
essentials

essentials liefern aktuelles Wissen in konzentrierter Form. Die Essenz dessen, worauf es als „State-of-the-Art“ in der gegenwärtigen Fachdiskussion oder in der Praxis ankommt. *essentials* informieren schnell, unkompliziert und verständlich

- als Einführung in ein aktuelles Thema aus Ihrem Fachgebiet
- als Einstieg in ein für Sie noch unbekanntes Themenfeld
- als Einblick, um zum Thema mitreden zu können

Die Bücher in elektronischer und gedruckter Form bringen das Expertenwissen von Springer-Fachautoren kompakt zur Darstellung. Sie sind besonders für die Nutzung als eBook auf Tablet-PCs, eBook-Readern und Smartphones geeignet. *essentials*: Wissensbausteine aus den Wirtschafts-, Sozial- und Geisteswissenschaften, aus Technik und Naturwissenschaften sowie aus Medizin, Psychologie und Gesundheitsberufen. Von renommierten Autoren aller Springer-Verlagsmarken.

Weitere Bände in dieser Reihe <http://www.springer.com/series/13088>

Andreas Braun · Gordon Müller-Seitz

Innovations- management in der Spitzengastronomie

Ein Überblick über die Sterneküche
aus managementorientierter
Perspektive



Springer Gabler

Andreas Braun
BSP Business School Berlin
Berlin, Deutschland

Gordon Müller-Seitz
Technische Universität Kaiserslautern
Kaiserslautern, Deutschland

ISSN 2197-6708
essentials

ISBN 978-3-658-18297-7

DOI 10.1007/978-3-658-18298-4

ISSN 2197-6716 (electronic)

ISBN 978-3-658-18298-4 (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 GmbH 2017

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.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen. Der Verlag bleibt im Hinblick auf geografische Zuordnungen und Gebietsbezeichnungen in veröffentlichten Karten und Institutionsadressen neutral.

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer Gabler ist Teil von Springer Nature

Die eingetragene Gesellschaft ist Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH

Die Anschrift der Gesellschaft ist: Abraham-Lincoln-Str. 46, 65189 Wiesbaden, Germany

Vorwort

Wir sind beide vom Themenfeld Innovation fasziniert. Grund hierfür ist natürlich dessen betriebswirtschaftliche Relevanz, aber auch dessen Facettenreichtum. Wir sind beeindruckt von den unterschiedlichen Kontexten, Perspektiven und Ansatzpunkten, sich diesem Thema zu nähern. Einen aus unserer Sicht besonders reizvollen Untersuchungskontext stellt die Sternegastronomie dar. Zwar existieren zu diesem Themenbereich bereits einige Studien, aber nur wenige beschäftigen sich explizit mit dem hier gewählten Managementfokus. Die Vorarbeit für die vorliegende Studie basiert in weiten Teilen auf der Dissertation von Andreas Braun sowie einem später gemeinsam erstellten Konferenzbeitrag von uns beiden in Kooperation mit Christoph Ihl von der TU Hamburg-Harburg. Anders als in der gemeinsamen Publikation richten wir uns jedoch in diesem Beitrag auf Managementfragestellungen, die über den Kontext der Dissertation sowie der Konferenzpublikation hinausgehen, nämlich die Organisation der Innovation. Auch haben wir neue Interviews geführt, neues Material gesichtet und aktuelle Studien mit in die Analyse einbezogen.

Gordon Müller-Seitz widmet dieses *essential* seinem geschätzten Kollegen, Sparringspartner und Sternegastronomiekunden Hans Corsten. Andreas Braun widmet dieses *essential* seinem Cousin Christian Braun, der als Berater und Türöffner in die Sterneküche fungierte – und ganz nebenbei ein hervorragender Koch ist.

Schließlich möchten wir uns bei der für dieses *essential* zuständigen Programmleiterin, Dr. Isabella Hanser, und der Lektorin, Katharina Harsdorf, für ihre Unterstützung bedanken.

Berlin, Deutschland
Kaiserslautern, Deutschland
im Mai 2017

Andreas Braun
Gordon Müller-Seitz

Inhaltsverzeichnis

1	Entwicklung und Relevanz der Sternegastronomie	1
2	Innovationsmanagement in der Sternegastronomie – eine managementorientierte Betrachtung	5
2.1	Interdisziplinäre Blickwinkel auf die Sternegastronomie	5
2.2	Managementforschung und Sternegastronomie – passt das zusammen?	7
3	Shootingstars und Long-Runners: Best-Practice-Fallbeispiele aus der Sternegastronomie	15
3.1	Micha Schäfer (Nobelhart & Schmutzig) – der Shootingstar	15
3.2	Harald Wohlfahrt (Traube Tonbach) – der Long-Runner	19
4	Blicke über den Tellerrand des klassischen Innovationsmanagements – Erkenntnisse aus der Spitzengastronomie für das Innovationsmanagement	25
4.1	Viele Köche verderben nicht immer den Brei	25
4.2	Inspiration, aber nicht Imitation.	26
4.3	Innovation – eine Stilfrage	26
4.4	Extravagant, aber nicht exaltiert.	26
4.5	Öffnung offener Innovationsprozesse	27
	Literatur	29