
essentials

Springer Essentials sind innovative Bücher, die das Wissen von Springer DE in kompakter Form anhand kleiner, komprimierter Wissensbausteine zur Darstellung bringen. Damit sind sie besonders für die Nutzung auf modernen Tablet-PCs und eBook-Readern geeignet. In der Reihe erscheinen sowohl Originalarbeiten wie auch aktualisierte und hinsichtlich der Textmenge genauestens konzentrierte Bearbeitungen von Texten, die in maßgeblichen, allerdings auch wesentlich umfangreicheren Werken des Springer Verlags an anderer Stelle erscheinen. Die Leser bekommen „self-contained knowledge“ in destillierter Form: Die Essenz dessen, worauf es als „State-of-the-Art“ in der Praxis und/oder aktueller Fachdiskussion ankommt.

Jürgen E. Wenger

Innovationswettbewerbe und Incentives

Zielsetzung, Hebelwirkung, Gewinne

Jürgen E. Wenger
MBA
München
Deutschland

ISSN 2197-6708
ISBN 978-3-658-04407-7
DOI 10.1007/978-3-658-04408-4

ISSN 2197-6716 (electronic)
ISBN 978-3-658-04408-4 (eBook)

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

Springer Gabler

© Springer Fachmedien Wiesbaden 2014

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer Gabler ist eine Marke von Springer DE. Springer DE ist Teil der Fachverlagsgruppe Springer Science+Business Media
www.springer-gabler.de

Vorwort

Die vorliegende Veröffentlichung wurde auf der Grundlage der Dissertation von Dr. Jürgen Wenger erarbeitet¹. Er forscht im Bereich Innovationsmanagement mit dem Schwerpunkt Gestaltung von Innovationswettbewerben. In seinem Werk „Gewinngestaltung bei Innovationswettbewerben“ hat er den Stand der Forschung zur Gestaltung und Wirkung von Gewinnen bei Innovationswettbewerben zusammengefasst. Er vergleicht die theoretischen Erkenntnisse mit der Anwendung in der aktuellen Praxis. Dabei spielt die Zielsetzung der Innovationswettbewerbe eine zentrale Rolle. Der folgende Beitrag umfasst Auszüge aus seiner Dissertation hinsichtlich der Gestaltung und der Zielsetzung von Innovationswettbewerben und erläutert die Hebelwirkung von Gewinnen in Bezug auf die Anzahl der Teilnehmer, der Leistungsbereitschaft von Teilnehmern und die Attraktivität eines Innovationswettbewerbes im Allgemeinen.

¹ Vgl. Wenger (2013).

Inhaltsverzeichnis

1	Innovationswettbewerbe	1
2	Gewinne bei Innovationswettbewerben	17
3	Hebelwirkung bei Innovationswettbewerben	23
	Literatur	27