

## Inhaltsverzeichnis

<b>Teil A: Theoretischer Teil</b>	<b>1</b>
<b>1 Einführung in die Problemstellung</b>	<b>1</b>
1.1 Ausgangssituation und Motivation.....	1
1.2 Zielstellung .....	3
1.3 Aufbau der Arbeit.....	4
<b>2 Grundlagen der Untersuchung</b>	<b>7</b>
2.1 Definition und Abgrenzung von Prozessinnovationen.....	7
2.2 Prozessinnovationen als Gegenstand des Managements.....	14
2.2.1 Werttreiber von Prozessinnovationen.....	17
2.2.2 Komplexität des Managements von Prozessinnovationen.....	24
2.3 Stand der Forschung zum Management von Prozessinnovationen .....	29
<b>Teil B: Qualitative Empirie</b>	<b>61</b>
<b>3 Design der Untersuchung</b>	<b>61</b>
3.1 Zielsetzung und Forschungsansatz.....	61
3.2 Erhebungsdesign.....	62
3.2.1 Auswahl der Branche.....	63
3.2.2 Auswahl der Fälle .....	64
3.2.3 Erhebung der Informationen .....	64
3.2.4 Auswertungsdesign.....	67
3.3 Validität .....	68
<b>4 Ergebnisse der Fallstudien</b>	<b>72</b>
4.1 Unternehmensaktivitäten und –organisation .....	72
4.2 Prozessuale Faktoren .....	74
4.2.1 Befunde der Einzelfallstudien.....	75
4.2.2 Vergleich und Erklärungsansätze .....	81
4.3 Strukturelle Faktoren .....	85
4.3.1 Befunde der Einzelfallstudien.....	85
4.3.2 Vergleich und Erklärungsansätze .....	93
4.4 Motivation und Zielsetzungen .....	97
4.4.1 Befunde der Einzelfallstudien.....	97
4.4.2 Vergleich und Erklärungsansätze .....	102
<b>5 Zusammenfassung und Hypothesenbildung</b>	<b>104</b>

<b>Teil C: Quantitative Empirie</b>	<b>109</b>
<b>6 Design der Untersuchung</b>	<b>109</b>
6.1 Erhebungsgesetz.....	109
6.2 Auswertungsdesign.....	110
6.3 Beschreibung der Stichprobe.....	112
<b>7 Operationalisierung und Validierung der Konstrukte</b>	<b>115</b>
7.1 Erfolgsmessung .....	115
7.1.1 Grundlegende Betrachtung .....	115
7.1.2 Operationalisierung.....	118
7.1.3 Validierung .....	122
7.2 Einflussfaktoren.....	126
7.2.1 Operationalisierung.....	126
7.2.2 Validierung .....	134
7.3 Moderatoren .....	139
7.3.1 Grundlegende Betrachtung .....	139
7.3.2 Operationalisierung.....	143
7.3.3 Validierung .....	145
<b>8 Empirische Überprüfung der Hypothesen</b>	<b>148</b>
8.1 Überprüfung der Haupteffekte .....	148
8.2 Überprüfung der Moderatoreffekte .....	151
<b>9 Zusammenfassung und Ausblick</b>	<b>167</b>
9.1 Zusammenfassung der Untersuchung .....	167
9.2 Methodische Aspekte und Ansatzpunkte für zukünftige Forschung .....	169
9.3 Konsequenzen für die Unternehmenspraxis .....	171
<b>Quellenverzeichnis</b>	<b>173</b>
Literatur.....	173
Interviews.....	196