

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort	V
Vorwort	IX
Inhaltsverzeichnis	XI
Abbildungsverzeichnis	XV
Tabellenverzeichnis	XIX
Abkürzungsverzeichnis	XXI
1. Einleitung	1
1.1. Zielsetzung, praktische Relevanz und wissenschaftlicher Beitrag	1
1.2. Forschungsdesign und Forschungslogik	7
1.2.1. Fallstudienforschung	8
1.2.2. Abduktive Forschungslogik	10
1.2.3. Die Vorgehensweise: Gioia Methodology	11
1.3. Gang der Untersuchung	12
2. Begriffliche Grundlagen und Forschungsstand	16
2.1. Kommunikation im Unternehmen	16
2.1.1. Unternehmenskommunikation	16
2.1.1.1. Definition	16
2.1.1.2. Handlungsfelder	20
2.1.1.3. Limitationen	22
2.1.2. Organisationskommunikation	24
2.1.2.1. Kommunikative Konstitution von Organisation	24
2.1.2.2. Kommunikativer Institutionalismus	27
2.1.3. Interne Kommunikation im Unternehmen	29
2.1.4. Kommunikation von Führungskräften	31
2.1.4.1. Zum Begriff der Führung	32
2.1.4.2. Führungskommunikation	32
2.1.5. Kommunikation im Innovationsprozess	35
2.1.5.1. Verständnis von Innovation und Innovationsprozess	35
2.1.5.2. Inkrementelle und radikale Innovation	37
2.1.5.3. Innovation und Kommunikation	39

2.1.5.4.	Kommunikation, temporäre Organisation und crossfunktionale Kollaboration im Innovationsprozess	47
2.2.	Organisationale Ambidextrie	50
2.2.1.	Definition	50
2.2.2.	Forschungsperspektiven auf organisationale Ambidextrie	51
2.2.3.	Formen von organisationaler Ambidextrie	53
2.3.	Dynamische Fähigkeiten	56
2.4.	Zusammenfassung, Forschungslücke und Forschungsfragen	59
3.	Explorative Vorstudie	63
3.1.	Ausgangssituation der Vorstudie: Produktinnovation in Zeiten des Wandels	63
3.2.	Methodische Vorgehensweise	67
3.2.1.	Experteninterviews in der qualitativen Forschung	67
3.2.1.1.	Definition des Experten	68
3.2.1.2.	Expertenauswahl und institutioneller Kontext	68
3.2.1.3.	Die Gesprächssituation	69
3.2.1.4.	Die Auswertung	69
3.2.2.	Vorbereitung der Datenerhebung	70
3.2.2.1.	Interviewleitfaden	70
3.2.2.2.	Auswahl der Interviewpartner	71
3.2.3.	Datenerhebung	72
3.2.4.	Datenauswertung	73
3.2.5.	Qualitätssicherung in der Vorstudie	75
3.3.	Ergebnisse der explorativen Vorstudie	77
3.3.1.	Drei Perspektiven auf interne Kommunikation in der Produktentwicklung	77
3.3.2.	Elemente der internen Kommunikation in der Produktentwicklung	80
3.4.	Zusammenfassung der Ergebnisse	85
3.4.1.	Beantwortung der Forschungsfragen	85
3.4.2.	Ableitungen für die Hauptstudie	89
3.4.3.	Limitationen	91
4.	Konzeptioneller Bezugsrahmen	92
4.1.	Klassifizierung dynamischer Fähigkeiten	92
4.1.1.	Drei Klassen von dynamischen Fähigkeiten	93
4.1.2.	Mikrofundierungen von dynamischen Fähigkeiten	94
4.2.	Führungskommunikation im Kontext dynamischer Fähigkeiten	96
4.3.	Ambidextrie als dynamische Fähigkeit	99
4.4.	Aufbau des konzeptionellen Bezugsrahmens	102

5.2.5.4. Zusammenfassung	172
5.3. Gesamtstruktur und Vorbereitung der Modellbildung	173
5.3.1. Die Gesamtstruktur der Daten	173
5.3.2. Vorbereitung der Modellbildung	179
5.3.2.1. Vergleich der Kommunikationsmuster I	179
5.3.2.2. Vergleich der Kommunikationsmuster II	183
5.3.2.3. Vergleich der Kommunikationsmuster III	184
5.4. Zusammenfassung der Ergebnisse und Limitationen	187
5.4.1. Zusammenfassende Darstellung der Ergebnisse	187
5.4.2. Limitationen	188
6. Modell der Führungskommunikation im Innovationsprozess	190
6.1. Kommunikation als Mikrofundierung dynamischer Fähigkeiten	190
6.2. Evaluation des Modells aus Praxissicht	195
7. Zusammenfassung und Diskussion der Ergebnisse	201
7.1. Implikationen für die Wissenschaft	201
7.1.1. Zusammenfassung	201
7.1.2. Beantwortung der Forschungsfragen	203
7.1.3. Kritische Betrachtung der methodischen Vorgehensweise	207
7.1.4. Wissenschaftlicher Beitrag im Überblick	208
7.1.5. Limitationen und weiterer Forschungsbedarf	209
7.2. Implikationen für die Praxis	213
Literaturverzeichnis	217
A. Anhang	241
A.1. Explorative Vorstudie	241
A.1.1. Vorstudienprotokoll	241
A.1.2. Interviewleitfaden	241
A.1.3. Kategoriensystem der explorativen Vorstudie	246
A.2. Hauptstudie im Maschinen- und Anlagenbau	249
A.2.1. Fallstudienprotokoll	249
A.2.2. Interviewleitfaden	250
A.2.3. Anhang Datenanalyse	253



<http://www.springer.com/978-3-658-14587-3>

Ambidextrie, Führung und Kommunikation
Interne Kommunikation im Innovationsmanagement
ambidextrer Technologieunternehmen

Duwe, J.

2016, XXI, 279 S. 77 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-14587-3