

# Inhaltsverzeichnis

<b>1. Teil: Problemdefinition und Vorgehensweise der Arbeit</b>	<b>1</b>
A. Innovation und Imitation als betriebswirtschaftliche Entscheidungsprobleme	1
I. Das "Innovator-Imitator-Dilemma"	3
II. Offene Forschungsfragen und Problemstellung der Arbeit	7
B. Die zentralen Objekte der Untersuchung: Definitorische Klärung	12
I. Die Abgrenzung des verwendeten Innovationsbegriffs	12
II. Die Abgrenzung des verwendeten Imitationsbegriffs	14
C. Vorgehensweise und Aufbau der Arbeit	16
<b>2. Teil: Das Untersuchungsdesign</b>	<b>18</b>
A. Die Identifikation der Untersuchungseinheiten	18
I. Die Identifikation der Innovatoren	18
II. Die Identifikation der Imitatoren	21

B.	Die Erhebung der Daten	24
I.	Die Durchführung der "Innovationsbefragung"	24
II.	Die Durchführung der "Imitationsbefragung"	25
III.	Die Struktur der Untersuchungsstichprobe	27
C.	Die Beschreibung der Untersuchungsstichproben	29
<b>3. Teil: Das Erscheinungsbild der Imitation</b>		<b>35</b>
A.	Existenzaussagen zur Imitation - theoretische Aspekte	36
I.	Die Imitation im Diffusionsprozeß	36
II.	Die Imitation im Rahmen des strategischen Technologiemanagements	39
a.	Ansätze mit expliziter Berücksichtigung der Zeitdimension	41
1.	Die dichotome Betrachtungsweise des Timingaspektes	41
2.	Die differenzierte Betrachtungsweise des Timingaspektes	45
3.	Konsequenzen für das Erscheinungsbild der Imitation	50
b.	Ansätze mit impliziter Berücksichtigung der Zeitdimension	51
III.	Zusammenfassung	54
B.	Befunde zum Erscheinungsbild der Imitation	56
I.	Die Tatsache der Imitation: Nur in der Hälfte der Fälle wird imitiert	56

II.	Die Art der Imitation	57
a.	Die frühe und späte Imitation: In der Hälfte der Fälle kommt es zu weiteren Imitationen	58
b.	Der Grad der Ähnlichkeit von Innovation und Imitation: Nur in einem Fünftel der Fälle wird vollständig kopiert	60
III.	Die Imitation als bewußte Entscheidung des Technologiemanagements	64
a.	Die technologische Kompetenz der untersuchten Imitatoren: Hohe Selbsteinschätzung, geringe Fremdeinschätzung	64
b.	Die Imitation als bewußte Handlungsweise: Absatz und ökonomische Erfolge locken	71
C.	Konsequenzen für das weitere Vorgehen	75
<b>4. Teil: Einflüsse auf die Imitation</b>		<b>77</b>
A.	Kontingenzaussagen zur Imitation - theoretische Aspekte	77
I.	Konzeptionelle Grundlagen für die Analyse des Kontexteinflusses	77
II.	Der indirekte Kontexteinfluß - der Innovationstyp als Determinante der Imitation	82
a.	Die Einflußfaktoren des Innovationsmanagements	82
b.	Die typenbildende Funktion und die Erfolgsrelevanz der Einflußfaktoren	91
III.	Der direkte Kontexteinfluß - Markteintrittsbarrieren als Determinante der Imitation	95
a.	Das Konzept der Markteintrittsbarrieren im Rahmen der Industrieökonomik	96

b.	Empirische Untersuchungen zum Markteintrittsverhalten	100
c.	Die Erweiterung des klassischen Konzeptes der Markteintrittsbarrieren für unsere Untersuchung	113
IV.	Zusammenfassung	116
B.	Befunde zu den Einflüssen auf die Imitation	118
I.	Die Typologie der Innovationsprojekte	118
a.	Der untersuchte Merkmalsraum	119
b.	Die Durchführung der Zusammenhangsanalyse über die Innovationsmerkmale	123
1.	Das Erstellen der Faktorladungsmatrix	123
2.	Die Interpretation der extrahierten Faktoren	126
a)	Faktor I: Die Fähigkeit zur schnellen "Umsetzungsleistung"	126
b)	Faktor II: Die "Anwendungsfreundliche Nachfrageorientierung" der Innovationsprojekte	127
c)	Faktor III: Die "Mengenorientierung" der Innovationsprojekte	128
d)	Faktor IV: Die "Kostenorientierung" der Innovationsprojekte	129
e)	Faktor V: Die "Technologieorientierung" der Innovationsprojekte	129
f)	Faktor VI: Die Fähigkeit zur "Routineleistung"	130
g)	Faktor VII: Die "Verbesserungsorientierung" der Innovationsprojekte	130
h)	Zusammenfassung der Befunde der Faktorenanalyse	131
3.	Beurteilung der Güte der Faktoriösung	132
c.	Die Durchführung der Zusammenhangsanalyse über die Innovationsprojekte	133
1.	Die Gruppierung der Untersuchungseinheiten	133
2.	Die Beschreibung der einzelnen Innovationstypen	137
a)	Cluster I: Der "Durchschnittstyp"	138
b)	Cluster II: Der "Routinierte Mengentyp"	139

c)	Cluster III: Der "Verbesserungsorientierte Mengentyp"	141
d)	Cluster IV: Der "Anwendungsorientierte Kostentyp"	143
e)	Cluster V: Der "Komplexitätstyp"	144
f)	Cluster VI: Der "Entwicklungstyp"	146
g)	Cluster VII: Der "Kostentyp"	147
3.	Beurteilung der Güte der Klassifikationsstruktur	149
d.	Zusammenfassung und Konsequenzen für die Analyse der Wirkungsweise des Kontexteinflusses	150
II.	Die Wirkungsweise des Kontexteinflusses	154
Ⓐ	Der Einfluß des Innovationstyps auf die Imitation - der indirekte Kontexteinfluß	154
1.	Der untersuchte Merkmalsraum	155
a)	Die Operationalisierung des Innovationserfolges	156
b)	Die Operationalisierung der Imitationstatsache	161
2.	Methodische Überlegungen zur Durchführung der Wirkungsanalyse zum indirekten Kontexteinfluß	162
3.	Befunde zum indirekten Kontexteinfluß	164
a)	Die erfolgsrelevanten Kontextfaktoren: "Umsetzungs-" und "Routineleistung" sowie "Mengenorientierung" wirken positiv auf den Innovationserfolg	164
b)	Die erfolgreichen Innovationstypen: Innovationen vom "Kostentyp" und vom "Routinierten Mengentyp" sind signifikant erfolgreicher	169
c)	Der Einfluß des Innovationstyps auf die Imitationstatsache: Bei vier von fünf Innovationsprojekten besitzt die Art der Innovation keinen Einfluß auf die Imitationstatsache	174
4.	Konsequenzen für das Imitationsmanagement	181
Ⓑ	Der Einfluß von Markteintrittsbarrieren auf die Imitationsentscheidung - der direkte Kontexteinfluß	182
1.	Der untersuchte Merkmalsraum	183
a)	Die Operationalisierung der "EoS-Barriere"	184

b)	Die Operationalisierung der "Rechtlich-politischen Barriere"	186
c)	Die Operationalisierung der "Produktdifferenzierungs- barriere"	189
d)	Die Operationalisierung der "Referenzbarriere"	191
e)	Die Operationalisierung der "Kompatibilitätsbarriere"	192
f)	Die Operationalisierung der "Distributionsbarriere"	195
g)	Die Operationalisierung der "Neuigkeitsbarriere"	196
2.	Methodische Überlegungen zur Anwendung eines LISREL- Ansatzes	200
3.	Zum Einfluß der Markteintrittsbarrieren auf die Imitation - eine kausalanalytische Prüfung	201
a)	Die Spezifikation der Modellstruktur	201
b)	Die Beurteilung der Anpassungsgüte des LISREL- Modells	205
c)	Die Interpretation der Parameterschätzung	207
4.	Konsequenzen für das Imitationsmanagement	213
a)	Der Abwehrcharakter der Markteintritts- barrieren	214
b)	Der Signalcharakter der Markteintrittsbarrieren	217
c)	Die Interdependenz der Markteintrittsbarrieren	222
C.	Zusammenfassung der Kontextanalyse	224

## 5. Teil: Ursachen des Imitationserfolges 226

A.	Die Ableitung eines kausalanalytischen Modells zum Erfolg des Imitationsmanagements	226
I.	Die Fähigkeit zu einer erfolgreichen Überwindung von Imitationsbarrieren - eine Potentialbetrachtung	226

a.	Die Imitationspotentiale	226
b.	Die Wirkung der Imitationspotentiale	231
c.	Die Zielgrößen des Imitationsmanagements	234
d.	Ein Imitationsmanagement-Modell zur Analyse des Zusammenhangs von Imitationspotentials und Imitationszielsetzungen	236
II.	Hypothesen zum Zusammenhang von Potentials und Ziel- setzungen im Imitationsmanagement-Modells	237
a.	Hypothesen zur Beeinflussung des "Imitationserfolgs"	237
1.	Der Einfluß der Imitationspotentiale	237
2.	Der Einfluß des "Imitationsgrades"	242
3.	Der Einfluß der Fähigkeit des "Aufbaus von Folgerbarrieren"	243
b.	Hypothesen zur Beeinflussung des "Imitationsgrades"	244
1.	Der Einfluß des "Aufklärungspotentials"	245
2.	Der Einfluß des "Technologiepotentials"	246
3.	Der Einfluß des "Marketingpotentials"	251
c.	Hypothesen zur Beeinflussung des "Aufbaus von Folgerbarrieren"	252
1.	Der Einfluß des "Technologiepotentials"	252
2.	Der Einfluß des "Marketingpotentials"	254
3.	Der Einfluß des "Produktionspotentials"	256
4.	Der Einfluß des "Imitationsgrades"	257
d.	Das Hypothesensystem des Imitationsmanagement-Modells	258
B.	Die Operationalisierung des relevanten Merkmalsraums	261
I.	Die Operationalisierung der unabhängigen Größen des Imitationsmanagement-Modells	262
a.	Die Meßvariablen des "Technologiepotentials"	262
b.	Die Meßvariablen des "Marketingpotentials"	266
c.	Die Messung des "Produktionspotentials"	272
d.	Die Messung des "Aufklärungspotentials"	274
II.	Die Operationalisierung der abhängigen Größen des Imitationsmanagement-Modells	276

a.	Die Messung des "Imitationsgrades"	277
b.	Die Messung der Fähigkeit des "Aufbaus von Folgerbarrieren"	279
c.	Die Messung des "Imitationserfolges"	281
C.	Die Prüfung des Imitationsmanagement-Modells	286
I.	Die Spezifikation der Modellstruktur	286
II.	Die Beurteilung der Anpassungsgüte des LISREL-Modells	291
a.	Die Beurteilung der Parameterschätzungen	292
b.	Die Beurteilung der Gesamtstruktur des Modells	294
c.	Die Beurteilung der Teilstrukturen des Modells	294
III.	Die Interpretation der Parameterschätzung	296
a.	Die Parameterschätzung der Meßmodelle	296
b.	Die Parameterschätzung des Strukturmodells	301
1.	Die Wirkungsbeziehungen zwischen den endogenen latenten Variablen	303
2.	Die Wirkungsbeziehungen zwischen den exogenen und den endogenen latenten Variablen	305
IV.	Konsequenzen der Parameterschätzung für das Imitationsmanagement-Modell: Die Ursachen erfolgreichen Imitationsmanagements	309
a.	Die Prüfung der Hypothesen zur Beeinflussung des "Imitationserfolges": Den stärksten positiven Einfluß besitzt das "Aufklärungspotential"	309
b.	Prüfung der Hypothesen zur Beeinflussung des "Imitationsgrades": Den stärksten positiven Einfluß besitzt das "Aufklärungspotential"	314
c.	Prüfung der Hypothesen zur Beeinflussung der "Folgerbarrieren": Den stärksten positiven Einfluß besitzt das "Produktionspotential"	316
d.	Implikationen für erfolgreiches Imitationsmanagement	322

<b>6. Teil: Zusammenfassung und Ausblick</b>	<b>327</b>
A. Zusammenfassung der Befunde	327
I. Das Erscheinungsbild der Imitation	328
II. Die Determinanten der Imitation	329
III. Die Erfolgsursachen der Imitation	334
B. Ausblick	338
<i>Anhang 1: "Innovationsfragebogen"</i>	341
<i>Anhang 2: "Imitationsfragebogen"</i>	351
<i>Anhang 3: Fragebogen zur Einschätzung der Interviewsituation</i>	359
<i>Anhang 4: Ergebnisse des Tests auf signifikante Mittelwertunterschiede für die gewählte Klassifikation der Untersuchungsobjekte</i>	361
<i>Literaturverzeichnis</i>	363
<i>Schlagwortverzeichnis</i>	404