation 322
Cooper 63
Coopetition 147
Cross-Impact-Analyse 224
Crossing the Chasm 55

D

Dachmarke 117
Damm 119
DEFENDER 332
Delphi-Methode 217
DeTeMedien 244
Deutsche Post World Net 262
Differenzierung 121
Diffusionsanalysen 378 ff.
Diffusionsforschung 6, 48 ff.
Diffusionsverlauf 48
Diffusion von Teletex 378
Diskriminanzanalysen 338

E

Early Supplier Involvement (ESI) 156
Elektronische Mausefalle 82
Empathisches Design 250, 252 f.
entrepreneurial opportunity 93
Entscheidungsmodelle 47
Entwicklungsdauer 172
E-Postbrief 81
Erfolgsfaktorenforschung (PIEFF) 69, 107
Erfolgskriterium 65
Erfolgsmaßstab 67
Erfolgsmessung 67
Erstpositionierung 117
escalation commitments 131

Esprit 323

Ethnographic Ride Alongs 253

Event-Park 126

Evolutionstheorie 45 ff.

F

Faktorenanalyse 327

F&E-Management 21

F&E und Marketing 86

First-to-Market 160

Flop 3

Flopraten 3, 59

Floprisiko 3

FMCG 371

Folger 160

Follow-the-Leader 160

Früherkennung 205 ff.

Frühwarnsysteme 205 ff.

Führungspsychologie 56

Funktionsmethode 363

Fuzzy Logic 194

GGeneral Motors: E-Auto-Innovations-
Mafo 315

Geschäftsfeldpositionierung 42, 107, 108

Geschäftsfeldschema 42

GfK BEHAVIORSCAN 373

Gillette-Labor 365

Glaxo Wellcome Inc. 299

Grauwasseranlagen 232

Grauwasser-Recyclinganlagen 101

H

High Tech Fashion 40

Hygienefaktoren 63

I

IBM 183, 370

IKEA 247

Imagebegriff 116

Imagemonitoring 100

Imagepositionierung 42, 115 ff.

Imagetransfer 117

Imitation 170

Information Acceleration 313, 371

Informationsneigung 125

Innovation 4, 23 ff.

Innovationsbedarf 16, 91 ff., 92 ff.

Innovationsdurchsetzung 8

Innovationserfolg 153

Innovationsfeldportfolio 135

Innovationsführer 54

Innovationsgrad 29 ff.

Innovationsimpuls 204 ff.

Innovationskooperation 145

Innovationsmanagement 4

Innovationsmarktforschung 7, 185 ff.

Innovationsportfolios 133

Innovationsspirale 173

Innovatoren 52

Insekten 341

Intel 120

Intercontinental AG 137

intuitiv-kreative Methoden 288 ff.

Investitionsrechnung 302

Involvement 57

Iridium 109

K

Kamel 281

Kano-Modell 242 f.

Kapitalwertmethode 303

Kausalität 65

Kautschuk 20

Key Performance Indicator (KPI) 66

Kommunikationsmanagement 4

Kommunikationsplan 43, 124 ff.

Kommunikationsplanung 115 ff.

Komparativer Konkurrenzvorteil –
KKV 77

Komplexität 192, 193 ff.

Komplexitätsbewältigung 196

Komponentenmethode 363

Konsumentenforschung 6

Konsumentenverhalten 55

Konzepttests 310 ff.

Kooperation 143 ff.

Kooperation mit Diffusionsagenten 157

Kooperation mit Lieferanten 155

Kooperation mit Zielkunden 149

Kopiermarkt 112

Kovarianzstrukturanalysen 338

Kreativität 282 ff.

Kreativitätstechniken 282 ff., 287 ff.

Kundenanalyse 238 ff.

Kundenbedarf 114

Kundenbedürfnis 239 ff.

Kundenbindung 83

Kundennähe 83

Kundenorientierung 81 ff., 343

Kundenzufriedenheit 83, 241 ff.

Kunststoff-Blattfeder 201

L

Lead User 152, 255 ff., 343

Leapfrogging 50, 173, 384

Lebensstil 249

Lifestyle-Segmentierung 322

LISREL (Linear Structural Relations
Modeling) 334, 338

Lizenzstrategie 182

M

Magnum 109
Managementzuwendung 129 ff.
Marke 184
Marketingbasierte Schutzstrategien 184
Marketingbegriff 38
Market Pull 26 ff.
Marktabgrenzung 229 ff.
Marktanalyse 209
Markteintrittspionier 171
Markteintrittstiming 175
Marktinnovation 25
Marktportfolio 134
Marktsegmentierung 110, 122, 318
Meinungsführer/Meinungsfolger 323
Meinungsführerschaft 53
Mercedes A-Klasse 128
Metaplantchnik 290
Methode des lauten Denkens 289
Me-too 160
mi adidas 344
Mifegyne® 79
Mini-Testmarkt 373
MIPAS 198
Monsanto 179
Morphologie 294
Morphologischer Kasten 291
MTU (Motoren und Turbinen Union)
199
Multiple Diskriminanzanalyse 327

N

Nanotechnologie 20
Netzcomputer 174
Netzeffekten 165
Nierensteinzertrümmerer 10
Nutzwertanalyse 305 ff.

O

Organisationstheorie 56

P

Patentanalyse 278 ff.
Patentfunktionen 177
Patentgesetz 177
Patentinformationen 279
Patentnetzstrategie 179
Patentstrategien 176 ff.
PERCEPTOR 332
Persönliche Digitale Assistenten (PDA)
82
Perspektivenübernahme 85
PEST 260
PEST-Analyse 207
Phasenmodelle 34 ff.
PIMS 169
PIMS-Daten 164

Pionier 160
Pioniervorteil 167
Polaroid 176
Portfolioanalyse 99
Portfoliomethode 134
Positionierung 117
Positionierungsanalyse 330 ff.
Positionierungsmodells 332
Positionierungsstrategie 115 ff.
Positioning 122
Potenzialanalyse 225 ff.
Präzision 64
Probe&Learn 377
Problemerkenntnis 204 ff.
Produktentwicklungspionier 171
Produktinnovation 4, 24
Produktinnovations-Erfolgsfaktorenfor-
schung (PIEFF) 5
Produktinnovations-Erfolgsfaktoren
(PIEF) 58 ff.
Produktpositionierung 329 ff.
Produkttest 365 ff.
Projektabbruch 131, 133
Promotoren 153
Promotorenmodell 129 ff.
PROPOSAS 332
Prozesserfolg 66
Prozessinnovation 4, 24
Pumpe-Düse-Technik 265

Q

Quality Function Deployment QFD
354 ff.
Querfunktion 37

R

Rambus 181
Realoptionsansatz 304
Regressionsanalyse 327, 338
Reichweite 64
relevanten Marktes 330
Repositionierung 118
Ressourcenstärke 273
Ressourcenzuweisung 133
Reverse Engineering 285
Rogers 50
Rogers-Kriterien 51
Rollei Spiegelreflexkamera 189
Rückspiegel-Marktforschung 198

S

Schematheorie 166
Schlüsseltechnologie 14
Schrittmachertechnologie 14
schwache Signale 92
Segmentierungsanalyse 317 ff.
Segmentierungskriterien 320

Selektionstrichter 58
 Sensitivitätsmodells von Vester (1993) 250
 Service Dominant Logic of Marketing (SDL) 13
 Sharan 143
 Siemens 2002 78
 Simultaneous Engineering 172 f.
 S-Kurven 266 f.
 Small-Firm-Shakeout 168
 Smart 328
 Smart Profiler 211
 Smart-Zielgruppensegmentierung 317
 Solarenergie 106
 Sony Betamax 163
 Sozialtechnik 34, 56
 Sperrpatentstrategie 179
 Stärken-Schwächen-Analyse 235, 263
 Storetest 373
 (Strategic) Competitive Advantage (SCA) 77
 Strategische Allianz 143
 Strategische Gruppen 231
 strategische Marktforschung 190 f.
 Strategisches Fenster 171
 Strategische Situationsanalyse 208 ff.
 SWOT 41
 SWOT-Analyse 207
 synektische Methoden 289
 systematisch-analytische Methoden 288 ff.
 Szenarioanalyse 219, 272

T

Target Costing 360 ff.
 Target Positioning 335
 Technik 11 ff.
 Technik-Markt-Zusammenarbeit 86
 Technologie 11 ff., 13, 113
 Technologieanalyse 263, 268
 Technologieattraktivität 273
 Technologiebewertung BMW 273
 Technologiefolgenabschätzung 276 ff.
 Technologiefrühaufklärung 270
 Technologieinnovation 25
 Technologie-Lebenszyklus (TLZ) 13, 15
 Technologiemanagement 21
 Technologienetzwerke 19
 Technologieportfolio 135, 273
 Technologiepositon 98
 Technology Push 26 ff.

Technology-Roadmapping 272
 Testmarkt 371 ff.
 Testmarktersatzverfahren 371 ff.
 Testmarktsimulator TeSi 375
 Theorie 44
 Thomas W. Lawson 95
 Time-to-Market 159
 Timingentscheidungen 157 ff.
 Transrapid München 299
 Trend 249
 Trendforschung 260 ff.
 TRINODAL 332
 TRIZ 294 ff.
 TRIZ-Methodik 295

U

Überraschungsei 122
 Umfeldanalyse 209
 Umpositionierung 117
 Umpositionierung von Mannesmann 102
 UMTS 172
 Unique Selling Proposition – USP 77

V

Vernetztes Denken 194
 Voice of the Customer 357
 Vorankündigung 128

W

Waste Archaeology 234
 Weiße Seiten 244
 Wertkettenmodell 245 f.
 Wertschöpfungsprozessanalyse 302
 Wettbewerberverhalten 101
 Wettbewerbsanalyse 233 ff.
 Wettbewerbs-Image-Struktur-Analyse (WISA) 328 ff., 333 ff.
 Wettbewerbs- und Branchenanalyse 228 ff.

Z

Zaltman Metaphor Elicitation Technique (ZMET) 250
 Zeitfalle 158
 Zielkostenkontrolldiagramm 364
 Zufriedenheitsforschung 241 ff.
 Zukunft 86
 Zukunftsanalysen 216 ff.
 Zukunftsorientierung 196
 Zuse 78