

Christian Yonathan Wiratmo

Möglichkeiten des Einsatzes von
ausgewählten Ideenquellen für kleine und
mittlere Unternehmen in den frühen
Phasen des Produktinnovationsprozesses

Masterarbeit

BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Impressum:

Copyright © 2023 GRIN Verlag
ISBN: 9783346983510

Dieses Buch bei GRIN:

<https://www.grin.com/document/1431413>

Christian Yonathan Wiratmo

Möglichkeiten des Einsatzes von ausgewählten Ideenquellen für kleine und mittlere Unternehmen in den frühen Phasen des Produktinnovationsprozesses

GRIN - Your knowledge has value

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite www.grin.com ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

Besuchen Sie uns im Internet:

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

http://www.twitter.com/grin_com

**Möglichkeiten des Einsatzes von ausgewählten Ideenquellen
für kleine und mittlere Unternehmen in den frühen Phasen des
Produktinnovationsprozesses**

Masterarbeit

zur Erlangung des Grades Master of Science
des Fachbereichs Wirtschaft der
Technischen Hochschule Brandenburg

vorgelegt von:

Christian Yonathan Wiratmo

5. Semester

Master Technologie- und
Innovationsmanagement und
Entrepreneurship
5. Fachsemester

Berlin, den 09. Oktober 2023

Kurzfassung

In einer konkurrenzgeprägten Welt auf Grund von Globalisierung und Digitalisierung sind Innovationen zum Überleben eines Unternehmens entscheidend. Sie sind allerdings risikobehaftet und mit Unsicherheit verbunden, besonders in ihren frühen Phasen. Innovationen fangen mit Ideen an, die sowohl aus unternehmensinternen als auch aus unternehmensexternen Quellen stammen können. Diese große Menge von möglichen Ideen kann zum überhöhten Gebrauch von Ressourcen führen, die sich kleine und mittlere Unternehmen (KMU) nicht leisten können.

Das Ziel dieser Masterarbeit ist es zu beantworten, wie die unterschiedlichen Ideenquellen für Innovationen von Unternehmen – insbesondere von KMU – in den frühen Phasen des Innovationsprozesses systematisch genutzt werden können. Um die Forschungsfrage zu beantworten, wird eine theoretische Methodik vom Autor entwickelt, die sich auf literaturbasierte und praxisbasierte Quellen stützt.

Die Methodik empfiehlt die Priorisierung von unternehmensinternen Ideenquellen, denn unternehmensexternes Wissen ist teurer zu beschaffen und ist den Wettbewerbern in größerem Umfang zugänglich. Zu diesen Ideenquellen gehören das betriebliche Vorschlagswesen, Kreativitätstechniken und Kundenbeschwerden und/oder –reklamationen.

Als Ergänzung der unternehmensinternen Ideenquellen kommen die unternehmensexternen Ideenquellen zum Einsatz. Sie umfassen Patente, Lizenzen, Fachzeitschriften, Messen sowie die Zerlegung von Wettbewerbsprodukten (*Reverse Engineering*). Es wird zusätzlich empfohlen, die bei Messen anwesenden Parteien (Kunden, Experten und Zulieferer) auch einzeln miteinzubeziehen, z. B. durch Marktforschung und Online-Plattformen (bei Kunden), die Delphi-Methode (bei Experten) sowie Konsultationen, Verantwortungsübergabe der Produktdesigns und Ideenwettbewerbe (bei Zulieferern). Als Alternative bzw. Ergänzung zu eigenen Reverse-Engineering-Anstrengungen kann auch auf Produktvergleichsergebnisse von unabhängigen Akteuren, wie z. B. der Stiftung Warentest oder Fernsehsendern, zugegriffen werden.

Schlagwörter: Innovationen, KMU, Ideen, Ideensammlung, Ideengenerierung

Abstract

In a competitive world due to globalization and digitalization, innovations are crucial to the survival of a company. However, they are risky and associated with uncertainty, especially in their early stages. Innovations start with ideas, which can come from both internal and external sources. This large set of possible ideas can lead to the excessive use of resources that small and medium-sized enterprises (SMEs) cannot afford.

The aim of this master thesis is to answer how the different sources of ideas for innovation can be systematically used by companies - especially small and medium-sized enterprises (SMEs) - in the early phases of the innovation process. To answer the research question, a theoretical methodology was developed by the author using literature-based and practice-based sources.

The methodology recommends prioritizing internal company sources of ideas because external company knowledge is more expensive to obtain and is more widely available to competitors. These sources of ideas include the company suggestion scheme, creativity techniques and customer complaints and/or claims.

External sources of ideas are used to supplement the company's internal sources of ideas. They include patents, licenses, trade journals, trade shows, and the dissection of competitor products (reverse engineering). It is additionally recommended that the parties present at trade shows (customers, experts and suppliers) also be involved individually, e.g. through market research and online platforms (for customers), the Delphi method (for experts) as well as consultations, transfer of responsibility of product designs and idea competitions (for suppliers). As an alternative or supplement to one's own reverse engineering efforts, product comparison results from independent parties, such as Stiftung Warentest or TV stations, can be also used.

Keywords: innovations, SMEs, ideas, idea collection, idea generation

Danksagung

Hiermit möchte ich mich ganz herzlich bei allen bedanken, die mich während des Schreibprozesses dieser Masterarbeit unterstützt, motiviert und inspiriert haben, nämlich:

- Herrn Prof. rer. pol. Uwe Höft, meinen Betreuer, für sein Fachwissen, seine Geduld und seine wertvollen Ratschläge bei dem Konzipieren und den Verbesserungen dieser Arbeit;
- Herrn Prof. Dr. rer. pol. Jürgen Schwill, meinen Zweitgutachter, für seine Mitwirkung bei dieser Arbeit;
- Frau Elisabeth Langard, meine Wunschoma in Berlin, für ihr Korrekturlesen, ihre unschätzbaren Anregungen sowie ihre Ermutigungen;
- Meinen gesamten Familienangehörigen in Indonesien, insbesondere meinem Vater, meiner Schwester und Oma Hetty, für ihre unendlichen emotionalen Unterstützungen;
- Meinen lieben Freunden und Freundinnen der freikirchlichen Gemeinde „Lighthouse Church Berlin“, die mir in stressigen Zeiten stets den Rücken freigehalten haben.

Inhaltsverzeichnis

Kurzfassung	II
Abstract	III
Danksagung	IV
Abbildungsverzeichnis	VI
Tabellenverzeichnis	VIII
1 Einleitung	1
1.1 Relevanz des Themas	1
1.2 Problemstellung	3
1.3 Forschungsfragen	5
1.4 Aufbau der Masterarbeit	6
2 Theoretische Grundlagen	7
2.1 Innovationen	7
2.2 Innovation als Prozess	11
2.3 Kleine und mittlere Unternehmen	16
3 Praxisbasierte Ideenquellen für die frühen Phasen des Innovationsprozesses	19
3.1 Fall 1: FESTO AG & Co. KG	19
3.2 Fall 2: DiHeSys Digital Health Systems GmbH	21
3.3 Fall 3: Dirk Rossmann GmbH	22
3.4 Fall 4: Neura Robotics GmbH	24
4 Stand der Forschung	26
5 Ideenquellen für die frühen Phasen des Innovationsprozesses	30
5.1 Quellen für die Ideensammlung	35
5.1.1 Unternehmensinterne Quellen für die Ideensammlung	35
5.1.1.1 Kundenbeschwerden und/oder -reklamationen	35