

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	V
Inhaltsverzeichnis	IX
Abkürzungsverzeichnis	XII
Abbildungsverzeichnis	XIV
1 Einführung	1
1.1 Ausgangssituation.....	1
1.2 Problemstellung	3
1.3 Untersuchungsgegenstand und Zielsetzung	4
1.4 Vorgehensweise und Aufbau des Buches.....	6
1.5 Das Unternehmen HELLASIMAGE.....	8
2 Corporate Venturing	13
2.1 Grundlagen des Corporate Venturing.....	14
2.1.1 Definition und Abgrenzung	14
2.1.2 Einordnung in die Wissenschaft und Relevanz in der Praxis.....	20
2.1.3 Motive und Ziele des Corporate Venturing	23
2.2 Der Prozess des Internal Corporate Venturing.....	30
2.3 Der Prozessabschnitt <i>Ideenphase</i>	32
3 Ideengenerierung	35
3.1 Grundlagen	36
3.1.1 Industrielle Ideenproduktion.....	36
3.1.2 Kreativität und Denkmethode n	38
3.1.3 Kreativitätstechniken.....	42
3.2 Prozessschritt 1: Determinantenanalyse	45
3.3 Prozessschritt 2: Chancensuche	48
3.3.1 Suchfeld: Unternehmen HELLASIMAGE.....	52
3.3.2 Suchfeld: Markt und Branche von HELLASIMAGE	57
3.3.3 Suchfeld: Umwelt von HELLASIMAGE.....	64

3.4	Prozessschritt 3: Ideensuche.....	70
3.4.1	Gegenstand.....	70
3.4.2	Empfehlungen zur Vorgehensweise.....	72
3.4.3	Durchführung	74
3.5	Prozessschritt 4: Ideenverdichtung.....	79
4	Ideenevaluierung	87
4.1	Grundlagen.....	88
4.1.1	Emotionale Distanz	88
4.1.2	Ziele	90
4.1.3	Mehrstufiger und iterativer Filterprozess	91
4.2	Einführung in die Verwendung des Tools <i>Scoresheet</i>	96
4.2.1	Erfolgfelder und Bewertungskriterien	100
4.2.2	Gewichtung und Knock-outs	102
4.3	Prozessschritt 5: Schnellscreening	106
4.3.1	Erfolgfeld 1 – Kunden & Produkt	107
4.3.2	Erfolgfeld 2 – Markt & Branche.....	110
4.3.3	Erfolgfeld 3 – Unternehmen.....	113
4.3.4	Erfolgfeld 4 – Finanzen	116
4.4	Prozessschritt 6: Hauptscreening	118
4.4.1	Erfolgfeld 1 – Kunden & Produkt	121
4.4.2	Erfolgfeld 2 – Markt & Branche.....	123
4.4.3	Erfolgfeld 3 – Unternehmen.....	127
4.4.4	Erfolgfeld 4 – Finanzen	130
4.5	Prozessschritt 7: Feinscreening.....	136
4.5.1	Erfolgfeld 1 – Kunden & Produkt	137
4.5.2	Erfolgfeld 2 – Markt & Branche.....	139
4.5.3	Erfolgfeld 3 – Unternehmen.....	144
4.5.4	Erfolgfeld 4 – Finanzen	147
4.6	Prozessschritt 8: Selektion	150
5	Diskussion	153
5.1	Zusammenfassung der Untersuchung.....	154
5.2	Kritische Würdigung der Ergebnisse.....	157

5.2.1	Bewertung des Prozessmodells.....	157
5.2.2	Bewertung der Tools.....	159
5.2.3	Grad der Zielerreichung.....	164
5.3	Weiteres Vorgehen im Internal Corporate Venturing-Prozess.....	166
5.4	Ausblick.....	167
	Anhangsverzeichnis.....	169
	Anhang.....	171
	Literaturverzeichnis	175
	Verzeichnis zitierter Internet-Quellen.....	183