

Inhaltsverzeichnis

	Seite
Inhaltsverzeichnis	5
Abbildungsverzeichnis	10
Abkürzungsverzeichnis	11
1 Einleitung	13
1.1 Problemstellung und Zielsetzung	13
1.2 Gang der Untersuchung	15
2 Grundlagen zu Dienstleistungsinnovationen in Tourismusnetzwerken	17
2.1 Der Begriff der Dienstleistung	17
2.2 Grundlagen zu Tourismus und Destinationen	19
2.2.1 Tourismus als spezielle Dienstleistung	19
2.2.1.1 <i>Begriffsverständnis von Tourismus</i>	19
2.2.1.2 <i>Entwicklungen und Branchenmerkmale des Tourismus</i>	20
2.2.2 Destinationen als spezielle Einheiten im Tourismus	22
2.2.3 Besonderheiten touristischer Dienstleistungen aufgrund des Dienstleistungscharakters	25
2.3 Grundlagen zu Netzwerken im Dienstleistungsbereich	26
2.3.1 Begriffsverständnis von Netzwerken und Dienstleistungsnetzwerken	26
2.3.2 Dienstleistungsnetzwerke als Koordinationsform zwischen Markt und Hierarchie	28
2.3.3 Arten von Dienstleistungsnetzwerken	28
2.3.4 Bestimmungsfaktoren der Netzwerkbildung	30
2.3.5 Bedeutung der Vernetzung touristischer Dienstleister am Beispiel der Destination	31

2.4	Grundlagen zu Innovationen und Innovationsmanagement im Dienstleistungsbereich	34
2.4.1	Begriffsverständnis von Innovationen und Dienstleistungsinnovationen	34
2.4.2	Dimensionen von Dienstleistungsinnovationen	35
2.4.3	Begriffsverständnis von Innovationsmanagement im Dienstleistungsbereich	39
2.4.4	Besonderheiten von Innovationen vernetzter touristischer Dienstleister am Beispiel der Destination	40
2.4.5	Beispiele für erfolgreiche vernetzte Innovationen in Destinationen	41
2.5	Herausragende Bedeutung von vernetzten Innovationen in Destinationen	43
3	Modell der Gestaltungsfelder und Ergebnisse für ganzheitliches Innovationsmanagement in Dienstleistungsnetzwerken	47
3.1	Vernetztes Prozessphasenmodell des Innovationsmanagements als Voraussetzung für das Modell der Gestaltungsfelder und Ergebnisse	47
3.2	Modell der Gestaltungsfelder und Ergebnisse des Innovationsmanagements in Dienstleistungsnetzwerken	51
4	Herausforderungen und Lösungsmöglichkeiten der internen Gestaltungsfelder des Innovationsmanagements am Beispiel von Destinationen	55
4.1	Herausforderungen im Bereich der internen Gestaltungsfelder	55
4.1.1	Gestaltungsfeld der Anbieter	55
4.1.1.1	<i>Ungenügendes Management von Innovationsprozessen</i>	<i>56</i>
4.1.1.2	<i>Vernachlässigung von Mitarbeiterintegration und Kompetenzerweiterung für Innovationsprozesse ...</i>	<i>57</i>
4.1.2	Gestaltungsfeld der Partner	58
4.1.2.1	<i>Mangelnde Innovationsfähigkeit der Netzwerkpartner</i>	<i>58</i>
4.1.2.2	<i>Mangelnde Innovationsbereitschaft der Netzwerkpartner</i>	<i>59</i>

4.1.2.3	<i>Ungenügender Einsatz von Informations- und Kommunikationstechnologien in vernetzten Innovationsprozessen</i>	61
4.1.2.4	<i>Probleme bei der Organisation vernetzter Innovationsprozesse</i>	61
4.2	Entwicklung geeigneter Problemlösungen im Bereich der internen Gestaltungsfelder	62
4.2.1	Gestaltungsfeld der Anbieter	63
4.2.1.1	<i>Zielorientiertes Management von Innovationsprozessen</i>	63
4.2.1.2	<i>Konsequente Mitarbeiterintegration und Qualifikation für Innovationsprozesse</i>	64
4.2.2	Gestaltungsfeld der Partner	67
4.2.2.1	<i>Förderung der Innovationsfähigkeit der Netzwerkpartner</i>	67
4.2.2.2	<i>Förderung der Innovationsbereitschaft der Netzwerkpartner</i>	68
4.2.2.3	<i>Informations- und Kommunikationstechnologien als Treiber von vernetzten Innovationsprozessen ...</i>	71
4.2.2.4	<i>Organisation erfolgreicher vernetzter Innovationsprozesse</i>	73
5	Herausforderungen und Lösungsmöglichkeiten der externen Gestaltungsfelder des Innovationsmanagements am Beispiel von Destinationen	75
5.1	Herausforderungen im Bereich der externen Gestaltungsfelder	75
5.1.1	Gestaltungsfeld der Kunden.....	75
5.1.1.1	<i>Mangelnde Marktforschung und Trendorientierung</i>	75
5.1.1.2	<i>Vernachlässigung der Kundenintegration in vernetzten Innovationsprozessen</i>	76
5.1.2	Gestaltungsfeld der Wettbewerber	77
5.1.2.1	<i>Fehlende Absicherungsmöglichkeiten bei touristischen Innovationen</i>	78
5.1.2.2	<i>Fehlende Berücksichtigung von Wettbewerbsentwicklungen bei Innovationen</i>	79

5.2 Erarbeitung von Lösungsansätzen im Bereich der externen Gestaltungsfelder.....	80
5.2.1 Gestaltungsfeld der Kunden.....	80
5.2.1.1 <i>Marktforschungsaktivitäten zur Analyse von Kundenwünschen und Trends</i>	80
5.2.1.2 <i>Konsequente Kundenintegration in vernetzten Innovationsprozessen</i>	83
5.2.2 Gestaltungsfeld der Wettbewerber	86
5.2.2.1 <i>Lösung des Absicherungsproblems bei touristischen Innovationen</i>	86
5.2.2.2 <i>Implementierung von Benchmarkingprozessen für Innovationen</i>	89
6 Herausforderungen und Lösungsansätze im Bereich der Innovationsergebnisse des Innovationsmanagements am Beispiel von Destinationen	91
6.1 Herausforderungen der vernetzten Innovationsergebnisse	91
6.1.1 Qualitätsunsicherheit über vernetzte Innovationsergebnisse.....	91
6.1.2 Unklare Nutzenvorstellungen über vernetzte Innovationsergebnisse.....	92
6.1.3 Problematik der Gewinnaufteilung im Vergleich zum Mitteleinsatz	93
6.2 Entwicklung von Lösungsansätzen für vernetzte Innovationsergebnisse	94
6.2.1 Definition geforderter Mindestqualitäten für vernetzte Innovationen	94
6.2.2 Konzentration auf den netzwerkspezifischen Nutzen von Innovationen	96
6.2.2.1 <i>Potenziale vernetzter Innovationen</i>	97
6.2.2.2 <i>Realisierung von Wettbewerbsvorteilen durch vernetzte Innovationen</i>	98
6.2.3 Sicherung einer fairen Gewinnaufteilung	99

7	Diskussion von Innovationsprozessen in der Netzwerkpraxis von Destinationen	101
8	Schlussbetrachtung und Ausblick	105
	Anhangsverzeichnis.....	108
	Anhang	109
	Literaturverzeichnis.....	115
	Verzeichnis der Expertengespräche	137

Abbildungsverzeichnis

	Seite
Abb.: 1: Das System Tourismus und seine wichtigsten Beziehungen	21
Abb.: 2: Prozessphasenmodell des Innovationsmanagements für Dienstleistungen	37
Abb.: 3: Vernetztes Prozessphasenmodell des Innovationsmanagements	48
Abb.: 4: Modell der Gestaltungsfelder und Ergebnisse des Innovationsmanagements	51