

Innovation, Fluch oder Segen!

Wo sind die Querdenker?

Im Moment ruft die ganze Welt nach Innovationen. Offensichtlich das Patentrezept, um der vielgenannten Krise zu entrinnen. Und dann schaut man sich um und stellt verwundert fest, dass mittlerweile alle innovativen Mitarbeiter das Unternehmen verlassen haben. Weg rationalisiert; weg gemobbt, im Rahmen von Lean Management Konzepten ausgemerzt, weg gelobt, aufs Altenteil geschoben und keiner hat es so richtig gemerkt. Das ruft jetzt ratloses Erstaunen hervor; wo sind sie, die kreativen Köpfe, die uns in der Vergangenheit immer so gestört haben, weil sie uns vom Tagesgeschäft abhielten, wo sind sie? Und langsam dämmert es; da war doch dieser eine oder andere Kollege, der mit immer neuen Ideen jedem auf die Nerven gegangen ist und uns von der Arbeit abgehalten hat. Eigentlich war man froh, als dieser Mitarbeiter nicht mehr im Betrieb war.

Innovative Köpfe

Innovative Köpfe haben es in einem gut laufenden Unternehmen schwer. Die Masse der Mitarbeiter ist auf einem hohen, gut funktionierenden Niveau und kann die Aufgaben, die der Markt stellt, gut erfüllen. Allerdings hat diese Masse Probleme mit Mitarbeitern, die sich positiv oder negativ von diesem Niveau abheben. Wenn jemand sich durch besonders innovative Ansätze abhebt, wird er von seinem Umfeld argwöhnisch betrachtet. Er stört den Betriebsfluss, setzt seine Arbeitskraft für andere Dinge ein und zwingt so seine Kollegen, die von ihm liegen gelassene Arbeit mitzumachen. Wenn hier die Unternehmensleitung nicht regulierend eingreift, ist das Schicksal dieses innovativen Mitarbeiters schnell besiegelt.

Innovative Unternehmenskultur

Ein Unternehmen, das den Bereich der Neu- und Weiterentwicklung von Produkten und Dienstleistungen auf seine Fahnen geschrieben hat, verfügt über eine innovative Unternehmenskultur. Dies heißt natürlich nicht, dass jeder machen kann was er will. Es bedeutet aber auf der einen Seite, dass Instrumente eingesetzt werden, um neue Ideen gezielt mit den Mitarbeitern zu entwickeln. Dazu setzt man in der Regel Kreativitätstechniken ein, um aus einer Masse von Anregungen mit den Schritten finden, bewerten, entwickeln und vermarkten neue Produkte zu entwickeln. Um diese Prozesse zu steuern, haben sich mittlerweile auch spezielle Ausbildungsgänge z. B. zum Innovationsmanager herauskristallisiert.

Auf der anderen Seite geben innovative Unternehmen Mitarbeitern oder bestimmten Abteilungen bewusst Freiräume, um ungezielt nach völlig neuen Ideen abseits der bestehenden Pfade zu suchen. Es gibt dazu die schöne Geschichte eines Kopierer Herstellers, der Wissenschaftlern Möglichkeiten zu freiem Denken zur Verfügung gestellt hat. Heraus kam die grafische Benutzeroberfläche, die wir heute auf jedem Rechner vorfinden. Eine ähnliche Geschichte existiert zur Erstentwicklung von Internetverbindungen.

Der Champion

Championing bedeutet etwas unterstützen, verfechten bzw. verteidigen. Es ist eine eigene Managementtechnik, um eine bestimmte Gruppe von Mitarbeitern zu fördern. Champions haben die besondere Eigenschaft, extrem hartnäckig zu sein. Dabei geht es in den meisten Fällen nicht unbedingt um eine selbst entwickelte Innovation, sondern um ein neues Produkt oder eine neue Idee, die hartnäckig im Unternehmen gegen alle Widerstände über lange Zeiträume nachverfolgt wird. Champions stoßen im Unternehmen auf viele Widerstände, da sie an Ideen festhalten, die der Rest des Betriebes schon längst abgehakt hat. Champions werden vernachlässigt, verhöhnt, ausgelacht oder mit Nichtbeachtung gestraft.

Unternehmensleitungen müssen dieser Gruppe von Mitarbeitern die Chance geben, immer wieder an ihrem Thema zu arbeiten, es kann sehr erfolgreich werden. Bestes Beispiel ist Spencer Silver, der sich über lange Jahre für einen Klebstoff begeistert hat, der nicht gut klebt. Unablässig hat er dabei nach Möglichkeiten gesucht, dieses Produkt einzusetzen, herausgekommen sind die Post It Haftnotizen.

Innovative Chefs

Innovative Chefs entwickeln neue Produkte oder Dienstleistungen und bringen diese an den Markt. Sie sind sehr erfolgreich als Gründer, ihre Unternehmen wachsen schnell und überproportional an Umsatz und Mitarbeitern. Vielleicht liegt ja der Grund, dass wir so viele kleine innovative Unternehmen in Deutschland haben, darin, dass die weggemobbteten Kollegen von einst sich selbstständig gemacht haben. Aber innovative Menschen können nicht aus ihrer Haut und die Gefahr besteht, dass sie schnell von einer Idee zur nächsten springen. Theo Waigel hat einmal auf einem Querdenker Kongress gesagt: „Ich höre viel über Vor- und Querdenker, manchmal würden aber 5 Minuten Nachdenken schon reichen“. Ab einer gewissen Unternehmensgröße wird die vorgenannte Art von Innovation zu einem kritischen Faktor, da die Mitarbeiter den neuen Ideen des Chefs mehr Gewicht schenken müssen als ihrem Tagesgeschäft.

Wenn der Innovative Chef macht, was er will, steigt die Gefahr, dass das Unternehmen sich mit Neuentwicklungen übernimmt. Hier ist die Grenze, wo entweder das Unternehmen verkauft wird, vom Markt verschwindet oder sich konsolidiert. Letzteres entsteht dann, wenn neben den innovativen Kräften gleichberechtigt und akzeptiert konzeptionell ausgerichtete Führungskräfte im Unternehmen vorhanden sind, die die innovativen Explosionen immer wieder in ruhiges Fahrwasser lenken.

Innovation ist und bleibt der Motor für eine Volkswirtschaft. Leider hat in der Vergangenheit das Streben nach schnellem Profit innovative Unternehmenskulturen nicht begünstigt. Heute beginnt sich das Rad, ausgelöst durch Unternehmen wie Apple, Ebay, Google oder Amazon zu drehen. Diese Unternehmen haben auch noch etwas anderes erkannt: Nicht der Profit, sondern der Kundenwunsch muss im Focus eines Betriebes stehen. Kundenwunsch führt dabei automatisch zu Profit oder das Unternehmen ist in einer falschen Marktposition.