

---

## Vorwort

Aktuelle Studien kommen zu dem Schluss, dass ein Mensch mit durchschnittlicher Lebensdauer die meisten Unternehmen überlebt. Von vor 40 Jahren gegründeten Unternehmen existieren nur noch 0,1 %. Dieser Schwund lässt sich nicht nur auf kleine und junge Unternehmen zurückführen, die schnell wieder vom Markt verschwinden. Etwa ein Drittel der laut Forbes 500 größten Unternehmen existiert nach 10 Jahren nicht mehr. Von den 1000 größten Unternehmen, die 1962 aktiv waren, gibt es heute nur noch weniger als 16 %.

Warum sind etablierte Unternehmen mit all ihren Erfahrungen und Ressourcen nicht langfristig erfolgreicher und nachhaltiger? Sie werden über die Jahre des Erfolges selbstzufrieden und meist weniger flexibel. Ihnen geht die unternehmerische Dynamik verloren, um neue Gelegenheiten zu erkennen und diese zu nutzen. Start-ups dagegen realisieren oft die Geschäftsideen, die etablierte Unternehmen nicht erkennen oder an die sich diese nicht trauen. Einige Start-ups haben es mit innovativen Ideen und Produkten geschafft, innerhalb weniger Jahre ganz neue Märkte zu schaffen und zu globalen Playern zu wachsen. Etablierte Unternehmen können und müssen von diesen Start-ups lernen. In einer volatilen Geschäftswelt mit immer kürzeren Produktlebens- und Innovationszyklen ist es auch für etablierte Unternehmen unabdingbar, nach neuen Gelegenheiten Ausschau zu halten und diese zu erschließen. Nur Unternehmen, die kontinuierlich ihre Betätigungsfelder hinterfragen und unternehmerisch erweitern, werden auch in Jahrzehnten noch erfolgreich am Markt agieren.

Corporate Entrepreneurship beschreibt die Unternehmensaktivitäten, die hinter diesem unternehmerischen Handeln in bestehenden, etablierten Unternehmen stehen. Gekennzeichnet durch die drei Dimensionen Innovativität, Proaktivität und Risikobereitschaft ist Corporate Entrepreneurship heute belegbar ein wichtiger Faktor für nachhaltigen Unternehmenserfolg. Erfolgreiche innovative Unternehmen wie 3M und W. L. Gore und Associates haben Strukturen, die es ihren Mitarbeitern erleichtern, selbst unternehmerisch zu handeln und sich so einer Start-up-Situation anzunähern. So ermutigen Google und der indische Konzern Tata ihre Mitarbeiter, unternehmerische Initiativen zu ergreifen und belohnen auch gescheiterte Ideen. Starbucks holte den ehemaligen Gründer und Vorstandsvorsitzenden zurück, um den Elan und Eifer der Start-up-Zeit wiederzubeleben.

Erste wissenschaftliche Studien beleuchten Aspekte von Corporate Entrepreneurship und es kursieren viele Anekdoten zu Corporate Entrepreneurship, aber bisher fehlt es an einem umfassenden strukturierten Überblick, um Corporate Entrepreneurship zu verstehen und umzusetzen. Mit dem vorliegenden Buch haben wir es uns zur Aufgabe gemacht, das Konzept des Corporate Entrepreneurship wissenschaftlich zu beleuchten und anhand von Praxisbeispielen umsetzbar zu machen. Entlang der fünf Managementfunktionen Planung, Organisation, Personal, Führung und Kontrolle werden die Erkenntnisse der aktuellen Managementforschung in Bezug auf Corporate Entrepreneurship strukturiert präsentiert. Reale Beispiele einer Vielzahl von Unternehmen illustrieren die wichtigsten Stellhebel für Corporate Entrepreneurship und sind durch konkrete Managementtools ergänzt.

Herzlich bedanken möchten wir uns bei den Unterstützerinnen, die dieses Buch in seiner jetzigen Form ermöglicht haben. Dies sind in alphabetischer Reihenfolge: Jana Drechsler, unsere Lektorin Gundula Herget und Barbara Kirchhoff.

Köln, im Spätsommer 2014

Andreas Engelen  
Monika Engelen  
Jan-Thomas Bachmann

Corporate Entrepreneurship  
Unternehmerisches Management in etablierten  
Unternehmen

Engelen, A.; Engelen, M.; Bachmann, J.-Th.

2015, IX, 293 S., Softcover

ISBN: 978-3-658-00645-7