

Innovationen – (k)ein IT-Thema?

Wenn wir von Innovationen sprechen, denken wir oft zunächst an neue Produkte. Weltneuheiten, die alles bisher Dagewesene in den Schatten stellen. Weltneuheiten, die die Nutzergewohnheiten revolutionieren. Weltneuheiten, die Milliardenumsätze erwirtschaften. Und natürlich gibt es solche bahnbrechenden Innovationen. Viele denken in diesem Zusammenhang zuallererst an die Marke Apple und Produkte wie iPod, iPhone und iPad. In der Tat kommt Apple hier eine Vorreiterrolle zu. Und vor allem in puncto Marketing sucht das Unternehmen seines Gleichen. Aber die ursprüngliche mp3-Datei, mit der fast alles begann, wurde in Franken entwickelt. Wo genau – und was es damit auf sich hat, lesen Sie in unserem Titelthema ab Seite 24.

Innovation bedeutet also nicht nur technische Neuentwicklung. Innovation hat noch viel mehr Facetten. Und Innovation bedeutet auch nicht immer gleich Weltneuheit. Innovationen können auch im Kleinen Großes bewirken. So bekommt der Kunde beispielsweise von einer Prozessinnovation nur wenig oder gar nichts mit. Für die Mitarbeiter und Lieferanten bedeutet sie vielleicht eine Änderung der gewohnten Arbeitsweise. Eventuell der Wegfall von redundanten Vorgängen. Eine Zeitersparnis. Für das Unternehmen ist ein verkürzter Produktionszyklus aber ein immenser Wettbewerbsvorteil und ein nicht zu unterschätzender finanzieller Aspekt. Es kommt also immer auch auf die Sichtweise an.

Und wie bei zahlreichen anderen Wissensmanagement-Disziplinen, so steht und fällt auch beim Ideen- und Innovationsmanagement fast alles – nein, nicht mit der IT (!) – sondern mit den Mitarbeitern. Genau wie wir eine Wissenskultur brauchen, um Wissen erfolgreich teilen zu können, ist eine Innovationskultur unabdingbar, um kontinuierlich und nachhaltig Innovationen voranzutreiben. Denn nur wenn alle an einem Strang ziehen, gelingt der Prozess von der Ideengenerierung bis zum Produktvertrieb reibungslos und stetig.

Für Unternehmen bedeutet das – nicht nur im Innovationsprozess – auch in seine Mitarbeiter zu investieren. Denn sie sind als Wissensträger und Ideengeber der wichtigste Baustein auf dem Weg zum Markterfolg. Immer mehr Unternehmen etablieren aus diesem Grund eigene Akademien oder lassen für ihre Mitarbeiter Trainingskonzepte passgenau anfertigen. Immer häufiger kommen dabei Videosequenzen, Online-Trainings und MOOCs zum Einsatz. Doch hat das klassische Präsenztraining deshalb ausgedient? Oder gilt es vielmehr, traditionelle Weiterbildungen mit neuen Angeboten zu kombinieren? Und was bedeutet das für die Unternehmen und ihre Mitarbeiter? Ist individuelle Weiterbildung überhaupt noch bezahlbar? Und wie viel Flexibilität kann man erwarten – von den Weiterbildungsanbietern und von seinen eigenen Mitarbeitern? Antworten und Best Practices rund um das Thema betriebliche Weiterbildung lesen Sie unserem Special ab Seite 38.

→ Ihr Herausgeber



Oliver Lehnert

Oliver Lehnert