

Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre,
insbesondere Technologie- und
Innovationsmanagement
– Stifterlehrstuhl –

Lehrstuhlbericht 01.10.2005 - 30.09.2006

Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre,
insbesondere Technologie- und
Innovationsmanagement

WHU - Otto Beisheim School of Management
Burgplatz 2
56179 Vallendar

Telefon (0261) 6509-241
Fax (0261) 6509-249
E-Mail tim@whu.edu
Internet <http://www.whu.edu/tim>

1 Vorwort



Sehr geehrte Stifter und Förderer, liebe Freunde des Lehrstuhls,

auch dieses Jahr möchte ich Ihnen wieder ganz herzlich für die Unterstützung des Lehrstuhls für Technologie- und Innovationsmanagement (TIM) an der WHU – Otto Beisheim School of Management danken. Ohne Ihr Engagement wären die in diesem Bericht dargestellten Leistungen nicht zu erbringen gewesen. Unsere Aktivitäten im Zeitraum vom 1.10.2005 bis zum 30.9.2006 haben wir nachfolgend für Sie zusammengefasst. An dieser Stelle möchte ich kurz auf einige besondere Höhepunkte des letzten Berichtsjahres hinweisen.

Im Bereich der Forschung wurden die bestehenden nationalen und internationalen Kooperationen ausgebaut und intensiviert. Hervorzuheben sind dabei die zahlreichen Forschungsprojekte des Lehrstuhls TIM zusammen mit verschiedenen Professoren der Kellogg School of Management. Diese wurden im vergangenen Jahr insbesondere während meines mehrmonatigen Forschungsaufenthalts an der Kellogg School of Management im

Rahmen eines Forschungsfreisemesters vorangetrieben. Diese Zusammenarbeit hat entscheidend dazu beigetragen, die strategische Partnerschaft zwischen der WHU und Kellogg auch auf dem Gebiet der Forschung mit Leben zu füllen. Zur Finanzierung der verschiedenen Forschungsprojekte konnte auf Mittel von Stiftungen und Mittel aus den Forschungsfonds der WHU und von Kellogg zurückgegriffen werden. Dies unterstreicht die wissenschaftliche Qualität der Forschungsprojekte.

Neben diesen Forschungsprojekten wurden am Lehrstuhl TIM im vergangenen Jahr die Doktorarbeiten von drei internen sowie zwei externen Doktoranden erfolgreich abgeschlossen. Die Doktorarbeiten widmeten sich unterschiedlichen Bereichen des Technologie- und Innovationsmanagements, z.B. Kundenintegration, F&E-Kooperationen, Erfolgsfaktoren der Neuproduktentwicklung sowie externe Technologieverwertung

Im Bereich der Lehre werden mittlerweile fast alle Veranstaltungen des Lehrstuhls TIM auf Englisch gehalten. Dies trägt der gestiegenen Internationalisierung der WHU Rechnung und ermöglicht es uns, auf das große Interesse der Austauschstudenten von Partneruniversitäten der WHU an TIM-Kursen zu reagieren. Die Attraktivität des Wahlpflichtfachs TIM wurde durch Einbindung von Dozenten international renommierter

Business Schools (z.B. Kellogg) weiter gesteigert.

Auch die Entwicklung des Biopharma Management Center (BMC) schreitet weiter voran. Dieser Themenbereich trifft weiterhin auf großes Interesse von Seiten der Studenten. Die Vorlesung „Management Fundamentals of the Health Care Industry“ stellt mittlerweile einen festen Bestandteil des Kursangebots an der WHU dar. Das erneut durchgeführte „Science Boot Camp“ erhielt darüber hinaus sogar die beste Bewertung aller Lehrveranstaltungen an der WHU im letzten Jahr mit der Traumbewertung 1,0. Dabei wurde außerdem die Zusammenarbeit mit der studentischen Initiative „Project Biopharma“ verstärkt.

Über weitere interessante Aktivitäten am TIM-Lehrstuhl informiert Sie dieser Lehrstuhlbericht. Hiermit möchte ich Sie herzlich einladen, an künftigen Aktivitäten des Lehrstuhls TIM mitzuwirken. Wir freuen uns auf die Zusammenarbeit mit Ihnen! Weitere Informationen finden Sie auf unserer Homepage. Dort können Sie auch zusätzliche Exemplare des Lehrstuhlberichts herunterladen.

Mit herzlichen Grüßen
Ihr

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'H. Ernst'.

Prof. Dr. Holger Ernst



Das Lehrstuhl-Team (von links nach rechts):
Vordere Reihe: Carsten Rübsaamen, Anna Dubiel, Anke Dießel, Prof. Dr. Holger Ernst
Hintere Reihe: Martin Fischer, Enzio Reincke, Dr. Ulrich Lichtenthaler, Philipp Bubenzer, Nils Omland
Nicht abgebildet: Jana Boss

Unser ganz besonderer Dank gilt allen Stiftern und Förderern des Lehrstuhls:

Allianz AG

Astra Zeneca

Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH

Degussa AG

Flick Förderungsstiftung

Heinz-Nixdorf-Stiftung

Koblenzer Elektrizitätswerk und Verkehrs Aktiengesellschaft

Moeller Holding

Novo Nordisk Pharma GmbH

Prof. Otto Beisheim Stiftung

Siemens AG

Stiftung Industrieforschung

2 Mitarbeiter

Leitung:

Univ.-Prof. Dr. Holger Ernst
hernst@whu.edu
Tel. (0261) 6509-241

Sekretariat:

Anke Dießel
Anke.Diessel@whu.edu
Tel. (0261) 6509-241

Wissenschaftlicher Assistent:

Dr. Ulrich Lichtenthaler
lichtenthaler@whu.edu
Tel. (0261)6509-245

Wissenschaftliche Mitarbeiter:

Jana Boss
jana.boss@whu.edu
Tel. (0261) 6509-248

Philipp Bubenzer
philipp.bubenzer@whu.edu
Tel. (0261) 6509-210

Anna Dubiel
anna.dubiel@whu.edu
Tel. (0261) 6509-244

Martin Fischer
martin.fischer@whu.edu
Tel. (0261) 6509-246

Nils Omland
nomland@whu.edu
Tel. (0261)6509-243

Carsten Rübsaamen
carsten.ruebsaamen@whu.edu
Tel. (0261)6509-242

Externe Doktoranden:

Robin Baum
rbaum@whu.edu

Stefan Kohn
skohn@whu.edu

Nguyen-Truong Le
Nguyen-truong.le@teg.fraunhofer.de

Enzio Reincke
enzio.reincke@whu.edu

Michael Schramm
mail@michael-schramm.de

David Somhegyi
david.somhegyi@whu.edu

3 Lehre

Im Frühjahr 2005 begann bereits der sechste Studienjahrgang mit dem Wahlpflichtfach Technologie- und Innovationsmanagement im Rahmen des Hauptstudiums des Diplomprogramms an der WHU. Die grundlegende Struktur des Wahlpflichtfachs im Diplomprogramm ist unverändert geblieben: die Vorlesungen Innovationsmanagement im 6. Semester (Frühjahrssemester) und Technologiemanagement im 7. Semester (Herbstsemester) bilden die Kernveranstaltungen. Sie vermitteln den Studierenden wesentliche Konzepte und Methoden, die ein erfolgreiches Absolvieren

weitergehender Veranstaltungen und Seminare ermöglichen.

Abgerundet wird das Kernprogramm durch die anspruchsvolle Veranstaltung Innovation Audit im 8. Semester, die jetzt auch in ähnlicher Weise für das Full Time MBA Programm angeboten wurde. Im Rahmen dieser Veranstaltung analysieren die Teilnehmer den Neuproduktentwicklungsprozess eines Unternehmens und zeigen der Geschäftsleitung anschließend Verbesserungsmöglichkeiten auf. Ziel dieser Veranstaltung ist die praktische Anwendung des zuvor erlernten Wissens.

Ergänzt werden diese Kernvorlesungen durch die Heinz-Nixdorf-Vorlesung „Strategic Intellectual Property Management“ und die Veranstaltung „Grundzüge des gewerblichen Rechtsschutzes“. Außerdem stehen den Studenten des Wahlpflichtfachs TIM die Veranstaltungen „Führung und Innovation“, „Marktforschung“ und „Grundlagen des Entrepreneurship“ offen.

Das gesamte Wahlpflichtfach TIM wurde wiederum im Wesentlichen in englischer Sprache angeboten, was der internationalen Zusammensetzung der Studierenden an der WHU Rechnung trägt.

3.1 Lehrveranstaltungen

Veranstaltungen im Wintersemester 2005/2006

Strategisches Technologiemanagement (2 SWS)

Aufgrund des Forschungsfreisemesters von Prof. Dr. Holger Ernst wurde die Vorlesung Strategisches Technologiemanagement im vergangenen Jahr von Prof. Dr. Achim Walter gehalten, der an der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel den Lehrstuhl für Gründungs- und Innovationsmanagement leitet.

In der Vorlesung wurden wesentliche Konzepte und Instrumente des strategischen Technologiemanagements vermittelt. Die Vorlesung stellt eine grundlegende Veranstaltung für das Wahlpflichtfach TIM dar.



Prof. Achim Walter

Die Aufgabe des Technologiemanagements besteht darin, den Prozess der Gewinnung, Speicherung und Verwertung technologischen Wissens zu planen und zu steuern. Konkrete Fragestellungen sind z.B. die technologische Wettbewerbsanalyse, technologische Vorhersagen, Technologieportfolios, Wissensmanagement, Mana-

gement von Forschungsaktivitäten, Management ausländischer F&E-Einheiten und die externe Verwertung von Technologien.

Dabei bietet die Veranstaltung eine Mischung aus Vorlesung und Fallstudien bzw. sonstigen Analysen. Diese unterschiedlichen Aspekte in Form von Klausur, der Bearbeitung von Fallstudien usw. gehen auch jeweils in die Note mit ein. Dadurch wird sichergestellt, dass die Studenten vertiefte Einblicke in die Praxis des Technologiemanagements erhalten. Insgesamt nahmen 45 Teilnehmer an der Veranstaltung teil und beurteilten sie nach dem Dozentenbewertungssystem der WHU gut.

**Heinz-Nixdorf-Vorlesung:
Strategic Intellectual Property
Management (2 SWS)**

Die auf Englisch angebotene Vorlesung wurde von zwei namhaften Experten im strategischen IP-Management gehalten: Prof. James G. Conley von der J.L. Kellogg Graduate School of Management und Dr. Bernd Fabry, Director Intellectual Property von Cognis Deutschland.

Der erste Teil des Kurses unter Leitung von Herrn Dr. Fabry umfasste die Grundlagen der gewerblichen Schutzrechte und der betriebswirtschaftlichen Organisation der Patentierung sowie Vertragsgestaltung bei Transaktionen und die Aussagekraft von Patentportfolioanalysen.



Dr. Bernd Fabry

Im zweiten Teil besprach Prof. Conley die strategische Nutzung des Intellectual Property. Dieser Ansatz zielte

darauf ab, in einer Schutzrechtsstrategie ein Spektrum verschiedener gewerblicher Schutzrechte abhängig von Produktlebenszyklus und anderen Bedingungen einzusetzen.



Prof. James Conley

Ein wichtiges pädagogisches Element der Vorlesung waren die zahlreichen Fallstudien, in denen die Studenten in Lerngruppen reale Aufgaben des Intellectual Property Managements lösen müssen. Insbesondere die Erarbeitung und Diskussion der Lösungsansätze mit den Dozenten und den Mitstudenten ermöglichten intensives Lernen. Die 27 Teilnehmer der Veranstaltung waren mit den Dozenten und den Inhalten der Vorlesung rundum zufrieden.

**Grundzüge des gewerblichen
Rechtsschutzes (1 SWS)**

Die in englischer Sprache gehaltene Vorlesung ist eine fakultative Veranstaltung im Wahlpflichtfach Technologie-

und Innovationsmanagement, die von dem europäischen Patentanwalt Dipl.-Ing. Markus Richardt gehalten wurde.



Markus Richardt

Den Teilnehmern wird im Rahmen dieser Vorlesung gezeigt, wie Fragen, die das Intellectual Property betreffen, in der Praxis zu identifizieren und zu lösen sind. Neben den Grundlagen des Patent- und Markenrechts wurden auch die Themengebiete der Arbeitnehmererfindervergütung, des Urheberrechts, der Durchsetzung und Anfechtung von Schutzrechten, der Inhalt von Lizenzverträgen sowie neuere Entwicklungen im Patentrecht behandelt. Beispielhaft seien hier Softwarepatente und Patente auf Geschäftsmethoden genannt. Diese Veranstaltung wurde von 29 Teilnehmern besucht. Sie erteilten der Vorlesung eine gute Note.

Veranstaltungen im Frühjahrssemester 2006

**Innovationsmanagement,
Diplomprogramm (3 SWS)**

Die in englischer Sprache abgehaltene Vorlesung Innovationsmanagement ist die einführende und grund-

gende Veranstaltung für das Wahlpflichtfach Technologie- und Innovationsmanagement (TIM). Die Vorlesung wurde in diesem Turnus von 50 Studenten sehr gut besucht, die

nach dem Dozentenbewertungssystem der WHU wie in den letzten Jahren eine ausgesprochen gute Note für die Veranstaltung vergaben.

Innovationen sind in vielen Branchen eine unverzichtbare Voraussetzung für nachhaltiges Unternehmenswachstum. Das Management von Innovationen erfordert im Vergleich zu traditionellen Methoden der BWL andere oder zumindest modifizierte Instrumente. Ziel der Veranstaltung ist es daher, die besonderen Aufgaben und Inhalte des Managements von Innovationen zu vermitteln. Im Vordergrund stehen Gegenstand und Notwendigkeit des Innovationsmanagements, Widerstände gegen Innovationen, Promotoren der Innovation, Schnittstellenmanagement, Innovationsprozessmanagement, Projektmanagement, Kundeneinbindung, Management von Innovationsteams, Unternehmenskultur, Innovationscontrolling und Erfolgsfaktoren von Innovationen.

In didaktischer Hinsicht bietet die Veranstaltung eine Mischung aus Vorlesung und Fallstudien. Als externe Referenten hielten Stefan Gackstatter und Nanja Streckler von der Monitor Group einen sehr interessanten Vortrag zum Thema ‚Consulting Innovation Management: Approach & Examples‘.

Innovation Audit, Diplomprogramm und Fulltime MBA Programm (3 SWS)

Seit mehreren Jahren führt der Lehrstuhl für Technologie- und Innovationsmanagement einen Projektkurs zu den Erfolgsfaktoren der Neuproduktentwicklung durch. Im Rahmen dieser interaktiven Veranstaltung wurde 13 Studenten ein vertiefter Einblick in den Innovationsprozess von Unternehmen gegeben.

Auf Basis der theoretischen Grundlagen zum Innovations- und Technologiemanagement war es Aufgabe der Studenten, in kleinen Gruppen jeweils ein Unternehmen bei der Verbesserung des Neuproduktentwicklungsprozesses zu beraten. Dabei wurde der jeweilige Neuproduktentwicklungsprozess eines Unternehmens – vorzugsweise aus der Region – analysiert und einem Benchmarkingprozess unterzogen, um dem Unternehmen mögliche Schwachstellen im Innovationsprozess aufzuzeigen.

Im Rahmen der Veranstaltung im Diplomprogramm nahmen in diesem Jahr die Unternehmen Continental, Rasselstein, Reifenhäuser, Steuler und Siegenia-Aubi teil. Im Rahmen der Veranstaltung im Fulltime MBA Programm nahmen die Unternehmen Gardena, Wolfcraft, Maschinenbau Kitz und Gerolsteiner teil.

Zu Beginn des Beratungsprojekts stand die Erfassung der Ist-Situation mittels eines standardisierten Fragebogens. Entsprechende Problemfelder waren abzuleiten und vor der Gruppe zu präsentieren. Eine Diskussion und ein kritisches Feedback standen zu diesem frühen Zeitpunkt im Vordergrund, um eine hohe Qualität der Beratungsleistung zu gewährleisten. Anschließend führten die Studenten vertiefende Interviews mit der Geschäfts- oder Bereichsleitung und teilweise auch mit Mitarbeitern aus der Technik und dem Marketing durch. Die erarbeiteten Problemfelder

konnten auf diese Weise konkretisiert werden.

Auf Basis der so gewonnenen Informationen über das Unternehmen und der Daten von mehr als 200 internationalen Unternehmen oder strategischen Geschäftseinheiten aus einer Datenbank des Lehrstuhls stellten die Studenten umfangreiche Vergleiche zu Prozessmanagement, Organisation, Commitment des Top-Managements, Strategie und zur Innovationskultur an. Dieses Benchmarking ermöglichte es den Studenten, den Unternehmen im Rahmen einer Abschlusspräsentation wertvolle Hinweise auf Schwachstellen im Neuproduktentwicklungsprozess relativ zu den besten Vergleichsunternehmen und daraus abgeleitete Handlungsempfehlungen zu geben.

Innovation Management (Full Time MBA)

Im Frühjahrssemester wurde vom Lehrstuhl TIM erstmalig auch eine Veranstaltung im Rahmen des Full Time MBA-Programms angeboten, das Anfang 2005 an der WHU gestartet ist. Die in englischer Sprache abgehaltene Vorlesung Innovation Management zielt darauf ab, den MBA-Studenten, die aus ganz unterschiedlichen Fachrichtungen kommen, grundlegende Inhalte des Technologie- und Innovationsmanagements zu vermitteln.

Das Interesse der Studenten am Kurs Innovation Management war sehr groß, da vielen Teilnehmern bereits während ihrer vorherigen Praxistätigkeit bewusst geworden war, wie wichtig Innovationen in vielen Branchen

für Unternehmenswachstum und Geschäftserfolg sind.

In anregendem Dialog mit den Teilnehmern, die aufgrund ihrer Berufstätigkeit Erfahrungen in verschiedenen Bereichen besitzen, wurden in einem interaktiven didaktischen Ansatz entscheidende Konzepte des Innovationsmanagements vermittelt sowie Fallstudien bearbeitet und diskutiert. Dabei wurde herausgearbeitet, inwieweit sich das Innovationsmanagement und dessen grundlegenden Management-Instrumente von anderen Feldern der BWL unterscheiden.

Besonderes Augenmerk wurde auf die folgenden Themen gelegt: Relevanz und Inhalte des Innovationsmanagements, Widerstände gegen Innovationen, Unternehmenskultur, Champions in Innovationsprozessen, Management des Neuproduktentwicklungsprozesses, Management von Schnittstellen, Management von Innovationsprojekten und Teams, Kundenintegration, Erfolgsfaktoren von Innovationen.

Strategic Technology Management (Full Time MBA)

Die Vorlesung Strategisches Technologiemanagement vermittelt wesentliche Konzepte und Instrumente des strategischen Technologiemanagements. Sie wurde im Frühjahrssemester zum ersten Mal auch als Wahlkurs im Fulltime MBA Programm angeboten. Insgesamt nah-

men neun Studenten an der Veranstaltung teil.

Die Aufgabe des Technologiemanagements besteht darin, den Prozess der Gewinnung, Speicherung und Verwertung technologischen Wissens zu planen und zu steuern. Konkrete Fragestellungen sind z.B. die technologische Wettbewerbsanalyse, technologische Vorhersagen, Technologieportfolios, Wissensmanagement, Management von Forschungsaktivitäten, Management ausländischer F&E-Einheiten und die externe Verwertung von Technologien.

Dabei bietet die Veranstaltung eine Mischung aus Vorlesung und Fallstudien. Darüber hinaus erstellten die Studenten ein Patentportfolio für ein Unternehmen Ihrer Wahl und erarbeiteten in Gruppen unternehmensspezifische Handlungsempfehlungen zur Verbesserung der Position. Die Veranstaltung fand bei den Fulltime MBA-Studenten großen Anklang und wurde ausgesprochen gut bewertet.

Management Fundamentals of the Healthcare Industries (Diplomprogramm)

Wie im Jahr zuvor folgte, auf das Science Boot Camp aufbauend, erneut eine umfassende Einführung in die Management-Herausforderungen der Pharma-, Biotech- und Medizintechnik-Industrien. Die drei Sektoren wurden zu Beginn anhand der Wertschöpfungskette und

des Produktlebenszykluses eingeordnet und voneinander abgegrenzt. Anschließend wurden die historische Entwicklung und aktuelle Trends der drei Industrien erarbeitet sowie Innovationsprozesse, Geschäftsmodelle und regulatorische Rahmenbedingungen in jedem der drei Sektoren untersucht. Interaktive Übungen und Fallstudien dienten zur Vertiefung des Verständnisses für die strategischen Herausforderungen, denen Führungskräfte dieser Industrien ausgesetzt sind. Die Veranstaltung wurde in Zusammenarbeit mit Dr. Ajan Reginald, einem externen Dozenten des Pharmaunternehmens Roche, und weiteren Biotech-Unternehmern durchgeführt, denen wir an dieser Stelle herzlich für ihr Engagement an der WHU danken.

Besonders gefreut hat uns auch in diesem Jahr wieder das Feedback der Studenten: Das Science Boot Camp erreichte die bestmögliche Bewertung einer Veranstaltung an der WHU: 1,0. Auch die Healthcare-Vorlesung hat mit einer Bewertung von 1,28 erneut Aussicht auf einen Spitzenplatz.

Damit sind alle bisherigen Lehrveranstaltungen des BMC konstant unter die Top 5 der WHU-Veranstaltungen gewählt worden. Wir danken für die Anerkennung und begreifen diese als Ermunterung, das Lehrangebot weiter auszubauen.

Best Teacher Award

Im Rahmen des neuen Full Time MBA Programms der WHU wurde im Frühjahrssemester vom Lehrstuhl TIM erstmalig die Veranstaltung Innovation Management angeboten. Das Interesse der Stu-

denten an diesem Kurs war sehr groß, und die Erwartungen der Studenten konnten voll erfüllt werden, denn der Kurs erhielt die beste Bewertung aller im Full Time MBA angebotenen Veranstaltungen. Daher wurde

Herrn Prof. Ernst von den Studenten im Rahmen ihrer Graduation Ceremony in Schloss Sayn der Best Teacher Award vom 1. Jahrgang des Full Time MBA Programms der WHU verliehen.

Andere Lehrtätigkeiten

Auch im vergangenen Jahr unterrichtete Prof. Ernst in verschiedenen anderen Lehrprogrammen der WHU.

So lehrte er zum Beispiel an der WHU stattfindenden Programmen für MBA-Studierende der Carnegie Mellon

University. Außerdem leitete er eine Session der 16th European Doctoral Summer School.

Im Bereich Executive Education umfasste die Lehrtätigkeit unter anderem Vorlesungen im Rahmen des

Kellogg-WHU-EMBA-Programms, des Executive Programs für die Melbourne Business School sowie anderer Weiterbildungsprogramme der WHU.

3.2 Sonstige Veranstaltungen

TIM-Doktorandenseminar

Am 22. Mai 2006 fand das 1. TIM-Doktorandenseminar an der WHU statt. Teilnehmer waren alle internen und externen Doktoranden an unserem Lehrstuhl. Insgesamt

sieben Doktoranden präsentierten den aktuellen Stand ihres Dissertationsprojekts und stellten sich anschließend den Fragen der Zuhörer. Das Feedback zur Veranstaltung

war ausgesprochen positiv. Das nächste TIM-Doktorandenseminar findet am 31. Oktober 2006 an der WHU statt.

3.4 Diplom- und Praxisarbeiten

Diplomarbeiten

Venture Capital Netzwerke: eine theoretische Betrachtung (Marten Uhlemann)

In dieser Diplomarbeit wird eine Literaturanalyse zum Stand der Forschung im Bereich Venture Capital Netz-

werken vorgelegt. Der Autor arbeitet die Bedeutung von Netzwerken für die verschiedenen Phasen des Venture Capital Cycles heraus und entwickelt Hypothesen über deren Erfolgswirkungen. Ab-

gerundet wird die Arbeit mit einer Betrachtung der Biotechnologieindustrie als geeignetes empirisches Untersuchungsfeld.

Praxisarbeiten

Evaluation of an Innovation in the Chemical Industry (Viviane Heldt, BASF Plant Science, USA)

Viviane Heldt untersucht in ihrer Praxisarbeit als Problemstellung verschiedene Optionen in der chemischen Industrie, um aus gentechnisch verändertem Weizen reines Ethanol zu gewinnen,

das als Kraftstoff für diverse Zwecke verwendet werden kann. Ihre Arbeit hat Frau Heldt in Kooperation mit der BASF Plant Science LLC (BPS) in North Carolina/USA angefertigt, welche ein Tochterunternehmen der BASF ist. Die 62 Seiten umfassende und in englischer Sprache verfasste Arbeit hat

zum konkreten Ziel, die wirtschaftlichste Option der Ethanolgewinnung aus Weizen herauszuarbeiten und zu diskutieren. Dahinter verbirgt sich aus Sicht von BPS die Fragestellung, ob sich für das Unternehmen ein Einstieg in den wachsenden US-Ethanolmarkt lohne.

4 Forschung

4.1 Forschungsk Kooperationen

Der TIM-Lehrstuhl kooperiert weiterhin mit einer Vielzahl nationaler und internationaler Partner bei Forschungsprojekten. Einen besonderen Stellenwert nimmt die Zusammenarbeit mit der Kellogg School of Management an der Northwestern University in den USA ein. Diese Zusammenarbeit wurde im vergangenen Jahr insbesondere während eines mehrmonatigen Forschungsaufenthalts von Prof. Holger Ernst an der Kellogg School of Management im Rahmen eines Forschungsfreisemesters vorangetrieben. Auch Dipl.-Kfm. Philipp Bubenzer führte im Rahmen seiner Doktorarbeit einen mehrmonatigen Forschungsaufenthalt an der Kellogg School durch. Diese Aufenthalte haben entscheidend dazu beigetragen, die strategische Partnerschaft zwischen der WHU und Kellogg auch auf dem Gebiet der Forschung mit Leben zu füllen.

Am TIM-Lehrstuhl werden zur Zeit folgende drei Forschungsprojekte zusammen mit Professoren von Kellogg bearbeitet:



Prof. Holger Ernst und Prof. James Conley (Center for Research in Technology and Innovation an der Kellogg School) führen zusammen eine empirische Studie zu Erfolgsfaktoren des Patentmanagements durch. An der Studie arbeiten wissenschaftliche Mitarbeiter der WHU (Dipl.-Kfm. Nils Omland) und von Kellogg (David Orozco) mit. In Deutschland und den USA wurden insgesamt ca. 150 Unternehmen aus verschiedenen Branchen befragt. Die Auswertungen der Fragebogen-Daten zeigen, dass professionelles Patentmanagement den Unternehmenserfolg steigert. Die teilnehmenden Unternehmen haben individuelle Benchmarking-Auswertungen erhalten, um das Patentmanagement zu verbessern. Das Forschungsprojekt wird gemeinsam aus dem Forschungsbudget des Rektors der WHU und aus dem Research Fund des Center for Research in Technology and Innovation an der Kellogg School finanziert. Für diese Unterstützung möchten wir uns an dieser Stelle ganz herzlich bedanken. Erste Ergebnisse dieses Projekts wurden bereits in verschiedenen Vorträgen vorgestellt, z.B. bei der Academy of Management Conference 2006, der Western Academy of Management 2006 und im

Forschungskolloquium der WHU.

Prof. Holger Ernst, Prof. Ranjay Gulati (Department for Strategy and Organizational Behavior an der Kellogg School) und Dipl.-Kfm. Robin Baum (WHU) führen zusammen eine empirische Studie zu strategischen Orientierungen in Phasen der Neuproduktentwicklung und deren Auswirkungen auf den Innovationserfolg durch. Das Forschungsprojekt wird u.a. von der Alexander-von-Humboldt-Stiftung gefördert. Dieser Stiftung gilt unser herzlicher Dank. Prof. Ernst und Prof. Ranjay Gulati arbeiten gemeinsam an zwei weiteren Projekten: Allianzen in der biopharmazeutischen Industrie (zusammen mit Dipl.-Wi.-Ing. Carsten Vogt) und virtuelle Kundeneinbindung in die Neuproduktentwicklung.

Prof. Holger Ernst, Prof. Ranjay Gulati und Prof. Alicia Löffler (Center for Biotechnology an der Kellogg School) arbeiten zusammen an einer empirischen Studie zu strategischen Orientierungen in der Biotechnologieindustrie. In dieser Studie steht die Identifikation von Bestimmungsfaktoren der strategischen Orientierungen und deren Auswirkungen auf den Unternehmenserfolg im Vordergrund. In dieser Studie

arbeitet Dipl.-Kfm. Philipp Bubenzer (Acting Director am BMC der WHU) mit. Das Forschungsprojekt wird z.T. aus dem Forschungsbudget des Rektors der WHU finanziert. Für diese Unterstützung möchten wir uns an dieser Stelle ganz herzlich bedanken.

Zusätzlich zu den genannten Forschungsprojekten führt der TIM-Lehrstuhl die folgenden ko-

operativen Forschungsprojekte durch:

(1) Customer Relationship Management and Innovation, Prof. Holger Ernst, Dr. Katrin Krieger (WHU); Prof. Manfred Krafft (Universität Münster); Prof. Wayne Hoyer (Mc Combs School of Business, USA).

(2) Expert Identification with Virtual Stock Markets, Prof. Holger Ernst, Dr. Jan-Henrik Soll (WHU); Prof. Bernd Skiera, Dr.

Martin Spann (Universität Frankfurt).

(3) Management of Dispersed NPD Teams, Prof. Holger Ernst; Prof. Martin Högl (WHU); Prof. Luigi Proserpio (Bocconi University, Italien).

(4) Champions of Innovation/Project Termination, Prof. Holger Ernst; Prof. Thomas Lechler (Stevens Institute of Technology, USA).

4.2 Dissertationen der wissenschaftlichen Mitarbeiter

Erfolgsfaktoren von Dienstleistungsinnovationen (Jana Boss)



Zunehmender Wettbewerbsdruck, Globalisierung und Deregulierung erhöhen die Notwendigkeit von am Markt erfolgreichen Innovationen auch im Dienstleistungsbereich. Standen Innovationen physischer Produkte bisher im Mittelpunkt der Forschung, rücken Serviceinnovationen zunehmend in den wissenschaftlichen wie auch praktischen Fokus. Innovationen sind aus postindustrieller Perspektive kein Privileg mehr von Dienstleistungsunternehmen; erfolgreiche Dienst-

leister stellen vielmehr ihre Fähigkeit zur Innovation täglich unter Beweis.

Ziel des Dissertationsvorhabens ist daher, empirisch Erfolgsfaktoren im Bereich physischer Produkte auf deren Transferierbarkeit in den Dienstleistungssektor zu überprüfen sowie simultan weitere für den Erfolg kritischen Faktoren zu ermitteln, welche gezielt die service-spezifischen Charakteristika erfassen.

Global Orientation im Innovationsprozess – Determinanten und Auswirkungen auf den Innovationserfolg (Anna Duibel)



Die Globalisierung hat durch steigenden Wettbewerb, Vereinheitlichung der Bedürfnisse und zunehmende Erfahrung der Auslandsniederlassungen von multinationalen Unternehmen einen signifikanten Einfluss auf die Gestaltung der unternehmerischen Innovationsprozesse. Infolgedessen ist eine internationale Ausrichtung des Innovationsprozesses, gekoppelt mit einem Fokus auf den internationalen Zielmarkt von zunehmender Bedeutung. Obwohl längst von der Wissenschaft und Praxis wahrgenommen widmen sich dem Phänomen der internationalen Innovationsprozesse nur wenige Studien.

Somit ist das Ziel dieser Dissertation, erstmals das Konzept der globalen Orientierung im Innovationsprozess zu definieren, ihre Determinanten zu bestimmen sowie ihre Auswirkung auf den Innovationserfolg nachzuweisen. Eine empirische Unter-

suchung soll die theoretisch begründeten Zusammenhänge validieren.

Der in dieser Arbeit zentrale Begriff der „Global Orientation“ im Innovationsprozess soll als ganzheitliche Strategie eines Unternehmens in Bezug auf seine Innovationstätigkeit verstanden werden. Nur eine unternehmensweite Strategie, die globale Innovationsprozesse fördert, ermöglicht eine effiziente Integration von weltweitem Wissen und Fähigkeiten die folglich einen überdurchschnittlichen Return bei der Kommerzialisierung von Innovationen garantiert.

Es soll berücksichtigt werden, dass ein global verlaufender Innovationsprozess nicht zwingend ein global homogenes Produkt für einen „globalen“ Kunden zur Folge hat. Insbesondere soll der internationale Innovationsprozess als funktionsübergreifende Tätigkeit verstanden werden, die sich von der alleinigen internationalen Forschung und Entwicklung sowie der internationalen Diversifikation unterscheidet.

Integration von Intellectual Property Management in die Neuproduktentwicklung und die Auswirkungen auf den Innovationserfolg (Martin Fischer)



Der Schutz des geistigen Eigentums hat für Unternehmen eine strategische Bedeutung erreicht. Viele Unternehmen versuchen verstärkt, ihr geistiges Eigentum effizienter im eigenen Unternehmen nutzbar zu machen und hieraus spezifische Wettbewerbsvorteile zu generieren.

Patentrechte sind einer der wichtigsten Bestandteile des geistigen Eigentums. Die bisherige Forschung im Bereich des Patentmanagements konzentriert sich überwiegend auf dessen Bedeutung für die strategische Planung eines Unternehmens. Eine umfassende empirische Untersuchung der Integration des Patentmanagements in den Innovationsprozess liegt bisher jedoch noch nicht vor. Das Dissertationsvorhaben soll diese Forschungslücke füllen. Die Ziele der Arbeit bestehen darin, den Beitrag des Patentmanagements in den einzelnen Phasen des Innovationsprozesses zu bestimmen, die vermutete Erfolgswirkung einer solchen Integration nachzuweisen sowie deren spezifische Treiber zu identifizieren.

Der Wert patentierter Technologien (Nils Omland)



Dieses Dissertationsvorhaben untersucht die generischen Determinanten des Wertes patentierter Techno-

logien und überprüft computergenerierbare Maße für diese Werttreiber.

Die computergenerierbaren Maße basieren auf öffentlich zugänglichen Patentdaten. Diese Patentdaten bilden in vielen Branchen einen Großteil der technologischen Erfindungen von Unternehmen ab. Daher eignen sie sich, um Unternehmen und Projekte technologisch zu bewerten. Aus der technologischen Bewertung ergibt sich auch eine finanzielle Erfolgserwartung.

Das Ziel dieses Dissertationsvorhabens ist es, eine verlässliche, objektive und breit anwendbare Methode zur Patent- und Technologiebewertung zu entwickeln und zu validieren.

Rolle des Vertriebs im Innovationsprozess (Carsten Rübsaamen)



Den Fehler, technisch brillante Innovationen auf den Markt zu bringen, ohne sich zu vergewissern, ob sie überhaupt gebraucht werden, begehen viele Unternehmen. In etlichen Firmen gibt die Forschungs- und Entwicklungsabteilung den Takt an, wenn es um Innovationen geht. Zwar werden Ergebnisse von Marktforschung und -analysen in die Entwicklung miteinbezogen, bei erfolgreicherem Unternehmen tritt jedoch immer mehr ein

neuer Impulsgeber in den Vordergrund: der Vertrieb.

Anknüpfend an seine Diplomarbeit über die erfolgreiche Vermarktung von Innovationen untersucht Herr Rübsaamen im Rahmen einer empirisch großzahligen Benchmarking-Studie nun den Beitrag des Vertriebs zum Innovationserfolg. Dabei spielen die Erfolgsfaktoren einer Zusammenarbeit zwischen Vertrieb, Marketing und Forschung & Entwicklung in den einzelnen Phasen des Innovationsprozesses eine zentrale Rolle. In welchen Phasen und bei welchen Ak-

tivitäten ist die Einbindung des Vertriebs besonders wichtig? Welche Auswirkung hat die Integration des Vertriebs in den Innovationsprozess auf den Innovationserfolg Ihres Unternehmens? Darüber hinaus werden eine Reihe von Faktoren, die Einfluss auf die Integration von Vertrieb, Marketing sowie Forschung & Entwicklung haben (z.B. Anreizsysteme, Organisationsstruktur) untersucht.

Im Rahmen der Benchmarking-Studie werden Unternehmen aus den Branchen Automobil, Maschinenbau,

Medizintechnik, Reinigung/Kosmetik, weiße und braune Ware sowie Software befragt. Im Gegenzug für die Teilnahme an der Studie erhalten Unternehmen nach Auswertung der Studienergebnisse einen individuellen Benchmarking-Bericht in dem das Unternehmen im Hinblick auf die Zusammenarbeit zwischen Vertrieb, Marketing und Forschung & Entwicklung mit Top-Performern sowie dem Durchschnitt der Branche verglichen wird.

4.3 Dissertationen der externen Doktoranden

Strategische Orientierungen und Innovationserfolg (Robin Baum)



In der Arbeit wird der Zusammenhang zwischen verschiedenen strategischen Orientierungen, z.B. der Markt- und Kundenorientierung, und dem Innovationserfolg empirisch untersucht.

Erfolgsfaktoren in den frühen Phasen des Innovationsprozesses (Stefan Kohn)



In der Arbeit werden empirisch die Erfolgsfaktoren für die frühen Phasen des Innovationsprozesses, d.h. von der Idee bis zur Entscheidung über die Entwicklungsfreigabe, in einem Kontingenzansatz untersucht.

Gestaltung & Steuerung formaler & informeller Organisationsstrukturen im IP-Management (Nguyen-Truong Le)



Zentrale Fragestellung der vorzunehmenden Arbeit ist es, welche organisatorischen Gestaltungs- und Steuerungselemente notwendig sind, um ein erfolgreiches IP-Management durchzuführen. Hierfür werden formale und informelle Organisationsstrukturen im IP-Management sowie die Unternehmenskultur untersucht, um deren Erfolgswirkungen auf das IP-Management zu identifizieren.

Value Added Services - Empirische Untersuchung zur Bedeutung der Dienstleistungskomponente für den Unternehmens- und Innovationserfolg (Michael Schramm)



In dieser Dissertation wird durch eine großzahlige empirische Untersuchung die Bedeutung der Dienstleistungsorientierung für den Innovations- und den Unternehmenserfolg untersucht. Darüber hinaus sollen Wechselwirkungen zwischen Produkt- und Dienstleistungsinnovatio-

nen aufgezeigt sowie konkrete Handlungsempfehlungen für die Praxis abgeleitet werden.

Customer Relationship Management in der Pharmaindustrie (Enzio Reincke)



In der Arbeit werden die Zusammenhänge zwischen Customer Relationship Management (CRM), Innovationen und Unternehmenserfolg dargestellt und insbesondere

am Beispiel der Pharma- und Softwareindustrie empirisch untersucht.

Kundenintegration in der Neuproduktentwicklung (David Somhegyi)



In der Arbeit wird der Einfluss, den die Integration von Kunden in den Innovationsprozess auf den Erfolg von Innovationsprojekten besitzt, in einer empirischen Analyse untersucht.

4.4 Publikationen

Beiträge in referierten Zeitschriften

Ernst, H., Witt, P., Brachtendorf, G. (2005), Corporate venture capital as a strategy for external innovation: an exploratory empirical study, in: R&D Management, Vol. 35 Iss. 3, pp. 233-242.

Füller, J., Bartl, M., Ernst, H., Mühlbacher, H. (2006), Community Based Innovation. A Method to Utilize the Innovative Potential of Online Communities, in: Electronic Commerce Research Journal (forthcoming).

Fabry, B., Ernst, H., Langholz, J., Kösters, M. (2006), Patent Portfolio Analysis as a Useful Tool for Identifying R&D and Business Opportu-

nities – An Empirical Application in the Nutrition and Health Industry, in: World Patent Information, Vol. 28, pp. 215-225.

Hoegl, M., Ernst, H., Proserpio, L. (2006), The importance of teamwork for dispersed project teams, in: Journal of Product Innovation Management (forthcoming).

Kohn, S., Hüsig, S. (2006), Potential benefits, current supply, utilization and barriers to adoption: An exploratory study on German SMEs and innovation software, in: Technovation (forthcoming).

Kohn, S., Hüsig, S. (2006), Potential benefits, current

supply, utilization and barriers to adoption: An exploratory study on German SMEs and innovation software, in: Technovation, Vol. 26, pp. 988-998.

Lichtenthaler, U. (2005), Management of multi-R&D-alliance processes in international companies: a conceptual framework, in: International Journal of Technology Transfer and Commercialisation, Vol. 4 Iss. 4, pp. 439-461.

Lichtenthaler, U. (2005), External commercialization of knowledge: review and research agenda, in: International Journal of Management

Reviews, Vol. 7 Iss. 4, pp. 231-255.

Lichtenthaler, U. (2006), External technology commercialisation as an alternative mode of technology marketing, in: International Journal of Technology Marketing, Vol. 1 Iss. 4, pp. 411-430.

Lichtenthaler, U. (2006), Technology exploitation strategies in the context of open innovation, in: International Journal of Technology Intelligence and Planning, Vol. 2 Iss. 1, pp. 1-21.

Lichtenthaler, U. (2006), Projekte der externen Technologieverwertung: Ziele,

Prozesse und Typen, in: Die Unternehmung (forthcoming).

Lichtenthaler, U. (2006), Trading intellectual property in the new economy. In: International Journal of Intellectual Property Management (forthcoming).

Lichtenthaler, U., Ernst, H., (2006). Attitudes to externally organising knowledge management tasks: a review, reconsideration and extension of the NIH syndrome, in: R&D Management, Vol. 36 Iss. 4, pp. 367-386.

Lichtenthaler, U., Ernst, H., (2006), Developing reputation to overcome the imperfec-

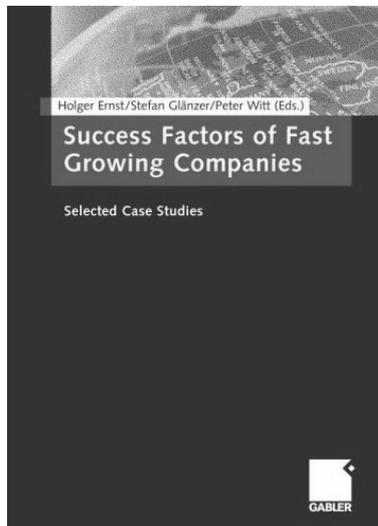
tions in the markets for knowledge, in: Research Policy (forthcoming).

Lichtenthaler, U., Ernst, H., Lichtenthaler, E. (2006), Fähigkeit der externen Technologieverwertung: theoretisches Konzept und empirische Analyse, in: Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung (forthcoming).

Omland, N. (2005), Patentmanagement und Unternehmenserfolg – eine empirische Analyse, Mitteilungen der deutschen Patentanwälte, Vol. 9/10, pp. 402-406.

Bücher

Ernst, H., Glänzer, S., Witt, P. (2005), Success Factors of Fast Growing Companies: Selected Case Studies, Wiesbaden: Gabler Verlag, ISBN 3-409-12706-2.



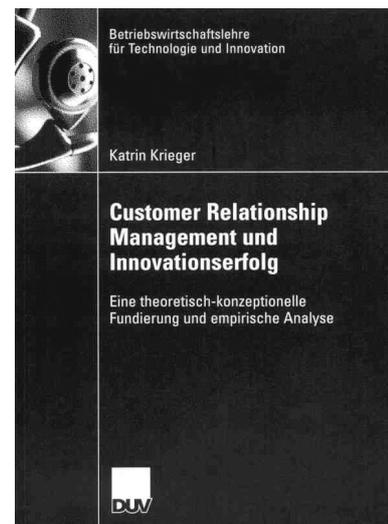
Dieses Buch bietet eine einzigartige Zusammenstellung von Fallstudien zu schnell wachsenden Unternehmen in unterschiedlichen Phasen ihrer Entwicklung. Die Unternehmen, die in diesem Buch analysiert werden, stammen aus High-Tech

Branchen, wie z.B. Biotechnologie, Software und eCommerce. Basierend auf einer detaillierten Untersuchung der Entwicklungsprozesse der Unternehmen, leiten die Autoren wichtige Erfolgsfaktoren für das Management schnell wachsender Unternehmen ab.

Aufgrund der klaren Strukturierung und sorgfältigen Präsentation der Ergebnisse ermöglichen es die Fallstudien dem Leser, von den Erfahrungen erfolgreicher Unternehmen zu lernen. Besonderer Wert wird dabei auf Handlungsempfehlungen für das Management schnell wachsender Unternehmen gelegt. Somit stellt das Buch einen wichtigen Beitrag zur Literatur über Erfolgsfaktoren schnell wachsender Unternehmen dar. Gleichzeitig bietet es eine Sammlung von Fallstudien zur Anwendung in der Lehre in den Bereichen Entrepreneurship sowie

Technologie- und Innovationsmanagement.

Krieger, K. (2005), Customer Relationship Management und Innovationserfolg: Eine theoretisch-konzeptionelle Fundierung und empirische Analyse; Wiesbaden: DUV, ISBN 3-8350-0151-5.



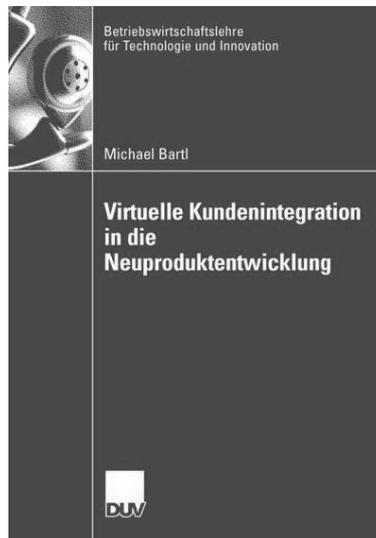
Kunden-Beziehungsmanagement bzw. Customer Relationship Management (CRM)

kann Geschäftsabläufe grundlegend verbessern. Die Beziehung zwischen CRM und bereits im Markt etablierten Produkten ist seit geraumer Zeit Gegenstand der Marketingwissenschaft, die Rolle von CRM in Innovationsprozessen blieb hingegen weitgehend unerforscht. Die Kernfrage, die Katrin Krieger in ihrer Dissertation adressiert, ist, ob sich durch die enge Verbindung zwischen Hersteller und Kunden gezielt wertvolle Informationen zur Unterstützung von Innovationsprozessen gewinnen lassen.

Dazu identifiziert Katrin Krieger Erfolgsmuster des Einsatzes von CRM im Innovationsmanagement. Der Zusammenhang zwischen CRM-orientierter Strategie, Struktur sowie Technologie und dem Innovationserfolg wird transparent gemacht, und es wird insbesondere die Wirkungsweise von Wissensmanagement und Multi Channel Management in den einzelnen Phasen des Innovationsprozesses aufgezeigt. Basierend auf einer eigenen Befragung von 237 Marketing- und F&E-Leitern führender Unternehmen der Automobil-, Maschinenbau-, Medizintechnik-, Weiße/Braune Ware-, Reinigungs-/Kosmetik- sowie der Ernährungsbranche und unter Einsatz von Partial Least Squares (PLS) und Multitrait-Multimethod (MTMM) werden die formulierten Forschungshypothesen empirisch überprüft.

Bartl, M. (2006), Virtuelle Kundenintegration in die Neuproduktentwicklung;

Betriebswirtschaftslehre für Technologie und Innovation, Bd. 52, Wiesbaden: DUV, ISBN 3-8350-0450-6

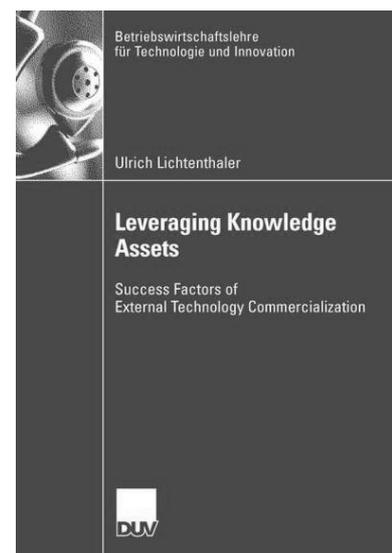


Aus Sicht innovierender Unternehmen besteht großes Interesse, die Innovationspotenziale der Anwender und Kunden in die eigene Produktentwicklung zu integrieren. Insbesondere die Potenziale des Internets hinsichtlich Multimedialität und Interaktivität ermöglichen neue Interaktionsformen, um den Kunden insbesondere in frühen Phasen des Innovationsprozesses verstärkt einzubinden. Der internetbasierte Dialog zwischen innovierendem Unternehmen und Kunden wird somit zum Schauplatz der Wertschöpfung und Innovation. Michael Bartl setzt sich in einer umfassenden wissenschaftlichen Studie mit der virtuellen Kundenintegration auseinander. Empirisch fundierte Aussagen werden zu den folgenden Untersuchungsbereichen getroffen: Selektion fortschrittlicher Kunden im Internet, Einflussfaktoren des Innovationstransfers, Akzeptanz der virtuellen Kundenintegration aus Sicht der innovierenden Un-

ternehmen, Gestaltungsdimensionen. Motive und Anreizstrukturen, Methodentest des User Designs anhand eines Praxisprojektes bei der Audi AG

Das Buch wendet sich an Dozenten und Studenten der Betriebswirtschaftslehre mit den Schwerpunkten Innovationsmanagement, F&E, Marketing und Unternehmensführung sowie and Führungskräfte verantwortlich für Innovation im Unternehmen. Praktiker im Bereich Marketing und F&E erhalten einen profunden Einblick hinsichtlich der Nutzung des Internets für die Entwicklung kundenorientierter Produkte.

Lichtenthaler, U. (2006), Leveraging Knowledge Assets: Success Factors of External Technology Commercialization; Betriebswirtschaftslehre für Technologie und Innovation Bd. 53, Wiesbaden: DUV, ISBN 3-8350-0456-5



The commercialization of knowledge assets either exclusively or in addition to their application inside the firm has recently become an important

dimension of the corporate strategies of many industrial firms. Thus, external technology exploitation, e.g. licensing out intellectual property, goes far beyond a marginal activity of commercializing residual technologies. Despite the enormous benefits of some pioneering companies, however, most firms are faced with substantial managerial difficulties in externally leveraging technology.

Drawing on a dynamic capability-based understanding of external technology exploitation, Ulrich Lichtenthaler develops a conceptual framework, which addresses the main challenges of commercializing technology with a focus on strategy, process, organization, culture and reputation.

On this basis he investigates the management and performance of external technology commercialization in more than 150 European firms. He presents a detailed benchmarking analysis and empirically identifies success factors for the management of external technology exploitation. Accordingly, the book is equally relevant for practitioners and academics in the fields of technology, innovation and intellectual property management.

Papies, S. (2006), Phasenspezifische Erfolgsfaktoren von Innovationsprojekten; Bd. 54, Wiesbaden: DUV, ISBN 3-8350-0233-3.



Die Frage der optimalen Gestaltung von Innovationsprojekten zieht seit Jahrzehnten das Interesse der Wissenschaft auf sich, ist jedoch auch von großer praktischer Bedeutung. Die bisher vorliegenden Studien, die in der Regel als Querschnittsuntersuchungen angelegt sind, vernachlässigen allerdings die Tatsache, dass sich die Bedeutung von Erfolgsfaktoren im Projektverlauf verändern kann. Auch können mit Querschnittsuntersuchungen Ursache-Wirkungsbeziehungen nicht angemessen erfaßt werden. Für eine effektive Steuerung von Innovationsprojekten ist es wichtig zu wissen, welchen Einflußgrößen auf den Projekterfolg in welcher Projektphase besondere Aufmerksamkeit geschenkt werden sollte. Um dazu beizutragen, diese Forschungslücke zu füllen, ist die Untersuchung von Innovationsprojekten im Zeitverlauf der Gegenstand dieser Arbeit. In einer Längsschnittanalyse wurden Daten in verschiedenen Phasen des Innovationsprozesses erhoben. Die wesentlichen Be-

funde werden im folgenden kurz zusammengefasst:

Die Qualität der Teamarbeit im Projektteam wirkt sich durchgehend in allen Phasen positiv auf die Effizienz von Innovationsprojekten aus. Der Einfluss von Promotoren ist insgesamt und je nach Projektphase unterschiedlich. Der Prozesspromoter beeinflusst die Effizienz von Innovationsprojekten nur in der frühen Phase positiv, während der Fachpromotor die Effizienz von Innovationsprojekten in allen Phasen positiv beeinflusst. Bei einem hohen Innovationsgrad wirkt sich die Existenz eines Fachpromotors positiv auf Effizienz und Effektivität von Innovationsprojekten aus. Von besonderer Bedeutung ist allerdings die Zusammenarbeit aller drei Promotoren, insbesondere bei hohen Innovationsgraden. Die Kundeneinbindung in der Konzeptentwicklungsphase wirkt signifikant negativ auf den Erfolg von Innovationsprojekten. Bemerkenswert ist ferner der u-förmige Zusammenhang zwischen der Kundeneinbindung und Innovationserfolg in der Entwicklungs- und in der Test- und Einführungsphase. Offenbar wirkt es sich positiv aus, wenn sich die Unternehmen ausschließlich auf ihre eigenen Fähigkeiten und Ressourcen verlassen. Die mit der Kundeneinbindung verbundenen Kosten und Risiken werden so vermieden. Wenn sich die Unternehmen allerdings entscheiden, Kunden einzubinden, scheint sich eine intensive Einbindung der Kunden auszuzahlen.

Beiträge in Sammelwerken

Ernst, H., (2005), Neuproduktentwicklungsmanagement, in: Albers, S., Gassmann, O. (Hrsg.), Handbuch Technologie- und Innovationsmanagement, Strategie – Umsetzung – Controlling, Gabler-Verlag, Wiesbaden, S. 247-264.

Ernst, H. (2006), Technologiemanagement, in: Köhler, R., Küpper, H.-U. Pflingsten, A. (Hrsg.), Handwörterbuch der Betriebswirtschaft (HWB), 6. Auflage, Schäfer-Poeschel Verlag, Stuttgart (erscheint demnächst).

Kohn, S., Ernst, H., Hüsig, S. (2006), The role of organizational culture in the early

phases of the innovation process; in: Proceedings der 13th International Product Development Management Conference, Mailand (Italien), 12.-13. Juni 2006; pp. 683-698

Kohn, S., Spindler, B., Henningsen, F., Schlosser, R., (2005), EDV-Unterstützung im Innovationsmanagement, in: Barske, H., Gerybadze, A., Hünninghausen, L., Sommerlatte, T. (Hrsg.), Innovationsmanagement, Düsseldorf: Symposion Verlag.

Lichtenthaler, U. (2005), Technologien extern vermarkten, in: Barske, H., Ge-

rybadze, A., Hünninghausen, L., Sommerlatte, T. (Hrsg.), Innovationsmanagement, Düsseldorf: Symposion Verlag.

Kohn, S., Ernst, H., Hüsig, S. (2006), Die Rolle der Organisationskultur in den frühen Phasen des Innovationsprozesses, in: Herstatt, C, Verworn, B. (Hrsg.), Management der frühen Innovationsphasen – Grundlagen – Methoden – Neue Ansätze, 2. Auflage, Gabler-Verlag, Wiesbaden (erscheint demnächst)

Working Paper und Beiträge im Review-Prozess

Ernst, H. (2006), Corporate Cultures and the Innovative performance of Firms, Working Paper, Vallendar.

Ernst, H. (2006), The Impact of an Informant Bias on the Validity of New Product Development Research, Working Paper, Vallendar.

Ernst, H., Conley, J., Omland, N. (2006), Antecedents of Patent Management Proficiency and its Impact on Firm Performance, Working Paper, Vallendar/Evanston.

Ernst, H., Conley, J.G., Omland, N. (2006), Patent Strategies and their Impact on Value Creation: A Contingency Approach, Working Paper, Vallendar/Evanston.

Ernst, H., Hoyer, W.D., Krafft, M., Krieger, K. (2006), Customer Relationship Management and its Impact on New Product Performance: A Cross-Functional Perspective, Working Paper, Vallendar/Münster/Austin.

Ernst, H., Lechler, T. (2006), The Emergence of Executive Champions and their Impact on Innovation Performance, Working Paper, Vallendar.

Kohn, S., Ernst, H., Hüsig, S. (2006), The Role of Process Formalization in the Early Phases of the Innovation Process, Working Paper, Vallendar/Evanston.

Kohn, S., Ernst, H., Hüsig, S. (2006), The role of Organizational Culture in the Early Phases of the Innovation Process, Working Paper, Vallendar/Evanston.

Kohn, S., Ernst, H., Hüsig, S. (2006), The Role of Process Formalization in the Early Phases of the Innovation Process, Working Paper, Vallendar/Evanston.

Lichtenthaler, U., Ernst, H. (2006), Strategies for the External Commercialization of Knowledge Assets and their

Impact on Performance, Working Paper, Vallendar.

Lichtenthaler, U., Ernst, H. (2006), The role of champions in the external commercialization of knowledge, Working Paper, Vallendar.

Lichtenthaler, U., Ernst, H., Hoegl, M. (2006), The ‘Only-Used-Here’ Syndrome: How Biased Attitudes Influence the Commercialization of Knowledge Assets, Working Paper, Vallendar.

Lichtenthaler, U., Ernst, H., Lichtenthaler, E. (2006), Desorptive Capacity: A Capability-Based Perspective on Commercializing Knowledge Assets, Working Paper, Vallendar.

Spann M., Ernst, H., Skiera, B., Soll, J.H. (2006), Identification of Lead Users for Consumer Products via Virtual Stock Markets, Working Paper, Vallendar.

Sonstige

Kohn, S., Wischmann, W. (2006), Innovation statt Stagnation – Handlungsempfehlungen für die frühen Phasen des Innovati-

onsprozesses, 2. Auflage 2006, Stuttgart

Kohn, S. (2006) Innovationsaudit: Vergleich mit den Besten, Interview in

der WIA – Wirtschaft im Alpenraum, 4/2006

4.5 Vorträge

Ernst, H., Ökonomische Perspektiven der Nanotechnologie: Eine Bewertung auf der Basis von Patentdaten, Bonn, 2006.

Ernst, H., Ökonomische Perspektiven der Nanotechnologie: Eine Bewertung auf der Basis von Patentdaten, Kochel, 9.10.2005

Ernst, H., Strategische und operative Vermarktung von (patentgeschütztem) technologischem Wissen, Frankfurt, 23.5.2006.

Ernst, H., Conley, J.G., Omland, N., Patent Strategies and their Impact on Value Creation: A Contingency Approach, Western Academy of Management, Long Beach, 31.3.2006.

Ernst, H., Conley, J.G., Omland, N., Antecedents of Patent Management Proficiency and its Impact on Firm Performance – The Case of Biotech, SCANBALT Intellectual Property Knowledge Network Academic Seminar, Göteborg, Schweden, 31.8.2006.

Ernst, H., Conley, J.G., Omland, N., Antecedents of Patent Management Proficiency and its Impact on Firm Performance, European Patent Summer Course, St. Gallen, Schweiz, 5.9.2006.

Ernst, H., Conley, J.G., Omland, N., Patent Strategies and their Impact on

Value Creation: A Contingency Approach, Research Colloquium at WHU - Otto Beisheim School of Management, Vallendar, Germany, 21.09.2006.

Ernst, H., Conley, J.G., Omland, N., Antecedents of Patent Management Proficiency and its Impact on Firm Performance, Academy of Management Annual Meeting, Atlanta, GA, USA, 14.8.2006.

Ernst, H., Conley, J.G., Omland, N., Antecedents of Patent Management Proficiency and its Impact on Firm Performance, 25th Annual International Conference der Strategic Management Society SMS; Orlando, FL (USA), 24.10.2005.

Kohn, S., Hüsigg, S., Development of an Empirical based categorisation scheme for CAI software; 1st IFIP Working Conference on Computer Aided Innovation, Ulm, 14.11.2005.

Kohn, S., Mehr Wachstum durch Innovation: Praxisbeispiele und Erläuterungen, Abendveranstaltung „Innovationen generieren, finanzieren und umsetzen“ Fraunhofer TEG, Stuttgart, 24.01.2006.

Kohn, S., Bewertung von Patenten, Arbeitskreis Patente, Stuttgart, 8.2.2006.

Kohn, S., Von der Strategie zum Produktkonzept, Modul

im Rahmen des Lehrgangs Innovationsmanagement des Management Centrums Mittelrhein e.V., Koblenz, 10. und 11.3.2006.

Kohn, S., Bewertung von Patenten, Workshop im Rahmen der PwC Zukunftsschmiede, Nürnberg, 30.3.2006.

Kohn, S., Messung und Aufbau von Innovationsfähigkeit, Leaders Club of Innovators von SAP „Das Geheimnis erfolgreicher Produkt- und Prozessinnovationen“, Pfäffikon (Schweiz), 5.4.2006.

Kohn, S., Technologietrends erkennen, Abendveranstaltung „Märkte analysieren – Technologien identifizieren – Innovationen realisieren“ der Fraunhofer TEG, Stuttgart, 13.4.2006.

Kohn, S., Der Weg zu wirklich neuartigen Produkten, Tagesseminar des VDI-Haus Stuttgart, Stuttgart, 10.5.2006.

Kohn, S., Von der Strategie zum Produktkonzept, Studiengangs „Innovationsmanagement“ des Management Centrums, Innsbruck (Österreich), 13.5.2006.

Kohn, S., Verleihung des Innovations- und Kreativitäts-Awards (InKA), IIR-Kongresses „Innovationsmanagement 2006“, Nürtingen, 28.6.2006.

Krafft, M., Ernst, H., Krieger, K., Hoyer, W.D., Customer Relationship Management and its Impact on New Product Performance, Universität Dortmund, 11.7.2006.

Krafft, M., Ernst, H., Krieger, K., Hoyer, W.D., Customer Relationship Management and its Impact on New Product Performance, University of Hyderabad, Indien, 9.1.2006.

Krafft, M., Ernst, H., Krieger, K., Hoyer, W.D., Customer Relationship Management and its Impact on New Product Performance, University of St Gallen, Schweiz, 22.12.2005.

Krafft, M., Ernst, H., Krieger, K., Hoyer, W.D., Customer Relationship Management and its Impact on New Product Performance, Duke University, 6.12.2005.

Lichtenthaler, U., Benchmarking the critical success

factors in the external commercialization of technological knowledge, Annual Meeting of the Licensing Executives Society Germany, Frankfurt, 13.1.2006.

Lichtenthaler, U., Ernst, H., The 'Only-Used-Here' Syndrome: antecedents and impact on the external commercialization of knowledge. Academy of Management Conference, Atlanta, USA, 14.08.2006.

Lichtenthaler, U., Ernst, H., Hoegl, M., The 'Only-Used-Here Syndrome': how biased attitudes influence the commercialization of knowledge assets, Research Colloquium at WHU - Otto Beisheim School of Management, Vallendar, Germany, 21.09.2006.

Lichtenthaler, U., Ernst, H., Lichtenthaler, E., Descriptive Capacity and its Impact on the External Commercialization of Knowledge, Academy

of Management, Annual Meeting, Honolulu, HA, USA, 10.8.2005.

Lichtenthaler, U., Ernst, H., Lichtenthaler, E., Descriptive capacity: the role of learning in the external commercialization of knowledge. Research Colloquium at WHU - Otto Beisheim School of Management, Vallendar, Germany, 06.10.2005.

Lichtenthaler, U., Ernst, H., Lichtenthaler, E., Descriptive capacity: a capability-based perspective on commercializing knowledge assets, VHB TIM Conference, Wien, Österreich, 28.10.2006.

Omland, N., Improving patent mapping by automated patent quality ratings, European Patent Academy Seminar „Patent Mapping“, Wien, Österreich, 13.9.2006.

4.6 Sonstige wissenschaftliche Tätigkeiten

Beiratsfunktionen (Prof. Dr. Holger Ernst)

- Mitglied des wissenschaftlichen Beirats der vom bmbf geförderten Innovationserhebung in Deutschland durch das ZEW
- Mitglied der Organization Committee der European Doctoral Summer School in Technology Management
- Mitglied der Expertenkommission „Nanotechnologie“ der europäischen Akademie Bad Neuenahr-Ahrweiler.

Herausgeberschaften (Prof. Dr. Holger Ernst)

- Zeitschrift für Betriebswirtschaft (ZfB): Herausgeber und Departmental Editor für Technologie- und Innovationsmanagement
- Schriftenreihe Betriebswirtschaftslehre für Technologie und Innovation, Deutscher Universitäts-Verlag: Herausgeber
- Creativity and Innovation Management (CIM): Associate Editor

Gutachtertätigkeiten (Prof. Dr. Holger Ernst und Mitarbeiter)

Nationale Zeitschriften:

- Die Betriebswirtschaft
- Zeitschrift für Betriebswirtschaft
- Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung

Internationale Zeitschriften und Konferenzen:

- Strategic Management Journal
- R&D Management
- Creativity and Innovation Management
- International Journal of Technology Marketing
- International Journal of Technology Intelligence and Planning
- Academy of Management Conference (TIM Division)

5 Praxis

5.1 Vorträge

Ernst, H., Wettbewerbsvorteile durch strategisches IP-Management, Patente 2005, Frankfurt a.M., 5.10.2005

Ernst, H., Strategic Use of Patent Information, 3M, St. Paul, USA, 2.8.2006

Lichtenthaler, U., Core Success Factors of Innovations at the Firm Level, Fachkonferenz Innovationsmanagement, München, 15.7.2005.

Omland, N., Möglichkeiten und Grenzen automatisierter

Patentbewertung, Bewertung von IPRs – Gemeinschaftsveranstaltung von LES und VPP, Königswinter, 18.5.2006

5.2 WISSPAT™

Die systematische Auswertung von Patentdaten liefert wertvolle Hinweise für die strategische Unternehmensplanung. Sie dient u.a. der technologischen Wettbewerbsanalyse, der rechtzeitigen Wahrnehmung und Prognose technologischer Entwicklungen, der Identifikation und Bewertung externer Quellen zur Technologiebeschaffung (z.B. durch M&A), der Identifikation führender Erfinder sowie der Be-

stimmung möglicher Lizenznehmer. Patentanalysen sind demnach ein wesentlicher Baustein eines intelligenten Wissensmanagements.

Am TIM-Lehrstuhl ist das Wissensmanagement- und Patentinformationssystem WISSPAT™ entwickelt worden, das die Analyse großer Mengen von Patentdaten „per Mausklick“ erlaubt. Die Besonderheit von WISSPAT™ ist, dass Patentanmeldungen nach ihrer Qualität differen-

ziert werden. Wissenschaftlich fundierte empirische Studien zeigen, dass erst durch die qualitative Gewichtung eine aussagefähige Analyse von Patentdaten möglich wird. Die Software WISSPAT™ ist bereits in zahlreichen Projekten in verschiedenen Industriezweigen erfolgreich eingesetzt worden.

Weitere Informationen unter www.whu.edu/tim

5.3 leP

Erfolgreiche Innovationen sind für die nachhaltige Steigerung des Unternehmenswertes entscheidend. Allerdings kann man in der betrieblichen Praxis beobachten, dass viele Unternehmen mit Ablauf und Ergebnissen von Innovationsprozessen nicht zufrieden sind. Typische Fragestellungen lauten: Wie sind Zielvorgaben für neue Produkte zu erreichen? An welcher Stelle soll mit Verbesserungsmaßnahmen angesetzt werden? Welche Maßnahmen versprechen den größten Erfolg? Was zeichnet

erfolgreiche Unternehmen aus?

An diesen Fragestellungen setzt das am Lehrstuhl für Technologie- und Innovationsmanagement (TIM) aufgebaute und betreute Innovationserfolgs-Panel (leP) an und bietet Unternehmen die Möglichkeit, den Innovationsprozess auf Schwachstellen zu durchleuchten und gezielt zu verbessern. Das leP analysiert wissenschaftlich fundiert den Einfluss zahlreicher Faktoren auf den Erfolg neuer Produkte. Dazu zählen etwa Prozessmanagement, Kun-

denorientierung, organisatorische Aspekte, Unternehmenskultur, Strategie, Anreize, und die Zusammenarbeit zwischen Funktionsbereichen. Der Innovationsprozess jedes Teilnehmers am leP wird mittels einer Benchmarking-Analyse mit dem der besten Unternehmen verglichen. Aus den Ergebnissen werden Maßnahmen abgeleitet, um Innovationsprozesse nachhaltig zu verbessern.

Weitere Informationen unter www.whu.edu/tim

5.4 Beiträge für die Region Koblenz

Sparkassenforum Mittelrhein: „Wirtschaft trifft Wissenschaft“

Im Rahmen des diesjährigen Sparkassenforums Mittelrhein am 12. Mai 2006 hielt Carsten Rübsaamen einen Vortrag zum Thema „Erfolg durch Innovation in traditionellen Märkten – eine empirische Analyse im Weinbau“. Das Auditorium zeigte sich sehr interessiert an den Ergebnissen der Fallstudie, die im vergangenen Jahr von der WHU-Studentin Martha Hannappel zusammen mit dem Weingut Heymann-Löwenstein aus Winingen durchgeführt wurde. An der

Veranstaltung im Koblenzer Stadtschloß nahmen cirka 80 Vertreter aus Wissenschaft und Wirtschaft teil.

Innovation Audit

Zusätzlich hat sich eine Lehrveranstaltung zum Ziel gesetzt, den Neuproduktentwicklungsprozess von kleinen und mittelständischen Unternehmen in der Region Koblenz zu verbessern. Dazu werden in jedem Jahr einige Unternehmen aus der Region gewonnen. Der Prozess der Neuproduktentwicklung dieser Unternehmen wird analysiert und mit den Prozessen besonders erfolgreicher und

innovativer Unternehmen verglichen, um Verbesserungsvorschläge entwickeln zu können. Diese Vorschläge und Handlungsempfehlungen werden den Unternehmen vorgestellt. Im Jahr 2006 haben an der Veranstaltung zur Untersuchung des Neuproduktentwicklungsprozesses u.a. die Firmen Rasselstein und Steuler teilgenommen.

Beirat Technologiezentrum Koblenz

Prof. Ernst ist darüber hinaus Mitglied des Beirates des Technologiezentrums Koblenz.

6 Prepare! – The Entrepreneurs' Academy

Vom 5. – 9. Februar 2006 fand die Veranstaltung Prepare! – The Entrepreneurs' Academy unter der Schirmherrschaft und mit Hilfe der Förderung der Stiftung „Industrieforschung“ statt. Die Veranstaltung ermöglichte Studenten und Forschern der WHU und der RWTH Aachen, gemeinsam Gründungsvorhaben weiterzuentwickeln und Erfahrungen in interdisziplinärer Teamarbeit zu sammeln. Jedes Team hatte die Aufgabe, eine innovative Geschäftsidee mit technischem Hintergrund aus der wirtschaftlichen Perspektive zu durchleuchten und deren potentielle Verwirklichung in einem Geschäftsplan zu entwickeln. Als Novum wurde diese dritte Prepare! – The Entrepreneurs' Academy in einer inter-universitären Kooperation der RWTH Aachen und der WHU – Otto Beisheim School of Management organisiert. Es nahmen 10 Doktoranden und Post-Docs der RWTH sowie 12 Studenten der WHU im Hauptstudium teil. Die Teilnehmer lobten die „sehr gute interdisziplinäre Zusammenarbeit“ und gaben Programm und Organisation Spitzennoten. Im WHU-Dozentenbewertungssystem erreichte die Veranstaltung die Note 1,0. Hier ein Bericht der Teilnehmer Florian Bell, Stefanie Differenz, Philipp Schulte und Marten Uhlemann, der auch in der Zeitschrift „Signale“ der WHU erschienen ist:

Die Erfahrung zeigt, dass Ingenieure, Naturwissenschaftler und Betriebswirte zwar allein erfolgreich ein

Unternehmen gründen können. Aber die Erfolgchancen interdisziplinärer Teams können als wesentlich größer eingeschätzt werden. Daher bestand der Grundgedanke des Programmes darin, zukünftige Unternehmensgründer mit unterschiedlichen fachlichen Hintergründen zusammenzuführen und gemeinsam an der Entwicklung von Gründungskonzepten arbeiten zu lassen. Unterstützt wurden die Teilnehmer durch Fachvorträge sowohl von erfolgreichen Unternehmensgründern als auch von praxisorientierten und erfahrenen Professoren beider Universitäten.

Um eine Basis für eine erfolgreiche Zusammenarbeit zwischen den unterschiedlichen Teilnehmern zu schaffen, wurde der Integrationsgedanke in den Mittelpunkt gestellt. Dies zeigte sich in zahlreichen gemeinsamen Aktivitäten in beiden Universitätsstädten. Beispielsweise bot der gemeinsame geführte Stadtrundgang durch die Altstadt Aachens eine erste Gelegenheit zum gegenseitigen Beschnuppern und zur Vorstellung der innovativen Produkt- und Serviceideen. Hierunter waren vielversprechende Projekte aus den Bereichen Medizintechnik, Gussverfahren, Sensortechnik, Biotechnologie und Informationstechnik zu finden. Anschließend konnten die Teilnehmer im Rahmen eines Management-Spiels erste Erfahrungen hinsichtlich des unternehmerischen Entscheidens im Team sammeln, welche insbesondere bei den

späteren Teamsitzungen von Nutzen waren. Nach frühzeitiger Teamfindung hatten die Teilnehmer dann nach jedem Vortrag die Gelegenheit, die Relevanz der neu gewonnenen Erkenntnisse für das eigene Projekt zu diskutieren. Gleichzeitig standen die Vortragenden den einzelnen Teams mit ihrem fachkundigen Rat in Einzelgesprächen zur Verfügung.

Nachdem die Teilnehmer ausreichend Gelegenheit hatten, in den kleinen Teams intensiv „ihre“ Gründungsidee zu besprechen, wurden individuelle Markteintrittsstrategien inklusive finanzieller Planung ausgearbeitet. Den Höhepunkt der Veranstaltung bildete der letzte Tag auf Schloss Sayn, wo die Konzepte einer fachkundigen Jury vorgestellt wurden. Diese setzte sich aus Prof. Dr. Malte Brettel, Prof. Dr. Holger Ernst, Prof. Volkmar Liebig, Prof. Dr. Peter Witt, Dr. Stefan Glänzer, Nils Omland, René Mauer und dem Schirmherrn Dr. Wolfgang Lerch zusammen.

In einer äußerst knappen Entscheidung wurden die besten vier Konzepte gekürt. Hierbei teilten sich die beiden Gruppen „MillSonic“ (Philip Hafner (RWTH) und Hinrich Dreiling (WHU)) und „TopEnergy“ (Arnim Emrich (WHU), Stefan Herbergs (RWTH), Martin Randolph (WHU)) den dritten Platz. Den zweiten Platz belegte das Projekt „StruktoGuss“ (Lukas Brosseder (WHU), Manfred Grohn (RWTH), David Kahlil (WHU)). Als Sieger der Veranstaltung ging das Team

„HEXMO“ mit Florian Bell (WHU), Hayat Koubaa (RWTH) und Marten Uhlemann (WHU) hervor. Beeindruckend war insbesondere der von allen Gruppen während der Veranstaltung erzielte große Fortschritt bei den Vermarktungskonzepten. Es wurde deutlich, wie effektiv

die interdisziplinäre Arbeit in motivierten Gründerteams ist.

Besonderen Dank möchten wir an Nils Omland und René Mauer für die ausgezeichnete und reibungslose Organisation der Veranstaltung Prepare! – The Entrepreneurs' Academy 2006 richten. Weiterhin gilt unser Dank der

Stiftung „Industrieforschung“ ohne die diese wertvolle und bereichernde Veranstaltung nicht möglich gewesen wäre. Wir hoffen auf eine Fortsetzung im Jahre 2007.

(Autoren: Florian Bell, Stefanie Differenz, Philipp Schulte, Marten Uhlemann)



Siegerteam „Hexmo“ mit Juroren

7 News vom Biopharma Management Center

6.1 Bestnoten für die Lehre des BMC

„Science Boot Camp“ (SBC)

Wie bereits im Jahr zuvor boten wir den WHU-Studenten das sog. „Science Boot Camp“ an. Dieses Seminar vermittelt in einem spannenden Wechsel von Theorie und Laborpraxis die biologischen, chemischen und medizinischen Grundlagenkenntnisse zum Verständnis der Produktentwicklung in der pharmazeutischen Industrie. Ein solches Angebot ist weiterhin einzigartig in der europäischen Business School Landschaft. Lassen wir die studentischen Teilnehmer selbst zu Wort kommen:

„Alles in allem war das Science Boot Camp ein hervorragendes Seminar. Es wirkte sehr erfrischend, neben dem BWL-Alltag einmal die Welt und das Denken eines Naturwissenschaftlers kennen zu lernen. Hervorzuheben ist der exzellente Aufbau des Seminars, in dem die einzelnen Themengebiete nicht isoliert abgehandelt wurden, sondern sich nach und nach zu einem schlüssigen Gesamtbild zusammenfügten. (...) Aufgrund des Erfolgs des Science Boot Camps hoffen wir auf eine Fortsetzung der Veranstaltungen. Wir können jedem interdisziplinär denkenden

Studenten mit einer Neigung zu dieser Naturwissenschaft das Science Boot Camp nur ausdrücklich empfehlen.“ (Studentischer Bericht in der WHU-Zeitschrift Signale 2/06).

Wir danken an dieser Stelle noch einmal herzlich unserem Partner Bio.Co.Ne für die herausragenden Referenten, unseren Sponsoren Bayer HealthCare und Ribosepharm für die finanzielle Unterstützung, sowie dem FIZ Biotech und der Firma GenXPro für die Bereitstellung der Infrastruktur.



Die Studenten beim Science Boot Camp 2006

6.2 Industrie Forschung und Lehre am BMC

Novo Nordisk

Für die laufende Finanzierung des BMC sind Forschungs- und Beratungsprojekte mit der Industrie von großer Bedeutung. Hier freuen wir uns über die Vereinbarung einer mehrjährigen Zusammenarbeit mit dem Diabetes-Weltmarktführer, Novo Nordisk, die im letzten Jahr geschlossen werden konnte. Das Beratungsprojekt ist in den letzten Monaten gut vorangeschritten. Es haben mehrere Progress Reports mit dem Top-Management stattgefunden, bei denen erste Ergebnisse und Handlungsempfehlungen vorgestellt werden konnten.

Astra Zeneca

Zusätzliche zu Novo Nordisk konnte mit Astra Zeneca ein weiterer weltweit führender Arzneimittelhersteller als Förderer des BMC gewonnen werden. Dieses Engagement ermöglichte es, das BMC über mehrere Monate mit einem Doktoranden, Herrn Enzio Reincke zu verstärken. Nach seiner Tätigkeit am BMC nahm Herr Reincke bei Astra Zeneca eine Stelle als Assistent der Geschäftsführung an, wozu wir herzlich gratulieren.

Bayer Healthcare und Ribosepharm

Im Rahmen des Science Boot Camps fallen für Labormaterialien und Reagenzien nicht unwesentliche Kosten an. Wir sind daher für die Durchführung des Seminars auf finanzielle Unterstützung angewiesen. Für das SBC 2006 haben die Bayer Healthcare und die Ribosepharm das Sponsoring übernommen.

Allen Förderern und Sponsoren sei an dieser Stelle noch einmal herzlich gedankt.

6.3 Kellogg-Allianz: Kooperation in Forschung und Lehre

Im vergangenen Jahr wurde auch der Austausch im Rahmen unserer Allianz mit dem Kellogg Center for Biotechnology weiter fortgesetzt. Erstmals wurde die Kooperation auch auf die Lehre ausgedehnt. Professor Holger Ernst übernahm auf Einladung von Professor Alicia Löffler einen Lehrauftrag im executive course „Strategies for IP Management“ des Kellogg Center for Biotechnology.

Die Zusammenarbeit im Bereich Forschung wurde weiter ausgebaut. Professor Holger Ernst und Philipp Bubenzer hielten sich im vergangenen Jahr zu mehrmonatigen Forschungsaufenthalten in Kellogg auf, um gemeinsame Forschungsprojekte voranzutreiben. Philipp Bubenzer arbeitet im Rahmen seines Dissertationsprojektes zum Thema Identität und Innovation in der Pharmaindustrie eng mit Professor Klaus Weber aus dem Management and Organizations (MORS) Department zusammen.

Professor Holger Ernst und WHU-Doktorand Carsten Vogt forschen mit Professor Ranjay Gulati (ebenfalls MORS Department) an Erfolgsfaktoren von Biotech- und Pharmaallianzen. Gemeinsam mit Professor James Conley (Technology and Innovation Center) untersuchen Professor Holger Ernst und WHU-Doktorand Nils Omland die Determinanten eines erfolgreichen IP Managements in der Biotechnologie.

6.4 BMC vermittelt zwischen Industrie und Studenten

Zusätzlich zum Lehrangebot unterstützt das BMC interessierte WHU-Studenten auch auf individuelle Weise, um zu einem vertieften Verständnis der Industrie zu gelangen. So konnte das BMC einige Studenten aktiv bei der

Kontaktanbahnung mit Unternehmen der Pharma- und Biotechbranche zur Praktikumssuche im In- und Ausland unterstützen. Darüber hinaus betreute das BMC mehrere studentische Projekte, so bspw. eine Diplom-

arbeit zum Thema „Venture Capital Netzwerke“ mit einem besonderen Schwerpunkt im Bereich Biotechnologie oder ein Projekt zum Thema „Technologietransfer in der Biotechnologie“.

BMC biopharma management center

 **Project**
iopharma
a WHU students initiative