

Inhaltsverzeichnis

Vorwort der Herausgeber	7
<i>Jan-Philipp B�chler, Axel Faix</i> Unternehmenserfolg durch Innovationsexzellenz – das House of Innovation Excellence als Analyse- und Entscheidungsinstrument für ein systematisches Innovationsmanagement	13
<i>Jan-Philipp B�chler, Axel Faix</i> Erfolgsfaktor Innovationsmanagement – Ergebnisse des IHK-InnoMonitor 2014	27
<i>Jan-Philipp B�chler</i> Agile und resiliente Innovationsprozesse – Anforderungen an das Innovationsmanagement in einem dynamischen Marktumfeld	59
<i>Hans-Willi Schroiff</i> „Speerspitzen-Innovation“ – ein Denkmodell für erfolgreiche konsumentenzentrierte Neuprodukte	85
<i>Stefanie Paluch, Thomas Wittkop</i> Instrumente der qualitativen Marktforschung als Werkzeuge des Innovationsmanagements	105
<i>Tobias Kosten, Vera Kauffoldt</i> Mehrdimensionale Zielgruppenanalyse als Grundlage für treffsichere Produktentwicklung und effiziente Markenführung – das Beispiel Ritzenhoff AG	131
<i>Michael Volkmann</i> Produktvariation im Spannungsfeld zwischen innovativen und kontinuierlich gerichteten Marktanforderungen	151
<i>Jan-Philipp B�chler, Axel Faix</i> Vermarktung von Innovationen – Analyse und Konsequenzen produktbezogener Kontingenzfaktoren	173

Jan-Florian Schlapfner, Monika Lesner

Überleben in der Wildnis: Die Entwicklung
innovativer Initiativen in Unternehmen 203

Axel Faix

Koordination zwischen Marketing und F&E – Empirische Analyse
auf Basis der Erhebungen des IHK-InnoMonitor 2014 223

Josef Gochermann

KMU als erfolgreiche Akteure in Innovationsnetzwerken –
Anforderungen an die Gestaltung von Organisationsstruktur und -kultur 241

Axel Faix

Stärkung der Beziehung zwischen Wirtschaft und Wissenschaft –
Ein systematischer Ansatz zur Gestaltung des Technologietransfers
aus Sicht außeruniversitärer Forschungseinrichtungen 257

Klaus Brenscheidt

IHK zu Dortmund: Förderung von Innovationen als permanente Aufgabe 273

Autorenprofile 277