

## Prof. Dr. Oliver Mauroner



Zukunftsorientiertes Management im Mittelstand – so lautet die Denominati-on der Professur, die ich seit dem 1. März 2016 an der Hochschule Mainz inne-habe. Damit

kommt zum Ausdruck, dass kleine und mittelständische Unternehmen im Management ihrer internen und externen Beziehungen jetzt und in Zukunft vor besonderen Herausforderungen stehen. Aktuell diskutierte Themen – wie zum Beispiel Industrie 4.0, der demografische Wandel, Nachhaltigkeit und Generation Y – sind nicht ausschließlich Angelegenheiten von Politik und Großunternehmen, sondern haben zunehmend Relevanz für kleine und mittelgroße Unternehmen, sei es der Handwerksbetrieb bei der Frage der Unternehmensnachfolge, das Software Start-up bei der Erschließung neuer Märkte oder der Tier-2-Zulieferer im globalen Wettbewerb. Genau mit diesen Herausforderungen möchte ich mich in Lehre, Forschung und Projektarbeit an der Hochschule Mainz beschäftigen.

Von 2013 an war ich für knapp drei Jahre an der Bauhaus-Universität Weimar aktiv. Als Juniorprofessor für Kreativ- und Innovationsmanagement gestaltete ich die Schnittstelle zwischen der akademischen Forschung und Lehre und der Gründerwerkstatt `neudeli`. Dabei ist

es gelungen, praktische Themen aus der Start-up-Welt in Forschung und Lehre zu überführen. Zum Beispiel wurde der Einsatz sozialer Medien in Management und interner Kommunikation untersucht. Gleichzeitig wurde intensiv daran gearbeitet, Start-ups mit etablierten Unternehmen zusammenzubringen, um einen kreativen Austausch und gemeinsame Lernprozesse zu fördern. 2015 konnte ein durch das Bundesministerium für Bildung und Forschung gefördertes Projekt eingeworben werden, das die Gestaltung offener Innovations- und Kreativprozesse in Unternehmensnetzwerken untersucht. Erste Ergebnisse zeigen, dass gegenseitiges Vertrauen und eine gemeinsame Vision der beteiligten Partner entscheidend für den Erfolg von Netzwerken sind.

Promoviert habe ich 2009 an der Friedrich-Schiller-Universität Jena, bei Prof. Dr. Roland Helm im Bereich Innovationsmarketing. Ich untersuchte Erfolgsfaktoren von innovativen Ausgründungen aus Forschungsinstituten und dabei unter anderem die Frage, wie Kooperationsbeziehungen von Spin-offs zur jeweiligen Mutterorganisation erfolgreich gestaltet werden können. Während und nach meiner Promotion, 2002 bis 2013, war ich im Marketing am Fraunhofer-Institut für Angewandte Optik und Feinmechanik IOF in Jena tätig. Für einige Jahre leitete ich dort die Abteilung Strategie, Marketing, Koordination und war für die Kommunikations- und Transferprozesse des Instituts verantwortlich. Dabei setzte ich mich intensiv damit auseinander, vor

welchen Herausforderungen mittelständische Unternehmen bei der Umsetzung von Innovationen stehen, seien es das Management von Fachwissen, die Gestaltung interner Prozesse oder der Umgang mit Marktunsicherheiten.

Grundstein für meine berufliche Laufbahn bildete das Studium der Wirtschaftsinformatik an der Technischen Universität Ilmenau von 1995 bis 2002. Dabei legte ich meine Schwerpunkte in den Bereichen Marketing, Unternehmensführung und Informationsmanagement. Praktische Erfahrungen sammelte ich während des Studiums bei verschiedenen Unternehmen, unter anderem einem Mittelständler im Bereich der Kunststoffindustrie, einem Touristikdienstleister, der Daimler AG in Mannheim und dem Mitteldeutschen Rundfunk in Erfurt.

An der Hochschule Mainz möchte ich in Forschung und Lehre aktuell relevante Managementthemen aufgreifen und Studierende stets dazu ermutigen, klassische und moderne Managementkonzepte kritisch zu hinterfragen. Die aktuellen Entwicklungen in Forschung und Praxis des Managements, wie z.B. Design Thinking, Storytelling, Customer-Co-Creation oder Open Innovation halte ich für extrem spannend. Als Hochschule können wir dazu beitragen, dass eben diese Themen von kritischen und kreativen Köpfen weiter erforscht und erprobt werden und schließlich in Unternehmen zur Entfaltung kommen.