

I Inhaltsverzeichnis

II	Abbildungsverzeichnis	v
III	Tabellenverzeichnis	x
IV	Formelverzeichnis	xii
V	Abkürzungsverzeichnis	xiii
1	Einleitung	1
1.1	Problemstellung	2
1.2	Zielsetzung	3
1.3	Aufbau der Arbeit.....	5
2	Grundlegende Begriffe, Definitionen und Modelle	8
2.1	Innovation.....	8
2.1.1	Innovationsmanagement	12
2.1.2	Innovationsperformance.....	13
2.1.3	Innovationsfunktion	13
2.2	Qualität.....	14
2.2.1	Qualitätsmanagement	15
2.2.2	Qualitätsperformance.....	17
2.2.3	Qualitätsfunktion	18
2.3	Neuproduktperformance (NPP)	18
2.3.1	Neuproduktqualität (NPQ)	21
2.3.2	Neuproduktgeschwindigkeit (NPG)	22
2.4	Produktentstehungsprozess (PEP).....	23
2.5	Synergiebegriffe	26
2.6	Zusammenarbeit (ZA)	27
2.7	Erfolgsfaktorenmodell (7-S-Modell).....	29
2.7.1	Weiche Erfolgsfaktoren.....	30
2.7.2	Harte Erfolgsfaktoren	34
2.8	Agile Managementmethoden.....	37
2.9	Allgemeine Modelltheorie.....	40
2.9.1	Modellbegriff und -merkmale	40
2.9.2	Modellzwecke	42
2.9.3	Modellarten.....	43
2.9.4	Anwendungsorientierte Modellierung.....	46
3	Aktueller Stand der Forschung	48
3.1	Bekannte Wechselwirkungen zwischen Innovation und Qualität (I & Q)	48
3.1.1	Positive Effekte der Wechselwirkungen	49
3.1.2	Negative Effekte der Wechselwirkungen	51
3.1.3	Neutrale Effekte der Wechselwirkungen.....	52
3.2	Zusammenarbeit im Produktentstehungsprozess	53

3.3	Wirkung agiler Managementmethoden im Produktentstehungsprozess	55
3.3.1	Einfluss auf die Performance des Produktentstehungsprozesses.....	55
3.3.2	Einfluss agiler Methoden auf die Zusammenarbeit von I & Q.....	59
3.4	Weiche und harte Faktoren zur Förderung der Zusammenarbeit	62
3.4.1	Weiche Faktoren zur Förderung der Zusammenarbeit.....	63
3.4.2	Harte Faktoren zur Förderung der Zusammenarbeit	66
3.4.3	Zusammenspiel von harten und weichen Faktoren.....	70
3.5	Ergebnisse vorliegender, themenspezifischer Forschungsarbeiten.....	70
3.5.1	Verbesserungspotenzial „Strategie“	71
3.5.2	Verbesserungspotenzial „Organisation“	72
3.5.3	Verbesserungspotenzial „Kultur“	74
3.5.4	Verbesserungspotenzial „Mindset/Gemeinsames Verständnis“	75
3.5.5	Identifizierte Wechselwirkungen zwischen I & Q	76
3.6	Abgeleiteter Forschungsbedarf.....	77
4	Vorstellung des Forschungsdesigns	79
4.1	Forschungsfragen	79
4.2	Hypothesen.....	79
4.3	Hypothesenmodell	80
4.4	Forschungsaufbau.....	81
4.5	Forschungsmodell.....	83
4.6	Operationalisierung der Konstrukte.....	84
5	Qualitatives Forschungsmodul	88
5.1	Einführung in die qualitative Forschungsmethode	88
5.1.1	Grundlegende Begriffe der Inhaltsanalyse.....	89
5.1.2	Ablaufmodell	91
5.1.3	Gütekriterien qualitativer Inhaltsanalysen.....	94
5.2	Durchführung der qualitativen Inhaltsanalyse.....	95
5.2.1	Schritt 1: Theoretische Vorüberlegungen.....	95
5.2.2	Schritt 2: Analyse des Materials	97
5.2.3	Schritt 3: Darstellung und Interpretation der Ergebnisse.....	99
5.2.3.1	Analyseblock 1 – Harte und weiche Synergiepotenziale	99
5.2.3.2	Analyseblock 2 – Wirkung agiler Managementmethoden.....	112
5.2.3.3	Analyseblock 3 – Wirkung der Zusammenarbeit.....	123
5.2.3.4	Analyseblock 4 – Treiber der Neuproduktperformance	132
5.3	Überprüfung der Gütekriterien	137
5.3.1	Intercodierreliabilität.....	137
5.3.2	Gütekriterien nach Mayring	139
5.4	Zusammenfassung und Fazit des qualitativen Forschungsmoduls	140
6	Quantitatives Forschungsmodul	144
6.1	Einführung in die quantitative Forschungsmethode	144
6.1.1	Vorüberlegungen zur Analyse der Daten	144
6.1.2	Erfüllung der Gütekriterien quantitativer Forschung	147
6.1.3	Stichprobenzusammensetzung.....	148
6.2	Deskriptive statistische Auswertung.....	152

6.2.1	Zusammenarbeit von Innovations- und Qualitätsfunktion	154
6.2.2	Wirkung harter Faktoren als Synergiepotenzial	160
6.2.3	Einflussfaktor Führung	163
6.2.4	Wirkung weicher Faktoren als Synergiepotenzial	166
6.2.5	Wirkung agiler Methoden	170
6.2.6	Neuproduktqualität	174
6.2.7	Neuproduktgeschwindigkeit	177
6.2.8	Neuproduktperformance	180
6.2.9	Optimierungspotenziale und Trends	183
6.3	Induktive Auswertung (Hypothesenvalidierung)	186
6.3.1	Hypothese 1 – Harte und weiche Synergiepotenziale	186
6.3.2	Hypothese 2 – Wirkung agiler Managementmethoden.....	193
6.3.3	Hypothese 3 – Einfluss der Zusammenarbeit auf die NPQ	197
6.3.4	Hypothese 4 – Einfluss der Zusammenarbeit auf die NPG	201
6.3.5	Hypothese 5 – Treiber der Neuproduktperformance	205
6.4	Diskussion der Ergebnisse	210
6.5	Zusammenfassung und Fazit des quantitativen Forschungsmoduls	214
7	Kausalanalyse und Modellierung	217
7.1	Grundlagen der Strukturgleichungsmodellierung (SGM).....	217
7.2	Spezifikation des Pfadmodells und Prüfung der Daten.....	221
7.2.1	Schritt 1: Spezifikation des Strukturmodells	221
7.2.2	Schritt 2: Spezifikation des Messmodells	222
7.2.3	Schritt 3: Erhebung und Prüfung der Daten	226
7.3	Schätzung des Pfadmodells	229
7.4	Ergebnisse der PLS-SEM	229
7.5	Gütebeurteilung der PLS-SEM-Ergebnisse	231
7.5.1	Evaluation des Messmodells	231
7.5.2	Evaluation des Strukturmodells	236
7.6	Zusammenfassung und Fazit der PLS-SEM-Ergebnisse.....	240
8	Modellkonzeptionen und Praxisempfehlungen	242
8.1	Modellierungen auf Grundlage der IQS-Studie.....	242
8.1.1	IQ-Doppelhelix-Modell / IQS-DNA-Modell.....	243
8.1.2	Das Haus der IQ-Synergie	245
8.1.3	IQS-EM (Innovations-Qualitäts-Synergie-Evaluations-Modell)	247
8.1.4	Dreistufiges IQS-Analysemodell „IQS-Monitor©“	250
8.2	Handlungsempfehlungen für die Unternehmenspraxis	254
9	Abschließende Betrachtung und Diskussion	263
9.1	Zusammenfassung des Forschungsgangs und der Studienergebnisse.....	263
9.2	Diskussion der Studienergebnisse	270
9.3	Kritische Betrachtung und Limitationen der IQS-Studie	277
9.4	Ausblick und Fazit.....	278
	Literaturverzeichnis.....	281

Anhang	310
Anhang A1: Forschungsmodell	310
Anhang B1: Qualitatives Modul – Interviewleitfaden (Auszug qualitative Fragen)	311
Anhang B2: Qualitatives Modul – Übersicht der Analyseblöcke	315
Anhang C1: Quantitatives Modul – Onlinefragebogen	317
Anhang C2: Quantitatives Modul – Vergleichsgruppen-Zusammensetzung	329
Anhang D1: Modellkonzeption – Fragenkatalog IQS-EM	330
Anhang D2: Modellkonzeption – Fragenkatalog IQS-Monitor©	333