

Vom Geistesblitz zum Kassenschlager

Auf dem Weg ins Büro, in einem Meeting, während der Kaffeepause oder abends auf dem heimischen Sofa – unser Gehirn lässt sich nicht einfach ausschalten und daher kennen Ideen und Geistesblitze auch keine festen Arbeitszeiten. Sie kommen (und gehen leider auch), wie sie möchten. Die Herausforderung für Wissensarbeiter besteht daher vor allem darin, diese wichtigen und oftmals spontanen Einfälle zu konservieren. Und zwar nicht nur die eigenen, sondern auch die der Mitarbeiter, der externen Dienstleister und der Kunden. Keine leichte Aufgabe! Das klassische betriebliche Vorschlagswesen greift hier an vielen Stellen noch deutlich zu kurz. Ziel muss es sein, alle am Unternehmen Beteiligten zu motivieren, ihre Ideen mitzuteilen. Gelingt dieses Bestreben, ist der erste Schritt in Richtung eines erfolgreichen Ideen- und Innovationsmanagements bereits geschafft.

Bedauerlicherweise geben sich immer noch zu viele Firmen mit diesem ersten Schritt zufrieden. Die Folge: Der Großteil der Ideen verpufft – weil der Sachbearbeiter nicht weiß, wie er sich beim Chef Gehör verschaffen soll, weil der Vorschlag des Lieferanten nicht weiterkommuniziert wird und weil der Mitarbeiter im Service-Center den wertvollen Hinweis eines Kunden als Kritik auffasst. Daher gilt es, nach dem ersten auch den zweiten Schritt zu wagen und die Ideen penibel zu dokumentieren.

Wer an dieser Stelle jedoch nicht bereits den dritten Meilenstein vor Augen hat und die gesammelten Vorschläge auch systematisch aus- und bewertet, produziert schnell ausufernde Ideendatenbanken, in denen sich niemand mehr zurechtfindet. Unternehmen sind also gefordert, kontinuierlich die Spreu vom Weizen zu trennen – und auch vermeintlich bedeutungslose Ideen auf ihr Innovationspotenzial zu prüfen. Schließlich ist noch kein Meister vom Himmel gefallen und selbst die beste Idee hat einmal klein angefangen. Spezielle Ideen-(weiter-)entwicklungskonzepte können an dieser Stelle helfen, das Potenzial des vorhandenen Wissens bestmöglich

auszuschöpfen und wirklich viel sprechende Ansätze zu erkennen und in der Folge auch tatsächlich umzusetzen.

Wie man Ideen findet, generiert, archiviert, auswertet und schließlich umsetzt, erfahren Sie im aktuellen Titelthema. Bei der Lektüre werden Sie feststellen, dass auch beim Ideen- und Innovationsmanagement einmal mehr die Kommunikation der entscheidende Baustein für den Erfolg ist – eine Erkenntnis, die sich durch das komplette Wissensmanagement zieht. Also: Behalten Sie Ihre Geistesblitze nicht für sich, sondern gehen Sie offen damit um und bitten Sie andere um Feedback – mit etwas Glück geben Sie so den Anstoß für den nächsten Kassenschlager Ihres Unternehmens. In diesem Sinne wünsche ich Ihnen eine besinnliche Vorweihnachtszeit und freue mich, Sie im nächsten Jahr an dieser Stelle wieder begrüßen zu können.



Ihr

Oliver Lehnert