

Rücksendeadresse:

Fachhochschule Dortmund
Fachbereich Wirtschaft
Simon Stuber / Postfach 69
Emil-Figge-Str. 44
44227 Dortmund

InnoMonitor 2017

(Innovationsmonitor)

in Kooperation von



Innovationspartner.Niederrhein

Die Innovationspartner.Niederrhein sind eine Förderinitiative des Landes Nordrhein-Westfalen. Das Partnernetzwerk besteht aus der IHK Mittlerer Niederrhein, der Niederrheinischen IHK, der Hochschule Rhein-Waal, der Hochschule Niederrhein sowie den Wirtschaftsförderungsgesellschaften der Kreise Kleve, Viersen, des Rhein-Kreis Neuss, der Städte Krefeld und Mönchengladbach.



Center for Applied Studies & Education in Management (CASEM)

Forschungsgruppe Innovationsexzellenz

Die Forschungsgruppe „Innovationsexzellenz“ beschäftigt sich mit den Herausforderungen und Erfolgsfaktoren im mittelständischen Innovationsmanagement. Die Forschungsgruppe erarbeitet auf der Basis empirischer Untersuchungen und Fallstudien Ansätze für ein marktorientiertes Innovationsmanagement als „Königsweg“ zum dauerhaften Unternehmenswachstum in gesättigten Märkten.

Hinweise

Wenn für Ihr Unternehmen mehr als eine Zuordnung möglich ist (da z. B. Sachgüter und Dienstleistungen zugleich angeboten werden oder neben der Produktion von Waren auch ihr Handel betrieben wird), wählen Sie für Ihre Antworten bitte die Zuordnung aus, die dem *Schwerpunkt* Ihrer wirtschaftlichen Aktivitäten entspricht.

Branchenzugehörigkeit

Land- / Forstwirtschaft, Fischerei, Rohstoffgewinnung	<input type="checkbox"/>
Verarbeitendes Gewerbe/Produktion von Waren	<input type="checkbox"/>
Handel	<input type="checkbox"/>
Gastgewerbe, Transport, Verkehr	<input type="checkbox"/>
Medien, Telekommunikation, Informationstechnologie	<input type="checkbox"/>
Kredit- und Versicherungsgewerbe	<input type="checkbox"/>
Dienstleistungen	<input type="checkbox"/>

Unternehmensgröße

Kleinstunternehmen (Mitarbeiter < 10; Jahresumsatz [Mio. €] < 2)	<input type="checkbox"/>
Kleines Unternehmen (Mitarbeiter < 50; Jahresumsatz [Mio. €] 2 - 9)	<input type="checkbox"/>
Mittleres Unternehmen (Mitarbeiter < 250; Jahresumsatz [Mio. €] 10 - 49)	<input type="checkbox"/>
Großunternehmen (Mitarbeiter ≥ 250; Jahresumsatz [Mio. €] ≥ 50)	<input type="checkbox"/>

Innovationserfolg:

Im Folgenden bitten wir Sie zu bewerten, inwiefern Ihr Unternehmen bei der Durchführung von Innovationstätigkeiten erfolgreich ist. Beantworten Sie hierzu bitte die folgenden Fragen bzw. kreuzen Sie bitte die jeweilige Antwortalternative an:

① = *gar nicht*; ② = *in geringem Ausmaß*; ③ = *in mittlerem Ausmaß*; ④ = *in hohem Ausmaß*; ⑤ = *in sehr hohem Ausmaß!*

-
1. Wie viele Innovationen haben Sie in den letzten 3 Jahren realisiert? _____
 2. Wie viel Prozent des Umsatzes haben Sie im letzten Jahr mit Innovationen erzielt, die maximal 3 Jahre eingeführt waren? _____ %
 3. Wir haben in den letzten drei Jahren unsere Ziele im Hinblick auf die Anzahl von Innovationen erreicht. ① ② ③ ④ ⑤
 4. Wir sind mit den finanziellen Erfolgen unserer Innovationen aus den letzten drei Jahren zufrieden. ① ② ③ ④ ⑤
 5. Unsere Innovationen werden von den Kunden häufig nicht so neuartig beurteilt wie von uns erwartet. ① ② ③ ④ ⑤
 6. Wir haben in den letzten drei Jahren unsere Ziele in Bezug auf die Profitabilität des Gesamtunternehmens erreicht. ① ② ③ ④ ⑤
-

Ideenmanagement:

Im Folgenden bitten wir Sie zu bewerten, inwiefern die Aussagen zum Ideenmanagement in Ihrem Innovationsprozess zutreffen. Kreuzen Sie hierzu bitte die passende Antwortalternative an: ① = *gar nicht*; ② = *in geringem Ausmaß*; ③ = *in mittlerem Ausmaß*; ④ = *in hohem Ausmaß*; ⑤ = *in sehr hohem Ausmaß*!

- | | | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|------------------------------------|
| 1. Wir erkennen frühzeitig, wenn sich die Gegebenheiten auf unseren Absatzmärkten ändern. | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | |
| 2. Unsere Mitarbeiter aus den Entwicklungs-, Marketing- und Vertriebsabteilungen liefern permanent Ideen für Innovationen. | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑥ irrelevant für unser Unternehmen |
| 3. Anregungen und Ideen von Kunden für neue Produkte werden bei uns systematisch erfasst und auf ihre Umsetzbarkeit überprüft. | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | |
| 4. Wir werten bei der Suche nach Innovationsideen systematisch interne und externe Quellen aus (z. B. Außendienst, Messen, Vorschlagswesen, Workshops). | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | |
| 5. Wir verwenden regelmäßig Kreativitätstechniken zur Unterstützung der Ideengenerierung und Technologieentwicklung (z. B. Suchfeldanalysen, Mind Mapping). | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | |
| 6. Beim Screening von Ideen bewerten wir die vorliegenden Innovationsideen systematisch mit bewährten Verfahren (z. B. Checkliste, Scoring-Modelle). | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | |
| 7. Digitale Informations- und Kommunikationstechniken (z. B. Embedded Systems, Open Innovation Plattformen, Big Data Analytics in Bezug auf Social Media) unterstützen uns bei der Ideenfindung. | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | |

Innovationsentwicklung:

Im Folgenden bitten wir Sie zu bewerten, inwiefern die Aussagen zur Innovations- und Produktentwicklung in Ihrem Innovationsprozess zutreffen. Kreuzen Sie hierzu bitte die passende Antwortalternative an:

① = *gar nicht*; ② = *in geringem Ausmaß*; ③ = *in mittlerem Ausmaß*; ④ = *in hohem Ausmaß*; ⑤ = *in sehr hohem Ausmaß!*

- | | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|
| 1. Wenn wir Innovationen in unserem Unternehmen entwickeln, verwenden wir ein bewährtes Prozessmodell (Ablaufschema) zur Steuerung des Innovationsvorhabens. | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 2. Bei der Innovationsentwicklung streben alle Beteiligten klar definierte Wettbewerbsvorteile (Vorteile gegenüber Konkurrenten, die aus <i>Sicht der Kunden</i> bestehen) an. | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 3. Wir binden regelmäßig Kunden in unsere Innovationsentwicklung ein. | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 4. Bei der Entwicklung von Innovationen arbeiten wir eng mit unseren Zulieferern zusammen. | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 5. Wir basieren unsere Entscheidungen zur Entwicklung von Innovationen auf Erkenntnissen aus regelmäßig eingesetzten marktorientierten Analysen (z. B. Lebenszyklus-, Stärken-Schwächen-Analyse, Benchmarking, Wettbewerber-Analysen). | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 6. In unserem Unternehmen werden bei der Innovationsplanung die Zielgruppen in den verschiedenen möglichen Märkten mit ihren jeweiligen Bedürfnissen sorgfältig ermittelt. | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 7. Wir sind in der Lage, die Wettbewerberreaktionen auf unsere Innovationsmaßnahmen gut vorherzusehen. | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 8. Marktpotenziale und Marktvolumina für Innovationen werden als Grundlage für ihre erfolgsorientierte Vermarktung regelmäßig ermittelt und ausgewertet. | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |

Innovationsvermarktung:

Im Folgenden bitten wir Sie zu bewerten, inwiefern die Aussagen zu der Innovationsvermarktung in Ihrem Innovationsprozess zutreffen. Kreuzen Sie hierzu bitte die passende Antwortalternative an:

① = *gar nicht*; ② = *in geringem Ausmaß*; ③ = *in mittlerem Ausmaß*; ④ = *in hohem Ausmaß*; ⑤ = *in sehr hohem Ausmaß!*

1. Wenn wir Innovationen vermarkten, streben wir konsequent an, das erste Unternehmen im Markt mit einem entsprechenden Leistungsangebot zu sein („First-to-Market-Strategie“). ① ② ③ ④ ⑤
2. Wenn wir Innovationen in den Markt einführen, bieten wir jeweils mehrere Produktvarianten an. ① ② ③ ④ ⑤
3. Innovationen werden von uns als Marken (z. B. unter eigenem Markennamen) in den Markt eingeführt. ① ② ③ ④ ⑤
4. Mit Innovationen streben wir stets danach, im Wettbewerbsvergleich überlegene Qualitäten anzubieten. ① ② ③ ④ ⑤
5. Wir vermarkten Innovationen in der Regel zu überdurchschnittlich hohen Preisen. ① ② ③ ④ ⑤
6. Wir verwenden Markterprobungsmethoden (z. B. Akzeptanz- oder Markttests, die sog. „Produktklinik“) zur Abstimmung der Vermarktungsinstrumente. ① ② ③ ④ ⑤
7. Wir steuern unsere Vermarktungsinstrumente nach der Markteinführung mit einem systematischen Marktcontrolling (z. B. Umsatz, Marktanteil, Deckungsbeitrag, Bekanntheit, Kundenzufriedenheit). ① ② ③ ④ ⑤
8. Wir nutzen digitale Informations- und Kommunikationstechniken (z. B. Social Media, Mobile Commerce Solutions, Augmented Reality), um unsere Innovationen zu vermarkten. ① ② ③ ④ ⑤

Organisation:

Im Folgenden bitten wir Sie zu bewerten, inwiefern die Aussagen auf ihre Organisation zutreffen. Kreuzen Sie hierzu bitte die passende Antwortalternative an:

① = *gar nicht*; ② = *in geringem Ausmaß*; ③ = *in mittlerem Ausmaß*; ④ = *in hohem Ausmaß*;
⑤ = *in sehr hohem Ausmaß*!

-
- | | | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|------------------------------------|
| 1. Bei uns wird für jedes Innovationsvorhaben eine leistungsfähige Projektorganisation eingerichtet. | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | |
| 2. Der Projektmanager ist der Motor des Innovationsprozesses. | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | |
| 3. Wir führen im Ablauf der Innovationsentwicklung regelmäßig funktionsübergreifende Abstimmungen mit Marketing/Vertrieb sowie Forschung und Entwicklung durch. | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | |
| 4. Die Macht ist bei uns im Unternehmen auf wenige Entscheidungsträger konzentriert. | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | |
| 5. Wir haben eine relativ hohe Anzahl an Hierarchieebenen im Unternehmen. | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | |
| 6. In unserem Unternehmen haben die Mitarbeiter sehr spezialisierte Aufgabenbereiche. | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | |
| 7. In unserem Unternehmen haben digitale Arbeitsweisen (z. B. virtuelle Projektmanagementoffices, Cloud Computing, interne Netzwerke) die Kommunikation und Zusammenarbeit zwischen Unternehmens- und Funktionsbereichen verbessert. | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑥ irrelevant für unser Unternehmen |
-

Kultur:

Im Folgenden bitten wir Sie zu bewerten, inwiefern die Fragen auf ihre Unternehmenskultur zutreffen. Kreuzen Sie hierzu bitte die passende Antwortalternative an:

① = *gar nicht*; ② = *in geringem Ausmaß*; ③ = *in mittlerem Ausmaß*; ④ = *in hohem Ausmaß*; ⑤ = *in sehr hohem Ausmaß!*

-
- | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 1. In unserem Unternehmen wissen alle, dass wir langfristig nur Erfolg haben können, wenn wir regelmäßig Innovationen für unsere Kunden schaffen und im Markt durchsetzen. | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 2. In unserem Unternehmen pflegen wir einen konstruktiven Austausch zwischen Funktionen und Geschäftsbereichen. | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 3. In unserem Unternehmen wird den Mitarbeitern Freiraum für neue Ideen gewährt. | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 4. In unserem Unternehmen wird akzeptiert, wenn Mitarbeiter auch mal scheitern, wenn sie etwas Außergewöhnliches ausprobiert haben. | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 5. In unserem Unternehmen werden neue Ideen gerne ausprobiert. | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 6. Unsere Unternehmensleitung unterstreicht in ihren Aktivitäten (wie z. B. Reden vor der Belegschaft, Setzen von Prioritäten bei Beförderungen) regelmäßig den Stellenwert der Innovation. | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 7. In unserem Unternehmen wird eine lernoffene Unternehmenskultur gelebt. | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
-

Führung:

Im Folgenden bitten wir Sie zu bewerten, inwiefern die Fragen auf ihr Führungssystem zutreffen. Kreuzen Sie hierzu bitte die passende Antwortalternative an:

① = *gar nicht*; ② = *in geringem Ausmaß*; ③ = *in mittlerem Ausmaß*; ④ = *in hohem Ausmaß*; ⑤ = *in sehr hohem Ausmaß*!

- | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 1. Wir machen klare Vorgaben, was in den einzelnen Phasen des Innovationsprozesses zu erbringen ist. | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 2. Wir messen während des Innovationsprozesses fortlaufend das Erreichen der Ziele der aktuellen Innovationsaktivitäten. | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 3. Unsere Unternehmensleitung bringt sich regelmäßig in die Entwicklung von Innovationen ein. | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 4. Unsere Unternehmensleitung ist für alle Mitarbeiter stets ansprechbar. | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 5. Bei der Fort- und Weiterbildung der Mitarbeiter werden Innovationsthemen stark beachtet. | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 6. Bei der Fort- und Weiterbildung der Mitarbeiter stehen der Umgang mit digitalen Medien und Kanälen im Mittelpunkt. | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 7. Die Führungsmitarbeiter verfügen über digitale Kompetenzen und agieren als digital Leader. | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 8. In unserem Unternehmen sorgen gezielte Anreize (z. B. Prämien) dafür, dass sich viele Mitarbeiter für Innovationen engagieren. | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |

Kennzeichnung der Situation Ihres Unternehmens:

Im Folgenden bitten wir Sie zu bewerten, inwiefern die Fragen zu Ihrem unternehmensbezogenen, marktlichen, technologischen und regionalen Umfeld zutreffen. Kreuzen Sie hierzu bitte die passende Antwortalternative an:

① = *gar nicht*; ② = *in geringem Ausmaß*; ③ = *in mittlerem Ausmaß*; ④ = *in hohem Ausmaß*; ⑤ = *in sehr hohem Ausmaß!*

- | | |
|---|---|
| 1. Unser Unternehmen verfügt stets über alle F&E-Ressourcen, die uns die Realisierung von Innovationen ermöglichen. | <input type="radio"/> ① <input type="radio"/> ② <input type="radio"/> ③ <input type="radio"/> ④ <input type="radio"/> ⑤ |
| 2. Unsere Kunden verlangen von uns ständig neue Produktangebote. | <input type="radio"/> ① <input type="radio"/> ② <input type="radio"/> ③ <input type="radio"/> ④ <input type="radio"/> ⑤ |
| 3. In unserer Branche besteht ein starker Innovationswettbewerb. | <input type="radio"/> ① <input type="radio"/> ② <input type="radio"/> ③ <input type="radio"/> ④ <input type="radio"/> ⑤ |
| 4. In unserer Branche werden Geschäftsmodellinnovationen immer wichtiger für den Markterfolg. | <input type="radio"/> ① <input type="radio"/> ② <input type="radio"/> ③ <input type="radio"/> ④ <input type="radio"/> ⑤ |
| 5. Um die Veränderungen im Unternehmen zu bewältigen, die mit unseren Innovationen einhergehen, finden wir in unserer Region in ausreichender Anzahl qualifizierte Arbeitskräfte. | <input type="radio"/> ① <input type="radio"/> ② <input type="radio"/> ③ <input type="radio"/> ④ <input type="radio"/> ⑤ |
| 6. Wir identifizieren branchenfremde Innovationen und prüfen dabei die eigene kommerzielle Verwertung. | <input type="radio"/> ① <input type="radio"/> ② <input type="radio"/> ③ <input type="radio"/> ④ <input type="radio"/> ⑤ |
| 7. Die Digitalisierung von Unternehmensprozessen stellt für uns eine wichtige Quelle für Innovationen dar. | <input type="radio"/> ① <input type="radio"/> ② <input type="radio"/> ③ <input type="radio"/> ④ <input type="radio"/> ⑤
<input type="radio"/> ⑥ irrelevant für unser Unternehmen |
| 8. Die Digitalisierung von Produkten stellt für uns eine wichtige Quelle für Innovationen dar. | <input type="radio"/> ① <input type="radio"/> ② <input type="radio"/> ③ <input type="radio"/> ④ <input type="radio"/> ⑤
<input type="radio"/> ⑥ irrelevant für unser Unternehmen |
| 9. Wir kooperieren mit außeruniversitären Forschungseinrichtungen in der Region (z. B. Institute der Fraunhofer-Gesellschaft). | <input type="radio"/> ① <input type="radio"/> ② <input type="radio"/> ③ <input type="radio"/> ④ <input type="radio"/> ⑤
<input type="radio"/> ⑥ irrelevant für unser Unternehmen |
| 10. Wir kooperieren mit Forschungseinrichtungen von Hochschulen in der Region. | <input type="radio"/> ① <input type="radio"/> ② <input type="radio"/> ③ <input type="radio"/> ④ <input type="radio"/> ⑤
<input type="radio"/> ⑥ irrelevant für unser Unternehmen |
| 11. Wenn wir Innovationen anstreben, sind die wirtschaftsnahen Institutionen in der Region wichtige Partner (z. B. IHK, Wirtschaftsförderung). | <input type="radio"/> ① <input type="radio"/> ② <input type="radio"/> ③ <input type="radio"/> ④ <input type="radio"/> ⑤ |

Inanspruchnahme von Förderprogrammen:

Innovations- und Technologieförderprogramme können die F&E-Aktivitäten von Unternehmen unterstützen. Bitte geben Sie nachfolgend Ihre Aktivitäten in diesem Feld an.

12. Haben Sie in den vergangenen fünf Jahren öffentliche Fördermittel beantragt?

- Ja. (Bitte weiter zu Frage 14)
- Ja, aber der Fördermittelantrag wurde abgelehnt. (Bitte weiter zu Frage 14)
- Nein, aber wir beabsichtigen, es in Zukunft zu tun. (Bitte weiter zu Frage 13)
- Nein, wir verzichten auf Fördermittel. (Bitte weiter zu Frage 13)

13. Falls Sie die obige Frage mit nein beantwortet haben, können Sie kurz Gründe dafür nennen, warum Sie bisher keine Fördermittel beantragt haben? (Danach bitte weiter mit S. 13)

Antwort:

14. Welche Bedeutung haben die folgenden Innovations- und Technologieförderprogramme für Ihr Unternehmen?

Bedeutung: ① = gar keine; ② = geringe; ③ = mittlere; ④ = hohe; ⑤ = sehr hohe

Programm	Programm ist nicht bekannt	Bedeutung					Erfolgte in den letzten fünf Jahren eine Nutzung des Programms?	
		①	②	③	④	⑤	ja	nein
Horizon 2020	<input type="radio"/>	①	②	③	④	⑤	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ERASMUS+	<input type="radio"/>	①	②	③	④	⑤	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
go-Inno (BWMi Innovationsgutschein)	<input type="radio"/>	①	②	③	④	⑤	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ZIM (Zentrales Innovationsprogramm Mittelstand)	<input type="radio"/>	①	②	③	④	⑤	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
WIPANO (Wissens- und Technologietransfer durch Patente und Normen)	<input type="radio"/>	①	②	③	④	⑤	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mittelstand.innovativ! -Innovationsgutschein Digitalisierung	<input type="radio"/>	①	②	③	④	⑤	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mittelstand.innovativ! -Innovationsgutschein	<input type="radio"/>	①	②	③	④	⑤	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mittelstand.innovativ! -Innovationsassistent	<input type="radio"/>	①	②	③	④	⑤	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Weitere: _____	<input type="radio"/>	①	②	③	④	⑤	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Weitere: _____	<input type="radio"/>	①	②	③	④	⑤	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

15. Welche Erfahrungen haben Sie bisher mit Innovations- und Technologieförderprogrammen gemacht? Geben Sie bitte für das **Programm, das in der vorherigen Frage als bedeutsamstes gekennzeichnet wurde** an, inwieweit Sie den folgenden Aussagen zustimmen:

① = stimme gar nicht zu; ② = geringe Zustimmung; ③ = mittlere Zustimmung; ④ = hohe Zustimmung; ⑤ = stimme in sehr hohem Ausmaß zu!

Der Projektträger unterstützt die Anwendung des Programms qualitativ angemessen. ① ② ③ ④ ⑤

Das Programm verbindet sich mit umfassenden Rechenschaftspflichten. ① ② ③ ④ ⑤

Das Programm bietet bei der Projektbearbeitung hohe Flexibilität. ① ② ③ ④ ⑤

Das Programm hat ein angemessenes Fördervolumen. ① ② ③ ④ ⑤

Das Programm verlangt ein ausgedehntes Netzwerk, das schwierig zu koordinieren ist. ① ② ③ ④ ⑤

Die Laufzeit des Programms entspricht unseren Projektanforderungen. ① ② ③ ④ ⑤

Das Programm hat dazu geführt, dass wir forschungs- oder transferbezogene Aktivitäten betrieben haben, die ansonsten unterblieben wären. ① ② ③ ④ ⑤

Das Programm passt inhaltlich gut zu unserer Forschungs- und Entwicklungsstrategie. ① ② ③ ④ ⑤

Strategische Prioritäten:

Bitte ordnen Sie die strategischen Prioritäten Ihres Unternehmens anhand der nachfolgenden Skala ein.

1. Wo liegen die strategischen Prioritäten in Ihrem Unternehmen?

	←————— —————→					
Bestandsgeschäft	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Innovation
Sachgüter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Dienstleistungen
Online-Leistungsangebote	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Offline-Leistungsangebote
National	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	International
Massenmarkt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Nischenmarkt
Premiumsegment	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Standardsegment
Internes Wachstum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Externes Wachstum

Abschlussangaben

1. Benötigte **Angaben** für die Übermittlung Ihrer unternehmensindividuellen Ergebnisse in Form eines **personalisierten Abschlussberichts**.

Unternehmen _____

Name, Vorname _____

Funktion im Unternehmen _____

E-Mail-Adresse _____

2. Wenn Sie drei Wünsche frei hätten, um Innovationen in Ihrem Unternehmen voranzubringen, welche wären das?

Antwort:

3. Dürfen wir Ihre Kontaktdaten in unseren Verteiler der Studienteilnehmer mit aufnehmen?

ja nein

4. Möchten Sie von unserer Innovationskoordinatorin kontaktiert werden, um Ihre Ergebnisse dieser Erhebung zu vertiefen?

ja nein

Vielen Dank für Ihre Unterstützung!