

Inhalt

I. Kapitel: Forschungs-, Finanzierungs- und Transferaktionen in Österreich

1. Allgemeine Grundlagen: Untersuchungsobjekt	11
1.1 Die gesetzliche Entwicklung der Forschungsorganisation und ihre Fonds	12
1.2 Forschungs- und Investitionsfinanzierungsaktionen	18
1.3 Universitäre und außeruniversitäre F&E-Einrichtungen	24
1.4 Bundesministerium für Wissenschaft und Forschung	31
1.5 Andere Bundesministerien	37
1.6 Aktionen für den Wissens- und Technologietransfer	37
1.7 Technologietransfer- und Innovationszentren	46
1.8 Industriell-gewerbliche Forschung	51
1.9 Technologiepolitisches Konzept der Bundesregierung	58

II. Kapitel: Marketing für Forschung und Entwicklung: Theoretische Grundlagen

2. Nonprofit-Marketing — Positionierung	60
2.1 Nonprofit-Organisation	61
2.2 Nonprofit-Marketing	62
3. Marketing-Planung	69
3.1 Marketing-Zielsystem	70
3.2 Marktsegmentierung	73
3.3 Marketing-Organisation	78
3.4 Marketing-Kontrolle	80
3.5 Marketing-Instrumente	81
3.6 Marketing-Mix-Entscheidungen	93
4. Marketing-Orientierung im Nonprofit-Bereich für F&E	94
4.1 Marketing für Forschungsförderungsaktionen	95
4.2 Marketing für Forschungsproduzenten (Forscher)	100
4.3 Marketing für Universitäten	103

III. Kapitel: Empirische Untersuchung zur Marketing-Orientierung in der Forschungspolitik und im Forschungsmanagement

5. Problemstellung und Zielsetzung	114
6. Untersuchungsmethodische Grundlagen	117
6.1 Die Erhebungstatbestände	118
6.2 Erhebungsmethode und Testdesign	133
6.3 Stichprobenplan	149
7. Hypothesen zum F&E-Marketing-Defizit	152
8. Methodik der Auswertung	152
9. Der Gesamtrücklauf	155
9.1 Rücklauf nach Teilstichproben	156
9.2 Rücklauf nach soziodemographischen Merkmalen	156
10. Diskussion und Darstellung der Ergebnisse der empirischen Erhebung	160
10.1 Bedürfnisse der Forschungspolitik und des Forschungsmanagements	161
10.2 Bekanntheitsgrad von F&E-relevanten Aktionen, Organisationen und anderen Kenngrößen	169
10.3 Zufriedenheit mit der Forschungsförderung und dem Informationswesen	169
10.4 Einstellung (Image) zur Forschungsfinanzierung und zur Wichtigkeit ihrer Auswirkungen	202
10.5 Die Präferenz von Transfermöglichkeiten	215
11. Hypothesentests	218
12. Zusammenfassung	224
13. Ein Schlußwort, auch als Vorwort zu lesen	226
Summary	228
Verzeichnis der Abbildungen	229
Literaturverzeichnis	230
Register	233
Werbeanzeigen	234