

Innovations MANAGEMENT

Mit Kreativität zum Erfolg



Von *Violetta Haag* Der Druck von außen wächst! Neue Wettbewerber schnappen erkämpfte Marktanteile weg! Selbst Kunden werden zu Konkurrenten. Produkte und Dienstleistungen unterscheiden sich kaum. Folge: wachsender Preis- und Kostendruck. Neue Ideen sind gefragt! Neue Ideen fallen jedoch nicht vom Himmel. Sie müssen entweder im Unternehmen systematisch generiert oder extern beschafft werden. Welche Möglichkeiten haben wir als Unternehmer, um diese Herausforderung zu meistern?

DIE LÖSUNG: WACHSTUM DURCH INNOVATION

Die Innovationsfähigkeit ist in der Gesellschaft und der Wirtschaft in aller Munde. Die Bundeskanzlerin Angela Merkel sprach vom „kreativen Imperativ“, diverse Auszeichnungen, wie etwa „Deutschland – Land der Ideen“ oder der „Bayerische Innovationspreis“ werden ausgelobt. Innovationen werden als das zentrale Merkmal erfolgreichen gesellschaftlichen, sozialen, politischen und wirtschaftlichen Handelns angesehen.

WAS IST EINE INNOVATION?

In jedem Kopf existiert eine unterschiedliche Vorstellung darüber. Mit Innovation verbinden wir typischerweise eine Erneuerung bzw. das Schaffen von etwas Neuem. Innovationen weisen folgende Merkmale auf:

- Ungewissheit und Risiko – die Zukunft ist nicht vorhersehbar
- Neuigkeitsgrad – Sicht der Kunden bzw. des Unternehmens
- Komplexität – von der Entwicklung bis zur Markteinführung
- Konfliktgehalt – unterschiedliche Auffassungen unter den Beteiligten
- Ständige Verbesserung – kontinuierlicher Weiterentwicklungsprozess

Innovationen sind vor allem aber Prozesse, die ein umfassendes Management benötigen, das immer die Festlegung einer Innovationsstrategie, die Definition eines Innovationsprozesses sowie die Vermarktung und Kontrolle der Innovationsaktivitäten einschließt. Genau dieses systematische Innovationsmanagement ist es, was die innovationsstarken Unternehmen so erfolgreich macht. Besonders innovationsschwache Unternehmen sollten frühzeitig eine Innovationsstrategie entwickeln, die vom Top-Management getragen wird. Erst dann kann der Innovationsprozess klar definiert und das Innovationspotenzial voll ausgeschöpft werden.

WIE VOLLZIEHT SICH EIN INNOVATIONSPROZESS?

Er ist immer eine Abfolge von Tätigkeiten, beginnend mit der Ideengenerierung bis zur Vermarktung der Innovation. Zur Vereinfachung der Betrachtung werden die einzelnen Schritte in Phasen und Unterschritten zerlegt. Trotz der Unmöglichkeit der exakten Abgrenzung und der zahlreichen meist auch individuell bedingten Variationen einzelner Phasen, ist das Phasenmodell sehr hilfreich für die Auseinandersetzung mit dem Innovationsprozess. In der Literatur sind verschiedene Modelle zu finden. Eine sehr allgemeine Darstellung ist der Innovationsprozess von Thom. Dieses Modell besteht aus den Hauptphasen:

1. IDEEN-GENERIERUNG

2. IDEEN-AKZEPTIERUNG

3. IDEEN-REALISIERUNG

Die erste Phase beinhaltet die Bestimmung des Suchfeldes bis zum konkreten Ideenvorschlag. In der zweiten Phase werden die Ideen geprüft und bewertet. In dieser Phase werden die Realisierungspläne



erstellt und es findet die Entscheidung statt, welcher Plan umgesetzt wird. Die abschließende Phase befasst sich mit der konkreten Verwirklichung der Idee sowie wie die neue Idee vermarktet werden kann. Die Akzeptanzkontrolle schließt den Innovationsprozess ab. In der Abbildung sind die Komplexität der einzelnen Phasen sowie deren Zwischenschritte grafisch dargestellt.

Doch warum suchen weltweit Unternehmen nach der zündenden Idee? Klar - Innovationen sichern das wirtschaftliche Überleben. Sich zu erneuern, das bisher nicht gedachte zu denken und vor allem zu tun, ist für Unternehmen zum kritischen Erfolgsfaktor geworden. Die Innovationsfähigkeit ist die Kernkompetenz der Zukunft. Sie entscheidet oft alleine darüber, ob Unternehmen sich vom Wettbewerb abheben.

WIE KÖNNEN UNTERNEHMEN IHRE INNOVATIONSFÄHIGKEIT STEIGERN?

Die Neurowissenschaften zeigen, was unsere "grauen Zellen" brauchen, um richtig in Schwung zu kommen. Wenn Entscheidungen anstehen oder wenn Lösungen und Ideen gesucht werden, greifen wir automatisch als Erstes auf unser eigenes Wissen und eigene Erfahrungen zurück. Das ist normal und richtig so. Jedoch wäre es fahrlässig, ausschließlich beim eigenen Wissen zu bleiben, denn so werden oft altbekannte Denkmuster immer wieder neu aufgegriffen. >



WWW.GISELAVOGLER-DESIGN.DE

Es lauert die Gefahr, Fehlentscheidungen zu treffen. Für neue Lösungen ist es wichtig, viele „kreative“ Köpfe ins Boot zu holen.

Kreativität entsteht durch das Zusammenwirken vieler Gehirnaktivitäten. Aber auch hier trifft zu, dass Wissen Macht ist. Das Gedächtnis ist gewissermaßen der Akku für kreative Leistungen. Ohne Wissen wird Kreativität zum Zufallsprodukt und ist nicht systematisch einsetzbar. Je größer die Sachkenntnis, je umfassender die verfügbaren Informationen und die Fakten sind, umso mehr Kombinations- und Verknüpfungsmöglichkeiten lassen sich kreieren. Vorausgesetzt, die richtige Denktechnik wird beherrscht um aus dem Vollen schöpfen zu können. Hinzu kommt, dass es letztendlich darum geht, eine Lösung für eine bestimmte Aufgabe zu schaffen. Und dies möglichst innerhalb eines bestimmten Zeitraumes.

SYSTEMISCHES DENKEN SCHAFFT INNOVATIONEN!

Menschen stehen niemals für sich alleine da. Sie sind in Systeme eingebunden, die sie beeinflussen und von denen sie abhängig sind. Es ist wichtig, solche Zusammenhänge aufzudecken und für die Steigerung der Innovationskraft zu nutzen. Erst wenn sich die Systeme ändern, werden sich auch die Lösungen ändern. Aus diesem Grund ist es wichtig, die Innovationsprozesse im Unternehmen zu managen, damit dadurch die Geschwindigkeit sowie der Erfolg des Innovationsvorhabens gesteigert werden können. Da die Unternehmenskultur einen maßgeblichen Einfluss auf das Innovationsklima hat, ist es wichtig die Innovationskultur zu stärken und weiter auszubauen, damit ein kreativer Umgang mit den Veränderungen stattfinden kann. In jedem System sind die Hauptakteure Menschen, deren Kompetenzen permanent weiterentwickelt werden sollten, unabhängig in welcher Phase diese eingesetzt werden. Die Netzwerke sollen weiterhin ausgebaut werden um die einzelnen Phasenergebnisse besser zu einem Ganzen zu verknüpfen. Da auch die Technik immer eine sehr bedeutende Rolle spielt, ist es wichtig diese in umfassender Art und Weise zur Verfügung zu haben und zu nutzen, um die Effektivität der Innovationsarbeit zusätzlich steigern zu können. Doch der wichtigste Innovationsmotor und der entscheidende Erfolgsfaktor im Innovationsprozess sind wir Menschen, die motiviert und voller Elan ans Werk gehen.

Alles kreative Potential ist nutzlos, solange es nur Potential bleibt. Denn keine Idee ist für irgendetwas von Vorteil, solange sie nur eine Idee bleibt. Bei der Förderung von Ideen sind Kreativitätstechniken sehr hilfreich. Weit über einhundert Techniken unterstützen das Finden von Ideen oder Lösungsansätzen, wenn die Routine nicht mehr hilft. Sie sind oft wenig oder gar nicht bekannt und sie werden selten oder nie genutzt. Doch sie geben mehr Sicherheit, wenn es darum geht, Innovationen erfolgreich zu generieren und auf den Markt zu bringen. Sie zu nutzen, ist eine sinnvolle Investition in Know-how und ein wichtiger Schritt in Richtung Innovationsmanagement.



Zur Person

Unsere Autorin Violetta Haag (www.vio-consult.de), Dipl. Betriebswirtin und MBA, ist Unternehmensberaterin und Coach. Die Inhaberin von VIO consult unterstützt ihre Klienten in allen betriebswirtschaftlichen Bereichen. Parallel ist sie als Trainerin und Dozentin für Hochschulen, IHK und HwK tätig. Schwerpunkte: Kreativität, Change Management, Gründung, betriebswirtschaftliche Themen. Kontakt: haag@businessandwoman.com



EXKLUSIV BEI IHREM SP FRISEUR:
EINZIGARTIGE PFLEGE-ELIXIERE
FÜR PERFEKTES HAAR.

Glanz und Volumen abgestimmt auf Ihre Haarbedürfnisse – nur eine der vielen nun möglichen Kombinationen für perfektes Haar.

Besuchen Sie Ihren SP Friseur und erleben Sie den neuen SP PFLEGE-ELIXIER SERVICE. Als Dankeschön erhalten Sie gegen Vorlage dieses Coupons ein SP PROBESET, bestehend aus Shampoo + Maske im Miniformat für ein ebenso perfektes Haarergebnis für zu Hause. Den SP Salon in Ihrer Nähe finden Sie unter www.salonfinder.de. www.system-professional.de

Gültig bis 30.09.2010 solange der Vorrat reicht.
Nur in teilnehmenden SP Salons. Keine Barauszahlung möglich.

SP. THE SCIENCE OF PERSONALIZED CARE. FROM **WELLA** PROFESSIONALS

