Innovation organisieren

Innovation erfordert nicht nur Kreativität – die steht nur am Anfang. Damit aus kreativen Ideen echte Innovationen werden, braucht es mehr. Unternehmen betreiben seit Langem verschiedene Formen des Innovationsmanagements und das im Großen und Ganzen recht erfolgreich. Aber reichen diese aus, um für die Zukunft gerüstet zu sein? Neue Ideen wie Open Innovation oder die Einführung von Innovations-Clustern bringen frischen Wind in das meist auf einzelne Betriebe ausgerichtete Innovationsmanagement.

Bevor es allerdings ans Management, ans Organisieren von Innovation geht, braucht es Mitarbeiter auf allen Hierarchieebenen, die Veränderung tatsächlich wollen, vorantreiben und umsetzen. Das klingt banaler als es ist. Auf dem Papier und in allfälligen Sonntagsreden ist praktisch jedes Unternehmen irrsinnig innovativ, modern und auf die Zukunft ausgerichtet. Schaut man hinter die Fassade und spricht mit Angestellten – ob mit Sachbearbeitern oder Angehörigen des höheren Managements –, zeigt sich oft etwas ganz anderes. Viele möchten vor allem, dass alles so lange wie möglich so bleibt, wie es – gefühlt – schon immer war. Innovation und damit Veränderung macht auch Angst. Sie ist dann nicht verheißungsvolle Zukunftsvision, sondern wirft Fragen auf: Ist mein Job durch diese Innovation gefährdet? Werde ich mithalten können, mich an die neue Welt anpassen?

Dass solche Fragen auftauchen, ist normal und kein Grund zur Sorge. Sie aber nicht ernstzunehmen und nach dem Motto „die sollen sich nicht so anstellen“ zu ignorieren, ist keine gute Idee. Macht man das, hat man eine Belegschaft, die nötige Innovationen nicht mitträgt. Im Ergebnis scheitern diese dann, obwohl sie eigentlich für das Unternehmen Chancen eröffnet hätten. Gerade beim Thema Innovation ist der menschliche Faktor nicht zu unterschätzen.

Verantwortlich für das Schwerpunktthema in diesem Heft (ab Seite 8) sind Prof. Dr. Andrea Back und Prof. Dr. Udo Bub aus unserem Advisory Board.

Peter Pagel
Chefredakteur

Peter Pagel