

# I. INHALTSVERZEICHNIS

<b>I. INHALTSVERZEICHNIS</b> .....	<b>VII</b>
<b>II. ABBILDUNGSVERZEICHNIS</b> .....	<b>XI</b>
<b>III. TABELLENVERZEICHNIS</b> .....	<b>XVII</b>
<b>IV. ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS</b> .....	<b>XIX</b>
<b>A. PRODUKTQUALITÄT ALS UNTERNEHMENSPOLITISCHE HERAUSFORDERUNG</b> .....	<b>1</b>
1. Problemaufriß .....	1
2. Aufbau der Abhandlung .....	3
<b>B. DIE WIRKUNGEN EINER QUALITÄTSORIENTIERTEN PRODUKTPOLITIK AUF DIE ERREICHUNG VON MARKETING- UND UNTERNEHMENSZIELEN</b> .....	<b>5</b>
1. Ansätze zur Explikation des Qualitätsbegriffes .....	5
2. Historische Entwicklung der Bausteine eines umfassenden Qualitätsmanagements .....	9
3. Der Beitrag qualitätsorientierter Produktpolitik zur Erreichung ökonomischer Marketing-Ziele .....	18
3.1. Befunde ausgewählter empirischer Studien zu den Wirkungen einer qualitätsorientierten Produktpolitik auf den Unternehmenserfolg .....	18
3.2. Befunde zur Wirkung einer qualitätsorientierten Produktpolitik auf den Unternehmenserfolg aus dem PIMS-Projekt .....	23
4. Der Beitrag qualitätsorientierter Produktpolitik zur Erreichung psychographischer Marketingziele.....	27
5. Entwurf eines Zielsystems für eine qualitätsorientierte Produktpolitik .....	30
5.1. Produktionswirtschaftliche Zielsetzungen .....	31
5.2. Marketingspezifische Zielsetzungen .....	37
5.3. Zielsystem qualitätsorientierter Produktpolitik.....	39
<b>C. DIE KOMPONENTEN IM MARKETINGSYSTEM ALS URSACHE FÜR INFORMATIONSENSICHERHEITEN BEIM ENTWICKELNDEN UNTERNEHMEN</b> .....	<b>43</b>
1. Die Elemente des Absatzmarktsystems als Ursachen für die Informationsunsicherheiten .....	49
1.1. Unsicherheiten aus dem Verhalten des Handels .....	50
1.1.1. Unsicherheiten hinsichtlich der Ziele des Handels .....	51
1.1.2. Unsicherheiten hinsichtlich des vom Handel gewählten Instrumentenmix .....	53
1.2. Unsicherheiten aus dem Verhalten der Wettbewerber .....	54
1.2.1. Unsicherheiten hinsichtlich der relevanten Wettbewerber und Wettbewerberziele .....	55
1.2.2. Unsicherheiten hinsichtlich der vom Wettbewerber gewählten Marktfeld- und Marktstimulierungsstrategie .....	58
1.2.3. Unsicherheiten hinsichtlich der vom Wettbewerber gewählten Markparzellierungs- und Marktarealstrategie .....	61
1.2.4. Unsicherheiten hinsichtlich des vom Wettbewerber gewählten Instrumenten-Mixes .....	62

1.3. Unsicherheiten aus den Veränderungen des Unternehmensumfeldes .....	63
1.3.1. Veränderungen im ökonomischen Umfeld .....	65
1.3.2. Veränderungen im soziokulturellen Umfeld .....	65
1.3.3. Veränderungen im technologischen Umfeld .....	67
1.3.4. Veränderungen im politischen Umfeld .....	69
1.3.5. Veränderungen im rechtlichen und ökologischen Umfeld .....	70
2. Das Verhalten potentieller Nachfrager als Ursache für Unsicherheiten im Rahmen einer qualitätsorientierten Produktpolitik .....	72
2.1. Aus dem Verhalten von organisationalen Nachfragern .....	73
2.1.1. Determinanten von organisationalen Beschaffungsentscheidungen .....	73
2.1.2. Ausgewählte Interaktionsmodelle zur Reduktion der Unsicherheiten im Rahmen organisationaler Beschaffungsentscheidungen .....	79
2.1.2.1. Dyadisch personale, dyadisch organisationale und multipersonale Ansätze .....	80
2.1.2.2. Das Interaktionsmodell der IMP-Group .....	81
2.2. Aus dem Kaufentscheidungsverhalten von privaten Nachfragern .....	85
2.2.1. Qualitätsurteile innerhalb von Kaufentscheidungsprozessen .....	85
2.2.1.1. Der risikothoretische Erklärungsansatz .....	86
2.2.1.2. Einstellungstheoretische Erklärungsansätze .....	95
2.2.2. Qualitätsbeurteilung in der Nachkaufphase .....	104
3. Zusammenfassung .....	111
<b>D. DIE ERFASSUNG VON QUALITÄTSUNSICHERHEITEN IM NEUPRODUKTENTWICKLUNGSPROZESS .....</b>	<b>112</b>
1. Ziele und Objekte von Neuproduktentwicklungsprozessen .....	112
1.1. Neuproduktentwicklung als programmpolitische Entscheidung .....	113
1.1.1. Programmpolitik bei gegebener Angebotsbreite .....	120
1.1.2. Programmpolitische Alternativen bei Veränderung der Angebotsbreite .....	121
1.1.2.1. Diversifikation .....	121
1.1.2.2. Produktdifferenzierung .....	123
1.1.2.3. Neuproduktentwicklung .....	124
1.2. Gestaltungselemente eines Produktes .....	125
1.2.1. Gestaltung der chemisch/technisch/ physikalischen Eigenschaften eines Produktes .....	126
1.2.2. Gestaltung des Produktäußeren .....	126
2. Die Nutzung von analytischen Instrumenten in klassischen Produktentwicklungsprozessen .....	128
2.1. Die Phasen in klassischen Produktentwicklungsprozessen .....	131
2.2. Der Einsatz analytischer Instrumente (Methoden) in klassischen Produktentwicklungsprozessen .....	134
2.3. Kritische Würdigung klassischer Produktentwicklungsprozesse .....	146
3. Der Einsatz analytischer Instrumente in integrierten Produktentwicklungsprozessen .....	147
3.1. Die Phasen in integrierten Produktentwicklungsprozessen .....	147
3.2. Der Einsatz analytischer Instrumente in integrierten Produktentwicklungsprozessen .....	149

4. Zusammenfassung.....	163
<b>E. AUSGEWÄHLTE ANALYTISCHE INSTRUMENTE ZUR REDUKTION DER INFORMATIONSENSICHERHEIT IN PRODUKTENTWICKLUNGSPROZESSEN.....</b>	<b>165</b>
1. Ausgewählte Qualitätssicherungsinstrumente (QS) .....	165
1.1. Die Taguchi-Methode.....	167
1.2. Die Methode Quality Function Deployment (QFD) .....	177
2. Ein ausgewähltes Qualitätsgestaltungsinstrument (QG): Die Methode Conjoint-Measurement.....	190
2.1. Einordnung der Methode Conjoint-Measurement .....	193
2.2. Formaltheoretische Grundlagen des Conjoint-Measurement .....	195
2.3. Ein Anwendungsbeispiel zum Conjoint-Measurement.....	197
2.4. Kritische Würdigung der Methode Conjoint-Measurement .....	216
<b>F. EMPIRISCHE UNTERSUCHUNG DES OBJEKTBEREICHES „INSTRUMENTALEINSATZES IM PRODUKTENTWICKLUNGSPROZEB“ .....</b>	<b>218</b>
1. Der Kontingenzansatz als Orientierungsrahmen für die empirische Erforschung des Instrumentaleinsatzes im Produktentwicklungsprozeß.....	218
1.1. Konzepte zur Messung des Unternehmenserfolgs.....	222
1.1.1. Messung des Unternehmenserfolgs mit dem Zielansatz und Operationalisierung der Variablen.....	222
1.1.2. Definition eines Meßkonzeptes für den Innovationserfolg und Operationalisierung der Variablen.....	227
1.1.3. Ökonomischer Unternehmenserfolg und Operationalisierung der verwendeten Variablen .....	228
1.2. Einsatz analytischer Instrumente und Unternehmenserfolg - Operationalisierung der Variablen und Formulierung von Hypothesen .....	229
1.2.1. Dimensionen des Instrumentaleinsatzes und Operationalisierung der verwendeten Variablen.....	231
1.2.1.1. Einsatzintensität .....	232
1.2.1.2. Art der eingesetzten Instrumente .....	233
1.2.1.3. Phasenbezogener Einsatz .....	240
1.2.1.4. Zufriedenheit mit den eingesetzten Instrumenten.....	244
1.2.2. Zusammenfassung.....	246
1.3. Interne Kontextvariablen und Unternehmenserfolg - Operationalisierung der Variablen und Formulierung von Hypothesen .....	246
1.3.1. Unternehmensgröße .....	247
1.3.2. Allgemeines Innovationsverhalten.....	248
1.3.3. Technologieorientierung als spezielle Ausprägung des Innovationsverhaltens .....	249
1.3.4. Personenbezogene Faktoren.....	249
1.3.5. Technologieintensität .....	250
1.3.6. Organisationsstruktur, Produktionstyp .....	251
1.4. Externe Kontextfaktoren und Unternehmenserfolg - Operationalisierung der Variablen und Formulierung von Hypothesen .....	251
1.4.1. Wettbewerbssituation .....	252
1.4.2. Allgemeine Marktsituation .....	255
2. Durchführung der empirischen Erhebung .....	257
2.1. Überblick über die Erhebungsmethodik.....	257

2.2. Durchführung der Fragebogenerhebung .....	259
2.2.1. Grundgesamtheit und Rücklaufquote .....	259
2.2.2. Struktur der Stichprobe .....	260
3. Auswertung des Datenmaterials und Ergebnisse .....	264
3.1. Clusteranalytische Gruppierung der Unternehmen über die ökonomischen Erfolgsgrößen .....	264
3.1.1. Voraussetzungen für die Anwendung der Clusteranalyse .....	264
3.1.2. Gruppierungsergebnisse .....	265
3.2. Beurteilung und Interpretation der Güte der Gruppierung mit Hilfe der Diskriminanzanalyse .....	271
3.2.1. Verfahrensgrundlagen für die Diskriminanzanalyse .....	271
3.2.2. Ergebnisse aus der Diskriminanzanalyse .....	275
3.2.3. Ökonomischer Unternehmenserfolg in den zwei Clustern .....	280
3.2.3.1. Clusterzugehörigkeit und Unternehmenserfolg .....	280
3.2.3.2. Branchenzugehörigkeit und Unternehmenserfolg .....	286
3.3. Evaluation von Determinanten für den Unternehmenserfolg .....	289
3.3.1. Einsatz analytischer Instrumente und Unternehmenserfolg .....	289
3.3.1.1. Einsatzintensität und Erfolg .....	289
3.3.1.2. Art der eingesetzten Instrumente und Erfolg .....	290
3.3.1.3. Art der eingesetzten Instrumente und die Erreichung von Effizienz- und Effektivitätszielen .....	297
3.3.1.4. Art der eingesetzten Instrumente und Innovationserfolg .....	300
3.3.1.5. Phasenbezogener Einsatz und Unternehmenserfolg .....	301
3.3.1.6. Zufriedenheit mit den eingesetzten Instrumenten und Unternehmenserfolg .....	304
3.3.1.7. Zusammenfassung der Ergebnisse .....	305
3.3.2. Die Wirkungen interner Kontextfaktoren auf den Unternehmenserfolg .....	307
3.3.2.1. Unternehmensgröße und Unternehmenserfolg .....	308
3.3.2.2. Allgemeines Innovationsverhalten und Unternehmenserfolg .....	308
3.3.2.3. Personenbezogene Faktoren und Unternehmenserfolg .....	309
3.3.2.4. Technologieintensität und Unternehmenserfolg .....	310
3.3.2.5. Organisationsstruktur, Produktionstyp und Unternehmenserfolg .....	311
3.3.2.6. Zusammenfassung der Ergebnisse .....	312
3.3.3. Die Wirkungen externer Kontextfaktoren auf den Unternehmenserfolg .....	314
3.3.3.1. Wettbewerbssituation, Innovationstyp und Unternehmenserfolg .....	314
3.3.3.2. Allgemeine Marktsituation und Unternehmenserfolg .....	315
3.3.3.3. Zusammenfassung der Ergebnisse .....	317
3.3.4. Bestimmung von Bedeutungsgewichten für die ermittelten Einflussfaktoren .....	318
<b>G. LITERATURVERZEICHNIS .....</b>	<b>324</b>
<b>H. ANHANG: FRAGEBOGEN .....</b>	<b>345</b>

## II. ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abb. 1:	Das 14 Punkte-Programm nach Deming.....	13
Abb. 2:	Fortschrittspirale zur Qualitätsverbesserung nach JURAN .....	14
Abb. 3:	Hauptaufgaben der Qualitätssicherung nach FEIGENBAUM .....	16
Abb. 4:	Bausteine eines umfassenden Qualitätsmanagements.....	17
Abb. 5:	Struktur der PIMS-Datenbank.....	23
Abb. 6:	Einfluß der relativen Qualität auf ROI/ROS .....	25
Abb. 7:	Auswirkungen der relativen Qualität auf den Marktanteil .....	26
Abb. 8:	Qualitätsbezogene Dreieinigkeit .....	31
Abb. 9:	Integriertes Zielsystem für eine qualitätsorientierte Produktpolitik.....	39
Abb. 10:	Traditionelle Sichtweise des Zusammenhangs zwischen Fehlervermeidung und Aufwendungen für Fehlervermeidungen.....	40
Abb. 11:	Sichtweise des Zusammenhangs zwischen Produktqualität und Qualitätskosten .....	41
Abb. 12:	Informationsbeschaffung durch das Unternehmen aus dem Marktsystem und Informationstransfer aus dem Unternehmen in das Marktsystem .....	46
Abb. 13:	Strukturelemente produktpolitischer Entscheidungen .....	48
Abb. 14:	Endogene und exogene Unsicherheiten als Ursachen für eine unsichere Marktreaktion .....	50
Abb. 15:	Quellen für Unsicherheiten aus dem Wettbewerberverhalten .....	55
Abb. 16:	Ansoff-Matrix.....	58
Abb. 17:	Strategisches Dreieck nach Ohmae .....	59
Abb. 18:	Umweltebenen nach KREILKAMP .....	64
Abb. 19:	Lebenszyklus einer Technologie .....	67
Abb. 20:	S-Kurven für Basis- und Schrittmachertechnologien.....	68
Abb. 21:	Determinanten des organisationalen Beschaffungsverhaltens .....	74
Abb. 22:	Interaktionsmodell der IMP-Group.....	82
Abb. 23:	Gleichrangige Betrachtung der Produktpolitik .....	114
Abb. 24:	Produktpolitik als Herz des Marketing .....	114
Abb. 25:	Erfolgswirkung von Entwicklungszeiten und Kosten .....	117
Abb. 26:	Die Gestaltungsparameter der Produktpolitik im Überblick.....	119
Abb. 27:	Morphologischer Kasten für eine Uhr .....	138
Abb. 28:	Morphologische Matrix für das Problem Kühlen im privaten Bereich .....	139
Abb. 29:	Problemtypen und ideale Kreativitätsmethoden .....	140
Abb. 30:	Beispiel für eine Wirtschaftlichkeitsanalyse: Das Break-Even-Diagramm.....	142
Abb. 31:	Hypothetisches Beispiel für einen Produktmarktraum.....	152
Abb. 32:	Einsatzhäufigkeit ausgewählter Instrumente nach Specht/Schmelzer.....	161
Abb. 33:	Instrumente in klassischen und integrierten Produktentwicklungsprozessen .....	164

Abb. 34:	Vergleich zwischen der klassischen und Taguchis Denkweise.....	168
Abb. 35:	Funktionsverlauf und charakteristische Punkte einer LOSS-Funktion .....	171
Abb. 36:	Struktur des Houses of Quality.....	180
Abb. 37:	Berechnung von Absolutgewichten für technische Merkmale .....	188
Abb. 38:	Beispiel für die Berechnung von Absolutgewichten im House of Quality .....	189
Abb. 39:	Phasen im QFD-Prozeß .....	189
Abb. 40:	Einordnung des Conjoint Measurement in die multivariaten Datenanalyseverfahren.....	194
Abb. 41:	Beispiel für Merkmalsgewichte und Teilnutzenwerte.....	209
Abb. 42:	Allgemeine Darstellung des Kontingenzansatzes nach KIESER/KUBICEK.....	220
Abb. 43:	Strukturmodell für die empirische Erhebung.....	221
Abb. 44:	Hierarchie der verwendeten Erfolgsmaße .....	222
Abb. 45:	Einzelziele bei der Anwendung des Zielansatzes.....	223
Abb. 46:	Erfolgsindex nach RAFFÉE/FRITZ.....	224
Abb. 47:	Modifizierter Erfolgsindex für die empirische Erhebung .....	225
Abb. 48:	Definition der Innovationsrate nach BROCKHOFF .....	227
Abb. 49:	Formale Darstellung von Null- und Alternativhypothese.....	230
Abb. 50:	Dimensionen des Instrumentaleinsatzes .....	231
Abb. 51:	Operationalisierung der Ausprägungen der Instrumentaleinsatzintensität ....	232
Abb. 52:	Wirkung der Dimension Einsatzintensität auf den Unternehmenserfolg.....	232
Abb. 53:	Mittlere Einsatzintensität für alle Phasen und alle Instrumente .....	233
Abb. 54:	Mittlere Einsatzintensität für Qualitätsgestaltungsinstrumente über alle Phasen aggregiert .....	237
Abb. 55:	Wirkung der Dimension Instrumentenart auf den Unternehmenserfolg .....	237
Abb. 56:	Mittlere Einsatzintensität für Qualitätssicherungsinstrumente über alle Phasen aggregiert .....	238
Abb. 57:	Erfolgswirkung differenziert nach Instrumentenart und Erfolgsmaßen.....	240
Abb. 58:	Definition der phasenbezogenen Einsatzintensitäten.....	241
Abb. 59:	Operationalisierung des Phasenbezugs hinsichtlich der Einsatzintensitäten.....	241
Abb. 60:	Wirkung der Dimension 'phasenbezogene Einsatzintensität' auf den Unternehmenserfolg .....	242
Abb. 61:	Wirkung von Art- und phasenbezogener Einsatzintensität auf den Unternehmenserfolg .....	242
Abb. 62:	Wirkung von Sicherungsinstrumenten in den Phasen 6 und 7 .....	243
Abb. 63:	Wirkung der Einsatzintensität auf die Zufriedenheit mit den Instrumenten.....	244
Abb. 64:	Definition der verschiedenen Zufriedenheitsindizes .....	245
Abb. 65:	Zusammenhang zwischen Einsatzintensität und Zufriedenheit bei den Gestaltungsinstrumenten.....	245
Abb. 66:	Kontextfaktor Unternehmensgröße und Erfolg .....	248

Abb. 67:	Operationalisierung des Indikators Unternehmensgröße .....	248
Abb. 68:	Operationalisierung von Indikatoren zur Messung des allgemeinen Innovationsverhaltens, der Teamfähigkeit und des vorherrschenden Kommunikationsstils .....	250
Abb. 69:	Operationalisierung des Indikators Technologieintensität .....	250
Abb. 70:	Operationalisierung der Indikatoren Produktionstyp und Organisationsstruktur .....	251
Abb. 71:	Indikatoren zur Beschreibung der Wettbewerbssituation .....	252
Abb. 72:	Beispiel für einen Produkt- und Marktlebenszyklus .....	253
Abb. 73:	Operationalisierung der Indikatoren Anzahl und Aggressivität der Wettbewerber .....	255
Abb. 74:	Definition von Indikatoren für den Kontextfaktor allgemeine Marktsituation .....	255
Abb. 75:	Operationalisierung für den Indikator volumenmäßiger Reifegrad .....	256
Abb. 76:	Operationalisierung für den Indikator Marktzersplitterung .....	257
Abb. 77:	Gesamtkonzeption für die empirische Erhebung .....	258
Abb. 78:	Statistische Kenngrößen, Korrelationen und Signifikanzen für die drei Clustervariablen .....	265
Abb. 79:	Ergebnisdendrogramm zur Erfolgsclusterung der beteiligten Unternehmen .....	269
Abb. 80:	Elbowkriterium nach dem Ward-Verfahren .....	269
Abb. 81:	Diskriminanzvariable als Linearkombination der Merkmalsvariablen .....	273
Abb. 82:	Formale Darstellung des Diskriminationskriteriums .....	273
Abb. 83:	Formale Darstellung von Wilk's Lambda .....	274
Abb. 84:	Definition für den Kanonischen Korrelationskoeffizienten .....	276
Abb. 85:	Darstellung des quadrierten Kanonischen Korrelationskoeffizienten .....	276
Abb. 86:	Zusammenhang zwischen Wilk's Lambda und Kanonischem Korrelationskoeffizienten .....	276
Abb. 87:	Bestimmung der Trennstärke für die einzelnen Erfolgsmaße .....	277
Abb. 88:	Standardisierte Diskriminationskoeffizienten für die verwendeten Indikatoren .....	278
Abb. 89:	Klassifizierungsergebnisse für einige ausgewählte Objekte .....	278
Abb. 90:	Histogramm für die berechnete Diskriminanzfunktion .....	279
Abb. 91:	Mittelwertprofile für die berechneten Cluster 1 und 2 .....	281
Abb. 92:	Beispiel für die Berechnung der t-verteilten Testgröße t .....	283
Abb. 93:	Ergebnistableau für beide Erfolgsgruppen hinsichtlich des Indikators Deckungsbeitragswachstum .....	284
Abb. 94:	Ergebnistableau für beide Erfolgsgruppen hinsichtlich des Indikators Umsatzwachstum .....	285
Abb. 95:	Ergebnistableau für beide Erfolgsgruppen hinsichtlich des Indikators Marktanteilswachstum .....	285

Abb. 96:	Ergebnistableau für den t-Test zur Überprüfung der Wirkungen der Einsatzintensität von analytischen Instrumenten auf den Unternehmenserfolg .....	290
Abb. 97:	Ergebnistableau für den t-Test zu den Auswirkungen einer höheren Einsatzintensität bei den Qualitätsgestaltungsinstrumenten auf den Unternehmenserfolg .....	291
Abb. 98:	Ergebnistableau für den t-Test bei abhängigen Stichproben für die Überprüfung der Gesamteinsatzintensitäten bei Qualitätssicherungs- und Qualitätsgestaltungsinstrumenten .....	292
Abb. 99:	Ergebnistableau für den t-Test zur Einsatzintensität bezüglich der Qualitätssicherungsinstrumente in den beiden Erfolgsgruppen .....	293
Abb. 100:	Gesamtüberblick über Einsatzintensitäten bei den analytischen Instrumenten in beiden Erfolgsgruppen.....	295
Abb. 101:	Definition von Indikatoren für die Messung der Zielerreichungsgrade bei den Effektivitäts- und Effizienzzielen .....	298
Abb. 102:	Ergebnistableau zum Zusammenhang zwischen Erfolg und Zielerreichung bei den Effektivitätszielen .....	298
Abb. 103:	Ergebnistableau zum Zusammenhang zwischen dem Unternehmenserfolg und den Zielerreichungsgraden bei den Effizienzzielen.....	299
Abb. 104:	Ergebnistableau zum Unterschied zwischen den Zielerreichungsgraden bei Effektivitäts- und Effizienzzielen für erfolgreiche Unternehmen.....	300
Abb. 105:	Ergebnistableau zum Zusammenhang zwischen dem ökonomischen Unternehmenserfolg und dem Innovationserfolg.....	301
Abb. 106:	Ergebnistableau zur Überprüfung des Zusammenhangs zwischen der Einsatzintensität in den frühen Phasen des Produktentwicklungsprozesses und dem Unternehmenserfolg.....	302
Abb. 107:	Ergebnistableau zur Überprüfung des Zusammenhangs zwischen der Einsatzintensität Gestaltungsinstrumente in den frühen Phasen und dem Unternehmenserfolg .....	302
Abb. 108:	Ergebnistableau zur Überprüfung des Zusammenhangs zwischen der Einsatzintensität Sicherungsinstrumente in den Phasen 6 und 7 und dem Unternehmenserfolg .....	303
Abb. 109:	Ergebnistableau zur Überprüfung des Zusammenhangs zwischen der Zufriedenheit mit dem Einsatz der Instrumente und einer höheren Einsatzintensität.....	304
Abb. 110:	Deskriptive Statistiken zur Zufriedenheit mit dem Einsatz der Instrumente .....	305
Abb. 111:	Ergebnistableau zur Überprüfung des Zusammenhangs zwischen der Zufriedenheit mit dem Einsatz der Qualitätsgestaltungsinstrumente und dem Erfolg .....	305
Abb. 112:	Ergebnistableau zur Überprüfung des Zusammenhangs zwischen der Unternehmensgröße und dem Unternehmenserfolg .....	308
Abb. 113:	Ergebnistableau zur Überprüfung des Zusammenhangs zwischen dem allgemeinen Innovationsverhalten und dem Unternehmenserfolg.....	309
Abb. 114:	Ergebnistableau zur Überprüfung des Zusammenhangs zwischen der Teamfähigkeit der Mitarbeiter und dem Unternehmenserfolg .....	310

Abb. 115:	Ergebnistableau zur Überprüfung des Zusammenhangs zwischen dem Kommunikationsverhalten der Mitarbeiter und dem Unternehmenserfolg.....	310
Abb. 116:	Ergebnistableau zur Überprüfung des Zusammenhangs zwischen der Technologieintensität und dem Unternehmenserfolg .....	311
Abb. 117:	Ergebnistableau zur Überprüfung des Zusammenhangs zwischen der Technologieintensität im Vergleich zum Branchendurchschnitt und dem Unternehmenserfolg .....	311
Abb. 118:	Ergebnistableau zur Überprüfung des Zusammenhangs zwischen der Organisationsform in der F&E-Abteilung und dem Unternehmenserfolg.....	312
Abb. 119:	Ergebnistableau zur Überprüfung des Zusammenhangs zwischen vorherrschendem Produktionstyp und dem Unternehmenserfolg .....	312
Abb. 120:	Ergebnistableau zur Überprüfung des Zusammenhangs zwischen der Wettbewerberanzahl und dem Unternehmenserfolg .....	314
Abb. 121:	Ergebnistableau zur Überprüfung des Zusammenhangs zwischen dem Strategiestil der Wettbewerber und dem Unternehmenserfolg.....	315
Abb. 122:	Ergebnistableau zur Überprüfung des Zusammenhangs zwischen volumenmäßigem Reifegrad und dem Unternehmenserfolg .....	316
Abb. 123:	Ergebnistableau zur Überprüfung des Zusammenhangs zwischen dem Grad der Marktzersplitterung und dem Unternehmenserfolg .....	316
Abb. 124:	Ergebnistableau zur Überprüfung der Trennstärke für die ermittelten Einflussfaktoren im Rahmen der stufenweisen Diskriminanzanalyse .....	320
Abb. 125:	Ergebnistableau für die Kennwerte der berechneten Kanonischen Diskriminanzfunktion.....	321
Abb. 126:	Ergebnistableau für die Rangfolge der standardisierten Diskriminationskoeffizienten bei den betrachteten Einflussfaktoren .....	322
Abb. 127:	Matrix für die Klassifikation über die erfolgsbestimmenden Faktoren .....	323

### III. TABELLENVERZEICHNIS

<i>Tabelle 1:</i>	Synopse ausgewählter empirischer Erhebungen im Rahmen der Erfolgsfaktorenforschung.....	19
<i>Tabelle 2:</i>	Divergierende Zielsetzungen zwischen Hersteller und Handel im Rahmen der Produktpolitik .....	52
<i>Tabelle 3:</i>	Systematisierung der Interaktionsansätze im Investitionsgütermarketing.....	80
<i>Tabelle 4:</i>	Vergleich von unterschiedlichen Operationalisierungen bei den Modellkomponenten .....	102
<i>Tabelle 5:</i>	Klassisches Phasenmodell nach Nieschlag/Dichtl/Hörschgen.....	132
<i>Tabelle 6:</i>	Analytische Verfahren in klassischen Produktentwicklungsprozessen .....	135
<i>Tabelle 7:</i>	Qualitätssicherungsinstrumente im Rahmen der empirischen Erhebung und einführende Literatur.....	166
<i>Tabelle 8:</i>	Qualitätsgestaltungsinstrumente und einführende Literatur .....	191
<i>Tabelle 9:</i>	Ausprägungsstufen für die hypothetischen Produkte im Beispiel.....	202
<i>Tabelle 10:</i>	Beispiel für eine Trade-off-Matrix.....	205
<i>Tabelle 11:</i>	Beispiele für Stimuli nach der Full-Profile-Methode.....	205
<i>Tabelle 12:</i>	Übersicht über Schätzverfahren bei unterschiedlichem Skalenniveau.....	208
<i>Tabelle 13:</i>	Einzel- und Gesamtnutzenwerte für die beiden Beispielstimuli .....	210
<i>Tabelle 14:</i>	Bestimmung des Ideal-Produktes aus den meistpräferierten Merkmalsausprägungen .....	211
<i>Tabelle 15:</i>	Normierungsschritte nach dem von Thomas 1983 vorgeschlagenen Verfahren .....	215
<i>Tabelle 16:</i>	Multiplikationsmatrix für den modifizierten Erfolgsindikator nach dem Zielansatz .....	224
<i>Tabelle 17:</i>	Operationalisierung der Variablen für den Zielansatz.....	227
<i>Tabelle 18:</i>	Operationalisierung der Variablen zur Bestimmung der Innovationsrate .....	228
<i>Tabelle 19:</i>	Operationalisierung der ökonomischen Erfolgsgrößen .....	229
<i>Tabelle 20:</i>	Qualitätsgestaltungsinstrumente im Rahmen der empirischen Erhebung.....	235
<i>Tabelle 21:</i>	Qualitätssicherungsinstrumente im Rahmen der empirischen Erhebung.....	236
<i>Tabelle 22:</i>	Operationalisierung des Indikators Einsatzzufriedenheit.....	244
<i>Tabelle 23:</i>	Zusammensetzung der Stichprobe und des Rücklaufs .....	260
<i>Tabelle 24:</i>	Strukturmerkmale für die Unternehmensstichprobe .....	263
<i>Tabelle 25:</i>	Agglomeration-Scheduling-Tabelle beim Ward-Verfahren .....	270
<i>Tabelle 26:</i>	Kennwerte für die ermittelte Diskriminanzfunktion über die ökonomischen Erfolgsindikatoren.....	275
<i>Tabelle 27:</i>	Klassifikationsmatrix für die Ergebnisse aus der Clusteranalyse nach ökonomischen Erfolgsindikatoren.....	279
<i>Tabelle 28:</i>	Wertetabelle (Mittelwerte) für Cluster 1 und 2 .....	281
<i>Tabelle 29:</i>	Kennzeichnung der verwendeten Signifikanzniveaus .....	284
<i>Tabelle 30:</i>	Kreuztabelle für den Zusammenhang zwischen Branche und Clusterzugehörigkeit.....	288

<i>Tabelle 31:</i>	Mittelwerte für Einsatzintensitäten für alle Instrumente .....	296
<i>Tabelle 32:</i>	Zusammenfassung der Ergebnisse aus den Hypothesentests zu den Wirkungen der Dimensionen des Instrumentaleinsatzes auf den Unternehmenserfolg .....	306
<i>Tabelle 33:</i>	Zusammenfassung der Ergebnisse aus den Hypothesentests zu den Wirkungen der internen Kontextfaktoren auf den Unternehmenserfolg .....	313
<i>Tabelle 34:</i>	Zusammenfassung der Ergebnisse aus den Hypothesentests zu den Wirkungen der externen Kontextfaktoren auf den Unternehmenserfolg .....	318
<i>Tabelle 35:</i>	Einflußfaktoren als Input für die Diskriminanzanalyse zur Ermittlung der Diskriminationskraft .....	319
<i>Tabelle 36:</i>	Reduktion von Wilk's Lambda durch die Aufnahme zusätzlicher Variablen.....	320