

Chancen und Grenzen von Community Based Innovation in Klein- und Mittelbetrieben

AM BEISPIEL HOLZVERARBEITENDER UNTERNEHMEN

VERFASSERIN

Katharina Rodharth

DIPLOMARBEITSBETREUUNG

Hon. Prof. Dkfm. Dr. Rainer Hasenauer
Mag. Wolfgang Schildorfer

Institut für HiTec Marketing
Lothringerstraße 14/6
1030 Wien

Executive Summary

Seit 40 Jahren kann allgemein eine Öffnung des Innovationsprozesses bei Produktentwicklungen beobachtet werden (vgl. Chesbrough, 2003, S. 43 ff). Die Integration externen Wissens gewinnt vor allem in Form von Innovation-Communities zusehends an Bedeutung. Steigende Konkurrenz und kurze Produktlebenszyklen erfordern die rasche Entwicklung neuer, innovativer Produkte, um am Markt langfristig erfolgreich zu sein. Dies gilt vor allem für österreichische Hochtechnologie-Start-Ups, die von hohen Flopraten geprägt sind. Zur Steigerung ihrer Marktchancen wurde das 3-jährige, durch EU-Mittel geförderte, Forschungsprojekt „hi-tech center“ aufgesetzt, das unter anderem die Methode „Marketingtestbeds für high tech Innovationen“ erforscht.

Community Based Innovation (CBI) ist ein höchst erfolgversprechender Ansatz zur Förderung von Start-Ups, und gilt innerhalb des Forschungsprojekts als zentrale Forschungsthematik. Die Integration des Kunden in den Innovationsprozess verspricht neben kürzeren Entwicklungszeiten auch höhere Erfolgchancen beim Markteintritt. Im B2C-Segment wurde dieser Ansatz für Produktinnovationen bereits erfolgreich getestet.

In der gegenständlichen Arbeit wird das Konzept für den B2B-Bereich untersucht. Die besondere Herausforderung besteht hierbei in der zugrunde liegenden Branche: Auf den traditionellen österreichischen Holzsektor sollen die im Endverbrauchersegment erprobten Online Community-Werkzeuge auf ihre Anwendbarkeit untersucht werden; Produktentwicklungen laufen in der Holzbranche jedoch ohne Zuhilfenahme von virtuellen Plattformen ab.

Das hohe Innovationspotenzial steirischer Klein- und Mittelbetriebe (KMUs) steht im Mittelpunkt der vorliegenden Forschungsarbeit. Die qualitative Studie behandelt, unter einem gleichwertigen Verständnis von Online- und Offline-Interaktion, zwei Fragestellungen: 1) Wie funktioniert der Innovationsprozess am Werkstoff Holz in der Branche, und 2) welche Chancen und Grenzen des

CBI-Ansatzes können aus Sicht der holzverarbeitenden Betriebe abgebildet werden?

In Bezug auf die beiden Forschungsfragen lassen sich folgende Hauptergebnisse aus Sicht der Autorin ableiten:

1a) Innovationenprozesse sind oftmals zufallsgesteuert, laufen jedoch zusehends prozessgesteuert ab. 1b) Die traditionsbedingte Vorliebe zum persönlichen Kontakt erklärt die geringen Online-Aktivitäten holzverarbeitender KMUs. 1c) Vorhandene Ideen bleiben wegen Kapazitätsengpässen oft jahrelang ungenützt.

2a) Der CBI-Ansatz hat vor allem bezüglich der Online-Komponente große Chancen in der Holzbranche; das Bewusstsein über die wachsende Bedeutung des Internets ist durchgehend vorhanden. 2b) Obwohl kundenorientiert, erscheint einigen Betrieben eine Einbindung des Kunden in die Entwicklung technisch hochkomplexer Produkte als nicht sinnvoll. 2c) Als Grenze des CBI-Konzepts kann die traditionsverhaftete Haltung und geringes Vertrauen der Branche in sich selbst gesehen werden, die die – zur erfolgreichen Anwendung des CBI-Ansatzes notwendige – Offenlegung von internem Wissen verhindern.

Als zukünftige Entwicklungen sieht die Autorin vor allem eine wachsende Bedeutung der Branchenverbände sowie eine vermehrte Anwendung von CBI in KMUs. Weiterführende Forschungsthemen können sowohl die Fragen nach unternehmensinternen Strukturen für Wissensmanagement, als auch der Schutz geistigen Eigentums in Bezug auf den Erfolg von Produktinnovationen sein.

Die Ergebnisse dieser Arbeit fließen, als Grundstein für weitere Studien, in das Forschungsprojekt „hi-tech center“ ein.

Inhaltsverzeichnis

Executive Summary	i
Abbildungsverzeichnis.....	V
Tabellenverzeichnis.....	V
Abkürzungsverzeichnis	vi
Abstract.....	vii
1. Einleitung.....	1
1.1. Ausgangssituation	2
1.2. Problemstellung.....	3
1.3. Zielsetzung	5
1.4. Zentrale Fragestellungen.....	5
1.4.1. Forschungsfragen	6
1.4.2. Erläuterungen.....	6
1.5. Fachliche Einordnung/Abgrenzung.....	7
1.6. Aufbau der Arbeit.....	9
2. Definitionen	11
2.1. Innovation	11
2.2. Innovationsprozess.....	13
2.3. Open Innovation	15
2.4. Community	17
2.5. Community Based Innovation.....	18
3. Untersuchungsgegenstand.....	21
3.1. Die Rolle der Community im Innovationsprozess	21
3.2. Die österreichische Holzwirtschaft in Zahlen	25
3.3. Innovationslandschaft Steiermark.....	27
3.3.1. Holzcluster Steiermark GmbH.....	28
3.3.2. proHolz.....	29
3.3.3. HIZ Holzinnovationszentrum Zeltweg.....	29
4. Empirische Untersuchung.....	31
4.1. Einführung in die Marktforschung	31
4.2. Qualitative Marktforschung	32
4.3. Untersuchungsdesign und methodische Vorgehensweise	32
4.4. Das problemzentrierte Interview	33
4.5. Der Interviewleitfaden.....	35
4.6. Anzahl und Auswahl der Interviewpartner	36
4.7. Kontaktaufnahme und Durchführung der Interviews.....	38
4.8. Transkription der durchgeführten Interviews.....	39

5. Ergebnisse der Studie	41
5.1. Zitate	41
5.2. Strukturierung der Ergebnisse	44
5.2.1. Phasen im Innovationsprozess	46
5.2.2. Der CBI-Ansatz	48
5.2.3. Die Mitglieder einer Innovation-Community.....	49
5.3. Zusammenfassung	50
5.4. Beantwortung der Forschungsfragen.....	51
6. Schlussbetrachtungen	56
6.1. Limitationen	56
6.2. Ausblick	58
6.2.1. Vertiefende Forschungsansätze.....	59
6.2.2. Zukünftige Entwicklung	59
6.2.3. Empfehlungen	61
Literaturverzeichnis	63
Anhang A	68
Anhang B.....	69
Anhang C	70
Anhang D	71

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Fachliche Einordnung.....	7
Abbildung 2: Der Innovationsprozess.....	14
Abbildung 3: Integration von externen Technologien	16
Abbildung 4: Community Based Innovation Ansatz.....	19
Abbildung 5: Communities als Innovationsquelle	23
Abbildung 6: Einordnung des problemzentrierten Interviews	34
Abbildung 7: Mind-Map für problemzentriertes Interview	36
Abbildung 8: Abgrenzungskriterien für KMUs.....	68
Abbildung 9: Waldverteilung in Österreich	69
Abbildung 10: Geografische Lage des Bundeslandes Steiermark.....	69
Abbildung 11: Interviewleitfaden für problemzentriertes Interview.....	71

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Aufbau der Arbeit.....	10
Tabelle 2: Definitionen des Begriffs Innovation	11
Tabelle 3: Ausgewählte Zitate aus den problemzentrierten Interviews.....	41
Tabelle 4: Aufstellung aller geführten Interviews	70

Die vollständige Diplomarbeit kann über die Autorin unter der folgenden E-Mail Adresse angefragt werden: katharina.rodharth@gmx.at