

## Seminar 2038410

### Innovationsstrategien für kleine und mittlere Unternehmen (KMU)

am Lehrstuhl für Gründungs- und Innovationsmanagement  
(SoSe 2020, 5 Credits)

#### **Themenschwerpunkt**

Die Innovationsstrategie definiert die Ausrichtung von Innovationsaktivitäten für die zentralen Handlungsfelder einer Unternehmung zur Erreichung mittel und langfristiger Ziele. Sie stellt damit weitgehend sicher, dass Unternehmen wesentliche Trends beachten, Ideen zielführend für zentrale Themen generieren und priorisieren, limitierte Ressourcen optimal ausschöpfen und die am Innovationsprozess beteiligten internen und externen Akteure gut aufeinander abstimmen. Vereinfacht ausgedrückt setzt die Innovationsstrategie die Leitplanken für das Hervorbringen neuartiger Produkte/Services und hilft bei der Konzentration auf die für die Unternehmensziele aussichtsreichsten Zukunftsprojekte.

Für Unternehmen stellt sich bei der Strategiefindung oder -anpassung die grundsätzliche Frage, ob eher exploitatives oder eher exploratives Innovieren der richtige Schritt in eine gesicherte Zukunft ist. Beides kann zielführend sein, beide Formen des Innovierens lassen sich trotz gegensätzlicher Richtungsentscheidungen auch parallel in gewissem Maße verfolgen. *Exploitative Innovationsvorhaben* zielen darauf ab, die *gegenwärtige Lebensfähigkeit* eines Unternehmens zu sichern, indem kleinere Innovationsschritte (inkrementelle Innovationen) vollzogen werden, etwa das permanente Verbessern und Optimieren von bereits in Märkten eingeführten Produkten und Services. Es geht dabei um das Ausschöpfen von im Unternehmen schon vorhandenen Entwicklungs-, Produktions- und Vertriebsressourcen, oder anders ausgedrückt, es geht um Gewinne auf Basis einer auf Effizienzvorteile bedachten Kreativität. *Explorative Innovationsvorhaben* sollen die *zukünftige Lebensfähigkeit sicherstellen*, indem neue Märkte erkundet und erschlossen werden. Hierfür braucht es Produkte und Dienstleistungen, die einen hohen funktionalen Neuartigkeitsgehalt aufweisen. Wir sprechen von radikalen Innovationen, wenn neben einem deutlich gesteigerten Kundennutzen auch das dafür eingesetzte Wissen einen hohen Neuartigkeitsgehalt aufweist.

Exploitation und Exploration führen jedoch, sofern die eine Innovationsform verfolgt und dabei die andere kaum berücksichtigt wird, in spezifische *Kompetenzfallen*, denen die Unternehmen nur schwer entrinnen können und sie damit in ihrem langfristigen Bestand gefährden (vgl. Levinthal & March, 1993, The Myopia of Learning. In: Strategic Management Journal, 14, pp. 95-112). Zahlreiche empirische Studien der Innovationsforschung (z.B. He & Wong, 2004, Exploration vs. Exploitation: An Empirical Test of the Ambidexterity Hypothesis. In: Organization Science, 15, pp. 481-494) konnten bereits belegen, dass eine angemessene *Balance* zwischen Exploitation und Exploration das richtige Rezept für den langfristigen Erfolg eines innovationsorientierten Unternehmens darstellt. So einfach diese Empfehlung für innovationsorientierte Unternehmen auch klingen mag, ihre Umsetzung, d.h. die richtige Balance im

Geschäft der Innovationen zu finden und zu halten ist alles andere als selbstverständlich. Dieses Phänomen findet sich bei kleinen und mittelständischen Unternehmen ebenso wie bei Großunternehmen.

### ***Zielsetzung des Seminars***

Welche der beiden Innovationsformen von KMU und ihren externen Partnern wie stark und zu welchem Zeitpunkt betrieben werden sollte, muss das jeweilige Management laufend bewerten und entsprechend handeln. Im Rahmen des Seminars sollen bisherige Erkenntnisse zu Innovationsstrategien und deren Zusammenhang mit dem Unternehmenserfolg zusammengetragen und systematisch analysiert werden. Darauf aufbauend sollen konkrete Anhaltspunkte herausgearbeitet werden, anhand derer sich die unterschiedlichen Formen einer Innovationsstrategie möglichst zuverlässig unterscheiden lassen. Die aus Forschungsarbeiten gewonnenen Erkenntnisse sollen abschließend vor dem Hintergrund praktischer Beispiele kleiner und mittlerer Unternehmen reflektiert werden.

Das Seminar möchte dazu beitragen, dass sich bei den teilnehmenden Studierenden das Bewusstsein für eine proaktive Gestaltung von Innovationsprozessen stärker ausprägt. Durch die Veranschaulichung theoretischer Zusammenhänge anhand von selbsterarbeiteten Praxisbeispielen sollen die Studierenden spezifische Handlungskompetenzen zur Gestaltung von Innovationsprozessen weiterentwickeln.

### ***Zu erbringende Leistungen:***

Die Seminarthemen werden in Teams bearbeitet. Wesentliche Aufgaben sind:

- Bearbeitung der inhaltlichen Aspekte anhand wissenschaftlicher Veröffentlichungen, die selbst recherchiert werden (eigenständige Literaturrecherche).
- Beschaffung und Verarbeitung von Primär- und Sekundärinformationen zu den Seminarthemen.
- Ausarbeitung eines Praxisbeispiels zum gewählten Seminarthema.
- Anfertigung der Seminararbeit (Hausarbeit, max. 20 Seiten ohne Anhang). Die Ausarbeitung erfolgt nach den Vorgaben des Lehrstuhls (siehe Homepage).
- Präsentation der Ergebnisse. Die Präsentation der Arbeit erfolgt mit PowerPoint. Dabei wird der Vortrag von den Teammitgliedern gemeinsam ausgearbeitet und präsentiert. Die gesamte Präsentationszeit beträgt pro Team 60 min (30 min Präsentation + 30 min Diskussion).

### ***Teilnahmevoraussetzung und Vergabe der Seminarplätze:***

- Das Seminar richtet sich an Studierende des Masterstudiengangs BWL sowie an Master-Studierende des Studienkollegs BWL (Wirtschaftsinformatik, Wirtschaftsingenieurwesen ET & IT und MaWi sowie Wirtschaftschemie). Die Teilnehmerzahl ist auf max. 30 Studierende begrenzt, wobei 10 Plätze für Studierende des Studienkollegs BWL vorbehalten sind.
- WICHTIG: Die Bearbeitung des Seminars erfolgt in Teams. Die Studierenden können sich einzeln oder als Team bewerben (Namen und Matrikelnummern). BewerberInnen schreiben sich online in den OLAT-Kurs „Innovationsstrategien für kleine und mittlere Unternehmen (KMU)“ ein.
- Für den Fall, dass sich mehr Studierende anmelden als freie Plätze zur Verfügung stehen, erfolgt eine Auswahl der Teilnehmer nach den Kriterien der Prüfungsordnung. Es werden daher folgende Informationen für die Anmeldung im zugehörigen OLAT-Kurs benötigt:
  - ~ Name, Vorname, Matrikelnummer, Email-Adresse
  - ~ Anzahl der Fachsemester im SoSe 2020
  - ~ Studienrichtung (BWL, Studienkolleg)
  - ~ Note des Bachelorabschlusses
  - ~ Aktueller Notendurchschnitt des Masterstudiums und Summe der dazugehörigen Creditpoints

- Erfolgt ein Rücktritt nach dem 28.02.2020 (12 Uhr), wird die Leistung mit 5,0 gewertet.
- Rückfragen bitte per Email an: [innovation@bwl.uni-kiel.de](mailto:innovation@bwl.uni-kiel.de)

### **Termine**

- Kick-off Veranstaltung: 25. Februar 2020, 10:00-12:00 Uhr, Seminarraum Gutenberg
- 1. Arbeitstreffen: 17. März 2020, 10:15-11:45 Uhr, Seminarraum Gutenberg
- 2. Arbeitstreffen: 27. April 2020, 17:15-18:45 Uhr, Seminarraum Gutenberg
- Weitere Arbeitstreffen nach Terminvereinbarung im Institut für BWL und Unternehmen
- Abgabetermin der schriftlichen Arbeit, 24. Juni 2020, 12:00 Uhr, Sekretariat
- Termine Präsentation: geplant: 26. Juni 14:15-19:45 Uhr & 27. Juni. 9:15-19:45 Uhr, jeweils Seminarraum Gutenberg

Gez. Prof. Dr. Achim Walter

17.01.2020