

## **Vorwort der Herausgeber**

Seit den 1970er Jahren gewinnt das Management von Innovation stetig an Bedeutung in Praxis und Wissenschaft. Dies liegt darin begründet, dass Unternehmen im Wesentlichen zwei zentrale Prozesse beherrschen müssen. Zum einen die Abwicklung des bestehenden Geschäfts. Dieses ist durch Wettbewerber gefährdet, die mit voranschreitender Zeit oftmals ähnliche Qualität zu gleichen Kosten bieten können. Im Ergebnis zeigt sich diese Annäherung der Marktteilnehmer in rückläufigen Margen und steigendem Wettbewerbsdruck. Aus diesem Grund ist es zum anderen für zukunftsfähige Unternehmen notwendig neues Geschäft aufzubauen. Dazu bedarf es Ideen für neue Produkte, Dienstleistungen oder Geschäftsmodelle, die sich möglichst nachhaltig und erfolgreich auf dem Markt bewähren.

In den zurückliegenden Jahrzehnten durchlief das Innovationsmanagement verschiedene Entwicklungsstufen, um eine immer effektivere und effizientere Entwicklung neues Geschäfts sicherzustellen. Zunächst wurde deutlich, dass Innovation auch über die Grenzen des Bereichs Forschung und Entwicklung hinaus in Unternehmen Berücksichtigung finden muss. Die dazu notwendige bereichsübergreifende Zusammenarbeit wurde in Form von Innovationsprozessen (z. B. nach dem Stage-Gate-Ansatz von Cooper) organisiert. Mit dem Einzug von Open Innovation folgte ein weiterer wichtiger Entwicklungsschritt, in dem Innovationsprozesse offener gestaltet wurden. Dies ermöglichte z. B. die verstärkte Zusammenarbeit mit Kunden oder Lieferanten, um gemeinsam Ideen für neues Geschäft zu entwickeln.

Aus unserer Sicht steht nun der nächste große Entwicklungsschritt des Innovationsmanagements an, den wir mit Innovationsmanagement 4.0 bezeichnen. Es müssen neue Lösungen gefunden werden, um mit dem rasanten Wandel umzugehen, der die Wirtschaft als Ganzes – und das Innovationsmanagement im Speziellen – trifft. Er beruht auf neuen Möglichkeiten durch die Digitalisierung, der wachsenden Bedeutung von Geschäftsmodellen, neuen Formen der Zusammenarbeit durch agile Organisation, die Bildung eines Innovations-Ökosystems durch das Unternehmen und seine Umwelt sowie eine neue Innovationskultur, die Innovation nachhaltig ermöglicht und unterstützt.

Wir möchten uns damit in unserer Reihe Praxiswissen Management auseinander setzen. Hier verfolgen wir zum einen das Ziel, aktuelle Themen wissenschaftlich fundiert einzuordnen und dem Leser entsprechende Hintergrundinformationen zu bieten. Zum anderen wird diese Einordnung durch Beiträge aus der Praxis mit Successful Practice Beispielen vertieft. Um dies möglich zu machen, sind wir auf die Unterstützung von zahlreichen Expertinnen und Experten aus der Wirtschaft angewiesen. Auch in diesem

## Vorwort der Herausgeber

Band ist es uns gelungen, aktuelle und aussagekräftige Beiträge zusammenzutragen, die zeigen wie die betriebliche Praxis erfolgreich gestaltet werden kann. Allen Autorinnen und Autoren sind wir für ihre Beiträge und die damit verbundenen Einblicke in ihre Unternehmen oder Beratungspraxis sowie die Geduld bei der Erstellung dieses Sammelbands zu großem Dank verpflichtet. Ebenfalls bedanken möchten wir uns bei Herrn Dr. Uwe Fliegauf für die stets konstruktive Diskussion und die Begleitung dieses Projekts.

Wir laden Sie nun ein, sich einen Überblick der aktuellen Herausforderungen und Lösungsansätze im Innovationsmanagement zu verschaffen und wünschen viel Freude bei der Lektüre.

Mannheim und Frankenthal, im November 2017  
Rainer Völker und Andreas Friesenhahn