



Innovationsumgebungen gestalten

Philipp Plugmann
(Hrsg.)

Innovationsumgebungen gestalten

Impulse für Start-ups und etablierte
Unternehmen im globalen Wettbewerb

Herausgeber
Philipp Plugmann
Dr. Dr. Plugmann Consulting
Leverkusen, Deutschland

ISBN 978-3-658-22126-3 ISBN 978-3-658-22127-0 (eBook)
<https://doi.org/10.1007/978-3-658-22127-0>

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, ein Teil von Springer Nature 2018

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 ein Imprint der eingetragenen Gesellschaft Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH und ist ein Teil von Springer Nature

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

Grußwort

To innovate is the only way to convert change into opportunity.
Peter F. Drucker, Innovation and Entrepreneurship, 1993 und 2015

Deutschland hat eine lange und erfolgreiche Tradition sowohl in der Erfindung von neuen Ideen als auch in der Optimierung bestehender Produkte und Prozesse. Betrachtet man die drei aufeinanderfolgenden Phasen „Invention“, „Innovation“ und „Perfektion“, zeigt sich allerdings, dass zwar in Deutschland eine Vielzahl von wichtigen Erfindungen vorgenommen wird, diese jedoch häufig zu keiner wirtschaftlich erfolgreichen Umsetzung in Deutschland führt. Die Phase der Innovation ist für den monetären Erfolg der Erfindung allerdings von entscheidender Bedeutung und muss in Deutschland dringend weiter ins Bewusstsein gerückt und gefördert werden.

Umso mehr ist es eine alarmierende Nachricht, dass deutsche Firmen in der weltweiten Rangliste der innovativsten Unternehmen wichtige Plätze einbüßen. In der von der Boston Consulting Group aktuell durchgeführten Studie „The Most Innovative Companies 2018 – Innovators Go All In On Digital“¹ zeigt sich, dass im vergangenen Jahr noch vier deutsche Unternehmen (Bayer, BMW, Daimler, BASF) unter den Top 20 waren. In diesem Jahr erreicht der Technologiekonzern Siemens mit Rang 21 die beste Platzierung und danach folgen BASF (Platz 23), Bayer (Platz 27), Daimler (Platz 33) sowie BMW (Platz 36).

Dabei stehen nicht nur die großen Konzerne im Mittelpunkt, sondern auch innovative und technologieorientierte Unternehmensgründungen durch Start-ups sind ein entscheidender Faktor im Kampf um die zukünftigen Rollen der Nationen. Im Spannungsfeld von „Exploitation“ und „Exploration“ sind die Manager und Gründer laufend gefordert, ihre Sichtweisen zu ändern und diese entsprechend dem jeweiligen Produkt-Lebenszyklus anzupassen. Erst diese auch als fraktale Ambidextrie bezeichnete Vorgehensweise beinhaltet die Gleichzeitigkeit von zwei sich bislang widersprechenden und ausschließenden Vorgehensmustern.

¹Siehe <http://bit.ly/inno-ranking-2018>.

Insofern übernimmt das vorliegende Werk eine wichtige Funktion, da es wertvolle Beiträge und konkrete Hinweise für die Gestaltung von erfolgsfördernden Innovationsumgebungen liefert. Zukünftig wird insbesondere die digitale Innovation – in Form von Digital Management und Industrie 4.0 – von entscheidender Bedeutung im globalen Wettbewerb sein.

Prof. Dr. Richard Geibel

Vorwort

Wie entwickeln sich Innovationsmanagement und Digitalisierung? Welche Herausforderungen stehen uns im Themenfeld Cybersecurity bevor? Und wie können große Unternehmen zukünftig Business Model Innovation betreiben?

In zahlreichen Kapiteln zeigt dieses Buch Handlungsalternativen zum Themenfeld „Innovation Ecosystems“ auf. Experten unterschiedlichster Fachrichtungen und Funktionen schildern dem Leser, wie unterschiedlich sich Innovationsumgebungen entwickeln und zugleich – trotz der unterschiedlichsten Ansätze – erfolgreich sein können. Das betrifft Start-ups, den Mittelstand und die Wirtschaft als Ganzes.

Das Buch liefert einen Beitrag dazu, unterschiedliche Innovationsumgebungen kennenzulernen und die zahlreichen Schwierigkeiten bei der Ausgestaltung funktionierender Innovationsprozesse in Unternehmen und bei Unternehmensgründungen zu verstehen. Gerade die Geschichten und Erfahrungen von Unternehmensgründern und Unternehmenslenkern sollen zukünftigen potenziellen Gründern und Innovatoren Mut machen. Es gibt nicht das perfekte Gründungsmuster oder die richtige Innovationsumgebung: Jede Erfolgsstory ist einzigartig.

Bei der Entwicklung des Buchkonzeptes wurden viele Vorgespräche geführt, um zu entscheiden, wie die Zusammensetzung der Autoren und Inhalte strukturiert werden könnte. Dabei kamen letztlich zwei Konzepte infrage: Eine sehr wohlüberlegte Grundhypothese des Herausgebers, an der sich die Autoren orientieren sollen, um eben diese Grundhypothese zu untermauern, oder das gewollte Chaos. Wir haben uns für das Chaos entschieden und zwar aus folgendem Grund: Die Welt der Ideen, Innovationen und Unternehmensgründungen ist so unterschiedlich wie die Menschen selbst. Jeder, der sich mit Unternehmensgründern oder Unternehmern unterhalten hat, sei es auf einer beruflichen Veranstaltung oder bei einem privaten Treffen, wird bestätigen, dass die Storys zum Unternehmen völlig unterschiedlich waren und doch – durch ihre Authentizität und direkte Kommunikation – von bleibendem Wert sind. Ich kann mich an kein Gespräch erinnern, bei dem ich das Gefühl hatte, Zeit verloren zu haben, oder dass ich für meine eigenen Unternehmensgründungen nichts von Nutzen hätte mitnehmen können.

Genau das soll das Buch dem Leser an Nutzen liefern: Storys, Erfahrungen und Insights von bleibendem Wert, die das Thema Innovation aus einer weiteren, anderen Perspektive darstellen. Anwendungsorientiert, aus dem echten Unternehmerleben und mit authentischen Geschichten. Ich spreche aus eigener Erfahrung. In meinen Regalen habe ich weit über dreihundert Bücher aus zahlreichen Fachdisziplinen, jedoch hat mich bei vielen Büchern Jahre später die Erkenntnis eingeholt, dass ich selten hineingeschaut habe, weil der Nutzen für mich als Leser gering war. Das soll – so der Ansatz – in diesem Buch anders sein, dadurch, dass jeder Co-Autor eine begrenzte Zahl an Seiten für sein Kapitel hat und der Inhalt dem Leser direkten Nutzen bieten soll. In der Kürze liegt die Würze.

Besonderer Dank gilt Herrn Prof. Dr. Richard Geibel von der Hochschule Fresenius Köln, der als Studiengangsleiter des „Master Digital Management English“ und Vizepräsident des Massachusetts Institute of Technology (MIT) Alumni Club Germany den Gedankenaustausch gefördert und schließlich die Entscheidung bestärkt hat, jedem Autor seinen Freiraum zu geben.

Jeder Autor hatte somit die absolute Freiheit, ein Kapitel zum Themenbereich „Innovation Ecosystems“ zu schreiben, der zum Buchkonzept und zur Zielgruppe dieses Buches, Studenten und Doktoranden, aber auch potenzielle Unternehmensgründer oder Innovatoren in Unternehmen aller Altersklassen und aller Fachbereiche, passt.

Über ein Feedback jeglicher Art freue ich mich und wünsche viel Spaß beim Lesen.

Dr. Dr. Philipp Plugmann MBA M.Sc. M.Sc.
Herausgeber

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung – 15 Jahre Lernkurve „Innovationsumgebung“	1
	Philipp Plugmann	
2	Innovationsmanagement und Digitalisierung – bleibt alles anders?	19
	Volker Nestle	
3	Innovationsumgebungen außerhalb des Unternehmens – der Lead-User-Ansatz am Beispiel der Medizintechnikindustrie	37
	Philipp Plugmann	
4	Innovativer Unternehmer versus Start-up-Gründer – Unterschiede und Gemeinsamkeiten	57
	Achim Denkel	
5	Künstliche Intelligenz – die nächste Revolution (The Artificial Intelligence Revolution)	67
	Patrick Glauner	
6	Führung im Wandel – wohin in digitalen Zeiten?	79
	Dana Goldhammer	
7	Business Model Innovation im digitalen Zeitalter	93
	Hamidreza Hosseini	
8	Aufbau innovativer Ökosysteme und Einführung digitaler Smart Services an Beispielen der Wertschöpfungskette vom Bauinvestor bis hin zum Facility Management	111
	Christoph Jacob	
9	Wie können im Zeitalter von Start-ups Forschungseinrichtungen immer noch Innovationsmotoren sein?	133
	Kathleen Schröter	

10	Start-up meets Mittelstand – Innovationshemmnisse reduzieren durch Kooperationen	149
	Michael B. Krause	
11	Querdenker – Impulsgeber für unkonventionelle Lösungswege	165
	David Lopatta	
12	Investoren-Pitch für Start-ups – Kommunikationsstrategien	179
	Dirk Ludwig	
13	Zukunftsbild „Digitales Lernen“: Das lernende Unternehmen 2025	191
	Rainer Mauth	
14	Digitale Plattformen als Innovationstreiber	207
	Philip Meier	
15	IT-Innovation – eine persönliche Zeitreise von Impulstechnik bis zum Digital Workplace	219
	Heiko Naß	
16	Europas Gründer unter Druck – Resilienz und Coworking Spaces als neue Herausforderungen	239
	Philipp Plugmann	
17	Expatriates – im Ökosystem zu Hause in der Ferne	255
	Alexander Ruthemeier	
18	Zusammenfassung und Ausblick	269
	Philipp Plugmann	

Über den Herausgeber



Herr Dr. Dr. Philipp Plugmann ist Zahnmediziner mit einer eigenen Praxis in Leverkusen, mehrfacher Unternehmensgründer und Fortbildungsreferent für die Medizintechnikindustrie. Parallel dazu hat er eine wissenschaftliche Laufbahn eingeschlagen. Er unterrichtet seit 2017 an der Hochschule Fresenius Köln. Davor lehrte er von 2007 bis 2016 an der Hochschule Karlsruhe „Innovationsmanagement for technical products“ und wurde vom Rektor für herausragende Lehre ausgezeichnet. Zusätzlich ist er seit 2013 Research Fellow an der Universitätszahnklinik Marburg.

Im Zuge seiner akademischen Laufbahn präsentierte er Forschungsergebnisse im Bereich Innovationen auch in den USA und Asien. Business Model Design und Innovationsmanagement sind seine Kernthemen. Sein Buch „Zukunftstrends und Marktpotentiale in der Medizintechnik“ wurde 2012 vom NASDAQ gelisteten Global Player CISCO positiv reviewt. Seine Kenntnisse gibt er als Advisor weiter.