

Christian Lüthje wird neuer Professor für Industrie- und Technologiemarketing

Die Professur für Industrie- und Technologiemarketing ist besetzt: Mit Christian Lüthje konnte ein Forscher gewonnen werden, für den Innovationen in Theorie und Praxis keine Fremdwörter sind. Von *Simon Haag*

Was lange währt, wird endlich gut – rund zwei Jahre nachdem Thorsten Teichert die Universität Bern verlassen hat, konnte der mittlerweile in eine Professur für Industrie- und Technologiemarketing umgewidmete Posten wieder besetzt werden. Ab diesem Sommersemester wird Christian Lüthje die Berner Studierenden mit den verschiedenen Facetten des Industriemarketings und des Innovationsmanagements vertraut machen. Der Wechsel nach Bern ist für Lüthje ein bewusster Entscheid für das Neue, «denn ich wäre ein schlechter Vertreter des Fachs, wenn ich neuen Herausforderungen gegenüber nicht grundsätzlich offen wäre», meint der 36-Jährige, der 2001 auch seine Amerika-Neugierde in Form eines Forschungsaufenthaltes am Massachusetts Institute of Technology befriedigte.

Der Reiz des Neuen

Sowie für Christian Lüthje das Neue mit ein Grund war, den Ruf der Uni Bern anzunehmen, ist es auch die Beschäftigung mit dem Neuen, die ihn am Innovationsmanagement so fasziniert. Allerdings dürfe Innovationsmanagement nicht als kreatives Chaos missverstanden werden. «Die Herausforderung liegt darin, die innovationsinhärente Unsi-

cherheit mit betriebswirtschaftlichen Ansätzen beherrschbar zu machen.» Dabei will Lüthje Innovationsmanagement nicht im Drucker'schen Sinne als das alleinig Seligmachende verstanden haben, sondern als Querschnittsfunktion, die für eine erfolgreiche Durchführung der Beiträge verschiedener Unternehmensbereiche bedarf.

Das besondere Forschungsinteresse Lüthjes gilt den sogenannten «User Innovations». Von derartigen Innovationen ist die Rede, wenn neue Problemlösungen von Kunden und nicht, wie üblicherweise angenommen, von den Herstellerunternehmen entwickelt werden. Beispiele für «User Innovations» sind das Mountain-Bike oder das Betriebssystem Linux.



Christian Lüthje, geboren 1969, hat an der Universität Kiel Betriebswirtschaft studiert und in München an der Ludwig-Maximilians-Universität zum Thema «Kundenorientierung im Innovationsprozess» doktoriert. Seine Habilitationsschrift hat Lüthje an der TU Hamburg verfasst, von der er 2005, nach einigen Lehraufträgen an den Universitäten Wien und Hamburg, an die Philipps-Universität Marburg wechselte. Christian Lüthje ist mit einer Schwedin verheiratet und Vater eines Sohnes.

Symbiose von Forschung und Lehre

Innovationen beschäftigen Christian Lühje aber nicht nur aus theoretischer Perspektive. Auch die Lehre soll innovative Elemente tragen. Für seinen innovativen Unterrichtsstil wurde er im Jahre 2002 an der Wirtschaftsuniversität Wien ausgezeichnet. «Eigentlich ist es gar nicht so einfach, den eigenen Stil zu beschreiben. Ich versuche den Unterricht möglichst interaktiv zu gestalten. Mir ist es gerade in kleineren Veranstaltungen wichtig, dass Studenten im Team Problemlösungen erarbeiten und präsentieren. Denn genau darum geht es auch in der Berufspraxis.» Christian Lühje möchte, dass die Beiträge der Studenten mehr sind als reine Fingerübungen. «Den Preis für innovative Lehre habe ich in Wien für eine Vorlesung erhalten, in welcher Studierende ein eigenes Forschungsprojekt konzipiert und umgesetzt haben. Die Ergebnisse wurden auf mehreren internationalen Konferenzen präsentiert.»

Ganz allgemein sind für Lühje die Studierenden der Schlüssel zur Erreichung seiner Ziele, sowohl in der Lehre als auch in der Forschung. «Ich sehe nämlich keinen Sinn darin, dass Lehre, Forschung und Praxis nebeneinander existieren, ohne sich gegenseitig zu befruchten. Wir möchten, dass die Studierenden ihr Potential nutzen, indem wir sie in der Lehre zu aktiver Mitarbeit auffordern und gleichzeitig in Forschungs- und Praxisprojekte einbinden. Die Studenten sind wichtige Vermittler zwischen den verschiedenen Welten.»

Die Vorlesungen der Abteilung für Industrie- und Technologiemarketing im Überblick

In diesem Sommersemester wird Christian Lühje folgende Vorlesungen anbieten:

Innovationsmarketing

Um die Erfolgswahrscheinlichkeit der Neuprodukteentwicklung zu erhöhen, wird empfohlen, alle Innovationsanstrengungen konsequent an den Kundenbedürfnissen auszurichten. Die Vorlesung «Innovationsmarketing» beschäftigt sich mit Strategien, Methoden und konkreten Massnahmen, mit denen marktorientierte Innovationsprozesse sichergestellt werden können. In der dazugehörigen Übung werden in Gruppen Fallbeispiele für erfolgreiches Innovationsmarketing in der Unternehmenspraxis erarbeitet.

Entrepreneurship

Diese Vorlesung vermittelt wissenschaftlich fundierte Erkenntnisse der Gründungs- und Innovationsforschung. Im ersten Teil der Vorlesung wird zunächst die Beziehung zwischen Unternehmensgründungen und dem wirtschaftlich-politischen Umsystem beleuchtet. Der zweite Teil der Vorlesung behandelt den Gründungs- und Etablierungsprozess neuer Unternehmen. Um die praktische Relevanz und den Anwendungsbezug der Vorlesungsinhalte zu verdeutlichen, werden in der Übung empirische Ergebnisse der Gründungsforschung diskutiert und Fallstudien erfolgreicher Unternehmensgründungen behandelt.

Sämtliche Vorlesungen der Abteilung für Industrie- und Technologiemarketing werden bis zum Wechsel des Studienreglements im Wintersemester 07/08 (vgl. Nachrichten aus dem Departement) als Wahlveranstaltungen angeboten. Ausführliche Angaben zu den im Sommersemester angebotenen Vorlesungen sind auf der Homepage des Instituts für Marketing und Unternehmensführung (www.imu.unibe.ch) zu finden.

Zudem sollen auf Master-Ebene ein Forschungs- sowie Projektseminar und eine Vorlesung zum Thema Business-to-Business-Marketing angeboten werden. Auf Bachelor-Ebene sind ein Proseminar sowie eine Grundlagenvorlesung zu den Themen Innovations- und Technologiemanagement geplant.