Unbewusste Genialität oder planbares Vorgehen?

Völlig neue Ideen, die zu bahnbrechenden Innovationen führen – davon träumt jedes Unternehmen. Doch den wenigsten gelingt dieses Unterfangen. Warum ist das so? Mangelt es uns an kreativen Köpfen? Oder an strategischen Instrumenten zur Ideengenerierung? Wohl kaum. Denn nie da gewesene Neuerungen – in Form von Produkten oder Dienstleistungen – kann man schlichtweg nicht planen. Auch das unkontrolliertes Brainstorming, ein Zusammentreffen der kreativsten Köpfe und Querdenker führt nicht zwangsläufig zum Erfolg. Deutlich viel versprechender ist es, Experten unterschiedlicher Bereiche zusammenzubringen. Denn Routinen im einen Bereich können zu Innovationen in einem anderen führen. Abfallprodukte der einen Branche entpuppen sich als Verkaufsschlager in anderen Branchen. Anders gesagt: Der Weg zur „richtigen" Idee führt über das Wissensmanagement, genauer gesagt über den Wissens- und Erfahrungsaustausch – in Form klassischer Kaffeeecken, Netzwerktreffen oder virtuell in Foren, Blogs und anderen Web-2.0-Tools.

Gezieltes Fachsimpeln, auch über den Tellerrand hinaus, ist natürlich nicht der einzige Weg zu Innovationen. Es gibt zahlreiche weitere: So erhalten Mitarbeiter Budgets, mit denen sie experimentieren dürfen – ohne im Falle eines Fehlversuches mit Sanktionen rechnen zu müssen. Andere Firmen räumen ihrer Belegschaft zeitliche Freiräume ein – zum kreativen Entdecken. Insofern setzen Unternehmen auf die unbewusste Genialität, die in ihren Mitarbeitern schlummert, und versuchen sie, ans Licht zu bringen. Bis hierher ist der Weg zur bahnbrechenden Innovation also kaum planbar. Anders sieht es hingegen aus, wenn Experten aufeinandergetroffen sind und tatsächlich ungeahnte – innovationsverdächtige – Anknüpfungspunkte entdeckt haben. Oder sich das Experimentierbudget ausgezahlt hat – in Form eines viel versprechenden Geistesblitzes. Dann muss die Kreativität mit Hilfe einer Strategie unterstützt werden, denn nur so kann aus der Idee schlussendlich eine real existierende Innovation werden. Vor allem der erste Schritt dieses planbaren Vorgehens fällt vielerorts schwer: seiner Idee Gehör zu verschaffen, das Management auf sie aufmerksam zu machen. Ein professionelles Ideen- und Innovationsmanagement, ein etabliertes Vorschlagswesen und eine Unternehmenskultur, die offen ist für Neues, helfen hier immens.

Innovative Unternehmen machen es bereits vor: Sie fördern die Kreativität ihrer Mitarbeiter, sie lassen ihnen Raum zum Entfalten und Experimentieren – greifen aber genau dann gezielt ein, wenn die lang ersehnte Idee endlich gefunden ist. Wie diese Gratwanderung zwischen ungeahnter Genialität und planbarem Vorgehen in der Praxis gelingt, lesen Sie in unserem aktuellen Titelthema.

Ihr

Oliver Lehnert