

Prof. Dr. Cornelius Herstatt

10 Jahre Technologie- und Innovationsmanagement
an der Technischen Universität Hamburg-Harburg

Tätigkeitsbericht 2007 / 2008

Impressum

Herausgeber: Technische Universität Hamburg-Harburg
Institut für Technologie- und Innovationsmanagement
Schwarzenbergstr. 95, D-21073 Hamburg
Tel: +49 - (0)40 - 428 78 - 37 77
Fax: +49 - (0)40 - 428 78 - 28 67
Internet: www.tu-harburg.de/tim/
© Institut für Technologie- und Innovationsmanagement, TUHH

Auflage: Dezember, 2008



Editorial

Das Institut für Technologie- und Innovationsmanagement (TIM) an der Technischen Universität Hamburg-Harburg (TUHH) wurde vor genau 10 Jahren gegründet. Seither hat sich das Institut gut entwickelt und hat sich in der deutschen wie internationalen Forschungslandschaft positioniert. Mittlerweile sind 15 Wissenschaftler am Institut tätig: 3 Habilitanden und 12 Doktoranden forschen an aktuellen Fragestellungen des Technologie- und Innovationsmanagement gemeinsam mit weiteren Kollegen und Forschern im In- und Ausland. Ein Großteil dieser Arbeiten wird aus Drittmitteln des Instituts finanziert, unsere Forschungsergebnisse werden regelmäßig auf internationalen Konferenzen präsentiert und in internationalen wie referierten Journals publiziert.

Der vorliegende Tätigkeitsbericht betrachtet die vergangenen beiden Jahre (2007 und 2008). In diesem Berichtszeitraum wurden zwei neue Habilitationsprojekte (Frau Dr. Raasch und Herr Dr. Kohlbacher) begonnen und vier Dissertationsprojekte erfolgreich abgeschlossen (Viktor Braun, Jürgen Sandau, Christoph Stockstrom und Robert Tietz). Das TIM-Team konnte 2007/2008 über 80 Veröffentlichungen platzieren, die meisten hiervon in internationalen, referierten Journals. Neben den in der Instituts-Schriftenreihe erschienen Dissertationen erschienen im Berichtszeitraum weiterhin drei Fachbücher. Außerdem waren wir mit über 30 Konferenzbeiträgen auf Internationalen Konferenzen, u. a. der R+D-Management Konferenz, der IAMOT-Konferenz, der ICMIT-Konferenz, der PICMET oder der IPDMC vertreten. Die IPDMC (International Product Development Conference) fand 2008 erstmals in Deutschland (Hamburg) statt und wurde von uns in Kooperation mit dem Institut für industrielles Management (insbesondere Industriebetriebslehre und Technologiemanagement, Prof. Dr. Koller) von der Helmut-Schmidt Universität Hamburg sowie dem Institut für Marketing und Medien (Arbeitsbereich Marketing und Innovation, Prof. Dr. Teichert) von der Universität Hamburg organisiert.

Im Rückblick auf die vergangenen zwei Jahre ist es uns insgesamt gelungen, den noch verhältnismäßig jungen Forschungs- und Lehrbereich Technologie- und Innovationsmanagement (TIM) an der TUHH weiter auszubauen. Neben dem Angebot ansprechender Lehrveranstaltungen und dem Aufbau von Kontakten zu Unternehmen in der Region Hamburg haben wir uns hierbei auf die Forschung konzentriert. Dies war nur möglich, weil ein junges, begeistertes Team diese Herausforderung angenommen und umgesetzt hat. Dem TIM-Team danke ich daher an dieser Stelle ganz besonders. In dem vorliegenden Bericht geben wir einen detaillierten Überblick über unsere Aktivitäten.



Hamburg, im Dezember 2008
Univ. Prof. Dr. oec. publ. Cornelius Herstatt

GRUSSWORT ZUM 10-JÄHRIGEN BESTEHEN	1
1 MITARBEITER	3
1.1 STRUKTUR	3
1.2 NEUE GESICHTER AM INSTITUT	4
2 FORSCHUNG.....	6
2.1 ABGESCHLOSSENE DISSERTATIONSPROJEKTE IM BERICHTSZEITRAUM	9
2.2 LAUFENDE HABILITATIONS- UND DISSERTATIONSPROJEKTE	13
2.3 WEITERE FORSCHUNGSPROJEKTE	20
2.4 LUIS (2007 UND 2008)	24
2.5 TIM-FORSCH - DAS FORSCHUNGSKOLLOQUIUM AM INSTITUT FÜR TECHNOLOGIE- UND INNOVATIONSMANAGEMENT	25
2.6 PUBLIKATIONEN (2007-2008).....	25
2.7 WISSENSCHAFTLICHE VORTRÄGE (AUSWAHL).....	44
2.8 FORSCHUNGSKOOPERATIONEN	51
3 LEHRE	54
3.1 VERANSTALTUNGEN	54
3.2 VERANSTALTUNGSÜBERSICHT	54
3.3 AUSGEWÄHLTE DIPLOM-, MASTER- UND STUDIENARBEITEN	55
3.4 EINRICHTUNG EINES NEUEN INTERNATIONALEN MASTERSTUDIENGANGS „GLOBAL INNOVATION MANAGEMENT“ (GIM).....	60
3.5 ZUSAMMENARBEIT MIT UNTERNEHMEN IN DER LEHRE	61
4 DIENSTLEISTUNGEN	62
5 PREISE UND STIPENDIEN.....	65
5.1 AWAPATENT FOUNDATION FOR THE PROMOTION OF SCIENTIFIC RESEARCH IN THE AREA OF INTELLECTUAL PROPERTY RIGHTS FÜR FRANK TIETZE	65
5.2 POST-DOC STIPENDIUM DER DFG FÜR DR. VIKTOR R. G. BRAUN.....	65
5.3 FORSCHUNGSSTIPENDIUM DER JSPS FÜR PROF. DR. CORNELIUS HERSTATT THEMA: CTO IN THE JAPANESE INDUSTRY	65
6 SONSTIGE AKTIVITÄTEN UND MITGLIEDSCHAFTEN	66
6.1 EITIMDOC – EIN EUROPÄISCHES DOKTORANDENNNetzwerk.....	66
6.2 INTERNATIONAL PRODUCT DEVELOPMENT MANAGEMENT CONFERENCE (2008) IN HAMBURG	67
6.3 BUSINESS OPPORTUNITIES AND RESPONSIBILITIES IN THE AGEING SOCIETY (2008) IN TOKYO.....	67
6.4 INDIA WEEK HAMBURG 2007 UND 2008.....	68
6.5 AKADEMISCHE MITGLIEDSCHAFTEN VON PROF. DR. HERSTATT	69
6.6 ÄMTER IN DER AKADEMISCHEN SELBSTVERWALTUNG	69
7 AUSBLICK.....	70

Grusswort zum 10-jährigen Bestehen

Das bereits zehnjährige Bestehen des Instituts für Technologie- und Innovationsmanagement der TUHH bietet den höchst willkommenen Anlass, das außergewöhnliche Werden und Wirken der noch jungen akademischen Gruppe zu würdigen. Der 1998 erfolgten Gründung durch Prof. Dr. Cornelius Herstatt lag die feste Absicht zu Grunde, im Wissenschaftsverbund einer technischen Hochschule jene Kompetenz in Forschung und Lehre zu verankern, die zur gesellschaftlich nützlichen Nutzung von Wissen der Natur- und Ingenieurwissenschaften eine entscheidende Rolle spielt. Der nachhaltige Aufbau dieser Kompetenz war und ist mit der Begegnung von zahlreichen Herausforderungen verbunden. Im Vordergrund stand zunächst die sorgfältige Abgrenzung der Forschungs- und Lehrinhalte im Umfeld einer noch jungen Disziplin der Managementwissenschaften und deren Integration in eine universitäre Umgebung, in der bisher Fragen des geführten Umgangs mit dem technologischen Wandel nicht gestellt wurden. Dann galt es, ein Team aus begabten und begeisterungsfähigen akademischen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zu schmieden und als Grundlage für glaubwürdige Forschungsarbeiten enge Wirtschaftskontakte aufzubauen. Das Vorhandensein enger Beziehungen zu Unternehmen - als eigentliche „Orte“ des realen Wirtschaftsgeschehens - ist deshalb von besonderer Bedeutung, als jede Forschung auf dem Gebiet der Sozialwissenschaften mit der Tatsache konfrontiert ist, ihre Ergebnisse nicht mathematisch nachweisen zu können. Anstelle der Fragestellung nach „richtig oder falsch?“ tritt vielmehr die Klärung von „brauchbar oder nicht brauchbar?“, was sich letztlich allein durch die sorgfältige Erfassung von Unternehmensrealitäten belegen lässt. Schließlich war und ist die gelungene Integration eines Hochschulinstituts in die nationale und internationale akademische Gemeinschaft eine unabdingbare Voraussetzung für anerkannten Wissensfortschritt.

Ein Blick auf die vergangenen zehn Jahre führt lebhaft vor Augen, dass dem Institut die Bewältigung dieser Herausforderungen vortrefflich gelungen ist. Als erstes ist das bearbeitete Forschungsgebiet hervorzuheben. Es ist mit Schwergewicht auf die vielfältige Gestaltung und Führung von Innovationsprozessen ausgerichtet und nimmt inzwischen auf ausgewählten Themen eine internationale Spitzenstellung ein. Zu diesen zählen die Frühphasen der Prozesse von Produkt- und Dienstleistungsinnovationen (Front End of Innovation, User Generated Innovation, Lead User Management, Innovationen durch Analogien), die asiatische Gegebenheiten der innovationsbedingten Wettbewerbsfähigkeit (Japan, Indien) und seit neuerer Zeit die Marktfolgen der demographischen Veränderungen („Silver Market“). Entsprechend umfassend ist die Liste der wissenschaftlichen Veröffentlichungen in internationalen Fachzeitschriften, die Zahl der Konferenzbeiträge und über 20 Buchpublikationen. Erfreulich sind zudem die 20 abgeschlossenen und laufenden Dissertationen und 5 Habilitationen.

Nicht geringer ist die Intensität der Lehrveranstaltungen, die zunehmend auch in englischer Sprache angeboten werden. Sie umfassen über das Kernfach „Technologie- und Innovationsmanagement“ hinaus Vorlesungen über Management und Unternehmensführung, Volkswirtschaftslehre und International Business Management. Die Veranstaltungen richten sich an die Studierenden der unterschiedlichen Fachrichtungen der TUHH, des Northern Institute of Technology und der Hamburg School of Logistics. Das Lehrangebot wird durch Fallstudien und praxisorientierte Studien-, Diplom- und Masterarbeiten begleitet.

Neuerdings ist das Institut ebenfalls im Internet-basierten Seminar „Webinar“ vertreten, durch das ein ausgewählter Lehrstoff auf interaktive Weise gleichzeitig an bis zu mehrere 100 Personen - vorwiegend Führungskräfte in der Praxis - vermittelt wird.

Schließlich ist die Vielfalt der erreichten Einbettung des Instituts in die nationale und internationale „academic community“ hervorzuheben. Sie umfasst enge Forschungs- und

Lehrkontakte mit namhaften internationalen Institutionen wie z.B. Sloan School of Management am MIT (Boston, USA), Tohoku University (Sendai, Japan), ETH (Zürich) oder Cambridge University (UK). Zudem ist Prof. Herstatt Gründungsmitglied des European Institute of Technology and Innovation Management (EITIM), das gegenwärtig zehn führende Universitäten aus dem europäischen Raum zusammenschließt, die auf dem Gebiet des Technologie- und Innovationsmanagements tätig sind.

Dieser ausgewiesene Leistungserfolg des Instituts mit heute rund 20 Angehörigen hat sich nicht von selbst ereignet. Es ist offensichtlich, dass hier die Persönlichkeit von Prof. Cornelius Herstatt im Zentrum steht. Es sind zunächst seine fachlichen Qualitäten, die ihn als begabten Lehrer und Forscher auszeichnen. Mit Grundstudium in Betriebswirtschaft und gleichzeitig hoher Affinität zu Technik und Naturwissenschaften war er prädestiniert, bereits seine Doktorarbeit über das Lead User Konzept eines Industrieunternehmens nach dieser dualen Interdisziplinarität auszurichten. Die Arbeit wurde erfolgreich in die Praxis umgesetzt und zudem 1992 mit dem Martin Hilti-Innovationspreis geehrt.

Mit der damit erwiesenen Kompetenz, das reale Geschehen in Unternehmen mit realitätsdichter Wissensvielfalt zu verstehen, war die ideale Grundlage geschaffen, um sich in der Folge im aufkommenden Gebiet des Technologie- und Innovationsmanagement weiter zu vertiefen. Dies geschah zielstrebig durch Forschungsaufgaben an der Eidg. Technische Hochschule in Zürich (ETH), in leitenden Beratungsfunktionen bei Arthur D. Little, als Mitglied des Top-Managements der technologie-getriebenen Firma Wärtsila NSD AG und schließlich durch die Neugründung und den Aufbau des heutigen Instituts an der TUHH.

Das außerordentliche Sachwissen und Fachkönnen von Prof. Herstatt ist nur das Eine. Das vor allem beeindruckende seiner Persönlichkeit ist die Art und Weise, wie er mit diesem Wissen und Können umgeht und es an seine Studierenden, Institutsangehörigen, Kollegen und Wirtschaftspartner weitergibt. Es kennzeichnet Cornelius Herstatt in hohem Maße, dass in seinen Äußerungen immer die Sache im Vordergrund steht. Gleichzeitig sind seine Begegnungen stets durch eine uneingeschränkte Offenheit gekennzeichnet, sein Wissen zu teilen und durch eine stete Bereitschaft andern seine persönliche Unterstützung anzubieten.

Diese nicht häufige Verbindung von überragender Fachkompetenz und verbindender Menschlichkeit begründen die hohe Wertschätzung und Sympathie, die Prof. Herstatt in seinen Kreisen bekundet werden. Davon zeugen die hohe Motivation seines Teams, die Qualität seiner in Gemeinschaft erreichten Forschungsergebnisse und die entgegengebrachte Anerkennung seiner Kollegen, Industriepartner und Mitglieder der zahlreichen Fachvereinigungen, in denen er seine Mitwirkung einbringt. Es erstaunt daher nicht, dass er kürzlich von der TUHH als „Doktorvater des Jahres“ und von der Claussen-Simon-Stiftung mit dem „Prize for Mentorship“ öffentlich geehrt wurde.

Die Buchpublikation zum zehnjährigen Jubiläum des Instituts ist die äußere Form einer Gratulation der heutigen und ehemaligen Institutsangehörigen, Doktorierenden und HabilitantInnen in uneingeschränkter Anerkennung des bisherigen akademischen Wirkens von Prof. Cornelius Herstatt. Diese herzliche Kundgebung teilen auch seine befreundeten Kollegen von nah und fern, wohl wissend, dass in „Gratulation“ das Lateinische „gratia“ steckt und damit in erster Linie ein persönlicher Dank für das stets erfahrene Wohlwollen verbunden ist.



Prof. Dr. Dr. sc. techn. Hugo Tschirky
ETH Zürich, 22. September 2008

1 Mitarbeiter

1.1 Struktur

Am Institut für Technologie- und Innovationsmanagement (TIM) sind 13 Mitarbeiter tätig:



Prof. Dr. oec. publ. Cornelius Herstatt
Leitung



Dr. Stephan Buse
Wissenschaftlicher Assistent, Habilitant



Carola Tiedemann
Sekretariat



Dipl.-Ing. Andreas Kühl
Systemadministrator



Dipl.-Ing. Kerstin Balka
Doktorandin



Dipl.-Kfm. Markus Grote
Doktorand



Dipl.-Kfm. Lars Janzik
Doktorand, Research Fellow



Dipl. Wi.-Ing. Katharina Kalogerakis
Doktorandin, Wissenschaftliche
Mitarbeiterin



Dr. Florian Kohlbacher
Adjunct Research Fellow, Habilitand



Dipl. Wi.-Ing. Littmann Hilmer
Research Associate



Dr. Antje-Christina Raasch
Research Fellow, Habilitandin



Dipl.-Ing. oec. Tim Schweisfurth
Doktorand, Wissenschaftlicher
Mitarbeiter



Dipl.-Ing. oec. M.Sc. Florian Skiba
Doktorand



Dipl.-Kfm. Christoph Stockstrom
Doktorand, Wissenschaftlicher
Mitarbeiter



Dipl.-Ing. oec. M.Sc. Frank Tietze
Doktorand, Wissenschaftlicher
Mitarbeiter



Dipl.-Kfm. Rajnish Tiwari
Doktorand, Wissenschaftlicher
Mitarbeiter



Dipl.-Ing. oec. M.Sc. Dominic de Vries
Doktorand, Wissenschaftlicher
Mitarbeiter

Abbildung 1: Mitarbeiter des Arbeitsbereichs (Stand November 2008)

Neben den wissenschaftlichen Hochschulassistenten (Habilitanden) Herrn Dr. Stephan Buse, Herrn Dr. Florian Kohlbacher und Frau Dr. Antje-Christina Raasch sind sechs wissenschaftliche Mitarbeiter am Institut beschäftigt. Darüber hinaus sind fünf Research Fellows in das Institut integriert. Hierbei handelt es sich um Wissenschaftler, die über Forschungsk Kooperationen, Stipendien und Drittmittelprojekte finanziell unterstützt werden. Komplettiert wird das Team durch unsere Sekretärin Carola Tiedemann und unseren System-Administrator Andreas Kühl. Das Institut hat durch sieben neue Mitarbeiter einen Generationswechsel vollzogen und sein Gesicht verändert.

Bei der Stellenbesetzung wurde auf Grund des Querschnittscharakters unseres Fachgebietes darauf geachtet, eine gute Mischung aus betriebswirtschaftlich wie auch ingenieurwissenschaftlich ausgebildeten Mitarbeitern zu erhalten. Dieser Ansatz hat sich im Rückblick bewährt und hat auch die zügige Integration des Instituts in die Technische Universität gefördert.

1.2 Neue Gesichter am Institut

Dr. Florian Kohlbacher



... studierte Handelswissenschaften an der Wirtschaftsuniversität Wien und promovierte dort 2006. Seine Dissertation ist 2007 unter dem Titel „International Marketing in the Network Economy: A Knowledge-Based Approach“ bei Palgrave Macmillan erschienen. Von 2003 bis 2004 war Florian Kohlbacher in einem Produkteinführungsprojekt als Marketing Assistent bei der Schindler Aufzüge und Fahrtreppen AG in Wien tätig. Er verbrachte bisher insgesamt rund 5 Jahre in Japan, unter anderem als Austauschstudent an der Kobe Universität, als

Gastwissenschaftler an der Hitotsubashi Universität sowie als Praktikant und Teilzeitangestellter in verschiedenen Firmen. Seit April 2007 ist er wissenschaftlicher Mitarbeiter am Deutschen Institut für Japanstudien/Tokio und Adjunct Research Fellow am TIM.

Dr. Antje-Christina Raasch



... ist seit Februar 2007 wissenschaftliche Assistentin und Habilitandin am TIM-Institut. Ihre Forschungsschwerpunkte liegen im Bereich Open Innovation, insbesondere „user-driven innovation“ und „open source innovation“. Ihr Habilitationsprojekt erarbeitet Bedingungen, Erfolgspotentiale und Grenzen der Übertragbarkeit offener Innovationsprozesse, wie sie aus der Open Source Software bekannt sind, auf andere Branchenkontexte. Ökonomische, technische, organisationale und juristische Aspekte sowie ihre Interaktionen sind

Gegenstände vertiefter Analysen. Zu diesem Thema leitet Frau Raasch ein vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) finanziertes interdisziplinäres Forschungsprojekt. In der Lehre konzentriert sie sich auf die Gebiete Technologie- und Innovationsmanagement und Allgemeine Volkswirtschaftslehre. Frau Raasch studierte und promovierte an den Universitäten St. Gallen, Oxford und Erlangen-Nürnberg und war mehrere Jahre als Unternehmensberaterin in der pharmazeutischen Industrie tätig.

Dipl.-Ing. Kerstin Balka



... absolvierte in der Zeit von 2000 bis 2005 das Studium der Technischen Mathematik an der TU Wien mit den Schwerpunkten Wirtschaftsmathematik und Statistik. Zudem konnte sie in einem Jahr an der NTNU Trondheim in Norwegen wertvolle Auslandserfahrungen sammeln. Nach 2-jähriger Tätigkeit bei McKinsey & Company, Inc. mit Themenschwerpunkten im Bereich Banking und Risikomanagement verstärkt Frau Balka seit April 2008 unser TIM TEAM. Im Rahmen ihrer Dissertation soll das Themenfeld "Open Source Innovationen außerhalb der Software Branche" bearbeitet werden.

Dipl.-Kfm. Markus Grote

...studierte Betriebswirtschaftslehre an der Philipps-Universität Marburg und der RWTH Aachen. Im September 2006 schloss er sein Studium mit der Diplomarbeit „Entwicklung eines Instrumentes zur situativen Gestaltung von Innovationsprozessmodellen in Unternehmen“ ab. Seit Januar 2007 ist Herr Grote Doktorand an unserem Institut. Im Rahmen seiner Dissertation untersucht er das Potenzial sowie Einflussfaktoren für eine erfolgreiche Förderung und Umsetzung geschäftsbereichsübergreifender Innovationen in multidivisional organisierten Unternehmen.

Dipl.-Kfm. Lars Janzik

...geboren 1970, studierte bis 1995 Betriebswirtschaftslehre an der Goethe-Universität Frankfurt. Parallel arbeite Herr Janzik ab 1990 als Produkt- und Labelmanager für verschiedene Musikverlage und Tonträgerfirmen. Nach Abschluss seines Studiums war er vier Jahre in Berlin bei der Agentur BLJ-Music/Loewe-Song in unterschiedlichen Positionen, unter anderem Marketingleitung tätig, bevor er 1999 zur MAGIX AG wechselte. Nach verschiedenen Stationen in Marketing und Produktmanagement verantwortet Herr Janzik seit 2005 als Vice President Product & Strategy im Kern das weltweite Produktportfolio und die Leitung des Produktmanagements des börsennotierten Unternehmens. Seit 2003 beschäftigt er sich intensiv mit dem Thema virtuelle Communities und stieß im Juni 2007 als externer Doktorand zum TIM Team. Im Rahmen seiner Dissertation bearbeitet er das Thema „Anwenderinnovationen in Online-Communities“.

Dipl. Wi.-Ing. Gudrun Littmann Hilmer

...absolvierte in der Zeit von 1992 bis 1998 das Studium Wirtschaftsingenieurwesen Technische Chemie an der TU Berlin. Nach ihrem Studium sammelte sie erste Berufserfahrung an den Deutschen Auslandskammern in Kopenhagen und Stockholm sowie als Pharmareferentin in Stockholm. 2001 bis 2008 arbeitete sie an der HKS Handelskammer Hamburg GmbH an Fragen des Innovations- und Patentmanagements für Unternehmen, welches u.a. in einem Abschluss als Patentingenieurin 2007 mündete. Seit September 2008 ist Frau Littmann-Hilmer für den Aufbau eines Früherkennungssystems für innovative Technologien bei der IP Bewertungs AG zuständig. Seit April 2008 ergänzt sie unser Team und arbeitet als Research Associate an der Strukturierung des Patentmarktes und dem Finden innovativer Geschäftskonzepte für den Patentmarkt mit Hilfe der Analogienbildung.

Dipl.-Ing. oec. Tim Schweisfurth

...geboren 1983, studierte im hochschulübergreifenden Studiengang Wirtschaftsingenieurwesen in Hamburg. Während seines Studiums absolvierte er Praktika in Spanien, Schweden und den USA. Im Sommer 2008 schloss er seine Diplomarbeit zum Thema „Produkt- und Prozessinnovation über Technologietransfer in analoge Anwendungsgebiete“ an unserem Institut ab. Seit September 2008 unterstützt er das TIM Team. In seiner Dissertation wird er sich mit dem Management von radikalen Innovationsprozessen beschäftigen.

2 Forschung

In der Forschung konzentrieren wir uns auf das Management von Innovationsprozessen und neuen Technologien sowohl in traditionellen Industrieunternehmen als auch bei Dienstleistungs- und Start-Up-Firmen. Ziel ist die Identifizierung und Analyse strategischer, organisatorischer sowie methodischer Fragestellungen, die den Erfolg von Innovationsvorhaben maßgeblich beeinflussen.

Schwerpunkte unserer Forschung in der Berichtsperiode bilden folgende Gebiete:

User Innovation und Open Source Innovation

Im Rahmen mehrerer Forschungsprojekte befassen wir uns mit dem Entstehen neuer Produkte und Dienstleistungen in offenen Innovationsumgebungen. Diese sind durch freiwillige Beiträge durch Anwender/Nutzer oder auch beteiligte Unternehmen geprägt. Die Akteure sind oft Teil so genannter Communities. Die Analysen fokussieren Individuen und ihre Motivation, freiwillige Beiträge zu leisten, Unternehmen und ihre Anreize der Beteiligung, Regeln und Normen der Zusammenarbeit, Koordination der eingebrachten Teilleistungen sowie die Beteiligung verschiedener Akteure im Zeitablauf.

Das Management von Innovationsprozessen

Einflussfaktoren und Gestaltungselemente der frühen Innovationsphasen („Fuzzy Front End of Innovation“) sind Gegenstand mehrerer Forschungsprojekte, teilweise im Verbund mit internationalen Forschungspartnern. Weitere Forschungsthemen auf diesem Gebiet umfassen innovationsförderliche Methoden/ Techniken (z.B. die Nutzung von Analogien im Rahmen der Produktentwicklung) sowie das Zusammenspiel von Technologie und Ökonomie im Innovationsmanagement. Ferner widmen wir uns internationalen Untersuchungen zur Gestaltung von Innovationsprozessen, insbesondere in Japan.

Service- bzw. Dienstleistungsinnovationen

In diesem Forschungsgebiet werden insbesondere Forschungsfragen hinsichtlich der Innovationsakteure, Innovationsprozesse sowie schutzrechtliche Aspekte von Service- und Dienstleistungsinnovationen analysiert. Des Weiteren fallen in diesen Bereich auch unsere Untersuchungen im Bereich des Mobile Commerce (Untersuchungsschwerpunkte: Mobile Banking, Mobile Entertainment, Mobile Informationsdienste, Mobile Marketing, und Mobile Ticketing).

Global Innovation - Internationalisierung von Forschung und Entwicklung (F&E) sowie deren Organisation und Koordination

Mehr und mehr Unternehmen aus ganz unterschiedlichen Industrien investieren heute in den Aufbau von FuE-Ressourcen weltweit, wobei so genannte Schwellenländer wie China oder Indien zunehmend an Bedeutung gewinnen. Diese investiven Entscheidungen sind von unterschiedlichen Faktoren abhängig und haben Implikationen für das Technologie- und Innovationsmanagement in strategischer und organisatorischer Hinsicht. Auf diesem Themengebiet haben wir einige Projekte platziert, die in Zusammenarbeit mit weiteren Partnern (z.B. dem EastWest Center, der Tsinghua Universität/ China oder dem Council of Scientific and Industrial Research/ Indien) bearbeitet werden. Siehe: www.global-innovation.net

Technology Market Intermediaries to Facilitate External Technology Exploitation

Die externe Technologieverwertung wird bisher nur von wenigen Unternehmen effizient genutzt, da Technologiemarkte noch durch Intransparenz, Ineffizienzen und letztlich hohe Transaktionskosten gekennzeichnet sind.

Um diese Probleme zu reduzieren und das brachliegende Potential zu erschließen, das den Technologiemarkten prognostiziert wird, sind in den vergangenen Jahren verschiedenste Geschäftsmodelle von Marktintermediären entwickelt worden. Beispielhaft zu nennen sind Patentauktionen (z.B. bereits mehrfach in den USA durch das auf Patente spezialisierte Auktionshaus OceanTomo durchgeführt), Patentfonds (z.B. „Patent Invest“, aufgelegt durch die Credit Suisse mit einem Volumen von 20 Mio. €) sowie Online-Technologiebörsen wie z.B. Innovationsmarkt.de oder Yet2.com. Diese neuartigen Modelle versuchen den Technologiehandel zu forcieren und Unternehmen bei geringem eigenem Ressourcenaufwand den Zugang zu internationalen Technologiemarkten zu erleichtern.

Ziel des Forschungsprojektes ist es, diese Mechanismen zu verstehen und daraus Empfehlungen für zukünftige Entwicklungen abzuleiten. Erste Ergebnisse des Projektes mündeten bereits in einem Serviceportal zur externen Technologieverwertung. Die Internetadresse des Portals lautet: www.ip-verwertung.info.

Auswirkungen des gesellschaftlichen Wandels auf das Innovationsmanagement

Eine wichtige Implikation des demografischen Wandels für die Betriebswirtschaft ist das Entstehen eines so genannten „Silbermarkts“ oder „Wachstumsmarkts Alter“. In Japan werden 2025 die über 50-jährigen etwa die Hälfte der Gesamtbevölkerung ausmachen. Die Zahl der über 65-jährigen wird bis zum Jahre 2050 von 18,5 Prozent im Jahr 2002 auf 35,6 Prozent angestiegen sein. So steht einem immer kleiner werdenden Jugendsegment ein ständig wachsendes Seniorenssegment gegenüber, das zahlreiche Geschäftschancen zu bieten scheint. Vielen Firmen fehlen allerdings die notwendige Erfahrung, die Prozesse und das Know-how, um passende Produkte für den Silbermarkt zu entwickeln und effizient und erfolgreich zu vermarkten.

Dieses Forschungsprojekt analysiert die Herausforderungen und Chancen, die der Silbermarkt bietet und versucht die Prozesse der Produktentwicklung, des Innovations – und Technologiemanagements und des Marketings für den Seniorenmarkt sowie deren Erfolgsfaktoren zu erklären.

In unserer Forschungskonzeption stehen empirische Studien im Mittelpunkt. Die Bandbreite der eingesetzten Forschungsmethoden reicht von kleinzahligen, explorativen Untersuchungen (z.B. Fallstudien) bis zu großzahligen, hypothesenprüfenden Studien. Die dabei gewonnenen Analyseergebnisse sollen stets konkrete Implikationen für die Unternehmenspraxis beinhalten.

Um die Qualität unserer Forschungsvorhaben zu erhöhen, haben wir mit unserem Forschungskolloquium „TIM-FORSCH“ ein Diskussionsforum geschaffen, in dem Anregungen für die laufenden Projekte erarbeitet werden. TIM-FORSCH soll unter Nutzung des kreativen Potenzials aller Mitarbeiter wie auch externer Partner die Qualität der wissenschaftlichen Arbeiten erhöhen. Dabei steht nicht die Präsentation, sondern die Diskussion im Mittelpunkt.

Seit dem Sommer 2004 führen wir gemeinsam mit den Kollegen Prof. Martin G. Möhrle (Universität Bremen), Prof. Diana Große (Universität Freiberg) und Prof. Dietmar Bürgel (Universität Stuttgart) ein gemeinsames Doktorandenkolloquium durch. Mit diesen Kollegen wird auch die gemeinsame Schriftenreihe Forschungs-/Entwicklungs-/Innovationsmanagement; (Hrsg.: Dietmar Bürgel, Diana Große, Cornelius Herstatt, Martin G. Möhrle, DUV-Gabler) im Gabler-Verlag herausgegeben.

Im Rahmen unserer Mitgliedschaft im European Institut for Technology and Innovation Management (EITIM) pflegen wir den Austausch von Doktoranden über nationale Grenzen hinweg anzuregen. Doktoranden sollen im Rahmen von EITIM die Möglichkeit haben, einen Teil ihrer Doktorandenzeit an mehreren der renommierten Partnerinstitute zu verbringen und damit internationale Erfahrungen zu sammeln.

In Abbildung 2 sind die im Berichtszeitraum abgeschlossenen sowie aktuellen Habilitations- und Dissertationsprojekte unseres Instituts zusammenfassend aufgeführt. Diese werden im nächsten Abschnitt näher dargestellt.

Bearbeiter	Titel	Laufzeitende
Dr. Stephan Buse	Internationalisierung von F&E – Eine empirische Untersuchung kleiner und mittelständischer Unternehmen	2010
Dr. Florian Kohlbacher	The Silver Market Phenomenon: Business Opportunities in an Era of Demographic Change	2012
Dr. Christina Raasch	Offene Innovationsprozesse: Übertragbarkeit von Open Source Innovation auf Branchen jenseits der Software	2012
Kerstin Balka	Determinanten der Anwendbarkeit des Open Source Innovationsmodells außerhalb der Software Branche	Anfang 2010
Viktor Braun	Barriers to User-Innovation and Licensing to Innovate	Abgeschlossen
Dominic de Vries	Leveraging Patents Financially – a Company Perspective	Anfang 2009
Markus Grote	Die Organisation geschäftsbereichsübergreifender Innovationsvorhaben	Ende 2009
Lars Janzik	User Generated Innovation: Anwender-Innovationen in Online-Communities	Ende 2009
Katharina Kalogerakis	Innovative Analogien in der Praxis der Produktentwicklung	Anfang 2009
Jürgen Sandau	Bewertung nachhaltiger Innovationsideen in den frühen Phasen des Innovationsmanagements	Abgeschlossen
Tim Schweisfurth	Managing radical innovation projects	Mitte 2012
Florian Skiba	Integration of innovative users as source of service innovations	Anfang 2009
Christoph Stockstrom	Projektplanung und –management in der Neuproduktentwicklung	Abgeschlossen
Robert Tietz	Virtuelle Communities als ein innovatives Instrument für Unternehmen	Abgeschlossen
Frank Tietze	Technology Market Intermediaries to Facilitate External Technology Exploitation – The Case of Patent Auctions	Anfang 2009
Rajnish Tiwari	Globalization of Innovation in Emerging Economies: A Case Study on India Employing Lead Market Approach	Ende 2009

Abbildung 2: Darstellung der Habilitations- und Dissertationsprojekte im Berichtszeitraum

2.1 Abgeschlossene Dissertationsprojekte im Berichtszeitraum

Barriers to User-Innovation & the Paradigm of Licensing to Innovate

Bearbeiter: Viktor Braun

Background:

Users, both as corporations and individuals, rather than only the manufacturers or suppliers of products and services have in recent years increasingly been recognised as an important source of innovation. Novel technologies such as computers and the internet seem to have made it easier for users to modify existing products and even create new ones, as the open-source software movement illustrates. This development raises the question of the future evolvement of user-innovation. Will users increasingly be able to innovate for themselves creating a world in which everybody can tailor the products they use to their individual needs? While the innovative potential of users is significant in various realms, it is crucial to analyse the difficulties that users face in their attempts to innovate. By exploring various legal, economical, technological and societal barriers individually and jointly we wish to suggest that it seems that user-innovation has not necessarily become easier throughout the years. We further wanted to evaluate the dynamics of these barriers and whether they change over time. Finally, the question is asked how such barriers can be overcome and whether licenses could be used to allow both users to innovate and manufacturers to benefit from such innovative activities.

Goals:

- Assess the democratization argument that users are increasingly able to innovate for themselves
- To illustrate the main barriers to user-innovation and provide empirical evidence for their existence
- To demonstrate the dynamics of these barriers and to show that they vary over time
- To prove that licenses can be an important instrument to generate innovations
- To suggest that licenses can be a mechanism to overcome barriers to user-innovation

Methodology:

An explorative research methodology was chosen as very little previous research had specifically been undertaken with respect to the underlying questions. A wide variety of literature was studied in order to identify relevant themes and examples. To test the propositions that we made as a result a questionnaire was sent out in the German computerized dentistry industry. Our analysis of the seed-industry included various interviews in Germany. On the basis of these results we developed some hypotheses. The section on licensing to innovate was based upon an in-depth scrutiny of the licensing literature and on various case studies of different lengths.

Results and Implications:

We demonstrate that significant barriers exist that can burden user-innovation. In the German computerized dentistry industry, where we obtained 283 responses to our survey, we were able to empirically illustrate the existence of strong barriers to user-innovation due to which very few users were able to modify or improve the prevalent technology. We manifest the dynamics of the barriers to user-innovation by showing how innovation in the seed-breeding industry changed from being completely dominated by users to today, at least in the western world, being nearly exclusively controlled by seed-suppliers. These findings lead us to argue that instead of a democratisation of user-innovation in some areas a permission-culture, in which the

right and the ability of users to innovate may depend on external help, seems to be a more appropriate characterisation. Using various case-studies the dissertation provides various compelling examples that show that licenses have been crucial instruments to enable subsequent innovations to be generated. We propose that adequately structured licenses can allow the innovative potential of users to be utilized and enhanced.

Methodische Unterstützung bei der Bewertung und Auswahl von Produktinnovationen unter hoher Marktunsicherheit

Bearbeiter: Jürgen Sandau

Ein entscheidender Faktor für unternehmerischen Innovationserfolg ist systematische Auswahl des richtigen Produkts. Studien innerhalb der Erfolgsfaktorenforschung zeigen jedoch, dass nur ein Bruchteil der eingeführten Produktideen zum Markterfolg wird. Oftmals sind fehlerhafte Produktentscheidungen Resultate falscher oder fehlender Informationen oder Auswahlverfahren der Unternehmen. Die hohe Marktunsicherheit in den frühen Phasen des Innovationsmanagements spielt hierbei eine entscheidende Rolle.

Weder die Erfolgsfaktorenforschung, noch das Forschungsgebiet des F&E Managements, noch die Unsicherheitsforschung geben hierauf jedoch eine zufrieden stellende Antwort. Während sich die Erfolgsfaktorenforschung kaum mit der Granularitätsebene der Auswahlmethodik beschäftigt, betrachten bisherige Untersuchungen zu Projektauswahlmethoden in der Praxis des F&E-Managements den Untersuchungsgegenstand nicht unter Effektivitätsaspekten. Die Unsicherheitsforschung beschäftigt sich dagegen kaum spezifisch mit der Aufgabe der Neuproduktentwicklung. Eine unter Effektivitätsgesichtspunkten aufgestellte Systematik der Entscheidungsfindung unter Unsicherheit im Rahmen der Neuproduktentwicklung existiert bis dato also nicht.

Das Ziel der Dissertation ist es daher, den Erkenntnisstand über den Ideenauswahl- und bewertungsprozess deutlich zu erhöhen und in der Unternehmenspraxis auftretende Unsicherheitsprofile zu erkennen und zu analysieren. Insbesondere soll erforscht werden, inwieweit der Bewertungs- und Auswahlprozess zur effektiven Reduzierung von Unsicherheit dient und sich hierzu konventionelle Auswahlverfahren bei hoher Marktunsicherheit geeignet sind. Für die Arbeit ergeben sich daher drei Forschungsfragen: (1) Welche Relevanz hat Marktunsicherheit bei der Auswahlentscheidung von Innovationsprojekten? (2) Welche Auswahl- und Bewertungsmethoden existieren und werden in der Praxis angewendet? (3) Welche Methoden sind unter dem Gesichtspunkt der Unsicherheitsreduzierung am effektivsten und welchen Beitrag leisten sie in der Unternehmenspraxis? Die Ergebnisse der Dissertation sollen zugleich eine Verbindung schaffen zwischen den o.g. drei weitgehend disjunkten Forschungsgebieten innerhalb der frühen Phasen der Produktentwicklung.

Als Forschungsfeld hierzu wird die Automobilzulieferindustrie gewählt, die nicht nur stark technologisch geprägt ist, sondern auch in einem konsolidierenden Markt zunehmend auf differenzierende Innovationen angewiesen ist. Die Entwicklungszyklen sind lang, der Forschungsaufwand immens, die Misserfolgsquoten hoch. Auch scheint hier die Ideenbewertung aufgrund der langen Entwicklungsvorlaufzeiten und dem damit verbundenen erhöhten Maß an Marktunsicherheit besonders schwierig zu sein. Aufgrund zunehmender Veränderungen in der Wertschöpfungskette kommt gerade den Automobilzulieferunternehmen eine entscheidende Rolle im Innovationsmanagement der Automobilindustrie zu.

Ausgehend von den Erkenntnissen der Erfolgsfaktorenforschung, der Unsicherheitsforschung sowie des F&E-Projektmanagements wird ein Bezugsrahmen entwickelt, auf dem der empirische Teil der Arbeit aufbaut, der aus einer strukturierten, explorativen Expertenbefragung sowie einer einer quantitativ-konfirmatorischen Untersuchung mit zusätzlichen explorativen und explanatorischen Elementen besteht.

Ergebnis der Dissertation aus der Verknüpfung der Analyse der bisherigen Forschungsergebnisse mit den eigenen empirischen Untersuchungen ist eine Charakterisierung des aktuellen Bewertungs- und auswahlverhaltens und deren Effektivität innerhalb der deutschen Automobilzulieferindustrie sowie die Relevanz von Marktunsicherheit hierbei. Dies geschieht in Form von abgeleiteten und verifizierten Hypothesen zu den o.g. Forschungsfragen und ermöglicht eine situativ-angepasste verbesserte Auswahl und Bewertung von Innovationsvorhaben in der Unternehmenspraxis.

Projektplanung und -management in der Neuproduktentwicklung

Bearbeiter: Christoph Stockstrom

Planung ist sowohl im Rahmen des Projektmanagements als auch im Innovationsmanagement als ein wesentlicher Erfolgsfaktor identifiziert worden und bildet die implizite Basis für die Erfolgsfaktorenforschung im Rahmen des Technologie- und Innovationsmanagements.

Empirische Studien belegen die Erfolgswirksamkeit der Planung und zeigen, dass eine gute Planung einerseits zur Reduktion von Produktentwicklungszyklen und Fehlerraten führt und andererseits höhere Gewinne und Neuheitsgrade bei den entwickelten Produkten zur Folge hat. Sie wirkt sich darüber hinaus positiv auf die Einhaltung von Zeit- und Budgetvorgaben in Projekten aus.

Trotz dieser erheblichen Vorteile ist das Wissen über den Planungsprozess in der Neuproduktentwicklung gering. So gibt es lediglich wenige und unregelmäßige Untersuchungen über die Planungsabläufe für Innovationsprojekte, die sich in der Regel zudem nur exemplarisch mit einem Unternehmen beschäftigen. Auch Erkenntnisse über die Interdependenzen zwischen Planung und Umsetzung von Innovationsprojekten sind aktuell kaum vorhanden.

Das Ziel dieses Forschungsprojekts ist es daher, ein besseres Verständnis der Planungsabläufe für Innovationsprojekte zu gewinnen und Erfolg versprechende Praktiken zu identifizieren. Hierzu werden Daten über Fragebögen in Unternehmen verschiedener Branchen erhoben, um die Bedeutung unterschiedlicher Einflussfaktoren auf Projektplanung und -management zu untersuchen.

Die Ergebnisse sollen unter Berücksichtigung einer Reihe situativer Faktoren helfen, die Prozesse sowohl inkrementaler als auch radikaler Innovationsprojekte zu verbessern.

Virtuelle Communities als innovatives Instrument für Unternehmen

Bearbeiter: Robert Tietz

Virtuelle Communities sind Treffpunkte im Internet für Personengruppen, die sich intensiv für ein spezifisches Themengebiet interessieren. Virtuelle Communities existieren für beinahe jedes vorstellbare Interessengebiet. Auch Produkte und Produktkategorien sind hierbei nicht ausgespart. Die meisten virtuellen Communities werden von so genannten Organisatoren – Privatpersonen oder Vereine – betreut. In letzter Zeit entwickeln auch Unternehmen ein immer größeres Interesse daran, selbst eine virtuelle Community zu ihren Produkten anzubieten.

Die Forschung hat das Themengebiet der virtuellen Communities bereits seit geraumer Zeit entdeckt und befasst sich intensiv damit. Es werden auf der einen Seite Verhalten und Motivation der Teilnehmer in Communities und auf der anderen Seite die Herangehensweise an den Aufbau solcher Communities untersucht. Bei der Betrachtung des Verhaltens und der Motivation der Teilnehmer ist der Typ des Betreibers zweitrangig. Bei der Herangehensweise an den Aufbau einer virtuellen Community hingegen ist es wichtig, zwischen unabhängigen Communities und solchen, die von Unternehmen aufgebaut werden, zu unterscheiden. Unternehmen stehen vor höheren Anforderungen beim Aufbau einer virtuellen Community. Diese Unterscheidung jedoch findet in der Literatur keine Beachtung.

In der Dissertation wird diese Lücke in der Literatur adressiert. Es werden Vorgehen und Rahmenbedingungen bei Aufbau und Betrieb virtueller Communities durch Unternehmen betrachtet. Ziel der Dissertation ist es, die Absichten, die Unternehmen mit ihrem Engagement in diesem Bereich verfolgen, das Vorgehen bei der Planung und dem Aufbau einer virtuellen Community und schließlich die Analyse der Community und die Erreichung der gesetzten Ziele zu ergründen.

Der Bezugsrahmen zur strukturierten Erreichung der Ziele des Dissertationsprojektes integriert aufbauend auf einem Innovationsprozess das Relationship Marketing, die Theorie der sozialen Netzwerke und die soziale Identitätstheorie. Dieses Theoriegebäude bildet die Grundlage der Untersuchung. Die Wahl der herangezogenen Theorien rührt zum einen von der Zielsetzung der Unternehmen her, eine langfristige Beziehung zu den Nutzern ihrer Produkte aufzubauen und zum anderen vom Bestreben der Teilnehmer einer virtuellen Community, mit anderen Teilnehmern in Austausch zu treten.

Das Untersuchungsfeld wird durch den Hobby- und Freizeitbereich gebildet. Dieser Bereich wurde ausgewählt, da ein breites Spektrum an Aktivitäten von Unternehmen vorhanden ist. Anhand eines halbstrukturierten Interviewleitfadens wurden Unternehmensvertreter zu ihren Aktivitäten rund um ihre virtuellen Communities befragt. Diese Befragungen wurden durch intensive Recherchen und teilnehmende Beobachtungen innerhalb der jeweiligen Community flankiert. Unter Nutzung eines mehrstufigen Auswertungskonzeptes wurden die sieben angefertigten Fallstudien systematisch betrachtet, einander gegenüber gestellt und analysiert.

Ergebnis der Dissertation ist zunächst eine Strukturierung des Themengebietes virtuelle Communities. Darüber hinaus konnten 17 Thesen, die den gesamten Prozess von der Betrachtung des Umfeldes eines Unternehmen über die Planung und Vorbereitung bis zu Betrieb und Auswertung einer unternehmenseigenen virtuellen Community umfassen, abgeleitet werden. Des Weiteren konnte aus den Betrachtungen ein Prozessmodell für Aufbau und Betrieb einer unternehmenseigenen virtuellen Community entwickelt werden. Dieses ist als Orientierungsrahmen für Unternehmen konzipiert. In dem Modell werden Tätigkeiten und Fragestellungen aufgeworfen, die Unternehmen beachten müssen, wenn sie eine eigene virtuelle Community aufbauen wollen.

2.2 Laufende Habilitations- und Dissertationsprojekte

Internationalisierung von F&E – Eine empirische Untersuchung kleiner und mittelständischer Unternehmen

Bearbeiter: Dr. Stephan Buse

Kleine und mittlere Unternehmen (KMU) müssen sich den Herausforderungen der Globalisierung ebenso stellen wie Großunternehmen. Da sie im Kostenvergleich vielen internationalen Wettbewerbern zum Teil deutlich unterlegen sind, müssen sie Wettbewerbsvorteile durch eine hohe Innovationsfähigkeit erzielen. Inwiefern verschiedenste Formen der Internationalisierung von Forschung und Entwicklung (F&E) dabei eine Rolle spielen, ist Untersuchungsgegenstand dieses Forschungsprojektes.

- Welche Rolle spielen Outsourcing und Offshoring in den F&E-Strategien von KMU?
- Welche Gründe sprechen für oder gegen eine internationale Ausrichtung der F&E-Aktivitäten und welches sind die kritischen Erfolgsfaktoren?
- Welches sind die bevorzugten F&E-Standorte und warum?
- Inwiefern können KMU von den Internationalisierungsstrategien multinationaler Konzerne lernen?
- Können KMU Wettbewerbsnachteile entstehen, wenn sie sich im Rahmen ihrer F&E nicht internationalisieren?

Diesen und weiteren Fragen wird im Rahmen von empirischen Untersuchungen nachgegangen. Die Studie bezieht Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen ein und hat u.a. zum Ziel, den Stellenwert insbesondere asiatischer Standorte wie z.B. Indien zu eruieren.

The Silver Market Phenomenon: Business Opportunities in an Era of Demographic Change

Bearbeiter: Dr. Florian Kohlbacher

Eine wichtige Implikation des demografischen Wandels für die Betriebswirtschaft ist das Entstehen eines so genannten „Silbermarkts“ oder „Wachstumsmarkts Alter“. In Japan werden 2025 die über 50-jährigen etwa die Hälfte der Gesamtbevölkerung ausmachen. Die Zahl der über 65-jährigen wird bis zum Jahre 2050 von 18,5 Prozent im Jahr 2002 auf 35,6 Prozent angestiegen sein. So steht einem immer kleiner werdenden Jugendsegment ein ständig wachsendes Seniorenssegment gegenüber, das zahlreiche Geschäftschancen zu bieten scheint. Vielen Firmen fehlen allerdings die notwendige Erfahrung, die Prozesse und das Know-how, um passende Produkte für den Silbermarkt zu entwickeln und effizient und erfolgreich zu vermarkten. Dieses Forschungsprojekt analysiert die Herausforderungen und Chancen, die der Silbermarkt bietet und versucht die Prozesse der Produktentwicklung, des Innovations – und Technologiemanagements und des Marketings für den Seniorenmarkt sowie deren Erfolgsfaktoren zu erklären.

Offene Innovationsprozesse: Übertragbarkeit von Open Source Innovation auf Branchen jenseits der Software

Bearbeiter: Dr. Christina Raasch

Aufgrund der Proliferation Internet-vermittelter partizipativer Projekte unterschiedlicher Zielsetzung und Ausgestaltung (Stichwörter: open/user generated content, crowd-sourcing, user innovation communities) im Allgemeinen sowie der Erfolge von Open Source Software im Besonderen wird in den letzten Jahren in zunehmendem Maße die Vermutung einer

Übertragbarkeit des „Open Source-Modells“ auf andere Branchenkontexte geäußert. Experten stellen fest, dass die Anwendung verwandter Prinzipien bereits auf Branchen außerhalb der Software übergelassen ist und prognostizieren für einige Branchen grundlegende Veränderungen. Dabei stützen sie sich auf eine stark zunehmende Anzahl praktischer Beispiele aus unterschiedlichsten Anwendungsfeldern. Aufgrund dieser Beobachtungen lässt sich vermuten, dass OSI auch jenseits der Software für Nutzer neue Wege der Partizipation eröffnen, für Unternehmen zusätzliche Innovations- und Absatzpotenziale erschließen und zu wirtschaftlich verwertbaren Ergebnissen führen kann.

Trotz des vielfach als erheblich eingeschätzten Potenzials für weitere Anwendungen des „Open Source-Modells“ ist der jetzige Kenntnisstand zu den tatsächlichen Möglichkeiten und Grenzen sehr gering: Bestehen die gemeinhin zitierten Potenziale tatsächlich? In welchen Bereichen oder Branchen könnten sie in erster Linie liegen? Von welchen Faktoren hängt die Anwendung in diesen Bereichen ab? Welche Chancen bestehen, welche Grenzen und welche Risiken?

Das Habilitationsprojekt untersucht, unter welchen Bedingungen mithilfe des sog. OSI-Modells auch jenseits der Software-Branche Produkt- und Prozessinnovationen entwickelt werden können und erforscht Chancen, Risiken und Grenzen der Anwendung.

Unter Open Source Innovation (OSI) wird hierbei eine in freiwilliger Kollaboration erstellte Innovation verstanden, bei welcher ein nicht-marktlich vermittelter Übergang zwischen den an der Invention beteiligten und den an einer Verwertung interessierten Akteuren stattfindet: Die Ergebnisse der Invention sind in wesentlichen Teilen für alle Akteure zugänglich und können genutzt, modifiziert und weiterverbreitet werden.

Im Rahmen des Forschungsprojekts werden in Ergänzung der ökonomischen Perspektive soziologische, juristische und technische Schwerpunkte gesetzt, ohne die eine abschließende Bewertung des Anwendungspotenzials von OSI nicht möglich erscheint.

Determinanten der Anwendbarkeit des Open Source Innovationsmodells außerhalb der Software Branche

Bearbeiter: Kerstin Balka

Für viele Unternehmen geschehen Innovationen ausschließlich proprietär und innerhalb des eigenen Hauses. In letzter Zeit lassen sich jedoch Unternehmen beobachten, die ihren Produktentwicklungsprozess öffnen, um neue Ideen und wertvolle Beiträge außerhalb des eigenen Unternehmens zu generieren und potenzielle Kunden möglichst stark in die Entwicklung einzubinden. Auch Hobbyentwickler und Forscher entscheiden sich häufig ihre Produktideen offen im Internet zur Verfügung zu stellen und nicht selten entstehen Communities von Freiwilligen, die bereit sind zur Entwicklung beizutragen.

Der Begriff Open Source stammt ursprünglich aus der Software Branche und bezieht sich auf die Offenlegung des Quellcodes. Open Source Software bezeichnet Software, die unter bestimmten Lizenzbedingungen im Internet frei verfügbar gemacht wird und häufig durch die freiwillige und unbezahlte Zusammenarbeit von Mitgliedern einer Open Source Community entsteht.

Durch die hohe Akzeptanz und Verbreitung quelloffener Software entwickelte sich eine Open Source Kultur, die sich auf physische Produkte ausbreitet. Sinkende Produktions- und insbesondere Entwicklungskosten durch die Entstehung von günstigen oder freien Werkzeugen zur Chip Erzeugung, 3-D Modellierung und nicht zuletzt zur Online Kollaboration beschleunigen diesen Trend. Beispiele für Open Source Innovationen erstrecken sich über zahlreiche Branchen von Speisen und Getränken über Elektronik wie Handys und MP3 Player bis hin zu medizinischen Geräten und Autos.

Leveraging Patents Financially – a Company Perspective**Bearbeiter: Dominic de Vries**

Intellectual Property (IP) is a fundamental factor for the creation of value across industries in OECD countries. The relevance of IP is commonly perceived. However, measures of the value of IP assets are for the most part limited to qualitative appraisals due to difficulties and deficiencies of quantitative valuation methods. As a consequence the value of IP, subsumed as intangible assets in reporting standards, is not adequately represented in the range of corporate financing. Based on expert interviews and a large scale survey across technology intensive branches in Germany the objective of the thesis is to find out how patents might contribute to the external access of companies to financial sources. Within the class of IP assets patents are in the thesis focus to be leveraged financially because patents are fungible rights and materialize the technological capital of a company to a large extent. As a result I (a) reveal the actual relevance of leveraging patents financially on the industry and company size level, (b) identify and rank barriers and motives to leverage patents financially on the industry and company size level, and (c) analyze the suitability of several financial models to leverage patents financially with regard to their primer purpose of application. To conclude the thesis I draw on the results of the empirical findings to post a set of hypothesis about leveraging patents financially.

Die Organisation geschäftsbereichsübergreifender Innovationsvorhaben**Bearbeiter: Markus Grote**

Das langfristige Unternehmenswachstum wird maßgeblich durch die Fähigkeit zur kontinuierlichen Identifikation und Umsetzung bisher nicht genutzter Möglichkeiten bestimmt. Die Erforschung neuer sowie die Kombination bisher völlig unverbundener Ressourcen sind in diesem Kontext von zentraler Bedeutung. Hinsichtlich einer Kombination unverbundener Ressourcen wurde Kooperationen zwischen Unternehmen großes Interesse beigemessen. So seien Allianzpartner oftmals durch sehr heterogene und sich ergänzende Ressourcen charakterisiert. Überraschend ist, dass trotz der sehr breiten Forschungsaktivitäten zu multidivisional organisierten Unternehmen Kooperationen zwischen Geschäftsbereichen von der Forschung nahezu ausgeblendet wurden. Geschäftsbereiche sind in zahlreichen Unternehmen durch sehr unterschiedliche Ressourcen charakterisiert. Gelingt die Überwindung von Bereichsgrenzen, so bietet sich für diese Organisationsform, nach welcher die Vielzahl diversifizierter Großkonzerne strukturiert ist, möglicherweise ein wesentliches Potenzial zur Erlangung nachhaltiger Wettbewerbsvorteile.

Bisher existieren nur wenige Befunde zu Erfolgsfaktoren für eine systematische Förderung und Umsetzung geschäftsbereichsübergreifender Innovationsvorhaben. Ziel dieser Arbeit ist es, neben der Schaffung eines Überblicks zur Bedeutung geschäftsbereichsübergreifender Innovationen in multidivisionalen Unternehmen, relevante Einflussfaktoren für die systematische Förderung und Umsetzung geschäftsbereichsübergreifender Kooperationen zu identifizieren. Basierend auf bisherigen Forschungsergebnissen zur divisionalen Unternehmung ist zu vermuten, dass gerade die divisionale Organisationsform selbst entsprechende organisatorische Barrieren für eine erfolgreiche Förderung und Umsetzung mit sich bringt. So führt die Unternehmensstruktur zu einer Isolation des Wissens innerhalb der einzelnen Geschäftsbereiche. Auch die gewollte Autonomie und Ergebnisverantwortung der Geschäftsbereiche, welche oftmals als Unternehmen in Unternehmen agieren sollen, ist als ein weiterer Faktor anzusehen. Kooperationen werden tendenziell nur dann eingegangen, wenn sie für alle beteiligten Geschäftsbereiche gewinnbringend sind.

Ziel dieses Forschungsprojektes ist es, neben der Schaffung eines Überblicks zur Bedeutung geschäftsbereichsübergreifender Innovationsvorhaben in multidivisionalen Unternehmen, relevante Einflussfaktoren für die systematische Förderung und Umsetzung geschäftsbereichsübergreifender Innovationsvorhaben zu identifizieren. Zur Untersuchung dieser Problemstellung wird zunächst ein Bezugsrahmen auf Basis bisheriger Erkenntnisse entwickelt. Die empirische Überprüfung aufgestellter Hypothesen erfolgt in einem ersten Schritt über eine großzählige Erhebung unter multidivisionalen Unternehmen im deutschsprachigen Raum. Zur Vertiefung der Ergebnisse findet eine Fallstudie Verwendung.

User Generated Innovation: Anwender-Innovationen in Online-Communities – Die Motivation für aktive Beteiligung in unterschiedlichen Produkt-Marktphasen

Bearbeiter: Lars Janzik

Online-Communities haben für Unternehmen aller Branchen vehement an Bedeutung gewonnen, sei es als eigenständiges Geschäftsmodell oder zur Unterstützung bereits etablierter Modelle. Kaum ein anderes, online basiertes System, verdeutlicht besser die neuen technischen Möglichkeiten und das veränderte Nutzungsverhalten von Anwendern im Internet und steht gleichzeitig für den anhaltenden Online-Boom, der oft mit dem Schlagwort „Web 2.0“ umschrieben wird.

Der Einfluss von so genannten Lead-Usern auf den unternehmerischen Innovationsprozess wurde bereits vielfach wissenschaftlich untersucht. Dabei wurde nachgewiesen, dass Innovationen, auch hochgradige, oftmals auf die Ideen von Lead-Usern zurück zu führen sind. In themen- und produktspezifischen Online-Communities findet man häufig Anwender mit Lead-User-Eigenschaften und somit auch Potentiale für Anwenderinnovationen (Innovation Communities), die in ersten Untersuchungen bereits empirisch belegt wurden.

Im Rahmen eines Open Innovation Paradigmas, eines zunehmenden globalen Wettbewerbs, eines gesteigerten Floprisikos und immer kürzer werdenden Produktlebenszyklen, werden solche Online-Communities zu wichtigen Quellen für neuartige Anwenderideen und vor allem hochgradige Innovationen, die in den Entwicklungsprozess eines Herstellers einfließen können. Die Motivation von Mitgliedern sich zu beteiligen, ist für Online-Community generell eine der kritischen Erfolgsfaktoren. Sie entscheidet über Qualität und Quantität genauso, wie über die Selektion und Modifikation von Beiträgen und ist daher auch für das Entstehen von Anwenderinnovationen in Online-Communities wesentlich. Dabei stellt sich die Frage, was Mitglieder von solchen Innovation-Communities generell motiviert, sich an einer Ideenfindung zu beteiligen und welche Bedingungen dazu führen, dass sie ihr Wissen an andere weiter geben. Es interessiert im Speziellen, wie sich diese Motivation für die Beteiligung und die Bedingungen für „free revealing“ in Abhängigkeit von der Marktphase eines Produktes, also mit dem fortschreitenden Reifeprozess eines Marktes, verändert. Dieses sind zentrale Frage des Forschungsprojektes.

Bisher liegen nur wenige Forschungsergebnisse zu Anwenderinnovationen in Konsumgütermärkten vor, noch weniger im Zusammenhang mit der Entstehung in Online-Communities. Die Motivation für die Beteiligung in Online-Communities, wurde bisher vor allem im Bereich von Open-Source Software und von Volontärstätigkeiten untersucht.

Innovative Analogien in der Praxis der Produktentwicklung

Bearbeiterin: Katharina Kalogerakis

Die Entwicklung innovativer Produkte mit einem hohen Neuheitsgrad ist für viele Unternehmen eine Wettbewerbsstrategie, die immer mehr an Bedeutung gewinnt. Wichtige Bestandteile der frühen Phasen des Produktentwicklungsprozesses, die auf den Erfolg eines Innovationsprojektes bedeutenden Einfluss haben, sind die Ideengenerierung und Konzepterarbeitung. In diesen Phasen können über die Bildung von Analogien hochgradig innovative Lösungsideen und -konzepte entwickelt werden. Beispiele für den Transfer von Lösungsideen und -konzepten auf der Basis entfernter Analogien sind die Verwendung von Federungstechnologien aus Rennwagen bei der Entwicklung des Sportschuhs „Nike SHOX“ oder die Entwicklung selbstreinigender technischer Oberflächen basierend auf dem biologischen Lotuseffekt.

Ein Kernproblem bei der Verwendung von Analogien zur Entwicklung hochgradiger Produktinnovationen ist das frühe Finden relevanter Analogien. Insbesondere bei fernen Analogien – Analogien zwischen sehr verschiedenen Bereichen wie z.B. zwischen Natur und Technik – ist das Erkennen und Bewerten von Analogien mit Schwierigkeiten verbunden.

Im Rahmen dieses Projektes wurden zwei empirische Untersuchungen durchgeführt. In einer ersten qualitativen Studie wurden Interviews mit Projektverantwortlichen aus unabhängigen Industriedesign- und Ingenieurunternehmen ausgewertet. 16 in den Interviews beschriebene Beispielprojekte, in denen innovative Analogien zur Anwendung kamen, sind typologisiert und analysiert worden. Allgemeine Zusammenhänge bezüglich Effekten der Analogieanwendung sowie Faktoren, die das Auffinden von Analogien beeinflussen, wurden herausgearbeitet. Diese Ergebnisse dienen als Grundlage für den Entwurf einer zweiten quantitativen Studie. Basierend auf 172 Antworten von Industriedesignunternehmen wurden Hypothesen zu Einflussfaktoren und Effekten der Analogieanwendung getestet.

Managing radical innovation projects

Bearbeiter: Tim Schweisfurth

Generating and evaluating ideas either based on market needs or as a result of applying scientific knowledge and selecting such to become NPD projects typically initiate the starting point of an innovation process in an enterprise. In the case of truly radically new ideas and concepts typical stage-gate based NPD processes often turn out to be too rigid to handle the complexity and uncertainty involved with such projects. Until today there does not exist an innovation process model specifically designed to meet the demands of radical innovation systematically – at least we would not be aware of such an approach.

With this research project we aim to better understand the necessities of radical innovation projects from the perspective of different corporate parties involved and design a framework and process model that will better reflect such necessities from a managerial, organizational and project management perspective.

Starting point for the research are real-world radical innovation projects in various industrial settings. These projects will be analyzed in-depth concerning strategically, organizational and process-related issues. Based on these results a contingency based approach for managing radical innovation projects shall be derived.

Integration of innovative users as source of service innovations**Bearbeiter: Florian Skiba**

Most growth in modern economies is in services. Consequently over time new entrants are attracted, technologies change, and user needs are shifting. Continuous innovation efforts therefore become an imperative for incumbent service providers to reduce costs, enhance existing service quality, and to expand current service offerings to increase market share in existing markets or to enter new ones.

Research data however also evidences that new services may be as prone to failure as any new product. A new service failure rate of 80% has been reported for instance in the financial service industry. In general it shows that the biggest obstacle in services innovation is a lack of ideas for successful new services. The question which sources for new ideas to tap therefore becomes an imperative to answer in order to meet the market's continuous needs for new services.

Though various empirical demonstrate that the involvement of users as spokesmen of the market is an important success factor for the development of services, still "user involvement in new service development is an area that is almost unexplored" (Magnusson et al., 2003: p.113). Goal of the research project therefore is to generate an exhaustive understanding of user-integration as source for new service innovations. Research focus thereby is twofold.

First we explore the industrial practice with regard to four dimensions of user integration, i.e., why, whom, how, and how successful the service industry integrates to find novel service ideas. Data is collected from a large-scale survey sent out to 2,905 service companies and posted in various user groups related to service innovations. Analysis is based on 301 responses.

Second we focus on innovative service users in detail with regard to the question of what characteristics enable the latter to make distinct development contributions in services, i.e. developing ideas or prototypes or commercializing a new idea. Hereby we draw from a sample of 225 innovative internet users which we have collected from a large scale internet survey.

Understanding both current industry perspective of user-integration and actual characteristics of innovative service users allows evaluating current practice of user innovation in services industry and proposing optimization potential with regard to which user to best integrate as sources for new ideas.

Technology Market Intermediaries to Facilitate External Technology Exploitation - The Case of IP Auctions**Bearbeiter: Frank Tietze**

Currently, markets for technology are still characterized by obstacles that lead to high transaction costs, thus prohibit efficient technology transactions. Although, on the one hand the presence of obstacles leads to high transaction costs, the large market potential on the other hand provides incentives for technology market intermediaries (TMI) to develop new exploitation models to facilitate External Technology Exploitation (ETE) transactions by reducing transaction costs. Throughout the PhD research studies we address the general research question of whether and how new exploitation models in general and patent auctions in particular facilitate ETE.

To address this question, in a first step we generate insights into TMIs acting on markets for technology and derive a conceptual basis for a further understanding of TMIs. Having carried out a detailed review of the literature, we develop a theory based typology for six TMI archetypes. Throughout this exercise we gain insights into the variety of different functions TMIs have on the markets for technology and various new ways how TMIs try to facilitate ETE transactions.

Throughout a second part, we focus on IP auctions as one particular business model of the archetype 'IP Broker'. We investigate this 'young' business model presenting first insights into two qualitative and one quantitative study. In a first step we derive a generic IP auction process based on a qualitative, empirical analysis of IP auction processes. We then translate these results into a theory based process view and derive a generic IP auction process as a specific type of an ETE process. Having thus generated a close understanding of the transaction process, we present results from four cases of successful transactions, i.e. where patents were sold for particular high prices from two SMEs and two MNCs. The case studies are analyzed according to four main aspects including characteristics of the companies that exploited patented technologies (including motives and selection processes), the patented technology as such, the organization of the transaction and the companies' perceptions regarding the success of the transactions. In a third quantitative study from six IP auctions we investigate a large sample of traded patents via IP auctions according to various characteristics.

Für seine Forschungsarbeit hat Herr Tietze im Januar 2008 ein Stipendium der Schwedischen AWA Patent Stiftung erhalten. Der Abschluss der Arbeit ist für die erste Jahreshälfte 2009 geplant.

Globalization of Innovation in Emerging Economies: A Case Study on India Employing the Lead Market Approach

Bearbeiter: Rajnish Tiwari

The imperative to innovate, largely driven by global business opportunities, intense competition and path-breaking technological advances, is in turn increasingly leading to globalization of innovation. Hereby, firms seek to tap global knowledge resources in order to shorten development cycles, reduce development costs or simply to develop products for a particular local market with differing customer tastes, geographic conditions or regulatory requirements.

In recent years there has been a palpable and remarkable trend of multinational enterprises selecting locations in emerging markets, such as China and India, to perform innovation activities including research and development (R&D) work. This is especially true for firms seeking growth opportunities in non-saturated, high volume markets.

India has emerged as a major R&D location with a strong market component for global firms. India's growing middle class – coupled with increasing per capita income – is providing a major boost to domestic consumption. Domestic and global firms in India are increasingly developing products that better suit the needs and wishes of this large middle class (with comparably low individual purchasing power in absolute terms). At the same times firms seek to use Indian market as a low-cost test bed for launching products elsewhere in countries with comparable market structure.

India is seen to be attracting firms for functional, less expensive products with frugal engineering. For instance, the development of the low-cost small car Tata Nano has started a flurry of investments by domestic and global automakers in India to develop, test and launch small cars in India and with a certain time lag to use India as an export base for those models.

This study seeks to analyze India's suitability as a lead market in certain industry sectors, e.g. automobile and auto components, mobile telecommunication, electronic goods (IT hardware, medical equipment), and machinery and machine tools. The industries in question have been selected since they have been observed to display some characteristics described above. In certain instances these product developments may be characterized as disruptive innovations.

2.3 Weitere Forschungsprojekte

Aktivitäten und Merkmale innovativer Kunden (Lead User Forschung)

Projektverantwortung: Prof. Dr. Herstatt

Lead User sind Kunden, die sich in fortschrittlichen Nutzungssituationen befinden und daher schon heute die Bedürfnisse verspüren, die sich erst morgen auf dem Markt durchsetzen werden. Folglich unternehmen sie häufig eigenständige Anstrengungen zur Neuentwicklung von Produkten.

In dem vorliegenden Forschungsprojekt wird zum einen die Bedeutung und empirische Relevanz eigenständiger Entwicklungsaktivitäten seitens der Kunden untersucht. Zum zweiten werden Charakteristika (sozio-demographische Merkmale, Know-how, Erfahrungen) identifiziert, die deutlich zwischen "normalen" Kunden und Lead Usern unterscheiden. Schließlich soll untersucht werden, welches Wissen und welche Informationen User im Innovationsprozess einsetzen („local“ information). Zur Fundierung der untersuchten Zusammenhänge dienen Erkenntnisse aus der Psychologie, dem Entrepreneurship und der ökonomischen Theorie.

Dieses Forschungsprojekt umfasst mehrere Studien in unterschiedlichen empirischen Feldern, wobei wir uns insbesondere auf die Medizintechnik konzentrieren.

Research Project Global Innovation

Project lead: Prof. Dr. Cornelius Herstatt, Dr. Stephan Buse, Dipl.-Kfm. Rajnish Tiwari

A strong trend of internationalization of innovations (the 'Global Innovation') may be observed across all countries actively participating in the global economy. In developed, industrialized economies there has been a long tradition of R&D work by foreign companies. For instance, affiliates of foreign-owned firms spent nearly 12.2 billion euros on R&D in Germany in 2003. At the same time foreign-based affiliates of German firms spent nearly 11 billion euros for R&D work abroad. Latest figures (available for year 2005, released 2008) suggest that affiliates of foreign firms spent 12.62 billion euros in Germany for R&D purposes whereas foreign affiliates of German firms spent 11.44 billion euros on R&D abroad, suggesting a substantial increase in overseas R&D amounting to over 400 million euros in each direction.

This phenomenon has also spread to emerging countries reputed for their scientific capabilities. This trend is reflected in the increasing number of offshore research and development (R&D) centers located in emerging economies such as China and India and in the increasing number of patents granted to domestic firms on inventions made at such foreign locations, as a recent analysis (Nov. 2007) by us shows. The activities are often organized in the form of an offshore captive center, an international joint venture, a third-party offshore outsourcing contract (contract R&D), or a cooperation with academic and/or research institution abroad.

'Global Innovation' is a research project of the Institute of Technology & Innovation Management (TIM) at Hamburg University of Technology (TUHH). It consists of two major studies to understand the impact of Offshore R&D. A primary aim of this project is to observe, analyze and forecast developments in the field of globalization of innovations. It also aims to provide decision-makers from selected industry sectors with useful instruments while deciding on whether or not to internationalize their innovation / R&D activities and to which locations.

Further Information: www.global-innovation.net

Running Studies

- The Role of Innovation in Small Car Segment in Central & Eastern Europe and Turkey
- Innovation in India's Automotive Components Industry: An Analysis Using the Lead Market Approach
- Critical Success Factors in Indian FDI in Germany: Why do some Firms Fail?
- A Critical Analysis of Policy Factors in India's Automotive Industry: Government Influence on the Competitiveness

Completed Studies

- The Emergence of Indian Multinationals: An Empirical Study of Motives, Status-quo and Trends of Indian Investments in Germany (Oct. 2008)
- India's Small Car Industry and its Emergence as a Potential Lead Market for the Low-Cost Small Car Segment (Sept. 2008)
- R&D offshoring and outsourcing activities of German SMEs from the mechanical engineering sector (Sept. 2008)
- Die Internationalisierung von Forschung und Entwicklung in kleinen und mittleren Unternehmen der deutschen Luftfahrtzulieferer-Industrie
- India's Innovation System: Exploring the Strengths (Jan. 2008)
- Developing a standardized model for offshoring CAD projects in concurrent engineering to India (Nov. 2007)
- India's Policies to attract FDI in R&D (Sept. 2007)
- Internationalization of R&D in Automotive Sector: Opportunities and Challenges for German SMEs in Engineering Offshoring to India (Aug. 2007)
- The Challenges of Knowledge Management in Internationally Dispersed R&D Units of MNEs (Aug. 2007)
- Implications of MNCs' International R&D Strategies for SMEs (Jun. 2007)
- Critical Success Factors for the Internationalization of R&D in SMEs (Apr. 2007)
- Outsourcing and Offshoring: Companies and Governments Immersed in a Complex Environment (Apr. 2007)

Perspektiven des Mobile Commerce in Deutschland

Projektverantwortung: Dr. Buse, Dipl.-Kfm. Tiwari

Seit Herbst 2004 läuft an unserem Institut eine Langzeitstudie mit dem Titel "Perspektiven des Mobile Commerce in Deutschland". Die in Kooperation mit der Medieninitiative der Hamburger Wirtschaftsförderungsgesellschaft Hamburg@Work initiierte Untersuchung verfolgt das Ziel, die Erfolgchancen von endkundenbezogenen Mobile-Commerce-Applikationen in ausgesuchten Anwendungsbereichen kritisch zu analysieren. In den einzelnen Teilprojekten (Mobile Informationsdienste, Mobile Entertainment, Mobile Ticketing, Mobile Banking und Mobile Marketing) werden Fallstudienanalysen von ausgesuchten Geschäftsmodellen und großzahlige Nutzerbefragungen durchgeführt. Zudem werden Erfahrungswerte und neueste Entwicklungen aus den führenden Mobile-Commerce-Märkten in Asien und Europa berücksichtigt. Neben einer Reihe von Artikeln, die auf der Projekt-Internetseite www.mobile-prospects.de unter der Rubrik Publikationen aufgeführt sind, erschienen in den letzten beiden Jahren folgende Bücher:

- Stephan Buse und Rajnish Tiwari (Hrsg.): Perspektiven des Mobile Commerce in Deutschland – Grundlagen, Strategien, Kundenakzeptanz, Erfolgsfaktoren, Shaker Verlag, Aachen, 2008.

- Rajnish Tiwari und Stephan Buse: *The Mobile Commerce Prospects – A Strategic Analysis of Opportunities in the Banking Sector*, Hamburg University Press, Hamburg, 2007.

Detaillierte Informationen zu beiden Werken finden sich unter Punkt 2.6.6 (Buchprojekte des Instituts).

EITIM CTO Survey

Projektverantwortung: Prof. Dr. Herstatt, Dipl.-Ing. oec. Frank Tietze M.Sc.

In vielen großen japanischen wie US-amerikanischen Unternehmen wurde seit Mitte der 1980er Jahre die Funktion des sog. „Chief Technology Officers“ (CTO) geschaffen. Durch diese Funktion sollen technologische Synergien in Konzernen besser genutzt und Kompetenzen gebündelt werden, um deren Relevanz für Innovationen frühzeitiger zu erkennen und strategisch zu nutzen.

Gemeinsam mit unseren europäischen Partnerinstituten des European Institute for Technology and Innovation Management (EITIM) untersuchen wir seit 2005, ob die Funktion des CTO auch in europäischen Unternehmen etabliert ist und wie diese inhaltlich definiert wird. In diesem Zusammenhang befragen wir technologisch führende Unternehmen in acht europäischen Ländern sowie vergleichend Unternehmen in Japan und den USA.

Ziel der Untersuchung ist eine systematische Bestandsaufnahme des Rollenverständnisses von CTOs in der Industrie sowie die Ableitung von Implikationen und Entscheidungshilfen, die dem Top Management bei der zukünftigen Gestaltung Ihres Technologie Managements hilfreich sein können.

Nachdem die Relevanz dieses Projektes auf dem EITIM Senior Management Forum im Januar 2006 diskutiert und bestätigt wurde, sind erste Pilotinterviews mit namhaften deutschen und englischen Unternehmen im Frühjahr durchgeführt worden. Im September 2006 wurden 10 Interviews mit Japanischen Unternehmen während eines Forschungsaufenthaltes in Japan durchgeführt. Inzwischen wurden weitere Interviewdaten in der Türkei und der Schweiz erhoben. Erste Ergebnisse davon wurden auf dem Senior Management Forum 2007 vorgestellt. Außerdem stand das Senior Management Forum 2008 unter dem Titel „Science to Business - The CTO's Role in Creating the Future“. Erste Ergebnisse der Studie wurden ferner veröffentlicht in:

- Herstatt, C., F. Tietze, et al. (2007). "The Chief Technology Officer (CTO) in Theory and Practice: A literature review and results from field research in Japan." *International Journal for Innovation and Technology Management*.
- Tietze, F., P. Lorenzen, et al. (forthcoming, 2009). "The role of the Chief Technology Officer - Different perspectives." *Creativity and Innovation Management*.

Management, Economics, and IP Strategies in R&D, Innovation, and Business Development Processes (MELT)

Projektverantwortung: Prof. Dr. Herstatt, Dr. Raasch

Various forces and trends, such as technological convergence, technological diversification and technological levelling on a global scale spurs the development of open distributed innovation (ODI) processes in large/small, young/old/leading/following companies and countries. This in turn fosters new developments in the areas of R&D/technology/innovation management. An increasingly important management area in this context is IP management and the use of IPRs and IP contracting for governance of ODI processes. The general purpose of this project is to learn (through research) and teach how various ODI-processes could be managed more

economically efficient by proper use of IP contracts, IP regimes and IPM skills, e.g. in mergers, acquisitions and spin-offs, technology collaborations, licensing in/out and technology intelligence. The project consists of design of a general framework together with an open portfolio of sub-studies, e.g. of valuation and pricing of new technologies, generalizability of open source models, new business models for technology exploitation, know-how and patent licensing, standards and IP, efficiency and stability of technology collaborations, and patent information and publication analysis. The project is also conducted as an open, collaborative project, with research team members distributed across disciplines, organizations and locations. Research team: Prof. Dr. Ove Granstrand (Principal Investigator) (Chalmers University of Technology, CTH); M.Sc. Marcus Holgersson (Project Coordinator) (CTH); J.D. Thomas Ewing (CTH); Prof. J.D. Bengt Domeij (Royal Institute of Technology, KTH); Prof. Dr. Cornelius Herstatt (Technische Universität Hamburg-Harburg, TUHH); Dr. Antje-Christina Raasch (TUHH), M.Sc. Frank Tietze (Coordinator Germany, TUHH), Prof. Olle Persson (Umeå University); Prof. Claes Wahlbin (Jönköping University)

OSI (Open Source Innovation)

Projektverantwortung: Prof. Dr. Herstatt, Dr. Raasch

Die wissenschaftliche Zielsetzung dieses Projekts sind systematische Untersuchungen der Übertragung von Open Source-/ Open Innovation-Prinzipien auf andere Branchen. Dabei soll nicht die hinreichend erforschte Motivationslage der Teilnehmer an Open Source-Projekten oder die vielfach in diesem Zusammenhang diskutierte Kundenintegration in die Produktentwicklung fokussiert werden. Stattdessen werden insbesondere die branchenspezifische Zweckmäßigkeit und die Determinanten der Übertragung untersucht. Ziele des Projekts sind u.a.

- die Entwicklung einer Theorie zum Beitrag der Open Source / Open Innovation zur Entwicklung innovativer Produkte und Dienstleistungen
- die empirische Evaluierung und Validierung der Theorie
- die empirisch gestützte Analyse sozialer, ökonomischer, technischer und juristischer Rahmenbedingungen
- die Untersuchung und Systematisierung der Voraussetzungen und Parameter der Übertragbarkeit auf andere Branchen
- eine Analyse der mit der Übertragung verbundenen Risiken sowie
- die Formulierung eines Handlungsrahmens und abzuleitender Empfehlungen für die Politik.

Das Projekt wird vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) im Rahmen der Innovations- und Technikanalyse (ITA) gefördert. Projektträger ist die VDI/VDE Innovations- und Technik GmbH. Projektbeteiligte sind Prof. Dr. Thorsten Blecker (Koordinator, TUHH), Prof. Dr. Cornelius Herstatt (TUHH), Prof. Dr. Rolf von Lüde (Universität Hamburg), Dr. Christina Raasch (TUHH), Dr. Doris Blutner (Universität Hamburg) und Dr. Nizar Abdelkafi (TUHH).

DAAD Projekt – Vorbereitung auf Erasmus Mundus II im Bereich der europäischen Doktorandenausbildung

Projektverantwortung: Prof. Dr. Herstatt, Dipl.-Ing. oec Frank Tietze, M.Sc.

Im Jahre 2000 wurde das EITIM Netzwerk (European Institute for Technology and Innovation Management, siehe www.eitim.org) mit dem Ziel der länderübergreifenden, kooperativen Förderung von Forschung und Lehre im Bereich des „Technologie- und Innovationsmanagements“ gegründet. Von Beginn an hat das Netzwerk auf informeller Ebene eine Vielzahl von Aktivitäten zur Unterstützung der Doktoranden an den beteiligten Instituten

organisiert. Diese sollen zukünftig auf ein erweitertes EITIM-Netzwerk ausgeweitet und durch ein Europäisches Doktorandenprogramm formalisiert werden.

Im kommenden Jahr wird daher im Rahmen des neu aufgelegten Erasmus Mundus Programms (EM2) eine Förderung zur Einrichtung eines europäischen Doktorandenprogramms im Bereich „Technologie- und Innovationsmanagement“ (TIM) beantragt werden (EU-TIM-PhD). Grundlage für die Ausgestaltung des Programms ist das EITIM+ Netzwerk, das sich aus den am Erasmus Mundus geförderten Masterstudiengang „Global Innovation Management“ (GIM) beteiligten Instituten und dem EITIM Netzwerk zusammensetzt. Federführendes „Bindeglied“ ist das antragstellende Institut für Technologie- und Innovationsmanagement an der Technischen Universität Hamburg-Harburg (TUHH). Es wird von zwei „Lead Partnern“, dem Institute for Manufacturing der University of Cambridge (England) und dem Center for Industrial Production der Aalborg University (Dänemark), unterstützt.

Im Rahmen des Programms wird voraussichtlich eine jährliche Kohorte von 24 Doktoranden (davon 20% aus Deutschland) studieren. Die Doktoranden verbringen das erste Jahr an ihrer Heimatuniversität, forschen im zweiten Jahr an einem der EITIM+ Partnerinstitute im Ausland und schließen am Ende des dritten Jahres ihre Promotion an der Heimatuniversität ab. Begleitet wird das Programm durch exklusive PhD-Schools, auf denen alle Doktoranden jahrgangsübergreifend und europaweit einmal jährlich zusammen kommen.

Erklärtes Ziel des „EU-TIM-PhD“ ist es, hochqualifizierten akademischen Nachwuchs im interdisziplinären Bereich zwischen Technik und Betriebswirtschaft, im Technologie- und Innovationsmanagement, zu qualifizieren. Die Absolventen werden nach Abschluss des Programms Forschungserfahrung im Ausland erworben haben und sind auf internationaler Ebene miteinander vernetzt. Des Weiteren soll dieses Doktorandennetzwerk dazu beitragen, die länderübergreifende Forschung im Bereich des TIM weiter zu intensivieren, indem vorhandene Synergien und Komplementaritäten noch effektiver genutzt und institutsübergreifende Forschungsschwerpunkte aufgebaut werden.

Das vorliegende Programm dient der Klärung der Machbarkeit dieses anspruchsvollen Vorhabens und wird vom DAAD finanziert.

2.4 LUIS (2007 und 2008)

Das Lehrstuhlübergreifende Innovationsforschungsseminar (LUIS), welches gemeinsam von Frau Prof. Grosse, Herrn Prof. Bürgel, Herrn Prof. Möhrle und Herrn Prof. Herstatt geleitet wird, dient der Präsentation und Diskussion aktuell von ihnen betreuter Dissertationsprojekte.

Das Seminar 2007 wurde im Juni in den Räumen des Lehrstuhls von Frau Prof. Grosse an der TU Bergakademie Freiberg abgehalten. Im Rahmen eines anderthalbtägigen Workshops wurden die aktuellen Stände der einzelnen Dissertationsvorhaben präsentiert sowie Themen und Methodiken zur Diskussion gestellt. Die Verschiedenartigkeit der betreuten Projekte liefert dabei einen breiten Überblick über die verschiedensten Fragestellungen des Technologie- und Innovationsmanagements.

Im Oktober 2008 fand das Forschungsseminar wieder am Institut für Technologie- und Innovationsmanagement an der TU Hamburg-Harburg statt.

2.5 TIM-Forsch - Das Forschungskolloquium am Institut für Technologie- und Innovationsmanagement

Ziel

TIM-FORSCH soll unter Nutzung des kreativen Potentials aller Mitarbeiter die Qualität der wissenschaftlichen Arbeiten erhöhen. Dabei soll nicht die Präsentation, sondern die Diskussion im Mittelpunkt stehen.

Inhalte

Statusbericht: Kurzberichte über den aktuellen Stand der Arbeiten durch alle Teilnehmer

Forschungsdiskussion: Ausführliche Besprechung der Detailfragen von ein bis zwei Teilnehmern

Blick nach Außen: Besprechung interessanter Arbeiten außerhalb des Arbeitsbereiches

Handwerkszeug: Vermittlung von Methoden der empirischen Forschung mit Bezug zum aktuellen Bearbeitungsstand der Arbeiten.

Terminplanung

Externe Teilnehmer (Professoren, wissenschaftliche Mitarbeiter, ausgewählte Studenten) sind herzlich zur Teilnahme eingeladen. Hierzu wird alle sechs bis acht Wochen eine offene Veranstaltung stattfinden, in der neue Entwicklungen im Innovationsmanagement sowie Methoden der empirischen Forschung behandelt werden. Die nächsten Termine finden sie unter der Rubrik Aktuelles.

2.6 Publikationen (2007-2008)

2.6.1 Prof. Dr. Cornelius Herstatt

a) Aufsätze in Fachzeitschriften

C. Herstatt, M. Grote: Wie Konzerne innovativer werden, in: Harvard Business Manager, Dezember 2008

C. Stockstrom, C. Herstatt: Planning and Uncertainty in New Product Development, in: R&D Management 38, 11, 2008

B. Verworn, C. Herstatt, A. Nagahira: The fuzzy front end of Japanese new product development projects: impact on success and differences between incremental and radical projects, in: R&D Management 38, 1, 2008

V. Braun, C. Herstatt: The Freedom-Fighters: Why incumbent corporations are attempting to control user-innovation, in: International Journal of Innovation Management, Vol.12, No. 3 (Sept, 2008)

C. Raasch, C. Herstatt: The dynamics of user innovation: Factors sustaining innovation activity, in: International Journal of Innovation Management, Vol.12, No. 3 (Sept, 2008)

C. Herstatt, R. Tiwari, D. Ernst and S. Buse: India's National Innovation System: Key Elements and Corporate Perspectives, East-West Center, Working Paper No. 96, Economic Series; August. 2008.

V. Braun, C. Herstatt: Barriers to User-Innovation: Moving towards a Paradigm of "License to Innovate", in: International Journal for Technology Policy and Management, Vol.7, No.3, 2007

C. Herstatt, F. Tietze, D. Probert, A. Nagahira: The Chief Technology Officer (CTO) in Theory and Practice: A literature review and results from field research in Japan, in: International Journal of Innovation and Technology Management (IJITM), September 2007

C. Herstatt, A.-Chr. Raasch: So halten Sie Konkurrenten auf Distanz, in: Harvard Business Manager, November 2007

b) Aufsätze in Sammelwerken

C. Herstatt: Innovationsmanagement, in: H. Corsten, R. Gössinger: Lexikon der Betriebswirtschaftslehre, 5. Auflage, München (Oldenbourg), 2008

R. Tiwari, S. Buse, C. Herstatt: "Mobile Services in Banking Sector: The Role of Innovative Business Solutions in Generating Competitive Advantage", in: A.K. Sohani and K.N. Rao (Eds.): Innovations in Banking: Some New Concepts and Cases, the Icfai University Press, Hyderabad, India. ISBN: 978-81-314-1471-2

R. Tiwari, S. Buse, C. Herstatt: From Electronic to Mobile Commerce: Technology Convergence enables Innovative Business Services, in: S. Buse, R. Tiwari (Hrsg.): Perspektiven des Mobbile Commerce in Deutschland, Aachen (Shaker) 2008

Herstatt, C., R. Tiwari und S. Buse (2008): India's National Innovation System: Key Elements and Corporate Perspectives, in: C. Herstatt and C. Stockstrom (Hrsg.): International Business Management, McGraw-Hill Primis

C. Herstatt: Innovationsaudit, in: R.-D. Reineke, F. Bock: Gabler Lexikon Unternehmensberatung, Wiesbaden 2007

C. Herstatt: Innovationsprozess, in: R.-D. Reineke, F. Bock: Gabler Lexikon Unternehmensberatung, Wiesbaden 2007

F. Skiba, C. Herstatt: Lead Users for Radical Service Innovations, in: W. Kersten, T. Blecker, C. Herstatt: Innovative Logistics Management, Berlin 2007 (Erich Schmidt Verlag)

S. Buse, S. Trapp, C. Herstatt: Innovationsaudits als Instrument der Unternehmensplanung in KMU, in: J.-A. Meyer (Hrsg.): Planung in kleinen und mittleren Unternehmen, Köln 2007

C. Hipp, C. Herstatt: Service innovation, user involvement and intellectual property management. In: Edvardsson, B., Gustafsson A., Kristensson, P., Magnusson, P. and Matthing, J. (eds.): Involving Customers in New Service Development. London: Imperial College Press, 2007

C. Herstatt, B. Verworn: Bedeutung und Charakteristik der frühen Phasen des Innovationsprozesses, in: C. Herstatt, B. Verworn (Hrsg.): Management der frühen Innovationsphasen, Grundlagen – Methoden - -Neue Ansätze, 2. Auflage, Wiesbaden (Gabler) 2007

C. Herstatt, C. Lühje, C. Lettl: Fortschrittliche Kunden zu Breakthrough-Innovationen stimulieren, in: C. Herstatt, B. Verworn (Hrsg.): Management der frühen Innovationsphasen, Grundlagen – Methoden - -Neue Ansätze, 2. Auflage, Wiesbaden (Gabler) 2007

B. Verworn, C. Herstatt: Strukturierung und Gestaltung der frühen Phasen des Innovationsprozesse, in: C. Herstatt, B. Verworn (Hrsg.): Management der frühen Innovationsphasen, Grundlagen – Methoden - Neue Ansätze, 2. Auflage, Wiesbaden (Gabler) 2007

- C. Herstatt: Management der frühen Phasen von Breakthrough-Innovationen, in: C. Herstatt, B. Verworn (Hrsg.): Management der frühen Innovationsphasen, Grundlagen – Methoden - -Neue Ansätze, 2. Auflage, Wiesbaden (Gabler) 2007
- C. Hipp, C. Herstatt, E. Husmann: Besonderheiten von Dienstleistungsinnovationen – eine fallstudiengestützte Untersuchung der frühen Innovationsphasen, in C. Herstatt, B. Verworn (Hrsg.): Management der frühen Innovationsphasen, Grundlagen – Methoden - -Neue Ansätze, 2. Auflage, Wiesbaden (Gabler) 2007
- Tiwari, R., S. Buse und C. Herstatt (2007): Innovation via Global Route: Proposing a Reference Model for Chances and Challenges of Global Innovation Processes, in: Proceedings of the Second International Conference on Management of Globally Distributed work, Indian Institute of Management, Bangalore, (IIM-B), Jul. 25-27, S. 451-465.
- Tiwari, R. und S. Buse (2007): The Mobile Commerce Prospects: A Strategic Analysis of Opportunities in the Banking Sector, Hamburg: Hamburg University Press.
- Herstatt, C., S. Buse, R. Tiwari und C. Stockstrom (2007): Innovationshemmnisse in KMU der Metropolregion Hamburg: Ergebnisse einer empirischen Untersuchung in ausgewählten Branchen, Forschungsprojekt RIS-Hamburg, TIM / TU Hamburg-Harburg.
- Herstatt, C., S. Buse R. Tiwari und S. Hieber (2007): Potenziale der internationalen Vermarktung in KMU: Entwicklung eines Instrumentes zur Selbstanalyse der kritischen Erfolgsfaktoren, Forschungsprojekt RIS-Hamburg, TIM / TU Hamburg-Harburg.
- Herstatt, C., S. Buse R. Tiwari, und M. Umland (2007): Innovationshemmnisse in kleinen und mittelgroßen Unternehmen: Konzeption der empirischen Untersuchung, Forschungsprojekt RIS-Hamburg, TIM / TU Hamburg-Harburg.
- Herstatt, C., E.-M. Kern, S. Buse, R. Tiwari und C. Stockstrom (2007): Erfolgreiches Projektmanagement in der Neuproduktentwicklung von KMU: Strategien und Massnahmen, Forschungsprojekt RIS-Hamburg, TIM / TU Hamburg-Harburg.
- C. Herstatt, S. Buse, D. de Vries und C. Stockstrom (2007): Die Inanspruchnahme öffentlicher Förderprogramm durch KMU: Zugang und Administration, Forschungsprojekt RIS-Hamburg des TIM/TUHH, Hamburg
- C. Herstatt, S. Buse, S. Trapp und C. Stockstrom (2007): Leistungsmerkmale eines KMU-gerechten Innovationsaudits, Forschungsprojekt RIS-Hamburg des TIM/TUHH, Hamburg
- C. Herstatt, S. Buse, S. Trapp und C. Stockstrom (2007): Workshop „Hamburger Innovationsaudit“: Erwartungen und Ziele, Forschungsprojekt RIS-Hamburg des TIM/TUHH, Hamburg

c) Veröffentlichte Konferenzbeiträge

- L. Janzik, C. Herstatt: Innovation Communities: Motivation and Incentives for Community Members to Contribute, Proceedings of ICMIT, 4th International Conference on Management of Innovation and Technology, Bangkok September 24th 2008
- K. Kalogerakis, C. Lüthje, C. Herstatt, M. Schulthess: The Value of Analogies in NPD - An empirical investigation of industrial designers, Proceedings of the International Product Development Conference (IPDMC), Hamburg June 29, 2008

F. Skiba, C. Herstatt: Integration of users as a source for radical service innovation, Proceedings of the International Product Development Conference (IPDMC), Hamburg June 29, 2008

C. Raasch, C. Herstatt, T. Blecker, N. Abdelkafi: Open source innovation – out of software?, Proceedings of the International Product Development Conference (IPDMC), Hamburg June 29, 2008

F. Kohlbacher, C. Herstatt: The Silver Market Phenomen – Implications for Product Development Management, Proceedings of the International Product Development Conference (IPDMC), Hamburg June 29, 2008

C. Raasch, C. Herstatt, N. Abdelkafi: Creating Open Source Innovation - Outside the Software Industry, in: Proceedings of Portland International Conference of Management Engineering and Technology (PICMET), Cape Town July 26 2008

C. Stockstrom, C. Herstatt: Improving Innovation Management Practices: The Use of Experimentation, in: International Association for Management of Technology, IAMOT 2008 Proceedings, Dubai April 10th 2008

C. Herstatt, F. Kohlbacher: Product Development for the Silver Market, in: International Association for Management of Technology, IAMOT 2008 Proceedings, Dubai April 10th 2008

R. Tietz, C. Herstatt: How to build a Virtual Community – A Process Model, in: Proceedings of European Academy of Management Conference (EURAM 2007), Paris May 16-19, 2007

R. Tiwari, S. Buse, C. Herstatt: Innovation via Global Route: Proposing a Reference Model for Chances and Challenges of Global Innovation Processes, in: Proceedings of the International Conference on Management of Globally Distributed Work (ICMGDW 2007), Bangalore July 2007

C. Stockstrom, C. Herstatt: Planning and Uncertainty in NPD, in: R+D-Management, Conference Proceedings, Bremen, July 4-6, 2007

Tiwari, R. und S. Buse: Barriers to Innovation in SMEs: Can the Internationalization of R&D Mitigate their Effects?, in: Proceedings of the 1st European Conference on Corporate R&D (CONCORD 2007): "Knowledge for Growth: Role and Dynamics of Corporate R&D", Seville, Okt. 8-9, 2007

Tiwari, R., S. Buse und C. Herstatt: Mobile Services in Banking Sector: The Role of Innovative Business Solutions in Generating Competitive Advantage, in: Proceedings of the 8th International Research Conference on Quality, Innovation and Knowledge Management, New Delhi, Feb. 12-14, 2007

C. Herstatt, N. Lühring: Coordination of R+D-projects, in: R+D-Management, Conference Proceedings, Bremen, July 4-6, 2007

C. Herstatt, F. Tietze, P. Lorenzen: The Role Of The Chief Technology Officer (CTO) – Responsibilities, Skills & Qualifications, in: Proceedings of the 14TH INTERNATIONAL PRODUCT DEVELOPMENT MANAGEMENT CONFERENCE, Porto (Portugal), June 2007

R. Tiwari, S. Buse, C. Herstatt: Mobile Services in Banking Sector: The Role of Innovative Business Solutions in Generating Competitive Advantage, in: Proceedings of 8th International Research Conference on Knowledge, Innovation and Quality Management, New Delhi February 2007

d) Bücher

F. Kohlbacher, C. Herstatt (Editors.): The Silver Market Phenomenon – Business Opportunities in an Era of Demographic Change, Berlin/Heidelberg 2008 (Springer)

W. Kersten, T. Blecker, C. Herstatt: Key Factors for Successful Logistics: Services, Transportation Concepts, IT and Management Tools, Berlin 2007 (Erich Schmidt Verlag)

W. Kersten, T. Blecker, C. Herstatt: Innovative Logistics Management, Competitive Advantages through new Process and Services, Berlin 2007 (Erich Schmidt Verlag)

2.6.2 Dr. Stephan Buse**a) Aufsätze in Fachzeitschriften**

C. Herstatt, R. Tiwari, D. Ernst und S. Buse (2008): India's National Innovation System: Key Elements and Corporate Perspectives, East-West Center, Working Paper No. 96, Economic Series, August

b) Aufsätze in Sammelwerken

S. Buse (2008): Global Innovation: Strengthening the Innovativeness of Small and Medium-Sized Enterprises?, Beitrag zum Tagungsband des Forums der Deutschen Mittelstandsforschung, Frankfurt, Oktober 2008 (erscheint in Kürze)

R. Tiwari, S. Buse und C. Herstatt (2008): Mobile Services in Banking Sector: The Role of Innovative Business Solutions in Generating Competitive Advantage, in: A.K. Sohani and K.N. Rao (Eds.): Innovations in Banking: Some New Concepts and Cases, Hyderabad: Icfai University Press, S. 145-161. ISBN: 978-81-314-1471-2

S. Buse und R. Tiwari (2008): Der mobile Kunde: Ausgewählte Ergebnisse des Forschungsprojektes, in: S. Buse und R. Tiwari (Hrsg.): Perspektiven des Mobile Commerce in Deutschland: Grundlagen, Strategien, Kundenakzeptanz, Erfolgsfaktoren, Aachen: Shaker Verlag, S. 7-18.

S. Buse und R. Tiwari (2008): Grundlagen des Mobile Commerce, in: S. Buse und R. Tiwari (Hrsg.): Perspektiven des Mobile Commerce in Deutschland: Grundlagen, Strategien, Kundenakzeptanz, Erfolgsfaktoren, Aachen: Shaker Verlag, S. 19-83.

R. Tiwari, S. Buse und C. Herstatt (2008): From Electronic to Mobile Commerce: Technology Convergence enables Innovative Business Services, in: S. Buse, R. Tiwari (Hrsg.): Perspektiven des Mobile Commerce in Deutschland: Grundlagen, Strategien, Kundenakzeptanz, Erfolgsfaktoren, Aachen: Shaker Verlag, S. 85-113.

R. Tiwari und S. Buse (2008): Mobile Banking auf dem Vormarsch: Ausgewählte Studienergebnisse, in: S. Buse und R. Tiwari (Hrsg.): Perspektiven des Mobile Commerce in Deutschland: Grundlagen, Strategien, Kundenakzeptanz, Erfolgsfaktoren, Aachen: Shaker Verlag, S. 115-126.

S. Buse und K. Siegmund (2008): Mobile Unterhaltungsdienste, in: S. Buse und R. Tiwari (Hrsg.): Perspektiven des Mobile Commerce in Deutschland: Grundlagen, Strategien, Kundenakzeptanz, Erfolgsfaktoren, Aachen: Shaker Verlag, S. 127-287.

S. Buse und F. Fiedler (2008): Mobile Informationsdienste, in: S. Buse und R. Tiwari (Hrsg.): Perspektiven des Mobile Commerce in Deutschland: Grundlagen, Strategien, Kundenakzeptanz, Erfolgsfaktoren, Aachen: Shaker Verlag, S. 289-429.

S. Buse und C. Steinhoff (2008): Mobile Marketing, in: S. Buse und R. Tiwari (Hrsg.): Perspektiven des Mobile Commerce in Deutschland: Grundlagen, Strategien, Kundenakzeptanz, Erfolgsfaktoren, Aachen: Shaker Verlag, S. 431-544.

S. Buse und G. Hülskamp (2008): Mobile Ticketing, in: S. Buse und R. Tiwari (Hrsg.): Perspektiven des Mobile Commerce in Deutschland: Grundlagen, Strategien, Kundenakzeptanz, Erfolgsfaktoren, Aachen: Shaker Verlag, S. 545-646.

C. Herstatt, R. Tiwari und S. Buse (2008): India's National Innovation System: Key Elements and Corporate Perspectives, in: C. Herstatt and C. Stockstrom (Hrsg.): International Business Management, McGraw-Hill Primis

S. Buse, S. Trapp und C. Herstatt (2007): Innovationsaudits als Instrument der Unternehmensplanung in KMU, in: J.-A. Meyer (Hrsg.): Planung in kleinen und mittleren Unternehmen, Köln

C. Herstatt, S. Buse und J. Napp (2007): Kooperationen in den frühen Innovationsphasen: Potentiale für kleine und mittlere Unternehmen, Forschungsprojekt RIS-Hamburg des TIM/TUHH, Hamburg

C. Herstatt, S. Buse, R. Tiwari und C. Stockstrom (2007): Innovationshemmnisse in KMU der Metropolregion Hamburg: Ergebnisse einer empirischen Untersuchung in ausgewählten Branchen, Forschungsprojekt RIS-Hamburg des TIM/TUHH, Hamburg

C. Herstatt, S. Buse, R. Tiwari und S. Hieber (2007): Potenziale der internationalen Vermarktung in KMU: Entwicklung eines Instrumentes zur Selbstanalyse der kritischen Erfolgsfaktoren, Forschungsprojekt RIS-Hamburg des TIM/TUHH, Hamburg

C. Herstatt, S. Buse, R. Tiwari und M. Umland (2007): Innovationshemmnisse in kleinen und mittelgroßen Unternehmen: Konzeption der empirischen Untersuchung, Forschungsprojekt RIS-Hamburg des TIM/TUHH, Hamburg

C. Herstatt, C. Raasch und S. Buse (2007): Kooperationen zwischen KMU und Hochschulinstituten: Herausforderungen und Lösungsansätze, Forschungsprojekt RIS-Hamburg des TIM/TUHH, Hamburg

C. Herstatt, S. Buse und F. Tietze (2007): Externe Technologieverwertung: Maßnahmen zur Stärkung der Innovationskraft Hamburger KMU, Forschungsprojekt RIS-Hamburg des TIM/TUHH, Hamburg

C. Herstatt, S. Buse, D. de Vries und C. Stockstrom (2007): Die Inanspruchnahme öffentlicher Förderprogramme durch KMU: Zugang und Administration, Forschungsprojekt RIS-Hamburg des TIM/TUHH, Hamburg

C. Herstatt, E.-M. Kern, S. Buse, R. Tiwari und C. Stockstrom (2007): Erfolgreiches Projektmanagement in der Neuproduktentwicklung von KMU: Strategien und Maßnahmen, Forschungsprojekt RIS-Hamburg des TIM/TUHH, Hamburg

C. Herstatt, S. Buse, S. Trapp und C. Stockstrom (2007): Leistungsmerkmale eines KMU-gerechten Innovationsaudits, Forschungsprojekt RIS-Hamburg des TIM/TUHH, Hamburg

C. Herstatt, S. Buse, S. Trapp und C. Stockstrom (2007): Workshop „Hamburger Innovationsaudit“: Erwartungen und Ziele, Forschungsprojekt RIS-Hamburg des TIM/TUHH, Hamburg

c) Veröffentlichte Konferenzbeiträge

S. Buse (2008): Global Innovation: Strengthening the Innovativeness of Small and Medium-Sized Enterprises?, Beitrag zum Tagungsband des Forums der Deutschen Mittelstandsforschung, Frankfurt, Oktober 2008 (erscheint in Kürze)

S. Buse, R. Tiwari und C. Herstatt (2008): Global Innovation: An Answer to Mitigate Barriers to Innovation in Small and Medium-sized Enterprises?, in: Proceedings of the 4th International Conference on Management of Innovation and Technology (ICMIT2008), Bangkok, Sept. 21-24.

R. Tiwari und S. Buse (2007): Barriers to Innovation in SMEs: Can the Internationalization of R&D Mitigate their Effects?, in: Proceedings of the 1st European Conference on Corporate R&D (CONCORD 2007): "Knowledge for Growth: Role and Dynamics of Corporate R&D", Seville, Okt. 8-9

R. Tiwari, S. Buse und C. Herstatt (2007): Innovation via Global Route: Proposing a Reference Model for Chances and Challenges of Global Innovation Processes, in: Proceedings of the Second International Conference on Management of Globally Distributed work, Indian Institute of Management, Bangalore, (IIM-B), Jul. 25-27, S. 451-465.

R. Tiwari, S. Buse und C. Herstatt (2007): Mobile Services in Banking Sector: The Role of Innovative Business Solutions in Generating Competitive Advantage, in: Proceedings of the 8th International Research Conference on Quality, Innovation and Knowledge Management, New Delhi, Feb. 12-14

d) Bücher

S. Buse und R. Tiwari (Hrsg.) (2008): Perspektiven des Mobile Commerce in Deutschland: Grundlagen, Strategien, Kundenakzeptanz, Erfolgsfaktoren, Aachen, Shaker Verlag.

R. Tiwari und S. Buse (2007): The Mobile Commerce Prospects: A Strategic Analysis of Opportunities in the Banking Sector, Hamburg, Hamburg University Press.

e) Beiträge in Wirtschaftszeitschriften und Zeitungen

S. Buse und R. Tiwari (2007): Der mobile Kunde: Perspektiven des Mobile Commerce in Deutschland, in: Goldwyn Report, (Goldwyn Partners Group AG), Ausgabe 04

2.6.3 Dr. Florian Kohlbacher

a) Aufsätze in Fachzeitschriften

Kohlbacher, Florian (2009), "Strategic Knowledge-based Marketing", International Journal of Knowledge Management Studies. (forthcoming)

Guettel Wolfgang, Stefan Konlechner, Florian Kohlbacher and Beate Haltmeyer (2009), "Strategies against competency obsolescence: the case of R&D-intensive organizations", International Journal of Human Resources Development and Management. (forthcoming)

Kohlbacher, Florian (2008), "Knowledge-Based Marketing – Building and Sustaining Competitive Advantage through Knowledge Co-Creation," *International Journal of Management and Decision Making*, 9(6), 617-645.

Ichijo, Kazuo and Florian Kohlbacher (2008), "Tapping Tacit Local Knowledge in Emerging Markets – The Toyota Way", *Knowledge Management Research and Practice*, 6(3), 173-186.

Kohlbacher, Florian (2008). "Knowledge-based New Product Development: Fostering Innovation through Knowledge Co-Creation". *International Journal of Technology Intelligence and Planning*, 4(3), 326-346.

Kohlbacher, Florian (2007), „Baby Boomer Retirement, Arbeitskräftemangel und Silbermarkt: Herausforderungen und Chancen des demographischen Wandels für Unternehmen in Japan“ (Baby boomer retirement, labor shortage and silver market: Challenges and chances of demographic change for businesses in Japan), *Wirtschaftspolitische Blätter*, 54(4), 745-758.

Kohlbacher, Florian and Michael O.B. Kraehe (2007), "Knowledge Creation and Transfer in a Cross-Cultural Context - Empirical Evidence from Tyco Flow Control," *Knowledge and Process Management*. 14 (3), 169-181.

Ichijo, Kazuo and Florian Kohlbacher (2007), "The Toyota Way of Global Knowledge Creation: The Learn Local – Act Global Strategy," *International Journal of Automotive Technology and Management*. 7 (2/3), 116-134.

Kohlbacher, Florian and Kazuo Mukai (2007), "Japan's Learning Communities in Hewlett-Packard Consulting & Integration: Challenging One-Size Fits All Solutions," *The Learning Organization*. 14(1), 8-20

b) Aufsätze in Sammelwerken

Kohlbacher, Florian (2008), "Leveraging Organizational Capital for Innovation: The Process of Marketing Knowledge Co-Creation", in *Organizational Capital: Modelling, Measuring and Contextualising*, Ahmed Bounfour (Ed.), Routledge

Kasper, Helmut and Florian Kohlbacher (2007), "Knowledge Management across Borders: Empirical Evidence of the Current Status and Practices of Knowledge Management in Multinational Corporations," in *Challenges in the Management of New Technologies*, Marianne Hörlesberger, Mohamed El-Nawawi and Tarek Khalil (Eds.), World Scientific Publishing Company, 279-294.

c) Veröffentlichte Konferenzbeiträge

Wilhelm, Miriam and Florian Kohlbacher (2008), "The role of Coopetition for Knowledge-Co-Creation: The Case of Toyota's Supplier Network", *EIASM 2nd Workshop on 'coopetition' strategy*, Madrid, February 7-8, 2008.

Takahashi, Toshikazu and Florian Kohlbacher (2008), "Cross-Cultural Knowledge Sharing -Comparative Cases from Yasukawa Electric and Kitagawa Iron Works-", *The Association of Japanese Business Studies (AJBS) Conference*, Milan.

Wilhelm, Miriam and Florian Kohlbacher (2008), "Coopetition and Knowledge-Co-Creation in Japanese Keiretsu Networks: The Case of Toyota", *The Association of Japanese Business Studies (AJBS) Conference*, Milan.

- Nonaka, Ikujiro, Florian Kohlbacher and Ryoko Toyama (2007), "Sustainable Innovation through Knowledge Co-Creation with Customers: The Concept of 'Ba' Revisited", 67th Annual Academy of Management Meeting, Philadelphia
- Kohlbacher, Florian and C.C. Hang (2007), "Disruptive Innovations and the Greying Market", The 2007 IEEE International Conference on Industrial Engineering and Engineering Management (IEEM), Singapore
- Nonaka, Ikujiro, Florian Kohlbacher and Ryoko Toyama (2007), "Co-Creative Leadership for Embedding Phronesis in Organizations", European Academy of Management Annual Conference (EURAM), Paris
- Guettel Wolfgang, Stefan Konlechner, Beate Haltmeyer, and Florian Kohlbacher (2007), "Preventing Competencies From Obsolescence: The Case Of Research-Intensive Organizations", European Academy of Management Annual Conference (EURAM), Paris
- Ichijo, Kazuo and Florian Kohlbacher (2007), "Toyota's Global Knowledge Strategy", 49th Annual Meeting of the Academy of International Business (AIB), Indianapolis
- Kohlbacher, Florian, Nigel Holden, Martin Glisby, and Aida Numic (2007), "Knowledge-based Approaches to International Marketing: Unleashing the Power of Tacit Local and Global Knowledge to Create Competitive Advantage", 49th Annual Meeting of the Academy of International Business (AIB), Indianapolis
- Kohlbacher, Florian (2007), "Knowledge Retention and HRM: Insights from the 'Year 2007 Problem' in Japan", The Association of Japanese Business Studies (AJBS) Conference, Indianapolis
- Kohlbacher, Florian (2007), "Knowledge-based Approaches to International Marketing: Creation and Transfer of Marketing Knowledge in Multinational Corporations", 23rd European Group for Organizational Studies (EGOS) Colloquium, Vienna
- Wilhelm, Miriam and Florian Kohlbacher (2007), "The role of Competition for Knowledge- Co-Creation: The case of Toyota's Supplier Network", 23rd European Group for Organizational Studies (EGOS) Colloquium, Vienna
- Kohlbacher, Florian and Peter Sicher (2007), "Strategically Managing Integrated Customer Knowledge: Leveraging Global Account Management's Hidden Value", 27th Strategic Management Society (SMS) Annual International Conference, San Diego

d) Bücher

- F. Kohlbacher, C. Herstatt (Editors.): *The Silver Market Phenomenon – Business Opportunities in an Era of Demographic Change*, Berlin/Heidelberg 2008 (Springer)
- Nonaka, Ikujiro, Ryoko Toyama, and Toru Hirata, in collaboration with Susan Bigelow, Ayano Hirose and Florian Kohlbacher (2008). *Managing Flow: A Process Theory of the Knowledge-Based Firm*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Kohlbacher, Florian (2007), *International Marketing in the Network Economy: A Knowledge-based Approach*, Basingstoke, Palgrave Macmillan.

e) Arbeitspapiere

Prieler, Michael, Florian Kohlbacher, Shigeru Hagiwara and Akie Arima (2008), "The Representation of Older People in Japanese Television Advertising", .DIJ Working Paper 08/2, Tokyo: Deutsches Institut für Japanstudien / Stiftung D.G.I.A., 44 p.

f) Beiträge in Wirtschaftszeitschriften und Zeitungen

Kraehe, Michael O.B. and Florian Kohlbacher (2008), "Quality Control - A Matter of Taste: Respecting customers' quality requirements", J@pan Inc, December 2008, 27-29.

Kohlbacher, Florian and Cornelius Herstatt (2008), "The Silver Market Phenomenon: The aging and shrinking society has huge implications for businesses in Japan", J@pan Inc, September 2008, 22-23.

Kohlbacher, Florian and Cornelius Herstatt (2008), „Das Silbermarkt-Phänomen (The Silver Market Phenomenon)“, JapanMarkt, September 2008, 8-11.

Gudorf, Pascal and Florian Kohlbacher (2008), "Silbermarkt (noch) nicht im Fokus (Silver Market not Yet in the Focus)", JapanMarkt, September 2008, 12-13.

Pagels, Marco and Florian Kohlbacher (2008), "CSR: Unternehmerische Sozialverantwortung als strategischer Erfolgsfaktor (CSR: Corporate Social Responsibility as Strategic Success Factor)", aktuell ASIA, August 2008, 38-43.

Kohlbacher, Florian and Uwe Holtschneider (2008), "Tokyo Queues for You: Why you have to wait two hours for a doughnut in Japan", J@pan Inc, July 2008, 24-26.

Kohlbacher, Florian and Marco Pagels (2008), "Unternehmerische Sozialverantwortung: Von der Pflicht zur Kür (Corporate Social Responsibility: From Obligation to Competitive Advantage)", JapanMarkt, June 2008, 6-8.

Kohlbacher, Florian (2008), „Die demografische Zeitbombe tickt: Neue Herausforderungen für CSR (The demographic time bomb is ticking: New challenges for CSR)", JapanMarkt, June 2008, 16-17.

Heinrich, Steffen and Florian Kohlbacher (2008), „Keine Zukunft für den Salaryman? (No future for the salaryman?)“, JapanMarkt, March 2008, 18-20.

Krähe, Michael O.B. and Florian Kohlbacher (2007), "Vom Geheimnis der richtigen Produktqualität oder warum eine Maschine in Japan grün sein muss: Erfahrungen aus der Praxis" (The secret of right product quality or why machines must be green in Japan: experiences from industry), JapanMarkt, November 2007, 8-11.

Kohlbacher, Florian and Carola Hommerich (2007), "Japans „freie Arbeiter“: individueller Lebensstil oder aufgedrängte Prekarität?" (Japan's "free workers": individual life style or imposed precarity), JapanMarkt, October 2007, 16-19.

Kohlbacher, Florian (2007), "Implizites Marketingwissen zum Leben erwecken" (Reviving tacit marketing knowledge), Wissensmanagement, 07/07, 28-30.

Kohlbacher, Florian (2007), "Bye-Bye Baby-Boomer – Wissensbewahrung und die Herausforderung des demografischen Wandels in Japan" (Bye-bye baby boomer – Knowledge retention the the challenge of demographic change in Japan) Journal Arbeit 7/1, 8-9.

Kohlbacher, Florian and Uwe Holtschneider (2007), "Tokyo steht an – Warteschlangen als Premiumindikator?" (Tokyo lines up – Waiting lines as premium indicators), JapanMarkt, August 2007, 16-18.

Kohlbacher, Florian (2007), "Koordiniertes Kopieren und kreatives Kooperieren" (Coordinated Copying and Creative Cooperating) Wissensmanagement, 04/07, 14-16.

Kohlbacher, Florian and Parissa Haghirian (2007), "Japan und das Wissen der Babyboomer" (Japan and the knowledge of the baby boomers) Wissensmanagement. 1/07, 22-24

2.6.4 Dr. Christina Raasch

a) Aufsätze in Fachzeitschriften

Raasch, C., Herstatt, C., Balka, K. (2008), The Open Source Model – Beyond software (R&D Management, in Begutachtung).

Raasch, C., Herstatt, C., Lock, P. (2008), The dynamics of user innovation: Drivers and impediments of innovation activities, International Journal of Innovation Management 12, 3, 377-398.

Raasch, C. (2008), Strategic options to tackle patent expiration: Theoretical framework and case studies, International Journal of IP Management (forthcoming).

Raasch, C. (2008): Launching a fighter brand to cushion patent expiry: The case of Zocor, in: Journal of Medical Marketing 8, 2, 119-126.

Raasch, C., Schneider, A., Friedl, G. (2007): Strategic portfolio planning in industries with long R&D cycles and interrelated product offerings, in: International Journal of Technology Intelligence and Planning 3, 3, 271-291.

Herstatt, C., Raasch, C. (2007): So halten Sie Konkurrenten auf Distanz, in: Harvard Business Manager, November.

b) Aufsätze in Sammelwerken

Raasch, C. (2008): Management des Patentauslaufs, in: Schöffski, O. et al. (Hrsg.), Pharmabetriebslehre, 2. Auflage, Berlin: Springer.

c) Veröffentlichte Konferenzbeiträge

Raasch, C., Herstatt, C., Blecker, T., Abdelkafi, N. (2008), Open Source – Out of software?, EIASM IPDMC, Hamburg, June 29th – July 1st.

Raasch, C., Herstatt, C., Abdelkafi, N. (2008), Creating Open Source Innovation – Outside the Software Industry, PICMET Conference, Cape Town, July 27th – 31st.

d) Bücher

Raasch, A.-C. (2006): Der Patentauslauf von Pharmazeutika als Herausforderung beim Management des Produktlebenszyklus, Wiesbaden: DUV.

e) Arbeitspapiere

Raasch, C., Herstatt, C., Abdelkafi, N. (2008), Open Source Innovation – Characteristics and Applicability Outside the Software Industry, TIM-Arbeitspapier Nr. 53, <http://www.tuhh.de/tim/>.

Blecker, T., Abdelkafi, N., Raasch, C., (2008), Enabling and sustaining collaborative innovation, TIM-Arbeitspapier Nr. 52, <http://www.tuhh.de/tim/>.

2.6.5 Assistenten**Dipl.-Ing. oec. M.Sc. Dominic de Vries**

Von Zedtwitz, M.; de Vries, D.; Herstatt, C. (2009 forthcoming): Establishing Foreign R&D Units: The Case of Small Multinational Corporations (sMNCs) in China, R&D Management.

Dipl.-Kfm. Markus Grote

C. Herstatt, M. Grote: Wie Konzerne innovativer werden, in: Harvard Business Manager, Dezember 2008.

Dipl. Wi.-Ing. Katharina Kalogerakis

K. Kalogerakis, C. Lühje, C. Herstatt: Developing Innovations Based on Analogies, in: Journal of Product Innovation Management, forthcoming.

K. Kalogerakis, C. Lühje, M. Schulthess, C. Herstatt: The Value of Analogies in NPD - An Empirical Investigation of Industrial Designers, in: Proceedings of 15TH INTERNATIONAL PRODUCT DEVELOPMENT MANAGEMENT CONFERENCE, Hamburg, June/ July 2008.

Dipl.-Kfm. Lars Janzik

Janzik, L., Herstatt, C., 2008: Innovation Communities: Motivation and Incentives for Community Members to Contribute, Proc. 4th IEEE International Conference on Management of Innovation & Technology, Bangkok, National University of Singapur, P. 350-355

Dipl.-Ing. oec. M.Sc. Florian Skiba

Skiba, F., Herstatt, C. (2008): "Integration of innovative users as source of service innovations", Working Paper No. 54, Institute for Technology and Innovation Management, Hamburg University of Technology, Hamburg.

Skiba, F., Herstatt, C. (2008): "Integration of innovative users as source of service innovations", paper presented at the 15th International Product and Development Management Conference, Hamburg.

Skiba, F., Herstatt, C. (2008): "Integration of innovative users as source of service innovations", Working Paper No. 54, Institute for Technology and Innovation Management, Hamburg University of Technology, Hamburg.

Skiba, F., Herstatt, C. (2008): "Users as sources for radical service innovations: Opportunities from collaboration with Service Lead Users", in: International Journal of Services Technology and Management (IJSTM), Forthcoming.

Skiba, F. (2007): "Lead Users as source for radical service innovations", in: Innovative Logistics Management. Competitive Advantages through new Processes and Services, Kersten, W., et al. (Editor), Berlin: Erich Schmidt Verlag, pp. 213-227.

Malorny, C., Mercer, G., Skiba, F., Wüllenweber, J. (2006): "Lost in the middle – how polarization will drive business models in automotive industry", in: RACE 2015 - Refueling Automotive Companies' Economics - Strategic choices for car makers and their suppliers, Malorny, C., et al. (Editor), McKinsey & Company Inc., pp. 6-25.

Dipl.-Kfm. Christoph Stockstrom

C. Stockstrom/C. Herstatt: Planning and Uncertainty in New Product Development, in: R&D Management 38, 11, 2008

C. Stockstrom/C. Herstatt: Improving Innovation Management Practices: The Use of Experimentation, in: International Association for Management of Technology, IAMOT 2008 Proceedings, Dubai April 10th 2008

C. Stockstrom/C. Herstatt: Planning and Uncertainty in NPD, in: R+D-Management, Conference Proceedings, Bremen, July 4-6, 2007

Herstatt, C./ E.-M. Kern, S. Buse, R. Tiwari und C. Stockstrom (2007): Erfolgreiches Projektmanagement in der Neuproduktentwicklung von KMU: Strategien und Massnahmen, Forschungsprojekt RIS-Hamburg, TIM / TU Hamburg-Harburg.

C. Herstatt, S. Buse, R. Tiwari und C. Stockstrom (2007): Innovationshemmnisse in KMU der Metropolregion Hamburg: Ergebnisse einer empirischen Untersuchung in ausgewählten Branchen, Forschungsprojekt RIS-Hamburg des TIM/TUHH, Hamburg

C. Herstatt, S. Buse, D. de Vries und C. Stockstrom (2007): Die Inanspruchnahme öffentlicher Förderprogramm durch KMU: Zugang und Administration, Forschungsprojekt RIS-Hamburg des TIM/TUHH, Hamburg

C. Herstatt, S. Buse, S. Trapp und C. Stockstrom (2007): Leistungsmerkmale eines KMU-gerechten Innovationsaudits, Forschungsprojekt RIS-Hamburg des TIM/TUHH, Hamburg

C. Herstatt, S. Buse, S. Trapp und C. Stockstrom: Workshop „Hamburger Innovationsaudit“: Erwartungen und Ziele, Forschungsprojekt RIS-Hamburg des TIM/TUHH, Hamburg

Dipl.-Ing. oec. Frank Tietze, M.Sc.

Tietze, F., Ervilia, et al. (forthcoming, 2009). "Exploring the relation of patent ownership and market success – Cases from the LCD Flat Panel Display Industry." International Journal of Technology Intelligence and Planning.

Tietze, F., P. Lorenzen, et al. (forthcoming, 2009). "The role of the Chief Technology Officer - Different perspectives." Creativity and Innovation Management.

Tietze, F. (2008). Technology Market Intermediaries to Facilitate External Technology Exploitation - The Case of IP Auctions. TIM Working Paper Series. Hamburg: http://www.tu-harburg.de/tim/downloads/arbeitspapiere/Working_Paper_55.pdf.

Herstatt, C., F. Tietze, et al. (2007). "The Chief Technology Officer (CTO) in Theory and Practice: A literature review and results from field research in Japan." International Journal for Innovation and Technology Management.

Ervilia, F. Tietze, et al. (2007). Exploring the relation of patent ownership and market success – Cases from the LCD Flat Panel Display Industry. TIM Working Paper Series. Hamburg: http://www.tuhh.de/tim/downloads/arbeitspapiere/Working_Paper_47.pdf.

Tietze, F., C. Herstatt, et al. (2007). Externe Technologieverwertung : Maßnahmen zur Stärkung der Innovationskraft Hamburger KMU Projekt Regionale Innovationsstrategien (RIS) Hamburg. <http://doku.b.tu-harburg.de/volltexte/2007/347/>. Hamburg, Hamburg University of Technology (TUHH).

Tietze, F., P. Lorenzen, et al. (2007). The role of the Chief Technology Officer - Different perspectives. 14th International Product Development Management Conference. Porto, Portugal.

Dipl.-Kfm. Rajnish Tiwari

Herstatt, C., R. Tiwari, D. Ernst und S. Buse (2008): India's National Innovation System: Key Elements and Corporate Perspectives, East-West Center, Working Paper No. 96, Economic Series; August. 2008.

Buse, S., R. Tiwari und C. Herstatt (2008): Global Innovation: An Answer to Mitigate Barriers to Innovation in Small and Medium-sized Enterprises?, in: Proceedings of the 4th International Conference on Management of Innovation and Technology (ICMIT2008), Bangkok, Sept. 21-24.

Tiwari, R., S. Buse und C. Herstatt (2008): Mobile Services in Banking Sector: The Role of Innovative Business Solutions in Generating Competitive Advantage, in: A.K. Sohani and K.N. Rao (Eds.): Innovations in Banking: Some New Concepts and Cases, Hyderabad: Icfai University Press, S. 145-161.

Buse, S. und R. Tiwari (Hrsg.) (2008): Perspektiven des Mobile Commerce in Deutschland: Grundlagen, Strategien, Kundenakzeptanz, Erfolgsfaktoren, Aachen: Shaker Verlag.

Buse, S. und R. Tiwari (2008): Der mobile Kunde: Ausgewählte Ergebnisse des Forschungsprojektes, in: S. Buse und R. Tiwari (Hrsg.): Perspektiven des Mobile Commerce in Deutschland: Grundlagen, Strategien, Kundenakzeptanz, Erfolgsfaktoren, Aachen: Shaker Verlag, S. 7-18.

Buse, S. und R. Tiwari (2008): Grundlagen des Mobile Commerce, in: S. Buse und R. Tiwari (Hrsg.): Perspektiven des Mobile Commerce in Deutschland: Grundlagen, Strategien, Kundenakzeptanz, Erfolgsfaktoren, Aachen: Shaker Verlag, S. 19-83.

Tiwari, R., S. Buse und C. Herstatt (2008): From Electronic to Mobile Commerce, in: S. Buse and R. Tiwari (Eds.): Perspektiven des Mobile Commerce in Deutschland: Grundlagen, Strategien, Kundenakzeptanz, Erfolgsfaktoren, Aachen: Shaker Verlag, S. 85-113.

Tiwari, R. und S. Buse (2008): Mobile Banking auf dem Vormarsch: Ausgewählte Studienergebnisse, in: S. Buse und R. Tiwari (Hrsg.): Perspektiven des Mobile Commerce in Deutschland: Grundlagen, Strategien, Kundenakzeptanz, Erfolgsfaktoren, Aachen: Shaker Verlag, S. 115-126.

Herstatt, C., R. Tiwari und S. Buse (2008): India's National Innovation System: Key Elements and Corporate Perspectives, in: C. Herstatt and C. Stockstrom (Hrsg.): International Business Management, McGraw-Hill Primis, S. 134-184.

- Tiwari, R. und S. Buse (2007): Barriers to Innovation in SMEs: Can the Internationalization of R&D Mitigate their Effects?, in: Proceedings of the 1st European Conference on Corporate R&D (CONCORD 2007): "Knowledge for Growth: Role and Dynamics of Corporate R&D", Seville, Okt. 8-9.
- Tiwari, R., S. Buse und C. Herstatt (2007): Innovation via Global Route: Proposing a Reference Model for Chances and Challenges of Global Innovation Processes, in: Proceedings of the Second International Conference on Management of Globally Distributed work, Indian Institute of Management, Bangalore, (IIM-B), Jul. 25-27, S. 451-465.
- Tiwari, R. (2007): The Role of Offshore R&D in Strengthening Competitive Advantage: Chances and Challenges in India, in: Innovationen und Produktentstehung in der Antriebs- und Steuerungstechnik, Tagungsband des 3. Rexroth Doktoranden Kolloquiums, Lohr am Main, Mai 10-11.
- Tiwari, R. und S. Buse (2007): The Mobile Commerce Prospects: A Strategic Analysis of Opportunities in the Banking Sector, Hamburg: Hamburg University Press.
- Herstatt, C., S. Buse und R. Tiwari (2007): Innovationshemmnisse in KMU der Metropolregion Hamburg: Ergebnisse einer empirischen Untersuchung in ausgewählten Branchen, Forschungsprojekt RIS-Hamburg, TIM / TU Hamburg-Harburg.
- Herstatt, C., S. Buse R. Tiwari und S. Hieber (2007): Potenziale der internationalen Vermarktung in KMU: Entwicklung eines Instrumentes zur Selbstanalyse der kritischen Erfolgsfaktoren, Forschungsprojekt RIS-Hamburg, TIM / TU Hamburg-Harburg.
- Herstatt, C., S. Buse R. Tiwari und M. Umland (2007): Innovationshemmnisse in kleinen und mittelgroßen Unternehmen: Konzeption der empirischen Untersuchung, Forschungsprojekt RIS-Hamburg, TIM / TU Hamburg-Harburg.
- Herstatt, C., E.-M. Kern, S. Buse, R. Tiwari und C. Stockstrom (2007): Erfolgreiches Projektmanagement in der Neuproduktentwicklung von KMU: Strategien und Massnahmen, Forschungsprojekt RIS-Hamburg, TIM / TU Hamburg-Harburg.
- Tiwari, R. (2007): The Early Phases of Innovation: Opportunities and Challenges in Public-Private Partnership, in: Asia Pacific Tech Monitor, 24:1 (Ausgabe: Jan./Feb.), S. 32-37.
- Tiwari, R., S. Buse und C. Herstatt (2007): Mobile Services in Banking Sector: The Role of Innovative Business Solutions in Generating Competitive Advantag, in: Proceedings of the 8th International Research Conference on Quality, Innovation and Knowledge Management, New Delhi, Feb. 12-14.
- Buse, S. und R. Tiwari (2006): Der mobile Kunde: Perspektiven des Mobile Commerce in Deutschland, in: Goldwyn Report, (Goldwyn Partners Group AG), Ausgabe 04/2006.

2.6.6 Buchprojekte des Instituts



Christian Lühje

Der Prozess der Innovation

Das Zusammenwirken von technischen und ökonomischen Akteuren

ISBN: 978-3161494581

Der Erfolg von Innovationen hängt sowohl von ihrer technologischen Leistung als auch von ihrer ökonomischen Umsetzung ab. In der Regel wird die notwendige Verknüpfung von Technologie und Ökonomie durch das Zusammenwirken von Personen beider Bereiche erreicht. Allerdings zeigt die empirische Innovationsforschung, dass die Zusammenarbeit zwischen den Akteuren häufig unzureichend ist. Warum ist das so? Christian Lühje geht dieser Frage nach und findet eine wichtige Erklärung in bestehenden Merkmalsunterschieden (z.B. Orientierung, Stile) zwischen Vertretern technischer und ökonomischer Funktionsbereiche. Er untersucht daher, welche Merkmalsunterschiede sich systematisch nachweisen lassen, wann sich die Merkmalsunterschiede im Ausbildungs- und Karriereprozess herausbilden und wie sich die Merkmale auf die Intention zur interdisziplinären Zusammenarbeit auswirken.



Buse, Stephan/ Tiwari, Rajnish

Perspektiven des Mobile Commerce in Deutschland

Grundlagen, Strategien, Kundenakzeptanz, Erfolgsfaktoren

ISBN: 3-937816-31-3

Leistungsfähige mobile Endgeräte sowie ein wachsendes Angebot vorteilstiftender Applikationen steigern die Akzeptanz und Nutzung von Mobile Commerce in Deutschland. Immer mehr Unternehmen aus den unterschiedlichsten Branchen entdecken Mobile Commerce als vorteilhaftes Instrument der Geschäftsfelderweiterung, der Kundenbindung oder der Imageförderung, um nur einige wenige Aspekte zu nennen.

Seit Herbst 2001 untersuchen Wissenschaftler der Technischen Universität Hamburg-Harburg die „Perspektiven des Mobile Commerce in Deutschland“. In ihrer ersten Studie (2001) untersuchten sie die endkundenbezogenen Mobile Commerce Aktivitäten von 133 deutschen Unternehmen der Automobilindustrie, dem Bankensektor, dem Einzelhandel sowie Unternehmen der internationalen Personen-Luftverkehrsindustrie. Zu dem wurde die Nutzungs- und Zahlungsbereitschaft von knapp 3.000 (potenziellen) Konsumenten hinsichtlich spezifischer mobiler Dienste aus den zuvor genannten Branchen eruiert, um so einen Abgleich zwischen der Angebots- und Nachfrageseite vornehmen zu können. Eine Zusammenfassung der wichtigsten Untersuchungsergebnisse kann unter <http://www.mobile-prospects.de> herunter geladen werden. Siehe dazu: Buse, Stephan (2002): Der mobile Erfolg – Ergebnisse einer empirischen Untersuchung in ausgewählten Branchen.

Die Fortsetzung dieser Studie erfolgte im Herbst 2006. Ziel der zweiten Untersuchung war es wiederum, die Erfolgchancen endkundenbezogener Mobile Commerce-Applikationen durch eine Gegenüberstellung der Angebots- und Nachfrageseite zu analysieren sowie den konzeptionellen und rechtlichen Rahmen auszuarbeiten. Aufgrund der zwischenzeitlichen technischen und

marktseitigen Entwicklungen im Mobile Commerce standen diesmal jedoch nicht branchenspezifische, sondern anwendungsorientierte Einsatzfelder („Mobile Banking“, „Mobile Entertainment“, „Mobile Informationsdienste“, „Mobile Marketing“ sowie „Mobile Ticketing“) im Fokus der Untersuchung. Wie bereits bei der ersten Studie wurden in den einzelnen Teilprojekten Fallstudienanalysen ausgesuchter Geschäftsstrategien und großzählige Nutzerbefragungen durchgeführt. Zudem wurden Erfahrungswerte und Entwicklungen aus den führenden Mobile Commerce-Märkten Asiens und Europas berücksichtigt. Die Ergebnisse dieser Untersuchungen werden in diesem Band vorgestellt und, soweit möglich, mit denen der ersten Studie verglichen. Lediglich in Form einer Zusammenfassung werden die Resultate der Mobile Banking Untersuchung vorgestellt.



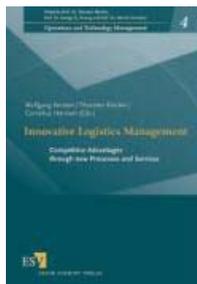
Florian Kohlbacher/ Cornelius Herstatt (Eds.)

The Silver Market Phenomenon

Business Opportunities in an Era of Demographic Change

ISBN: 978-3-540-75330-8

The current shift in demographics - aging and shrinking populations - in many countries around the world presents a major challenge to companies and societies alike. One particularly essential implication is the emergence and constant growth of the so-called "silver market", the market segment more or less broadly defined as those people aged 55 and older. Increasing in number and share of the total population while at the same time being relatively well-off, this market segment can be seen as very attractive and promising, although still very underdeveloped in terms of product and service offerings. This book offers a thorough and up-to-date analysis of the challenges and opportunities in leveraging innovation, technology, product development and marketing for elder consumers and employees. Key lessons are drawn from the Japanese lead market as well as other select countries.



Kersten, Wolfgang/ Blecker, Thorsten/ Herstatt, Cornelius (Eds.)

Innovative Logistics Management

Competitive advantage through new processes and services

ISBN: 978-3-5031-0399-7

In the future process and service innovations will gain further importance in practice and research. Even today, market winners need them to obtain advantage in competition. In this context logistics and supply chain management are key enablers. Innovations in these areas will allow supply chains to increase their efficiency significantly and help to create further innovations in different areas. An important task is to find structures and approaches which enable all types of innovations in logistics and supply chains to better fulfill customer needs. This volume provides insights into new concepts and innovations in the areas of - logistics management concepts - supply chain planning and design - supply chain management driven innovations - risk and sustainability management - regional innovations for logistics. This book is written for both, ambitious practitioners who have to tackle the challenges of an increasing risk and complexity exposure in Logistic and Supply Chains and academic researchers.



Robert Tietz

Virtuelle Communities als ein innovatives Instrument für Unternehmen

Eine explorative Fallstudienanalyse im Hobby- und Freizeitgüterbereich

ISBN: 978-3-8300-3106-2

Virtuelle Communities rücken immer weiter in das Interesse von Unternehmen. Viele schrecken jedoch vor dem Aufbau einer Community zurück, da sie Kontrollverlust und andere hiermit verbundene Gefahren scheuen. Die vorliegende Dissertation untersucht anhand von sieben Fallstudien die angestrebten Ziele, die genutzten Herangehensweisen und die erzielten Ergebnisse, die die betreibenden Unternehmen mit ihren Communities verfolgen. Als Ergebnis wird ein Handlungsleitfaden für Aufbau einer eigenen virtuellen Community unter Berücksichtigung der besonderen Situation von Unternehmen entwickelt.



Rajnish Tiwari / Stephan Buse

The Mobile Commerce Prospects:

A Strategic Analysis of Opportunities in the Banking Sector

ISBN: 978-3-937816-31-9

Mobile Commerce has gained increasing acceptance amongst various sections of the society in previous years. The reasons for its growth can be traced back to technological and demographical developments that have influenced many aspects of the socio-cultural behaviour in today's world. The need (and/or wish) for mobility seems to be the driving force behind Mobile Commerce. The launch of UMTS technology has provided Mobile Commerce with the necessary verve.

Mobile Banking presents an opportunity for banks to retain their existing, technology-savvy customer base by offering value-added, innovative services and to attract new customers from corresponding sections of the society. The customer survey provides evidence that such sections in the meanwhile include the affluent and financially relevant groups of the society in Germany. The time seems to be ripe to convert this non-negligible customer interest into business-driving customer demand. A proactive attitude on the part of the banks therefore seems to be recommendable.

Many banks in Germany have come to regard Mobile Banking as a necessary tool for thwarting negative differentiation vis-à-vis rivals and to foster/retain an innovative image. This self-reinforcing dynamism is expected to gain currency in near-future so that Mobile Banking services could soon advance to a standard product – on the lines of Online Banking – offered by more or less each and every bank.



Jan G. Sander

Gestaltungsfaktoren von Management Buyouts aus der Perspektive von Finanzinvestoren

Eine explorative Fallstudienanalyse

ISBN: 978-3828891913

Der Autor beschreibt Gestaltungsfaktoren bei Firmenübernahmen unter der Beteiligung des bereits im Unternehmen beschäftigten Managements aus der Perspektive von Finanzinvestoren. Sechs erhobene Fallstudien werden ausführlich vorgestellt und unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden analysiert. Für diese Untersuchung wurden Experten aus namhaften Private Equity-Gesellschaften befragt, die detailliert über diese Praxisfallstudien berichteten. Die Ergebnisse werden geordnet nach den Themenfeldern der Interaktionstheorie - Prozess, Beteiligte und Rahmenbedingungen/Umfeld - übersichtlich vorgestellt und detailliert erläutert. Aus der Synthese von Fallstudien aus der Praxis und theoretischer Reflexion gewinnt der Verfasser grundlegende Erkenntnisse für Studenten und Wissenschaftler sowie anwendungsorientierte Ergebnisse und Hinweise für Praktiker.



Cornelius Herstatt / Birgit Verworn (Hrsg.)

Management der frühen Innovationsphasen – 2te vollständig überarbeitete Auflage

ISBN: 3-409-12358-X

Für die Gestaltung von Innovationsprozessen sind insbesondere die frühen Phasen von entscheidender Bedeutung. Das vorliegende Buch gibt einen umfassenden praxisorientierten Einblick in diese frühen Phasen, die auch als „fuzzy front end“ bezeichnet werden. Von Ideenquellen für Innovationen von morgen über organisatorische Aspekte bis zum Projektmanagement werden aktuelle Erkenntnisse, Methoden und Instrumente vorgestellt, die bereits in den frühen Phasen den Grundstein für erfolgreiche Projekte legen.

Die Beiträge dokumentieren zum Großteil Ergebnisse der Arbeit des Forschungs- und Lehrbereichs für Technologie- und Innovationsmanagement an der Technischen Universität Hamburg-Harburg. Das Buch enthält aber auch Beiträge externer Autoren, u. a. von renommierten Wissenschaftlern wie Professor Dr. Hans Georg Gemünden und Professor Dr. Alexander Gerybadze.

Das Buch richtet sich vor allem an innovationsverantwortliche Manager sowie an Wissenschaftler und Studierende des Fachgebiets Technologie- und Innovationsmanagement.

2.7 Wissenschaftliche Vorträge (Auswahl)

Prof. Dr. Herstatt

Produktentwicklung in Zeiten des globalen, demographischen Wandels, Vortrag anlässlich des Hamburger Innovationstags 2008, Handelskammer Hamburg, 4.12.2008

Open Source Innovation, Vortrag anlässlich des ITA-Forums, Berlin 13. November 2008

Innovationen realisieren, Vortrag anlässlich der Jenoptik Innovationstage, Bad Brückenau, 27. November 2008

Innovationsmanagement: Elemente des Herausforderungen, Vortrag anlässlich der VDMA-Mitgliederversammlung, Karlsruhe, 7. November 2008

The Silver Market Phenomenon: A German-Japanese Perspektive, Vortrag im Rahmen des DIJ-Forums, Tokyo, 2. Oktober 2008

How to use analogies for breakthrough innovation: Vortrag im Rahmen des Innovation Forum 2008, Enterprise Ireland, Dublin 11. September 2008

Open Innovation: Vortrag anlässlich der Frühjahrstagung der Erich-Gutenberg-Gesellschaft e.v., Düsseldorf 30. Mai 2008

Customer centred innovation, Vortrag anlässlich der Verleihung des nationalen Innovationspreises von Island, Reykjavík 18. Februar 2008

Using analogies for breakthrough innovation, Vortrag anlässlich der 2ten Europäischen Front End Conference, Wien 30.01.2008

Product Development for Silver Markets, Presentation at Hitotsubashi Forum, November 28. 2007, Hitotsubashi University, Tokyo

User Innovation – Beispiele, Grenzen und die Rolle von virtuellen Communities, Vortrag an der Universität St. Gallen, Institut für Technologie- und Innovationsmanagement, 10.12.2007

Management der frühen Innovationsphasen, Vortrag anlässlich des Innovationstags 2007, Handelskammer Hamburg, 6. November 2007

Innovation via Global Route: Chances and Challenges of Innovation Offshoring to India from the perspective of SMEs in Germany, Seminar at East West Center (Honolulu/Hawaii), September 24th 2007

Enabling the "Silver" Age Demographic Market with examples from Japan, GATTIC Conference, Honolulu 28th September 2007

How to use analogies to develop breakthrough innovations, Fourth Annual ITW European Technical Conference, Prague, August 29, 2007

The Role Of The Chief Technology Officer (CTO) – Responsibilities, Skills & Qualifications, in: Proceedings of the 14TH INTERNATIONAL PRODUCT DEVELOPMENT MANAGEMENT CONFERENCE, Porto (Portugal), June 2007

Open Innovation – How to benefit from Lead Users in analogous markets, Co-creative Research and Innovation to Connect the Lisbon Strategy to People: European Network of Living Labs Event, Guimares (Portugal), May 21st 2007

Open Innovation – Innovationen mit und für Kunden, Vortrag anlässlich der Führungskräfte-tagung der Carl Zeiss AG, Hamburg 26. 4.2007

Open Innovation – unternehmensexternes Wissen für Innovationen nutzen, Vortrag anlässlich der Konferenz Innovationsmanagement im B2B-Geschäft, Frankfurt 27. März 2007

Generating Innovations through Analogies, 1. European Front End Conference, München, 26. Januar 2007

Dr. Stephan Buse

M&A-Aktivitäten chinesischer Unternehmen in Deutschland – Kritische Erfolgsfaktoren: Vortrag vor einer chinesischen Wirtschaftsdelegation des „Bureau of German Industry & Commerce Shanghai“ auf Einladung der Hamburg Marketing GmbH, Hamburg, 26.11.2008

Globalization of Innovation: Welche Chancen und Risiken bietet Innovation-Offshoring für KMU, Vortrag auf der Mitgliederversammlung Bau- und Baustoffmaschinen des VDMA, Karlsruhe, 7.11.2008 (zusammen mit Herrn Rajnish Tiwari).

“Global Innovation: Strengthening the Innovativeness of Small and Medium-Sized Enterprises?": Vortrag auf dem Forum der Deutschen Mittelstandsforschung, Frankfurt, 31.10.2008.

Chancen und Risiken der Internationalisierung von Forschung und Entwicklung in Indien: Vortrag auf der Jahrestagung des Überseeclubs Hamburg am 09.10.2008

Global Innovation: An Answer to Mitigate Barriers to Innovation in Small and Medium-Sized Enterprises?: Talk at the 2008 IEEE International Conference on Management of Innovation and Technology, Bangkok, September 22nd, 2008.

Internationalization of Research and Development: A Necessity for Small and Medium Sized Enterprises in Germany?: Talk at the Australian School of Business, School of Marketing, 2008 – Research Seminar Series, Sydney, April 04th, 2008.

Internationalization of Research and Development: Chances and Risks for Small and Medium Sized Enterprises?: Talk at the Australian School of Business, School of Management and Organization, 2008 – Research Talks, Sydney, June 10th, 2008.

F&E in Indien: Chancen und Herausforderungen, Vortrag an der Handelskammer Hamburg im Rahmen der 1. India Week Hamburg, 7.11.2007.

Barriers to Innovation in SMEs: Can the Internationalization of R&D Mitigate their Effects?, Talk at the 1st European Conference on Corporate R&D (CONCORD 2007)

Knowledge for Growth: Role and Dynamics of Corporate R&D, held by the European Commission's Directorate General Joint Research Centre and Directorate General for Research, Venue: Seville, Spain, 9.10.2007 (zusammen mit Herrn Rajnish Tiwari).

Globalisierung – Grund zur Furcht oder Chance?, Vortrag im Rahmen der „Nacht des Wissens in Hamburg“ an der Technischen Universität Hamburg-Harburg, 09.06.2007.

Trends in International Mobile Marketing, Speech at Mobile-Advertise-Convention in München, 25.01.2007.

Dr. Florian Kohlbacher

The Japanese Way of Knowledge-Based Marketing, DIJ Business & Economics Study Group, Deutsches Institut für Japanstudien (DIJ), Tokio, 29.01.2007

Harnessing Innovation through Knowledge Co-Creation in the Business Ecosystem - A suggestion to the Science of Institutional Management of Technology, The Japan Society for Science Policy and Research Management -The Section Meeting of National Problem, Tokyo Institute of Technology, Tokio, 12.02.2007

Harnessing Innovation through Knowledge Co-creation in the Business Ecosystem, Division of Engineering Management Seminar Series, National University of Singapore, Singapur, 21.02.2007

Knowledge-based Marketing Strategy: Knowledge Co-creation for Sustainable Competitive Advantage (in japanischer Sprache), CI (Cultural Interface) Project, Tokyo University of Science, Tokio, 13.06.2007

Knowledge-based Innovation: – Putting Knowledge Creation and Management to Work, Science of Institutional Management of Technology Program, Tokyo Institute of Technology, Tokio, 14.06.2007

Fostering Innovation through Knowledge Co-Creation in the Business Ecosystem, Innovation Forum, Institute for Innovation Research, Hitotsubashi University, Tokio, 19.06.2007

The Impact of Demographic Change on Innovation Capabilities of Firms in Japan, Presentation at the Asia Academy of Management Professional Development Workshop, 67th Annual Academy of Management Meeting, Philadelphia, 05.08.2007

Baby Boomer Retirement and the Loss of Knowledge in Companies, Young Leaders Forum 2007, Summer School Robert Bosch Stiftung and Japanisch-Deutsches Zentrum Berlin (JDZB), Deutsches Institut für Japanstudien (DIJ), Tokio, 29.08.2007

Innovation and Knowledge Co-Creation in the Business Ecosystem, Research Seminar at the Chair of Strategic Management and Innovation, ETH Zürich, Zürich, 05.09.2007

Knowledge Creation and Knowledge Management (in japanischer Sprache), Interne Weiterbildungsveranstaltung bei Travel Journal Inc., Tokio, 15.10.2007

Baby Boomer Retirement, Arbeitskräftemangel und Silbermarkt in Japan – Herausforderungen und Chancen des demographischen Wandels für Unternehmen in Japan, Seminar für deutsche Journalisten, Bosch Japan, Tokio. 23.10.2007

Knowledge-based International Marketing (in japanischer Sprache), German Business Study Group, Chuo University, Tokio, 23.10.2007

The Silver Market Phenomenon: Business Opportunities and Responsibilities in an Era of Demographic Change, SKP University, Simon, Kucher & Partners Japan, Tokio, 16.11.2007

How Companies Deal with Demographic Change - Systematic Overview and Examples (in japanischer Sprache), Department of Sociology, Tsukuba University, Tsukuba, 18.02.2008

Why Care? CSR and Social Innovation in an Era of Demographic Change, DIJ, FINPRO and Tohoku Fukushi University Workshop "Socio-political and Business Aspects of Care in an Era of Demographic Change", Tohoku Fukushi University, Sendai, 07.03.2008

- CSR and Social Innovation in the Aging Society (in japanischer Sprache), Social and Economic Systems Association Kanto Division Meeting, Hitotsubashi University, Tokyo, 22.03.2008
- The Silver Market Phenomenon: Business Opportunities and Responsibilities in The Aging Society, Vortrag im Rahmen einer Studienreise deutscher Jungunternehmer, Deutsche Botschaft Tokio, Tokio, 24.06.2008
- The Silver Market Phenomenon: Implications for NPD and Innovation Management, Posterpräsentation auf der 15th International Product Development Management Conference, Helmut-Schmidt-Universität, Hamburg, 30.06.-01.07.2008
- An International Perspective on Japan's Demographic Change (in japanischer Sprache), Japan Crisis Countermeasures Strategy Study Group, The Institute for Future Technology, Tokio, 25.8.2008
- Business Opportunities in an Era of Demographic Change, TUJ ICJS Business Economics Seminar, Temple University Japan Campus, Tokio, 24.09.2008
- The Silver Market Phenomenon: A Research Project (in japanischer Sprache), Senior Business Cross Industrial Study Group, Tokyo Institute of Technology Tamachi Campus, Tokio, 24.10.2008
- CSR in an Era of Demographic Change, DIJ, TÜV Rheinland Japan Ltd. Workshop "CSR in Japan, Europe and US", Deutsches Institut für Japanstudien (DIJ), Tokio, 12.11.2008
- CSR in an Era of Demographic Change (in japanischer Sprache), Aging Society and CSR Study Group, Japan Aging Research Center, Tokio, 13.11.2008
- Business Implications of Demographic Change in Japan, EIJS Academy seminars 2008-2009, The European Institute of Japanese Studies Tokyo Office, Tokio, 19.11.2008
- Challenges & Chances of Demographic Change for Businesses in Japan, German-Japanese Junior Chamber Seminar, German Chamber of Commerce and Industry in Japan, Tokio, 25.11.2008
- Japan's Year 2007 Problem and the Challenge of an Aging Workforce, VSJF (Vereinigung für sozial-wissenschaftliche Japanforschung e.V.) Annual Conference 2008, Düsseldorf, 30.11.2008
- Herausforderungen und Chancen des demografischen Wandels in Japan, Innovationstag 2008, Handelskammer Hamburg, Hamburg, 04.12.2008
- Innovation Strategies for the Silver Market, INNO GRIPS Innovation Policy Workshop "Innovation in an ageing society", Brüssel, 18.12.2008.

Dr. Christina Raasch

- Übertragbarkeit von Open Innovation/Open Source auf andere Branchen, ITAFORUM 2008, Berlin, 13.-14.11.2008.
- Wie können KMU Open Innovation realisieren?, VDMA Bau- und Baustoffmaschinen, Mitgliederversammlung 2008, Karlsruhe, 6.-7.11.2008.
- The dynamics of user innovation – Drivers and impediments, User and Open Innovation Workshop, HBS-MIT, Boston, 4.-6.8.2008.
- Open Source – Out of software?, EIASM IPDMC, Hamburg, June 29th – July 1st.

Creating Open Source Innovation – Outside the Software Industry, PICMET Conference, Cape Town, July 27th – 31st.

Open Source – Out of Software?, Workshop on Open Innovation, Cambridge, UK, 22.-23.5.2008.

User innovation in sailing, User and Open Innovation Workshop, Kopenhagen, 26.-28.6.2007.

Dipl. Wi.-Ing. Katharina Kalogerakis

The Value of Analogies in NPD - An Empirical Investigation of Industrial Designers, Vortrag anlässlich der 15TH INTERNATIONAL PRODUCT DEVELOPMENT MANAGEMENT CONFERENCE, Hamburg, June/ July 2008

Dipl.-Ing. oec. M.Sc. Florian Skiba

Integration of innovative users as source of service innovations, EIASM IPDMC, Hamburg, June 29th – July 1st. 2008.

Lead Users as source for radical service innovations, HICL, Hamburg, September 06.-07.9.2007.

Lead-User Service-Innovations - Understanding characteristics of radical innovative service users, Kopenhagen, 26.-28.6.2007.

Dipl. Kfm. Christoph Stockstrom

C. Stockstrom/C. Herstatt: Planning and Uncertainty in NPD, Vortrag anlässlich der R&D Management Conference 2007, Bremen, 04.-06. July 2007

Dipl.-Ing. oec. Frank Tietze, M.Sc.

Developing a European PhD network. The European Institute for Technology and Innovation Management (EITIM). University of Cambridge, UK. (07.11.2008).

Ein Serviceportal zur externen Patent- und Technologieverwertung. IP Bewertungs AG, Hamburg. (30.06.2008).

The EITIM CTO Survey - Results from Japan and Germany. The European Institute for Technology and Innovation Management (EITIM). Nicé, France. (15.01.2007).

AwaPatent Stiftelse för Främjande av Immaterialrättslig Vetenskaplig Forskning. An Introduction to Patent Auctions. Vetenskapliga stiftelsens stipendiemiddag. Stockholm. (29.01.2008)

Technologien erfolgreich vermarkten. Optionen, Strategien und Dienstleistungen für eine erfolgreiche Technologieverwertung. Hamburg Chamber of Commerce. Hamburg. (22.03.2007)

Dipl. Kfm. Rajnish Tiwari

Indiens Innovationssystem: Was macht Indien zum Forschungslabor der Welt?, Vortrag an der Universität Hamburg im Rahmen der Vorlesung „Indien und weitere Länder Südasiens: Zeitgenössische wirtschaftliche und gesellschaftliche Entwicklungen“, 27.11.2008.

Indiens als F&E-Standort multinationaler Unternehmen: Aktuelle Entwicklungen und Trends, Vortrag an der Universität Hamburg im Rahmen der Vorlesung „Indien und weitere Länder Südasiens: Zeitgenössische wirtschaftliche und gesellschaftliche Entwicklungen“, 20.11.2008.

Überblick über indische Investitionen in Deutschland: Erste Ergebnisse einer Studie der TUHH, Vortrag an der Handelskammer Hamburg im Rahmen der 2. India Week Hamburg, 10.11.2008.

„Globalization of Innovation“: Welche Chancen und Risiken bietet Innovation-Offshoring für KMU, Vortrag auf der Mitgliederversammlung Bau- und Baustoffmaschinen des VDMA, Karlsruhe, 7.11.2008 (zusammen mit Herrn Dr. Stephan Buse).

Outsourcing/Offshoring als Bestandteil einer globalen Innovationsstrategie: Chancen und Herausforderungen in Indien, Vortrag an der TU Hamburg-Harburg im Rahmen der Vorlesung „Technologiemanagement“, 5.11.2008 (zusammen mit Herrn Dr. Stephan Buse).

Globalization of Innovation and Emerging Economies: Developments, Trends, and Research Issues, Vortrag im Rahmen des LUIS Doktoranden-Kolloquiums, Hamburg, 10.10.2008.

Globale Finanzmärkte und lokaler Nutzen: Welche Wirkungskraft hat das Konzept des Mobile Banking?, Vortrag im Rahmen des 2. BMPS-Vodafone Kolleg der Berlin Media Professional School (Freie Universität Berlin) und der Vodafone Stiftung zum Thema „Die Zukunft der Kommunikation: ‚Mobilfunkmärkte entwickeln die Welt‘“, Deutsches Technikmuseum, Berlin, 9.10.2008.

Welfare Effects of the Economic Growth: What Do Data from India Tell Us?, Vortrag an der Universität Hamburg im Rahmen der Vorlesung „Landeskunde Südasiens und Tibets: Einführung in die Süd- und Zentralasienwissenschaft“, 27.6.2008.

Economic Developments in South Asia: A Look at the Development Trends, Vortrag an der Universität Hamburg im Rahmen der Vorlesung „Landeskunde Südasiens und Tibets: Einführung in die Süd- und Zentralasienwissenschaft“, 20.6.2008.

F&E in Indien: Chancen und Herausforderungen, Vortrag an der Handelskammer Hamburg im Rahmen der 1. India Week Hamburg, 7.11.2007.

Barriers to Innovation in SMEs: Can the Internationalization of R&D Mitigate their Effects?, Talk at the 1st European Conference on Corporate R&D (CONCORD 2007) “Knowledge for Growth: Role and Dynamics of Corporate R&D”, held by the European Commission's Directorate General Joint Research Centre and Directorate General for Research, Venue: Seville, Spain, 9.10.2007.

Innovation via Global Route: Proposing a Reference Model for Chances and Challenges of Global Innovation Processes, Talk at the Second International Conference on Management of Globally Distributed Work, Indian Institute of Management, Bangalore (IIM-B), 27.7.2007.

The Increasing Importance of Offshore R&D: Chances and Challenges for India in Global Innovation Processes: Talk at the Workshop on Popular Science Writing & Illustration for School Children held by Gujarat Council of Science City in collaboration with National Council for Science & Technology Communication, Dept. of Science and Technology, Govt. of India, Ahmedabad, 15.7.2007.

Erfahrungsaustausch indischer Studierender in Deutschland, Moderation der Podiumsdiskussion, anlässlich des Deutsch-Indischen Studenten-Symposiums 2007, Universität zu Köln, 9.6.2007.

Internationalisierung der Innovationsprozesse: Knowledge Process Outsourcing, Talk at „Innovationen und Produktentstehung in der Antriebs- und Steuerungstechnik“, 3rd Rexroth Doktoranden Kolloquium of Bosch Rexroth AG, Lohr am Main, 11.5.2007.

Mobile Services in Banking Sector: The Role of Innovative Business Solutions in Generating Competitive Advantage, Talk at the 8th International Research Conference on Quality, Innovation and Knowledge Management, New Delhi, 12.2.2007.

Chances and Challenges of Global Innovation: Deliberating the Avenues of Indo-German Cooperation, Talk at the National Institute of Science, Technology and Development Studies, New Delhi, 8.2.2007.

Indiens Wirtschaft im Höhenflug: Eine Analyse der Stärken und Schwächen, Vortrag an der Universität Hamburg, Department für Wirtschaft und Politik, 25.1.2007.

2.8 Forschungsk Kooperationen



Sloan School of Management, MIT (Cambridge, USA)

Seit vielen Jahren besteht eine intensive Zusammenarbeit mit Professor Eric von Hippel an der Sloan School of Management (MIT). Die gemeinsamen Forschungsprojekte untersuchen Fragestellungen im Themenbereich „User Innovations“. Aktuell konzentrieren sich die gemeinsamen Arbeiten auf die Erforschung der Ressourcen (z.B. Wissen, Erfahrungen), die User bei der Entwicklung innovativer Produktlösungen einsetzen. Ein weiteren Schwerpunkt bilden virtuelle Formen der innovativen Zusammenarbeit von Lead Usern. Im Jahr 2007 und 2008 fanden an der Ludwig-Maximilian-Universität-München sowie der Harvard Business School in Kooperation mit der Sloan School of Management (MIT) zwei internationale Konferenzen/Forschungsworkshops zum Thema „User Innovation“ statt. Bei diesen Veranstaltungen kamen weltweit an dieser Themenstellung interessierte Wissenschaftler zusammen. Auf beiden waren wir jeweils mit mehreren Beiträgen aktiv vertreten. Im kommenden Jahr (2009) haben wir die Freude und Ehre eine dieser Konferenzen an der Technischen Universität Hamburg Harburg auszurichten.



Graduate School of Engineering and Management, Tohoku Universität, (Sendai, Japan)

Seit dem Sommer 2002 besteht eine enge Zusammenarbeit mit der Graduate School of Engineering and Management der Tohoku University (Professor Nagahira). Im Rahmen dieser Kooperation untersuchen wir u.a. die Gestaltung und das Management der frühen Innovationsphasen in japanischen Unternehmen. Ein weiteres Forschungsprojekt befasst sich mit der Rolle des CTO (Chief Technology Officer) in der Japanischen Industrie. Dieses Projekt wurde im Berichtszeitraum von der Japanese Society for the Promotion of Science (JSPS) und dem DAAD gefördert. Im Herbst 2007 und 2008 verbrachte Professor Herstatt jeweils mehrwöchige Forschungsaufenthalte in Tokio um dort Interviews in Unternehmen zu führen. Ferner wurden in diesem Zeitraum umfangreiche Untersuchungen in der Japanischen Industrie (Maschinenbau und Elektroindustrie) durchgeführt. Gegenstand dieser Projekte war die Frage, wie Unternehmen mit dem marktlichen und technischen Risiko von Innovationsvorhaben umgehen, und wie die Risiken durch entsprechende Gestaltung der Prozesse, organisatorische Maßnahmen oder Anwendung spezieller Techniken beherrschbar gemacht werden. Die Ergebnisse dieser Forschungsarbeiten werden mit unseren Untersuchungen in der Europäischen Industrie gespiegelt und sind Gegenstand verschiedener Arbeitspapiere und Zeitschriftenpublikationen.



Department for Industrial Management and Economics, Chalmers University of Technology (Göteborg, Schweden)

Die Seit 2005 bestehende Forschungskoooperation mit Professor Ove Grandstrand wurde in den vergangenen zwei Jahren auch weiterhin fortgeführt. Neben gemeinsamen Forschungsanträgen für das EITIM CTO Survey und dem von der Schwedischen Forschungsförderungsagentur VINNOVA geförderten MELT Projekt, fand auch weiterhin ein intensiver Austausch zu dem Forschungsprojekt „Technology Market Intermediaries to Facilitate External Technology Exploitation - The Case of IP Auctions“ statt. Das Projekt wird von Prof. Granstrand intensiv begleitet und betreut.

Weiterhin läuft in Deutschland derzeit eine gemeinsame Untersuchung des Ausbildungsstandes von Studierenden an den führenden deutschen technischen Universitäten im Bereich des IP Managements.



European Institute for Technology and Innovation Management

EITIM (www.eitim.org) ist eine Kooperation von inzwischen 10 führenden Europäischen Technischen Hochschulen. Neben den sechs Gründungspartnern, zu denen neben der TUHH die Chalmers University of Technology (Göteborg), die ETH (Zürich), das NITM (Dublin), die Grand Ecole Paris und die University of Cambridge zählen, konnten inzwischen neue Partner gewonnen werden. Seit September 2005 ist die Sabanci University (Istanbul) und seit Anfang 2006 das Politecnico di Milano (Italien) EITIM Mitglied. Im Oktober 2007 ist das Institut für Technologie und Management der TU Berlin EITIM beigetreten und Ende 2008 die University of Twente (Enschede). Im Oktober 2007 wurde unser Mitarbeiter Frank Tietze von den EITIM Mitgliedern zum General Secretary berufen.

Aktuelles Ziel ist es, neben gemeinsamen Publikationen ein Europäisches Doktorandenprogramm im Bereich Technologie- und Innovationsmanagement aufzubauen und den Austausch von Doktoranden über nationale Grenzen hinweg zu fördern. Professor Herstatt ist Mitbegründer dieser Initiative. Ein Förderantrag bei der EU im Rahmen des Erasmus Mundus II Programms wird derzeit gemeinsam erarbeitet. Nähere Einzelheiten zu dieser Initiative finden sich unter Punkt 2.3.

Sowohl in 2007 als auch in 2008 hat EITIM ein Senior Management Forum ausgerichtet. Im Januar 2007 stand das Forum unter dem Motto „Partnering in Innovation & the Role of the CTO“, während in 2008 das Senior Management Forum im Juni unter dem Motto „Science to Business - The CTO's Role in Creating the Future“ stand, an dessen Vorbereitung und Durchführung wir maßgeblich beteiligt waren.

Im kommenden Jahr steht das fünfte Senior Management Forum unter dem Motto „Open Innovation and the CTO“ und wird vom 14. bis 15. Mai an der University of Cambridge stattfinden.



Abbildung 3: Teilnehmer des EITIM Senior Management Forums 2008: Vertreten vom TIM waren Prof. Dr. Cornelius Herstatt (ganz rechts) und Frank Tietze (vierter von rechts)

Im Wintersemester 2007 war unser Institut Gastgeber des mehrmals jährlich stattfindenden EITIM Treffens. Auf diesem wurde der Grundstein für ein europäisches Doktorandennetzwerk aller beteiligten EITIM Institute auf Grundlage einer Initiative von unserem Mitarbeiter und EITIM General Secretary Frank Tietze und Charles Romito, Doktorand am Institute for Manufacturing der University of Cambridge gelegt. Die Doktorandeninitiative hat inzwischen eine eigene interaktive Webplattform (www.eitimdoc.org) über die sich Doktoranden, Nachwuchsforscher und Alumni der EITIM Mitglieder austauschen können. Nähere Einzelheiten finden sich unter Punkt 6.1.



Deutsches Institut für Japanstudien (DIJ), Tokio

Seit 2007 arbeiten wir gemeinsam mit dem DIJ an der Erforschung möglicher Implikationen des demografischen Wandels für das Entstehen eines so genannten „Silbermarkts“ oder „Wachstumsmarkts Alter“. In Japan werden 2025 die über 50-jährigen etwa die Hälfte der Gesamtbevölkerung ausmachen. Die Zahl der über 65-jährigen wird bis zum Jahre 2050 von 18,5 Prozent im Jahr 2002 auf 35,6 Prozent angestiegen sein. So steht einem immer kleiner werdenden Jugendsegment ein ständig wachsendes Seniorensegment gegenüber, das zahlreiche Geschäftschancen zu bieten scheint. Vielen Firmen fehlen allerdings die notwendige Erfahrung, die Prozesse und das Know-how, um passende Produkte für den Silbermarkt zu entwickeln und effizient und erfolgreich zu vermarkten.

Dieses Forschungsprojekt analysiert die Herausforderungen und Chancen, die der Silbermarkt bietet und versucht die Prozesse der Produktentwicklung, des Innovations – und Technologiemanagements und des Marketings für den Seniorenmarkt sowie deren Erfolgsfaktoren zu erklären.



Tsinghua Universität

Seit 2005 werden zusammen mit Professor Maximilian von Zedtwitz an der Tsinghua Universität in Peking Projekte durchgeführt. Im Rahmen der Kooperationsprojekte konnten bereits zwei Abschlussarbeiten von Studenten der TUHH mit halbjährigen Forschungsaufenthalten in China erfolgreich verfasst werden. So hat zuletzt Herr Martin Lutz die Master Thesis „What determines the organisation of the interface between Research and Development?“ und Herr Dominic de Vries im Jahr die Diplomarbeit "R&D activities of German companies in China" an der Tsinghua Universität in Peking bearbeitet. Die Ergebnisse der Arbeiten wurden bereits auf R&D Management Konferenzen veröffentlicht und werden nun weitergehend bearbeitet.

Internationales Forschungsnetzwerk des TIM-Institutes

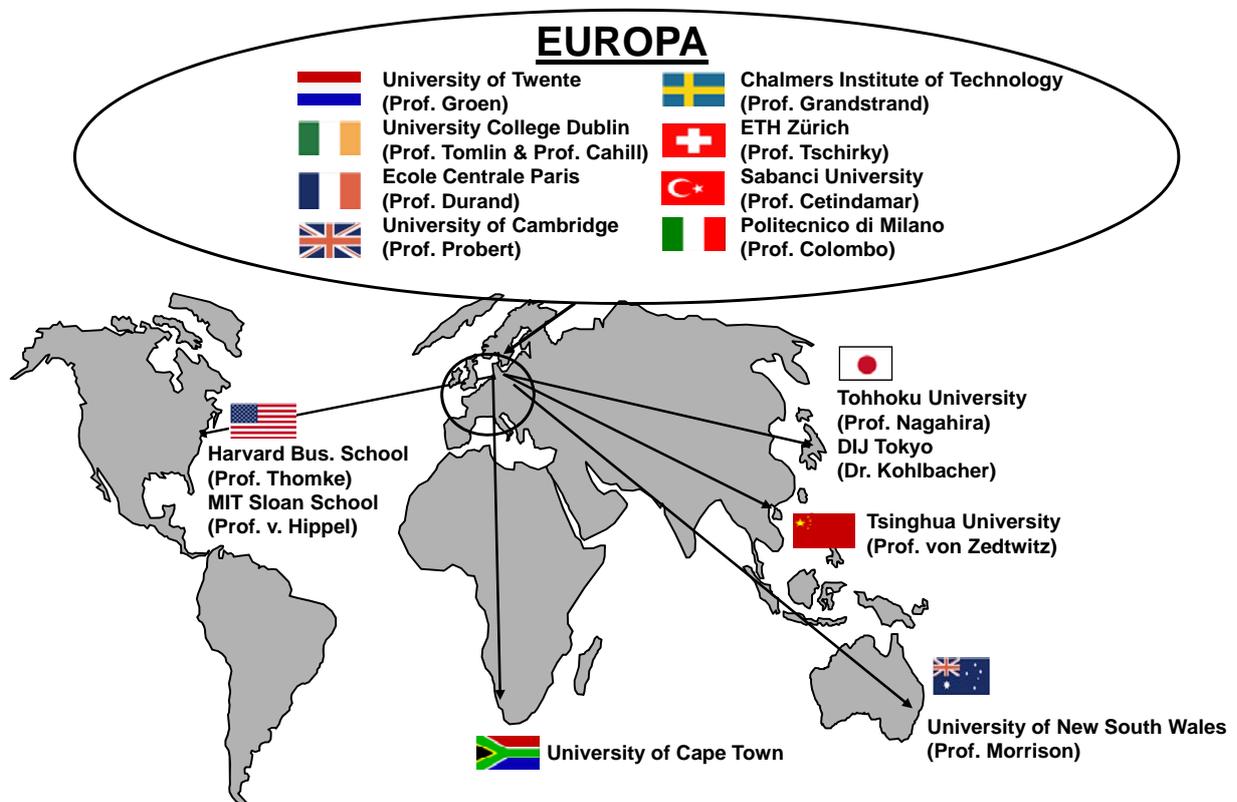


Abbildung 4: Internationales Forschungsnetzwerk

3 Lehre

3.1 Veranstaltungen

In den vergangenen zwei Jahren wurde das Lehrprogramm für das Fach Technologie- und Innovationsmanagement weiter ausgebaut. Das Ziel unserer Lehrveranstaltungen ist es, den Studierenden eine wissenschaftlich fundierte Ausbildung für das Verständnis komplexer Innovationsprozesse zu vermitteln. Dabei werden aktuelle Entwicklungen aus Forschung und Praxis aufgegriffen.

Neben der rein fachlichen Qualifikation möchten wir Kenntnisse vermitteln, die auf die beruflichen Herausforderungen in Unternehmen vorbereiten. Unsere Lehrveranstaltungen werden daher durch Fallstudien und Gastvorträge von Praxisvertretern begleitet.

Unsere Veranstaltungen wenden sich an Studierende der unterschiedlichen Fachrichtungen an der Technischen Universität Hamburg-Harburg, an die Teilnehmer auslandsorientierter Master-Studienprogramme sowie die Teilnehmer des Hochschulübergreifenden Studiengangs Wirtschaftsingenieur (HWI). Des Weiteren bieten wir Vorlesungen für Studierende des Northern Institute of Technology (NIT) sowie der KühneSchool of Logistics and Management an. Bei der Erarbeitung des betriebswirtschaftlichen Curriculums der NIT-Spring School sowie bei der Akquisition der Referenten konnten wir maßgeblich mitwirken. In diesem Zusammenhang ist auch die 2008 neu am NIT eingerichtete Führungskräftebildung „Innovationsmanagement“ zu erwähnen, die Herr Herstatt mit Teilnehmern aus den NIT-Sponsorenfirmen durchführt.

Bereits ungefähr die Hälfte unserer Vorlesungsveranstaltungen halten wir in englischer Sprache, da unsere Veranstaltungen zunehmend von Studierenden internationaler Studiengänge an der TUHH besucht werden. Die Vorlesungsskripte sind zweisprachig. Die Prüfungen können wahlweise in englischer oder deutscher Sprache abgenommen werden.

3.2 Veranstaltungsübersicht

3.2.1 Wintersemester 2006/07

Lehrveranstaltung	Dozenten
VL Technology and Innovation Management	Prof. Dr. C. Herstatt
Seminar Technologie- und Innovationsmanagement	Prof. Dr. C. Herstatt
VL Projektmanagement mit Übung	Prof. Dr. C. Herstatt, Prof. Dr. W: Kersten
VL Einführung in die Wirtschaftslehre/	Prof. Dr. C. Herstatt, Prof. Dr. W: Kersten
VL Product Planning and Development mit integr. Übung	Prof. Dr. C. Herstatt, Prof. Dr.-Ing. D.G. Feldmann
VL International Management (NIT)	Dr. S. Buse
VL Strategic Management (HSL)	Dr. S. Buse
Seminar zum Technologie- und Innovationsmanagement	Prof. Dr. C. Herstatt
Forschungskolloquium	Prof. Dr. C. Herstatt

3.2.2 Sommersemester2007

Lehrveranstaltung	Dozenten
VL Technologie- und Innovationsmanagement	Prof. Dr. C. Herstatt
VL Management und Unternehmensführung	Prof. Dr. C. Herstatt
VL International Business Management	Prof. Dr. C. Herstatt
Betriebswirtschaftliches FallstudienSeminar	Prof. Dr. C. Herstatt, Prof. Dr. W. Kersten
Forschungskolloquium	Prof. Dr. C. Herstatt

3.2.3 Wintersemester 2007/08

Lehrveranstaltung	Dozenten
VL Technology and Innovation Management	Prof. Dr. C. Herstatt
Seminar Technologie- und Innovationsmanagement	Prof. Dr. C. Herstatt, Dr. Christina Raasch
VL Einführung in die Wirtschaftslehre/ Betriebswirtschaftslehre	Prof. Dr. C. Herstatt, Prof. Dr. T. Blecker
VL Product Planning and Development mit integr. Übung	Prof. Dr. C. Herstatt, Prof. Dr.-Ing D.G. Feldmann
VL International Management (NIT)	Dr. S. Buse
VL Strategic Management (KSL)	Dr. S. Buse
Forschungskolloquium	Prof. Dr. C. Herstatt

3.2.4 Sommersemester 2008

Lehrveranstaltung	Dozenten
VL Technologie- und Innovationsmanagement	Prof. Dr. C. Herstatt
VL Management und Unternehmensführung	Prof. Dr. C. Herstatt
VL International Business Management	Prof. Dr. C. Herstatt
VL Einführung in die Volkswirtschaftslehre	Dr. Christina Raasch
Betriebswirtschaftliches FallstudienSeminar	Prof. Dr. C. Herstatt, Prof. Dr. W. Kersten
Forschungskolloquium	Prof. Dr. C. Herstatt

3.3 Ausgewählte Diplom-, Master- und Studienarbeiten

Im Berichtszeitraum wurden bei uns Diplom-, Master- und Studienarbeiten zu folgenden Themen angefertigt (Liste nicht vollständig)

Studien- und Projektarbeiten

Antoneta Histova	An Investigation of IP Auctions
Sascha Havestadt	Entwicklung eines Instrumentes zur Auswahl externer Technologieverwertungsmodelle
Gabriela Gualberto	Opportunities and threats of creating value to customers through a novel service in the investment goods industry
Jan Binnebesel	Erstellung eines Businessplanes am Beispiel der Einführung einer Fischrestaurant-Kette in Deutschland

Johannes Riechers	Analyse des Marktes für innovative Dienstleistungen im Bereich Intellectual Property Management
Martin Umland	Innovationshemmnisse in kleinen und mittelgroßen Unternehmen
Da Ye Yang	Knowledge Transfer between Mid-sized Multinational Enterprises' Subsidiary Units in China and Germany
Philipp Andree	Untersuchung des Marktes für Software zur Unterstützung des Patentmanagements
Solveigh J. Hieber	Erfolgsfaktoren der internationalen Vermarktung
Begüm Koymat	Development of a Product Idea and Concept Using Analogies in OTG
Andreas Lange	India's Small Car Industry and its Emergence as a Potential Lead Market for the Low-Cost Small Car Segment
Rasim Tabur	Critical success factors for the internationalization of R&D in SMES
Mario Toledo Dominguez	Outsourcing and offshoring: Companies and governments immersed in a complex environment
Mustafa Tasaltin	Market Localization Concepts for DaimlerChrysler in USA
Sung-Joo Björn Lee	Eine bibliometrische Analyse des Projektmanagements
Alexandra Merz	Akquisitionen im Web 2.0 - 3 Fallbeispiele
Gugan Natanasabapathy	Internationalization of R&D in Automotive Sector: Opportunities and Challenges for German SMEs in Engineering Offshoring to India
Alexandros Chatzidelis	India's policies to attract FDI in R&D
Phillip Lock	User Innovation am Beispiel des Segelsports - Eine empirische Analyse der International Moth Klasse
Gabriel Sanches Enriquez	Intellectual Property Based Financing
Alexander Kowatsch	Analyse der Markterschließungspotentiale der Firma Stahlberg Roensch in Australien
Yi Xie	F&E-Kooperationen von Unternehmen in Netzwerken: Modellierung durch die Theorie strategischer Spiele
Laura Hufschmidt	Hauptentscheidungsfaktoren für die Anschaffung eines Computertomographen in deutschen Gesundheitseinrichtungen
Serkan Gül	Service Lead Users: Eine Studie über die Integration von Service Lead Users
Levent Ergenc	Analyzing Examples of Cross-Industry Innovation
Jonas Kofahl	Bionische Analogien in der Produktentwicklung
Sören Klatt	Internetbasierte Suche nach Analogien in den frühen Phasen des Innovationsprozesses
Kemal Supelli	Organizational Mechanisms fostering the use of far analogies in Product Development
Isal Özge	Open Source Innovation in the Automotive Industry
Efe Attilla	Lead User Methodology in Service Economy
Neumann, Niklas	Wissens- u. Technologietransfer zwischen öffentlichem u. privatem Sektor b. d. bionischen Produktentwicklung
Dastan Sezer	A study on Demographic change: Web-based Businesses serving to 50+ consumer's needs
Henning Krenz	Technologieverwertung über IP Auktionen - Ausgewählte Fallstudien
Gümüslü Aygur	Using technology to manage the value chain of academia
Kai Hauke Feierabend	Auktionen im produzierenden Gewerbe - Eine vergleichende Analyse
Paulius Armonaitis	Open Source Innovation in Biotechnology
Hon Sum Brodthage	Lead User in the service Industry - An Industry Perspective

Diplomarbeiten und Masterarbeiten

Johann Jakob Napp	Kooperation in den frühen Phasen des Innovationsprozesses - Potentiale für kleine und mittlere Unternehmen (KMU)
Jessica Bruch	Lead User in Process Industry
Solveigh Hieber	Erfolgsfaktoren der internationalen Vermarktung. Erstellung eines Instruments zur Selbstanalyse für KMU
Stefan Trapp	Innovationsaudits für KMU - Existierende Ansätze und Möglichkeiten zur Optimierung
Axel Sigmund	Einführung von ERP-basiertem prozessorientiertem Auftragsprojektmanagement
Sascha Exner	Entwicklung frühzeitig beobachtbarer Wertindikatoren für Patente
Imke Slacik	Corporate Culture for Open Innovation: A framework for aligning a firm's culture with the dynamic innovation model
Tim Schweisfurth	Produkt- u. Prozessinnovation über Technologietransfer in analoge Anwendungsgebiete
Shamil Magomedov	Information Oriented Design of Work - Breakdown Structures
Abey Chacko Kalapurathu	A study of the degree of flexibility in decision-making facilitated by the use of tools and techniques
Ervilia	Exploring the relation of patent ownership and market success - Cases from the LCD Flat Panel Display Industry
Da Ye Yang	Knowledge Transfer between Mid-sized Multinational Enterprises' Subsidiary Units in China und Germany
Burcu Dicle Yildiz	Cross-cultural Relationship Management - Guidelines for designing international supply chains
Patcharin Cherngbanchachaikul	Logistics Performance Assessment
Krzysztof Gronowski	German CNC Technology Market development and patent analysis
Daniel Zeiske	Analyse von Innovationsbarrieren in mittelständischen Betrieben; dargestellt an einem Unternehmen der chemischen Industrie - Unangepasste Firmenkultur als Innovationshemmnis
Andre Rocha Barreto	Intellectual Property Monetization: The Market and its Business Models
Franziska Bündgens	Enterprise Security Architecture at SAP
Laura Talina Eslava Fernandez	The Role of Planning Systems in R&D Project Management
Aleksandra Drewko	Resource-Oriented Public Toilets in Developing Countries: Ideas, Design, Operation and Maintenance for Arba Minch, Ethiopia
Natesan Periyasamy	Developing a standardized model for offshoring CAD projects in concurrent engineering to India
Koymat Begüm Sevilay	Development of a Communication Plan and an Innovation Management Tool
Antoaneta Hristova	A Descriptive Analysis of Intellectual Property Auctions
Gugan Natanasabapathy	India as a location for offshore engineering services: A feasibility study from the perspective of a German automotive supplier

Exemplarisch beschreiben wir die Arbeiten von Herrn Lange, Herrn Napp, Herrn Schweisfurth und Frau Slacik.

India's Small Car Industry and its Emergence as a Potential Lead Market for the Low-Cost Small Car Segment**Andreas Lange (Studienarbeit)**

Rising incomes, better financing for vehicles and improved roads are the combined drivers for strong growth of the automotive sector in India (KPMG 2007). In the fiscal year 2006-07, the domestic passenger car market grew by 20 percent, making India one of the fastest growing passenger car markets in the world in absolute terms (SIAM 2008; OICA 2007). The recent introduction of the low-cost small car concept Tata Nano has generated much hype and generated discussion on the emergence of a burgeoning global low-cost small car market. This study conducts a comprehensive evaluation of India's small car automobile industry and analyzes its role as potential lead market for the low-cost small car concept.

Kooperationen in den frühen Phasen des Innovationsprozesses – Potentiale für kleine und mittlere Unternehmen (KMU)**Johann Jakob Napp (Diplomarbeit)**

Eine hohe Innovationsfähigkeit ist die Voraussetzung für die Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen in einer globalisierten Welt. Insbesondere kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) fehlt es jedoch an Ressourcen, um im zunehmend beschleunigten Innovationswettbewerb mitzuhalten. Daher sind KMU besonders darauf angewiesen, die eigene Kompetenz mit dem komplementären Wissen und Handeln anderer Organisationen zu verknüpfen. Insbesondere Kooperationen in frühen Phasen des Innovationsprozesses scheinen Potential zur Verbesserung der Innovationsfähigkeit zu bieten, sind jedoch bisher kaum wissenschaftlich untersucht.

Aufgabe dieser Arbeit ist es daher, das Kooperationsverhalten von kleinen und mittleren Unternehmen in frühen Phasen des Innovationsprozesses zu analysieren. Die Forschungsgrundlage bildet eine im Rahmen dieser Arbeit durchgeführte empirische Studie, an der 76 KMU aus der Instrumententechnik-Branche teilgenommen haben. Erfasst und detailliert analysiert wird, welches Potential Unternehmen in Kooperationen sehen, wie diese Potentiale bisher und zukünftig umgesetzt werden und welche Schwierigkeiten im Zusammenhang mit Kooperationen auftreten.

Die Ergebnisse der Untersuchung zeigen, dass Kooperationen in den frühen Phasen des Innovationsprozesses eine wichtige Rolle spielen. KMU sehen in ihnen vor allem Potential zur Steigerung der Qualität von entwickelten Ideen und Konzepten durch den Zugang zu Know-how und Marktkenntnis. Zur Realisierung des Potentials bezieht ein großer Teil der KMU verschiedene Partner schon in die frühen Phasen ein, wobei Kunden die mit Abstand wichtigsten Kooperationspartner sind.

Trotz der festgestellten hohen Kooperationsaktivität zeigen die Untersuchungsergebnisse, dass ungenutztes Kooperationspotential insbesondere in der Zusammenarbeit mit Hochschulen und Forschungseinrichtungen besteht. Die vorliegende Arbeit identifiziert Barrieren, die für einen zukünftigen Ausbau der benannten Kooperationen im Vorfeld reduziert werden sollten und bietet damit erste Ansatzpunkte zur Steigerung der Innovationsfähigkeit von KMU.

Innovation über Technologietransfer in analoge Anwendungsgebiete**Tim Schweisfurth (Diplomarbeit)**

In Zeiten der Globalisierung des Wettbewerbs und immer höherer Spezialisierung ist es für Unternehmen grundlegend, sich auf eigene Kernkompetenzen und vorhandene Ressourcen zu konzentrieren. Ausgehend von diesen können dann innovative Produkte gefunden und neue Wachstumsmärkte erobert werden.

Der strategische Rahmen für diese Arbeit wird durch eine technologiebasierte Diversifikation gegeben. Ausgangspunkt hierfür ist das im Unternehmen vorhandene Technologiepotential, aus dem Produkt- und Prozessinnovationen hervorgehen. Möglichkeiten für die Operationalisierung dieser Strategie - also das Finden neuer Anwendungsgebiete für Kerntechnologien - werden in dieser Arbeit aufgezeigt. Die Grundlage für die vorgestellten Methoden bildet dabei das Denken in Analogien. Es werden für ausgewählte Technologien analoge Anwendungsfelder gesucht, in denen die von der Technologie bereitgestellte Funktion in einem neuen Kontext eingesetzt werden kann.

Zunächst werden diejenigen Technologien innerhalb des Unternehmens identifiziert, die zu den Kernkompetenzen beitragen, eine starke Differenzierung zum Wettbewerb zulassen und ein weites Feld an zukünftigen, potentiellen Anwendungen aufweisen (Kern- und Schlüsseltechnologien).

Ausgehend von diesen wird dann die Suche nach analogen Anwendungsgebieten durchgeführt. Innerhalb des Hauptteils der Arbeit werden acht verschiedene Methoden vorgestellt, die sich hinsichtlich der Topologie der Suche (Breite der Suche/Tiefe der Suche) und des Ortes der Suche (unternehmensintern/unternehmensextern) unterscheiden. Die identifizierten Techniken kommen aus unterschiedlichen Bereichen der Wissenschaft und haben ihre Wurzeln in den Ingenieurwissenschaften (TRIZ, Suchfeldanalyse), im Technologie- und Innovationsmanagement (Handshake-Analyse, Funktionalmarkt-konzept, Pyramiding, Patentanalyse, Technologiebroker) und in der Psychologie (Kreativitätstechniken). Im Anschluss an die Vorstellung und Bewertung der Methoden werden abhängig von den Zielen, die das Unternehmen mit der Suche verfolgt, Handlungsempfehlungen gegeben und eine Normstrategie abgeleitet.

Nach dem Auffinden analoger Anwendungsfelder müssen diese noch in zweifacher Hinsicht bewertet werden. Zum einen stellt sich die Frage, welche potentiellen Applikationen in technologischer und in betriebswirtschaftlicher Hinsicht Erfolg versprechend sind; zum anderen muss festgelegt werden, auf welche Art die Technologie-verwertung stattfinden soll. Dabei muss die technologische Keep-or-Sell-Entscheidung für neue Anwendungsfelder getroffen werden: entweder wird eine rein interne Verwertung der Technologie vorgenommen oder es erfolgt der Technologietransfer zu einer externen Institution. Für jede dieser Entscheidungen werden heuristische Hilfsmittel vorgestellt.

Corporate Culture for Open Innovation: A framework for aligning a firm's culture with the dynamic innovation model**Imke Slacik (Diplomarbeit)**

In a market environment that is characterised by the integration of complex technologies, shorter product life-cycles and increasing cost pressure an increasing number of firms are acknowledging that they cannot solely depend on internal knowledge. Therefore they increasingly implement the approach of open innovation, a dynamic innovation model in which companies rely on internal and external knowledge as well as internal and external paths to market.

The practises that are required for open innovation have implications for everyone in the firm involved with innovation since it requires different skills, affects the working practises and requires a different mindset. Therefore, people might perceive the open model to be conflicting with their culture. This animosity of open innovation is represented by the 'Not Invented Here' and 'Not Sold Here' syndromes. This research aims to offer new insights about the cultural impact on open innovation. Furthermore, by recognising a paucity of empirical research in this area, this exploratory study provides an understanding on how firms can introduce and adapt artifacts that help to align the culture with open innovation. In doing so the main research output is focused on developing a framework that illustrates the methods used to encourage, motivate and support the employees to become open. An inductive case study design was then used to carry out six case studies within large firms operating in the energy, food, telecommunications, electronics and media sectors. The investigation in each case centres on how companies implemented open innovation. By investigating the approaches of implementing open innovation in different R&D functions and the methods used to motivate and support the employees to become open it was aimed to get insights about the cultural characteristics of the people working in R&D.

This research found references of different subcultures in R&D between blue sky research and applied R&D. The framework of this thesis presents how the differing subcultures in R&D can be aligned with the open approach. It illustrates the findings that newly created service units leverage the subculture's inclination by providing different types of support and using different methods of motivation. The framework developed can provide a basis for managers, who want to implement open innovation to assess their R&D functions and identify the right type of motivation and support for the employees to become open.

3.4 Einrichtung eines neuen internationalen Masterstudiengangs „Global Innovation Management“ (GIM)

Im Oktober dieses Jahres startete der erste Jahrgang des neu konzipierten Masterstudiengangs „Global Innovation Management“ (GIM). Gefördert durch das Erasmus Mundus Programm der Europäischen Union nahmen 20 Studierende aus allen Teilen der Welt ihr Studium auf, in dessen Verlauf sie zu erfolgreichen Managern globaler Innovationsprozesse ausgebildet werden sollen.



MSc.
Global Innovation Management

An ERASMUS MUNDUS Programme  

[Home](#) [Programme Description](#) [Partners](#) [Fees & Scholarships](#) [Apply](#) [FAQ](#) [Contact](#)

Overview
ECIU
News (24/11/08)
Brochure

The MSc. in Global Innovation Management is a unique 2-year programme offered jointly by the **University of Strathclyde** (Scotland), **Aalborg University** (Denmark) and **Hamburg University of Technology** (Germany), which enables graduates of first degrees in engineering, science and technology to successfully manage the innovation process across international boundaries.

Abbildung 5: www.globalinnovationmanagement.org

Die Konzipierung und Realisierung dieses zweijährigen innovativen Masterprogramms erfolgte im Rahmen einer langjährigen erfolgreichen Zusammenarbeit zwischen dem „Department of Design, Manufacture and Engineering Management“ (DMEM) an der University of Strathclyde, dem „Centre for Industrial Production“ (CIP) an der Aalborg University und unserem Institut. Aufbauend auf einem gemeinsamen ersten Studienjahr in Glasgow (University of Strathclyde) haben die Studierenden die Wahl, ob sie die zweite Programmhälfte, bestehend aus Vertiefungsfächern, Projektarbeiten sowie Master Thesis, entweder an der Aalborg University in Dänemark oder an der Technischen Universität Hamburg-Harburg absolvieren möchten. Als Abschluss erhalten die Absolventen ein „Joined Degree“ der jeweils beteiligten Hochschulen. Weitere Informationen entnehmen Sie bitte der Programm-Internetseite www.globalinnovationmanagement.org.

3.5 Zusammenarbeit mit Unternehmen in der Lehre

Wir sind ständig bemüht, unsere Vorlesungsveranstaltungen für die Studierenden ansprechend zu gestalten. Neben zahlreichen praktischen Beiträgen und Beispielen der Nutzung zeitgemäßer Kommunikationsmedien spielt dabei das Thema Interdisziplinarität eine zunehmend wichtige Rolle. Um die interdisziplinäre Ausbildung unserer Studierenden zu fördern, wird bspw. mit der Veranstaltung Produktentwicklung der Versuch unternommen, Ansätze aus der Betriebswirtschaft und den Ingenieurwissenschaften im Rahmen eines praxisorientierten Vorgehens in Zusammenarbeit mit Unternehmen aus der Region zu kombinieren. Die Veranstaltung wird in Kooperation mit Prof. Dr.-Ing. Feldmann durchgeführt und fand im Wintersemester 99/00 erstmals statt. In den vergangenen Wintersemestern konnten wir die Johnson & Johnson Medical GmbH (Norderstedt), die Hako-Werke (Bad Oldesloe), die Thyssen-Krupp AG (Hamburg), Mont Blanc (Hamburg), Stahlberg Roensch (Hamburg) und die Jungheinrich-Werke (Hamburg) für eine Zusammenarbeit gewinnen.



Im Sommer 2007 sowie im Winter 2008 wurden wir von der UNITY AG bei der Vorbereitung und Durchführung unseres TIM-Seminars aktiv unterstützt. UNITY mit Hauptsitz in Paderborn gehört zu den führenden auf Szenarioentwicklung spezialisierten Beratungshäusern in Deutschland. Die Studierenden des TIM-Seminars wurden von Unity Beratern durch den Prozess der Szenarioentwicklung geführt und entwickelten bspw. Szenarien zur Entwicklung der Medizintechnik. Hierzu konnten die Studierenden Werkzeuge und Software nutzen, die UNITY üblicherweise nur in Projekten für Industriekunden verwendet.



4 Dienstleistungen

In der Zeit 2007 bis 2008 hatten wir erneut die Gelegenheit, Unternehmen sowie staatliche Einrichtungen bei der Umsetzung des Technologie- und Innovationsmanagement in bestimmten Teilaspekten zu unterstützen. Im Folgenden werden diese Projekte knapp vorgestellt.

Durchführung eines Lead User Projektes für einen Hersteller in der Medizintechnik **Projektverantwortliche: Prof. Dr. Herstatt, Christoph Stockstrom**

Zielsetzung dieses Projektes war es, ein innovatives Konzept für einen OP-Tisch als Ersatz für ein vorhandenes Produkt und zur Sicherung der Marktposition gegen ein stark wachsendes Konkurrenzprodukt zu entwickeln. Um zunächst einen besseren Einblick in die Thematik zu erhalten, fand eine Einführung in Anatomie statt. Das Team wohnte u.a. Operationen bei und sammelte Erfahrung mit pathologischen Studien.

Das eigentliche Projekt begann mit einer Marktanalyse. Besonders anspruchsvolle Nutzer (vorwiegend Chirurgen in Privatkliniken und Krankenhäusern) in Europa und den USA wurden identifiziert und kontaktiert. Über eine Netzwerkanalyse (Frage der Ärzte nach weiteren Kontakten, die sie selbst als Spezialisten ansehen) wurden weitere Experten identifiziert. Wir waren erneut bei Operationen anwesend, um im Rahmen ethnographischer Studien Schwachstellen bzw. Optimierungspotentiale bei heute im Einsatz befindlichen OP-Tischen sowie Zubehör zu erkennen und diese mit den operierenden Ärzten und ihrem Team zu diskutieren. Unter Einbeziehung der gewonnenen Erkenntnisse und besonderer Herangehensweisen wie beispielsweise der Nutzung analoger Felder wurden mehrtägige Expertenworkshop organisiert. Mit den so generierten Ideen wurde das Projekt an die Entwicklungsabteilung des Unternehmens übergeben. Im Ergebnis konnten vier Prototypen konzipiert werden, die sich zurzeit in der Entwicklung befinden.

Analyse und Bewertung der Innovationsfähigkeit von KMU - ein EU gefördertes regionales Entwicklungsprojekt der Hamburger Wirtschaftsbehörde (RIS II) **Projektverantwortliche: Prof. Dr. Herstatt, Dr. Buse**

Kleine und mittelgroße Unternehmen (KMU) bilden das Rückgrat der Wirtschaft in Deutschland wie auch in Hamburg. Vergleichbar multinationaler Konzerne wird ihre Wettbewerbsfähigkeit entscheidend durch ihre Innovationskraft bestimmt. Die Entwicklung und Vermarktung innovativer Produkte, Dienstleistungen oder Prozesse ist jedoch ein komplexes Unterfangen, in dem es zuweilen verschiedenste Hemmnisse zu überwinden gilt.



Innovationshemmnisse Hamburger KMU zu ermitteln und für diese Lösungen in Workshops zu erarbeiten, war das Ziel eines Forschungsprojektes, das die Hamburger Wirtschaftsbehörde und die Innovationsstiftung Hamburg in Kooperation mit dem Institut für Technologie- und Innovationsmanagement der Technischen Universität Hamburg-Harburg und dem Arbeitsbereich Marketing und der Untersuchung standen KMU aus den Bereichen

Dienstleistungen (B2C, B2B), Maritime Wirtschaft, Logistik, IT und Medien, Maschinen- und Anlagenbau, Luftfahrt Engineering, Medizintechnik und Life Science sowie Food Engineering. Basierend auf den Ergebnissen der RIS-Befragung zur Ermittlung der Innovationshemmnisse von KMU der Metropolregion Hamburg wurden verschiedene Projekte initiiert, die die Stärkung der Innovationsfähigkeit dieser Unternehmensgruppe zum Ziel haben. Die umfangreichen

Ergebnisberichte sowohl der grundlegenden Erhebung als auch der anschließenden Projekte stehen unter der Internetseite <http://www.tu-harburg.de/tim/ris-hamburg/befragung.html> zum Herunterladen zur Verfügung. Ausgewählte Ergebnisse wurden im Rahmen der offiziellen RIS II-Abschlussveranstaltung der Hamburger Behörde für Wirtschaft und Arbeit am 18.01.2008 von Prof. Herstatt vorgestellt. Darüber hinaus wurden die Ergebnisse in der Fernsehsendung „Betrifft: Hamburg“ zum Thema „Wie innovativ ist der Hamburger Mittelstand“ des Senders Hamburg 1 im Juni 2007 mit Prof. Herstatt diskutiert. Eine Kopie der Sendung findet sich unter der Internetseite <http://www.tu-harburg.de/tim/praxis/index.html>.

Aus zwei der zuvor angesprochenen Vertiefungsprojekte ergingen Folgeaufträge an unser Institut. Diese werden im Folgenden vorgestellt.

Online-Serviceportal zur Internationalen Vermarktung („Life Science Grenzenlos“) (Folgeprojekt zu RIS II)

Projektverantwortliche: Dr. Buse, Dipl.-Kfm. Tiwari

Im Rahmen der zweiten Stufe des RIS II Projektes hat unser Institut in Kooperation mit dem Bay to Bio e.V. Hamburg ein Online-Serviceportal zur Internationalen Vermarktung („Life Science Grenzenlos“) aufgebaut. Ziel dieses Portals ist es, kleinen und mittleren Unternehmen der Life-Sciences Hilfestellung bei der Internationalen Vermarktung ihrer Produkte und Services zu geben.

Life Science Grenzenlos.

Serviceportal zur internationalen Vermarktung

Home | Leifäden | Informationen | Messen und Delegationen | Über uns | Kontakt | Impressum

Herzlich Willkommen auf dem Serviceportal „Life Science Grenzenlos“.

Dieses Portal* richtet sich an kleine und mittlere norddeutsche Unternehmen des Life-Science-Sektors, wobei im ersten Schritt Unternehmen der Bereiche **Medizintechnik** und **Enabling Technologies** adressiert werden.

Unser Ziel ist es, Unternehmen **Hilfestellung bei der Internationalen Vermarktung** ihrer Produkte und Services zu geben.

Prozess der Internationalen Vermarktung

Interne Ressourcenanalyse | Wahl des Zielmarktes | Bestimmung der Markteintrittsform | Wahl des Markteintrittszeitpunktes

Informationen
zur Unterstützung der Prozessschritte
(Ressourcenbedarf, Marktanalysen, Unterstützende Institutionen etc.)

Abbildung 6: www.life-science-grenzenlos.de

Der Prozess der Internationalen Vermarktung stellt vor allem junge und kleine Unternehmen häufig vor große Herausforderungen. Begrenzte Ressourcen und ein Mangel an Erfahrungen im Internationalisierungsprozess erschweren oder verhindern häufig die Ausnutzung ausländischer Marktpotenziale. Die nicht seltene Folge: eine missglückte Internationalisierung und ein hohes Lehrgeld. Diese Gefahren zu vermeiden oder zumindest abzumildern, haben wir uns mit diesem Portal zur Aufgabe gemacht. Als Hilfestellung im Rahmen der Internationalen Vermarktung bietet es Unternehmen folgende Service-Leistungen:

- Leitfäden, die wichtiges Methodenwissen vermitteln und Selbstanalyseinstrumente beinhalten
- Informationen zu ausgesuchten Zielmärkten, fachspezifischen Themen sowie Adressen und Ansprechpartner wichtiger Institutionen
- eine Übersicht fachspezifischer Messen und Wirtschaftsdelegationen.

Das Portal ist seit November 2007 unter www.life-science-grenzenlos.de online.

Online-Serviceportal zur externen Technologieverwertung (Folgeprojekt zu RIS II) Projektverantwortlicher: Dipl.-Ing. oec. Frank Tietze, M.Sc.

Ebenfalls im Rahmen der zweiten Stufe des RIS II Projektes hat unser Institut in Kooperation mit der IP-Bewertungs AG Hamburg ein Online-Serviceportal zur externen Technologieverwertung aufgebaut. Ziel dieses Portals war es, kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) Informationen zur externen Technologieverwertung (ETV) - speziell ihrer monetären Dimension - bereitzustellen und Einblick in neue Modelle zur Erleichterung der externen Technologieverwertung zu geben. Ausgehend von der Vermittlung einiger Grundlagen zur externen Technologieverwertung stellt es die Modelle Patentverwertungsfonds, IP-Auktionen und Online-Marktplätze vor. Durch einen qualitativen Vergleich der drei Modelle und in Form von Checklisten werden KMU Entscheidungshilfen und konkrete Ratschläge zu den einzelnen Modellen gegeben, deren Praxistauglichkeit noch einmal durch ausgewählte Beispiele wird verdeutlicht.

Das Portal ist seit Juli 2008 unter www.ip-verwertung.info erreichbar.

Serviceportal zur externen IP Verwertung
Informationen rund um die monetäre Verwertung von Patenten und Technologien

gefördert durch: RIS Hamburg

Home Grundlagen Modelle der monetären ETV Anbieter von IP Dienstleistungen Downloads

Grundlagen

- Ziele und Projekte der ETV
- Umsatzgenerierung durch Patente
- Prozessmodell der ETV
- Vertiefende Literatur

Modelle

- Patentverwertungsfonds
 - Struktur
 - Ablauf
- IP Auktionen
 - Struktur
 - Ablauf
- Online-Marktplätze
 - Struktur
 - Ablauf

Tools

- Vergleich der Modelle
- Checklisten zu den Modellen
 - Planung
- Beispiele zu den Modellen
- Anbieterliste

Aufbau des Serviceportals, Quelle: Eigene Darstellung

Abbildung 7: www.ip-verwertung.info

5 Preise und Stipendien

5.1 Awapatent Foundation for the Promotion of Scientific Research in the area of Intellectual Property Rights für Frank Tietze

Am 29. Januar 2008 wurde unserem Mitarbeiter, Herrn Frank Tietze, in Stockholm von der „Awapatent Foundation for the Promotion of Scientific Research in the area of Intellectual Property Rights“ ein Stiftungspreis in Höhe von 24.500 SEK verliehen. Die Stiftung unterstützt damit die Forschungsarbeit von Herrn Tietze zu IP Auktionen. Herr Tietze wurde eingeladen im Rahmen der Preiszeremonie einen Einblick in seine Forschungsarbeit im Rahmen eines Vortrages zu geben.



Abbildung 8: Zwei der fünf Preisträger des Jahres 2008, Frank Tietze (rechts) und Stina Nilsson von der Lund University (links)

5.2 Post-Doc Stipendium der DFG für Dr. Viktor R. G. Braun

Dr. Viktor Braun, Reserach Fellow an unserem Institut im Zeitraum 2007/2008, erhielt im Anschluss an seine Promotion die Einladung von Prof. Eric von Hippel, in der renommierten Innovation Reserach Group der MIT Sloan School of Management als Post-Doc mitzuwirken. Diese hervorragende Gelegenheit und zugleich Auszeichnung wurde seitens der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG) durch die Gewährung eines 8-monatigen Stipendiums honoriert.

5.3 Forschungsstipendium der JSPS für Prof. Dr. Cornelius Herstatt Thema: CTO in the Japanese Industry

In Anerkennung der wissenschaftlichen Bedeutung des internationalen Forschungsprojektes „EITIM CTO Survey“ (Details siehe unter Punkt 2.3) gewährte die Japanese Society for Promoting Science (JSPS) Prof. Herstatt ein Forschungsstipendium zur Durchführung von Interviews mit CTOs führender japanischer Großkonzerne aus den Bereichen Elektrotechnik, Automobil sowie Maschinenbau.

6 Sonstige Aktivitäten und Mitgliedschaften

6.1 EITIMdoc – Ein europäisches Doktorandennetzwerk



Auf dem EITIM Treffen in Hamburg im Oktober 2007 entschieden die EITIM Mitglieder verstärkt den Austausch ihrer Doktoranden und Nachwuchsforscher zu forcieren. Auf Initiative von Charles Romito und unseres Mitarbeiters Frank Tietze fiel die Entscheidung gemeinsam ein Europäisches Doktorandennetzwerk ins Leben zu rufen. Im Dezember 2007 fand darauf folgend das erste Treffen einer Kerngruppe von Doktoranden statt, die sich bereit erklärt hatte, den Netzwerkgedanken aufzunehmen und auf ein tragfähiges Grundgerüst zu stellen. Nach dem Kick-off Workshop an der University of Cambridge fand ein zweiter Workshop mit knapp 15 europäischen Doktoranden Anfang 2008 in Madrid statt. Als Ergebnis dieses Workshops wurde entschieden, eine erste gemeinsame Veranstaltung aller Doktoranden und Nachwuchsforscher der EITIM Institute im November 2008 in Cambridge durchzuführen.

Mit dem Ziel des gegenseitigen Kennenlernens fand am 7. und 8. November 2008 in den Räumen des Pembroke Colleges an der University of Cambridge die Erste EITIMdoc Konferenz statt, an der 40 Doktoranden und damit die Hälfte aller Doktoranden an den EITIM Instituten teilnahmen. Das TIM war mit vier Doktoranden vertreten, wobei Frank Tietze, als EITIM General Secretary und Gründer von EITIMdoc die Veranstaltung gemeinsam mit Tim Minshall vom Institute for Manufacturing der Universität Cambridge eröffnete.



Abbildung 9: Teilnehmer der EITIMDoc Konferenz in Cambridge

Im Nachklang der Konferenz hat EITIMdoc seine Website überarbeitet und kürzlich einen Relaunch mit einer voll interaktiven Webplattform durchgeführt, über die ab sofort EITIMdoc Mitglieder kommunizieren können. Die Website bietet Möglichkeiten, gemeinsame Inhalte zu

erarbeiten, Tipps zur Promotion auszutauschen, Literaturdatenbanken auszutauschen, gemeinsam an Veröffentlichungen zu arbeiten oder einfach nur die auf der Konferenz entstandenen Freundschaften per Chat zu pflegen. Die Website ist erreichbar unter www.eitimdoc.org.

Ferner wurde die nächste EITIMdoc Conference terminiert. Vom 7. bis 9. Mai 2009 werden die Doktoranden und Nachwuchswissenschaftler der EITIM Institute in Göteborg, Schweden an der Chalmers University of Technology zusammenkommen, um sich zwei Tage lang über aktuelle Forschungsthemen auszutauschen, ihre akademischen Fähigkeiten auszubauen und persönliche Kontakte zu pflegen, aus denen zukünftig hoffentlich das ein oder andere gemeinsame Forschungsprojekt erwachsen wird.

EITIMdoc Ambassador am TIM ist unser Mitarbeiter Frank Tietze.

6.2 International Product Development Management Conference (2008) in Hamburg

Zwischen dem 29. Juli und 2. August 2008 fand die „International Product Development Management Conference“ in den Räumlichkeiten der Helmut-Schmidt-Universität in Hamburg statt. Die zum 15. Mal durchgeführte international renommierte und im Wissenschaftsbereich des Technologie- und Innovationsmanagements sehr wichtige Konferenz gastierte erstmals in Deutschland und wurde von uns in Kooperation mit den Kollgen Prof. Dr. Hans Koller (HSU) sowie Prof. Dr. T. Teichert (UHH) durchgeführt.



Abbildung 10: IPDMC in Hamburg

Über 150 Innovationsforscher und Wissenschaftler aus Europa, Asien und den USA diskutierten auf Basis von knapp 160 größtenteils qualitativ hochwertigen Vorträgen neueste Erkenntnisse auf dem Gebiet des Technologie- und Innovationsmanagement. Namhafte Gast sprecher wie Herr Gerhard Puttfarcken (ehemaliger Vorstandsvorsitzender Airbus Deutschland), Herr Wolfgang Müller-Pietrella (Volkswagen AG), sowie Prof. Hans Georg Gemünden (TU Berlin) trugen darüberhinaus zum sehr guten Gelingen der Konferenz bei.

6.3 Business Opportunities and Responsibilities in the Ageing Society (2008) in Tokyo

Immer mehr Unternehmen entdecken den Wachstumsmarkt „Alter“ als neue Geschäftschance. Am 3. und 4. Oktober diskutierten Experten aus aller Welt die Thematik bei einem internationalen Symposium in Tokio.

Japan wird vielfach als Vorreiter im Bereich „Silbermarkt“ gesehen. Allerdings handelt es sich hier keineswegs um ein homogenes Marktsegment. Darin waren sich die Experten aus verschiedenen Ländern, die beim internationalen Symposium "The Silver-Market-Phenomenon: Business Opportunities and Responsibilities in the Ageing Society" am 3. und 4. 10. an der United Nations University in Tokio zusammen kamen, einig. Auf der in Zusammenarbeit mit dem Institut für Technologie- und Innovationsmanagement der TU Hamburg-Harburg veranstalteten

DIJ-Konferenz wurden die Herausforderungen und Chancen des "Silbermarkts" sowie unternehmerische Verantwortung ausführlich diskutiert. Den Kick-off des Symposiums bildete das DIJ Forum am 2. 10., bei dem Ko-Organisator Cornelius Herstatt die Gemeinsamkeiten und Unterschiede in den Seniorenmärkten in Deutschland und Japan aufzeigte. Gleichzeitig wurde auch die Neuerscheinung „The Silver Market Phenomenon: Business Opportunities in an Era of Demographic Change“ der Öffentlichkeit vorgestellt. Das detaillierte Programm, einzelne Präsentationen sowie eine Videoaufnahme der gesamten Konferenz können auf der Homepage des DIJ eingesehen werden.



Abbildung 11: Silbermarktsymposium in Tokyo

6.4 India Week Hamburg 2007 und 2008

2007 wurde zum ersten Mal die „India Week Hamburg“ durchgeführt. In Kooperation mit unseren Partnern - dem German Indian Round Table (GIRT), der Hamburger Behörde für Wirtschaft und Arbeit (BWA), der Handelskammer Hamburg sowie KPMG Hamburg - wurde eine einwöchige Veranstaltungsreihe konzipiert, in deren Mittelpunkt Themen der wirtschaftlichen Zusammenarbeit zwischen Deutschland und Indien stehen. Flankiert werden die inhaltlichen Themen durch ein umfangreiches Programm an vielfältigen Kulturveranstaltungen.

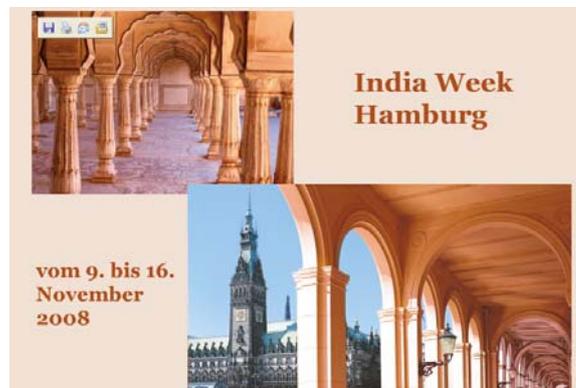


Abbildung 12: India Week in Hamburg

Der alljährlich stattfindende Senatsempfang, auf dem in diesem Jahr sowohl der Hamburger Wirtschaftssenator Alexander Gedaschko als auch die indische Botschafterin in Deutschland Frau Meera Shankar Grußworte an die Veranstaltungsteilnehmer richteten, unterstreicht den

besonderen internationalen Stellenwert, den die „India Week Hamburg“ nach nur zwei Jahren bereits eingenommen hat. Wie im Vorjahr konnten auch für die diesjährige Veranstaltungsreihe, die vom 09. bis 16. November 2008 statt fand, namhafte Referenten aus beiden Nationen gewonnen werden. Eine Programmübersicht sowie weitere nützliche Informationen finden sich auf der Internetseite www.india-week-hamburg.org. Neben ihrem organisatorischen Engagement waren Mitarbeiter unseres Institutes auch als Referenten und Teilnehmer von Podiumsdiskussionen beteiligt.

6.5 Akademische Mitgliedschaften von Prof. Dr. Herstatt

Prof. Dr. Herstatt ist Mitglied in mehreren betriebswirtschaftlichen Fachverbänden; hierzu gehören der Arbeitskreis Forschungs- und Entwicklungsmanagement der Deutschen Schmalenbachgesellschaft, der Arbeitskreis für Technologie- und Innovationsmanagement (TIM) des Deutschen Hochschullehrerverbands für Betriebswirtschaft, der Academy of Management (AMA) und die Product Development Management Association (PDMA).



Er ist ferner Mitglied der Templeton Alumni Society (Templeton College, Oxford/UK), wo er 1998 das Advanced Management Program absolvierte sowie JSPS Fellow (Japanese Society for Promoting Science).

Darüber hinaus ist Herr Prof. Dr. Herstatt im Editorial Board des „International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management“ (IJEIM), des International Journal for Product Development Management (IJPDM), des International Journal of Technology Intelligence and Planning (IJTIP), des International Journal of Technology Intelligence and Planning (IJTIP) sowie des „International Journal of Human Resources Development“ (IJHRD). Des Weiteren ist er im Herausgeberrat der Fachzeitschrift „Wissenschaftsmanagement, Zeitschrift für Innovation“ und Mitherausgeber der Schriftenreihe Schriftenreihe Forschungs-, Entwicklungs-/ Innovationsmanagement (mit H.-D. Bürgel, D. Grosse und M. Möhrle), DUV-Verlag (Gabler)

Herr Prof. Dr. Herstatt ist als Gutachter u.a. für die Deutsche Forschungsgemeinschaft (DFG) tätig. Ferner rezensiert er Fachbücher (u.a. für die Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung, Zfbf) sowie Fachartikel für verschiedene wissenschaftliche Journale (u.a. für das Journal of Business Research, International Journal of Technology Management, International Journal of Innovation). Herr Herstatt ist ferner Mitglied des NIT Träger- und Fördervereins.

6.6 Ämter in der akademischen Selbstverwaltung

Prof. Herstatt ist Mitglied des akademischen Senats und stellvertretender Studiendekan des Studienbereichs Managementwissenschaften und Technologie an der Technischen Universität Hamburg-Harburg. Ferner Vorsitzender des Prüfungsausschusses im Studiengang General Engineering Science an der Technischen Universität Hamburg-Harburg in Kooperation mit dem Northern Institute of Technology (NIT) und stellv. Vorsitzender des Prüfungsausschusses im Hochschulübergreifenden Studiengang Wirtschaftsingenieurwesen (Technische Universität Hamburg-Harburg, Universität Hamburg und Hochschule für angewandte Wissenschaften Hamburg).

7 Ausblick

Im Rückblick auf die vergangenen zwei Jahre ist es uns gelungen, das Institut für Technologie- und Innovationsmanagement (TIM) an der TUHH weiter auszubauen und entsprechend unserer Zielsetzung zu positionieren.

Neben dem Angebot attraktiver Lehrveranstaltungen und dem Aufbau von Kontakten zu Unternehmen in der Region Hamburg haben wir uns auf die Forschung konzentriert. Wie wir meinen, mit durchaus vorzeigbaren Resultaten. Ferner konnten wir die Forschungsk Kooperationen mit den TUHH-Partneruniversitäten Chalmers University of Technology (Schweden), Tohoku in Sendai (Japan), Deutsches Institut für Japanstudien (DIJ, Tokyo) und dem European Institute for Technology and Innovation Management (EITIM) weiter vertiefen.

Wir hoffen auch in Zukunft anspruchsvolle, innovative Forschungsarbeit in den Kerngebieten unserer Forschungsinteressen leisten zu können. Ferner wollen wir vermehrt an innovativen Konzepten der Vermittlung von Wissen an unsere Studierende arbeiten. Eine wesentliche Zielgruppe sind Studierende der verschiedenen, an der TUHH angebotenen internationalen Bachelor- und Masterstudiengänge, die Internationalen Wirtschaftsingenieure (TUHH) sowie Wirtschaftsingenieure des hochschulübergreifenden Studiengangs Wirtschaftsingenieurwesen (TUHH, Universität Hamburg, Hochschule für angewandte Wissenschaften), die wir seit dem WS 2000/01 mitbetreuen dürfen.

Auch die enge Zusammenarbeit mit Unternehmen auf dem Gebiet des Technologie- und Innovationsmanagement, die wir bereits punktuell durchführen konnten, wollen wir noch gezielter fördern und ausbauen. Bei der Auswahl der Kontakte stehen unsere Forschungsinteressen im Vordergrund.

„Ein Blick auf die vergangenen zehn Jahre führt lebhaft vor Augen, dass das Institut inzwischen in ausgewählten Themen eine internationale Spitzenstellung einnimmt.

Entsprechend umfassend ist die Liste der wissenschaftlichen Veröffentlichungen in internationalen Fachzeitschriften, die Zahl der Konferenzbeiträge und über 20 Buchpublikationen.“

Prof. Hugo Tschirky, PhD, DBA
Eidgenössische Technische Hochschule Zürich



Technische Universität Hamburg-Harburg
Institut für Technologie- und Innovationsmanagement
Prof. Dr. Cornelius Herstatt

Schwarzenbergstr. 95, D-21073 Hamburg
Tel. 040 428 78 - 3777, Fax. - 2867
E-mail: c.herstatt@tuhh.de