



Betriebsführung

# Innovationen bringen Ihr Unternehmen vorwärts

Der Kern eines erfolgreichen Unternehmens ist die Innovation. Wenn diese schöpferische Kraft versiegt oder durch permanentes Sparen und Kostenmanagement unterdrückt wird, kommt das Unternehmen schnell auf einen Weg nach unten.

**K**reativität wird als vitaler und schöpferischer Kern einer Persönlichkeit gesehen, der sich in Eigenschaften wie Fantasie, Intuition und Flexibilität zeigt. Demnach ist jeder Mensch kreativ, denn er ist grundsätzlich in der Lage, etwas zu erschaffen, und sei es noch so gering: Gedanken, Taten, selbst ein Lächeln bewirkt etwas und ist Ausdruck von emotionaler Kreativität.

Doch wie sieht das in einem Unternehmen aus? Eine Führungskraft braucht nicht zwangsläufig die Gabe der Kreativität, jedoch muss sie dafür sorgen, dass sich die kreative Kraft in einem Unternehmen entfalten kann. Es geht also vielmehr darum, dass das Unternehmen neugierig auf veränderte Bedürfnisse reagiert und

Neues, oder gar Verrücktes zulässt und fördert. Dies belegen die folgenden Beispiele:

Erstmals 1927 erscheint in einem Katalog der Firma Jungmans eine Armbanduhr. In Fachkreisen beurteilt man es als „Modenarrheit, die Uhr an der unruhigsten und den größten Temperaturschwankungen ausgesetzten Körperstelle zu tragen“. Die Experten prophezeiten, dass die Armbanduhr nur eine kurzfristige Modeerscheinung sei.

Und noch ein Beispiel aus der Medizin. 1929 trug ein junger Mann seinem Chef in Berlin mit Begeisterung eine Idee vor, von der er glaubte, sie könne ein bestehendes Problem unkonventionell und schnell lösen. Er bot sogar an, den Versuch an sich selbst auszuprobieren. Entsetzt beendete der Chef das Gespräch. Wir hätten niemals erfahren, welche Innovation er mit dem Bannstrahl versah, wenn sein junger Mitarbeiter nicht trotzdem gehandelt hätte. Er unternahm einen Selbstversuch und schob sich eine Sonde durch die Blutbahn zum eigenen Herzen, um erkennen zu können, wie es darin aussieht. 1956 erhielt Werner Forßmann dafür den Nobelpreis für Medizin.

## Innovationen in der Geschichte

Beispiele für die Wirkung von Kreativität und Innovation in der Geschichte machen den sich wiederholenden Vorgang

deutlich. Kreative Menschen werden anfangs meist als Spinner und Verrückte bezeichnet. Wenn eine Idee dann doch funktionierte, wurden große Erfindungen zunächst als Spielerei abgetan. Erst langsam, wenn sich die neue Entwicklung nach und nach bewährte, veränderte sie den Markt und oft auch die Welt.

## Der Innovationsprozess

Damit bei Ihnen der Prozess geordnet funktioniert und Innovationen nicht blockiert werden, die folgenden Hinweise: Formulieren Sie Ihren konkreten Innovationsprozess als Kernprozess Ihres Unternehmens, egal, ob Sie in einem innovativen Markt tätig sind oder einem konservativen. Es ist auch irrelevant, ob sie produzieren oder entwickeln, ob sie mit Waren handeln oder Dienstleistungen anbieten. Die Welt verändert sich schnell. Seien Sie darauf vorbereitet. Die nachfolgende Checkliste soll Ihnen dabei konkrete Hilfestellung geben:

→ **Einstellung:** Grundlage der Innovation sind Offenheit und Humor jedes Einzelnen. Innovation ist und bleibt etwas Komplexes, ohne kompliziert sein zu müssen. Sie muss im ganzen Unternehmen wertgeschätzt werden. Jeder ist am Prozess beteiligt und kann Ideen einbringen. Hierfür sind gelebtes Vertrauen und gegenseitige Wertschätzung

unabhängig. Probleme im Arbeitsprozess sind Auslöser und Träume von einer besseren Lösung derselben, Wegweiser in die Zukunft.

→ **Quellen für neue Ideen:** Was sagen unsere Kunden? Wovon träumen sie? Was sind ihre größten Probleme? Was sehen wir bei anderen Unternehmen? Welche Trends können wir auf unser Geschäft übertragen? Was sagen Fachpresse, Medien und Messen? Was macht unsere Konkurrenz? Was machen Unternehmen unserer Branche in anderen Ländern? Dies alles sind Fragen und Quellen für neue Ideen.

→ **Innovationsordner:** Tragen Sie alle Ideen zu diesen Fragen zusammen. Etablieren Sie ein Verfahren, Ideen und Lösungsvorschläge zu bewerten und eine Entscheidung zu treffen, ob diese umgesetzt, verworfen beziehungsweise für einen späteren Zeitpunkt wieder auf die Tagesordnung kommen. Schaffen Sie sich dafür ein Ordnungssystem.

→ **Projektplan:** Bestimmen Sie für die Umsetzung einen Verantwortlichen, der einen Projektplan erstellt. Dieser Plan enthält auch ein Enddatum, also ein konkretes Ziel. Unterstützen Sie seine Bemühungen bei der Umsetzung und seien Sie geduldig. Denken Sie daran: Die Umsetzung macht mindestens 90 % der Innovation aus.

→ **Einführung:** Führen Sie die Innovation mit Sorgfalt in den Markt oder in das eigene Unternehmen ein. Definieren Sie eine Testphase, sammeln Sie zuerst Erfahrungen, und wenn sie positiv sind: Führen Sie die Innovation ein!

George Bernhard Shaw stellte einmal fest: „Wir brauchen eine Handvoll Narren! Seht, wohin uns die Vernünftigen gebracht haben.“ Wir sollten in unseren Unternehmen verrückte Ideen zulassen, ja danach suchen, und diese mit Leidenschaft auch umsetzen. Nur so ist in der Vergangenheit vielfach Großes entstanden.

Dr. Dr. Cay von Fournier,  
Berlin

## DER AUTOR

DR. DR. CAY  
VON FOURNIER



Der in Medizin und Wirtschaftswissenschaften promovierte Inhaber des vor 20 Jahren gegründeten SchmidtColleg, Berlin, gehört zu den führenden Anbietern von Management-Seminaren für den Mittelstand ([www.schmidtcolleg.de](http://www.schmidtcolleg.de)).

DEGA

Nr. 15 vom 12.4.2008  
Auflage 6.000

www.mm-pr.de  
Agentur für Öffentlichkeitsarbeit