

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Einleitung</b> .....	<b>1</b>
1.1	Problematik .....	1
1.2	Zielsetzung .....	1
1.3	Vorgehensweise .....	2
<b>2</b>	<b>Problemanalyse / Anforderungen an die Methode</b> .....	<b>3</b>
2.1	Begriffsdefinitionen .....	3
2.1.1	Technologie .....	3
2.1.1.1	Der historische Technologiebegriff .....	3
2.1.1.2	Abgrenzung Technologie, Technik und Theorie .....	4
2.1.1.3	Klassifizierungen von Technologie .....	5
2.1.2	Innovation .....	6
2.1.2.1	Der historische Innovationsbegriff .....	6
2.1.2.2	Innovation in der Ökonomie .....	6
2.1.2.3	Der Innovationsbegriff in der vorliegenden Arbeit .....	8
2.1.3	Strategie .....	8
2.1.3.1	Strategie im militärischen Kontext .....	8
2.1.3.2	Strategie im Kontext der Managementlehre .....	9
2.1.3.3	Anforderungen an Strategie .....	10
2.1.3.4	Inhalte von Strategien .....	11
2.1.3.5	Technologiestrategie .....	12
2.2	Abgrenzung des Untersuchungsgegenstandes .....	13
2.2.1	Eingrenzung der Begriffe im Kontext der vorliegenden Arbeit .....	14
2.2.2	Einordnung in den Prozess der strategischen Führung .....	15
2.3	Problemanalyse .....	16
2.3.1	Beschreibung der Problemmodellierung .....	17
2.3.2	Problemdimension Kunde .....	18
2.3.3	Problemdimension Wettbewerb .....	21
2.3.4	Problemdimension externe Anforderungen .....	23
2.3.5	Problemdimension Marke/Unternehmen .....	25
2.3.6	Problemdimension stimmige Produktsubstanz .....	27
2.4	Anforderungen an die Methode .....	28

2.4.1	Generische Anforderungen an Methoden .....	28
2.4.2	Anforderungen an die Methode für hybride Technologie- und Innovationsstrategien .....	29
<b>3</b>	<b>Stand der Technik .....</b>	<b>33</b>
3.1	Übersicht .....	33
3.2	Bestehende Methoden zur Analyse der Kundenanforderungen .....	34
3.2.1	Lead User Ansatz .....	34
3.2.2	Quality Function Deployment (QFD) .....	36
3.2.3	Methoden zur Kunden und Marktanalyse .....	38
3.2.4	Kano Modell .....	42
3.2.5	Diffusionsmodell .....	44
3.3	Analysemethoden zur Abgrenzung gegenüber dem Wettbewerb .....	46
3.3.1	Spieltheorie .....	46
3.3.2	Multidimensionale Skalierung (MDS) .....	48
3.3.3	Patentanalyse .....	51
3.4	Methoden zum Erkennen und Systematisieren externer Anforderungen .....	53
3.4.1	Szenariotechnik .....	53
3.4.2	Delphi Studie .....	55
3.5	Marke/Unternehmen .....	57
3.5.1	SWOT Analyse .....	57
3.6	Methoden zur Stimmigkeit der Produktsubstanz .....	59
3.6.1	Methoden der strategischen Frühaufklärung .....	59
3.6.2	Morphologie .....	61
3.6.3	Technologielebenszykluskonzepte und -modelle .....	62
3.6.3.1	Lebenszyklus nach Ford/Ryan .....	62
3.6.3.2	Lebenszyklus nach A. D. Little .....	63
3.6.3.3	McKinsey .....	64
3.6.4	Technologieroadmaps und Technologiekalender .....	65
3.6.5	Technologieszenarien .....	68
3.6.6	Technologie-Portfolios .....	69
3.6.6.1	Technologie-Portfolio nach A. D. Little .....	71
3.6.6.2	Booz, Allen and Hamilton Technologie- Portfolio .....	73
3.6.6.3	Technologie-Portfolio nach Pfeiffer .....	75
3.6.6.4	Darmstädter Ansatz .....	78
3.6.6.5	Technologie-Portfolio nach McKinsey .....	80
3.7	Handlungsbedarf .....	83

<b>4</b>	<b>Methode zur Entwicklung hybrider Innovations- und Technologiestrategien .....</b>	<b>85</b>
4.1	Überblick über die Methode .....	87
4.2	Definition der Innovationsfelder.....	89
4.2.1	Analyse der Auswirkung der Umfeldentwicklung auf Produkteigenschaften .....	90
4.2.2	Ermittlung technischer Weiterentwicklungspotentiale.....	92
4.2.3	Clustering der Produkteigenschaften zu Innovationsfeldern.....	94
4.2.4	Rückwirkung der Innovationsfelder auf das Produkteignisprofil.....	96
4.3	„Strategischer Orientierungsrahmen“ / Ausrichtung der Forschung & Vorentwicklung .....	97
4.4	Ideentrichter .....	97
4.5	Timing-Optionen / Funktionsorientierte Roadmap.....	98
4.5.1	Marktattraktivität.....	100
4.5.2	Technikpotential .....	103
4.6	Clusterbildung / Bewertung.....	107
4.6.1	Gesamtstimmigkeit / Konsistenz .....	107
4.6.2	Gesamtbewertung.....	110
4.7	Auswahl .....	113
4.8	Innovationsfeldcontrolling .....	113
<b>5</b>	<b>Zusammenfassung und Ausblick .....</b>	<b>118</b>
<b>6</b>	<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>119</b>