



Schwerpunkt Innovation

- 272** **High-Resolution-Management: Konsequenzen des »Internet der Dinge« auf die Unternehmensführung**
Elgar Fleisch/Günter Müller-Stewens
Die dritte IT-Revolution steht bevor: Die Autoren legen dar, wie das »Internet der Dinge«, bei dem das Internet auf die reale Welt ausgeweitet wird, auch die Managementfunktionen ganz erheblich verändern wird.

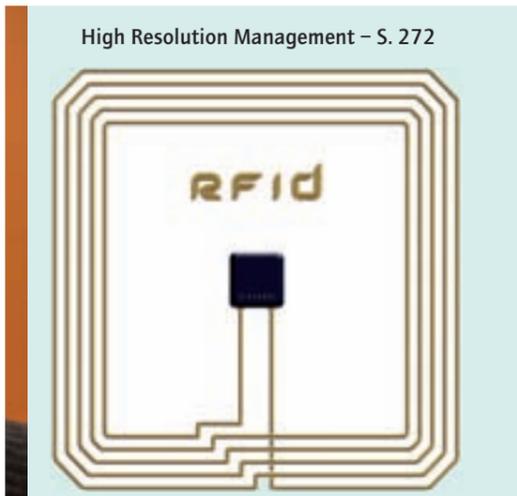
- 282** **Der Profiteur muss entscheiden**
Die Diffusion von Innovation am Beispiel der Bamtec Bewehrungstechnologie
Carolin Häussler/Franz Häussler
Warum setzt sich die Produktinnovation der Bamtec Bewehrungstechnologie, die in Deutschland generiert wurde, im Ausland besser durch als hierzulande? Die Autoren gehen der Frage nach, welche Rolle institutionelle Strukturen und Regeln bei der Einführung von Innovationen haben.

- Praxis**
292 **Das Mitarbeiterpotenzial im Innovationsprozess nutzen: Die Initiative »Triple-i« der Bayer AG**
Jürgen Benting/Oliver Kern/Thomas Bieringer/Jens Grundei
Inspirationen, Ideen, Innovationen – so lauten die Schlagworte der Initiative »Triple-i« der Bayer AG. Sie startete diese Initiative, um eine umfassende Innovationskultur zu fördern, die über die technologisch-wissenschaftliche Produktforschung und -entwicklung der spezialisierten Einheiten hinausgeht. Denn Innovationen haben für die Bayer AG einen zentralen Stellenwert. Die Autoren präsentieren die Triple-i-Initiative und ziehen Bilanz.

- Praxis**
301 **Identifikation von Kernkompetenzen in der Produktentwicklung**
Erarbeitung und Anwendung einer innovativen Methode in einem Technologiekonzern
Andy Helming/Wolfgang Buchholz
Besonders die technologieintensiven Branchen stehen vor der Herausforderung, Innovationen zu realisieren. Weltweit steigen die Ausgaben für Innovationsaktivitäten, genauso rasant entwickelt sich aber auch der Wettbewerb. Die Autoren stellen ein Instrumentarium vor, mit dem Unternehmen Kernkompetenzen identifizieren und bewerten können. Diese zentralen Kompetenzen sind die Basis der Produktentwicklung.

- Gespräch mit dem Vorstand**
311 **»Wer forscht, braucht einen langen Atem«**
Ein Gespräch über das Herzstück des Pharma-Unternehmens Pfizer
Dr. Andreas Penk, Vorsitzender der Geschäftsführung der Pfizer Deutschland GmbH, erörtert im Gespräch mit Prof. Dr. Gerhard Schewe die Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten seines Unternehmens. Pfizer spielt eine wichtige Rolle auf dem globalen Arzneimittelmarkt und bezeichnet sich selbst als »forschendes Arzneimittelunternehmen«.

- Standpunkt**
314 **Technologievorhersagen: zu einfach oder zu komplex?**
Roman Boutellier/Berthold Barodte/David Müller



Führung & Leadership

317 **Individualisierung der Führung**
 Neue Anforderungen an Führungskräfte
 Marcus Heidbrink/Wolfgang Jenewein
 In der modernen Gesellschaft steht das Individuum im Vordergrund, das – immer freier von sozialen Bindungen – selbst verantwortlich für seine Biografie und damit auch für seine Karriere ist. Die Autoren legen dar, wie sich damit auch die Anforderungen an moderne Führungskräfte wandeln und beleuchten zwei Führungsmodelle: die transaktionale Führung und die transformationale Führung.

324 **Nachfolge in Pionierunternehmen**
 Risiko des Scheiterns oder Chance zur Revitalisierung – eine organisationale Betrachtung
 Nils Dreyer/Arist von Schlippe
 Nachfolgeprozesse in Unternehmen bringen ein starkes Irritationspotenzial für die Mitarbeiter mit sich. Die Organisation gerät eventuell ins Trudeln. Die Autoren untersuchen in einer empirischen Studie die Folgen der Unternehmensnachfolge für Mitarbeiter und die Organisation und geben Hinweise, wie ein solcher Prozess positiv genutzt werden kann.

Organisation & Change Management

332 **Wettbewerbsvorteile auf zwei- und mehrseitigen Dienstleistungsmärkten**
 Verschiedene Formen der Wertschöpfungsorganisation
 Helmut Dietl/Egon Franck/Susanne Royer
 Betreiber von Dienstleistungsplattformen stehen vor der Frage, wie sie die Wertschöpfung organisieren sollen. Doch herkömmliche strategische Analysen scheinen für zwei- und mehrseitige Dienstleistungsmärkte zu kurz zu greifen. Dieser Beitrag untersucht den Zusammenhang zwischen der Organisation von Wertschöpfungsaktivitäten und Wettbewerbsvorteilen und gibt Gestaltungsempfehlungen.

Spektrum

341 **Business-Spotlight**
On your hobby horse

343 Rezensionen

345 Verbandsmitteilungen

348 Impressum

