

Ist wahre Innovation in Teams überhaupt lern- und umsetzbar?

Innovativ sein - in und mit Teams

Überall in der Werbung liest und hört man von innovativen Produkten und Dienstleistungen. Schaut man aber einmal genauer hin, realisiert man oft, dass nur etwas Bestehendes leicht abgewandelt, neu bezeichnet oder verpackt wurde.

Gibt es heute noch wahre Innovation? Was für Rahmenbedingungen und Voraussetzungen brauchen Teams und Organisationen, um wirklich innovativ sein zu können?

Herausforderungen um innovativ sein zu können

Was bedeutet Innovation? Innovation heißt wörtlich "Neuerung" oder "Erneuerung". Das Wort leitet sich aus den Lateinischen Begriffen novus für neu und innovatio für etwas neu Geschaffenes ab. Was braucht es aber, dass etwas Neues erschaffen werden kann?

Die meisten von uns sind Veränderungen und Neuem oftmals kritisch gegenüber gestellt. Was verständlich ist, denn man weiss noch nicht, was das Neue bringt und wie es ist. Es sind unsere Ängste und Bedenken, die uns blockieren. Da ist aber schon der erste Haken in der Geschichte. Wie können wir als Einzelne und in Teams innovativ sein, wenn wir uns von einem durch Ängste blockiertem Denken einschränken lassen? Hinzu kommt vor allem auch die Angst vor Fehlern, die man ja nicht machen darf.

Ein weiterer Aspekt den es zu betrachten gilt, ist der Begriff „Neu“. Wenn wir etwas Neues erschaffen, so machen wir immer von unsere gemachten Erfahrungen und unserem Wissen aus der Vergangenheit gebrauch. Unser Denken ist vergangenheits- oder zukunftsorientiert und dadurch werden Chancen und Möglichkeiten im „Hier und Jetzt“ kaum wahrgenommen. Wie kann so Neues entstehen?

Zusammengefasst muss man sagen, es ist vermutlich gar nicht so einfach, innovativ zu sein.

Was es braucht, um innovativ sein zu können

Es braucht Platz, Zeit und Raum, um anders denken zu dürfen. Es gilt, Bestehendes zu hinterfragen und es einmal aus einer ganz anderen Richtung zu betrachten. Dieses Verhalten muss wertgeschätzt und nicht sofort im Keim erstickt werden. Ebenso muss es erlaubt sein, beim Ausprobieren von Neuem auch Fehler machen zu dürfen, indem sie lösungs- und chancenorientiert betrachtet werden. Vermutlich sagen Sie jetzt: „Ja das weiss ich schon längst und das ist auch nicht wirklich innovativ“. Da haben Sie recht. Nur manchmal ist es hilfreich, sich gewisse Themen wieder einmal bewusst vor Augen zu führen, um diese umsetzen zu können. Vermutlich werfen Sie auch noch ein: „Fehler machen rechnet sich nicht“. Kurzfristig gesehen stimmt das, nur mittelfristig geht diese Rechnung nicht mehr auf. Denn man bleibt auf dem „Alten“ sitzen und es kommt nichts „Neues“. Das bedeutet Stillstand.

Nun fragen Sie sich: „Ja und jetzt, wie können wir denn nun innovativ sein“?

Als erstes braucht es Mut und die Bereitschaft dazu. Es ist eine Erweiterung des Denkens und eine Überprüfung der Werte und Normen erforderlich. „Alte Zöpfe“ müssen über Bord geworfen werden. Die Aussage: „Es hat sich so bewährt“ funktioniert nicht mehr. Wir müssen uns von Bestehendem lösen. Definitiv ist unser Denken nicht zu unterschätzen, denn unsere Gedanken erschaffen unsere Realität. Ebenso funktioniert das klassische Management-Denken in Zukunft nur noch bedingt. Wie die Geschichte zeigt, ist wahre Innovation immer durch eine Inspiration bzw. Eingebung entstanden – die so genannte zündende Idee. In Teams und Organisationen ist dies alles eine mehrfache Herausforderung, denn es ist immer mehr als nur eine Person beteiligt. Verschiedene Denk- und Verhaltensweisen treffen aufeinander.

Innovativ sein

Bei der Umsetzung kann grundsätzlich zwischen den Methoden und dem Verhalten bzw. dem dahinter stehenden Denken unterschieden werden.

Einige moderne Firmen haben angefangen, bei der Entwicklung neuer Produkte und Dienstleistungen Kunden direkt miteinzubeziehen. Das ist sicher ein erster Schritt, um optimal auf Kundenbedürfnisse eingehen zu können. Innovativere Unternehmen gingen noch einen Schritt weiter und haben branchenfremde Personen und Organisationen in die Entwicklung miteinbezogen, um ein Anders-Denken zu fördern. Das sind sehr gute Ansätze, nur sind sie dann meistens bei der Umsetzung gescheitert, denn die innovativen Ideen waren ja nicht konform. Es wurden unzählige Gründe gefunden, wieso etwas nicht funktioniert oder umsetzbar ist. Solche und andere Innovations-Methoden gehören heute einfach dazu und trotzdem klappt es noch nicht. An was liegt es dann?

Das innovative, neue Denken

Das Entscheidende ist sich bewusst zu sein, dass unser Denken, die Werte und Normen uns und wir damit ein Team und eine Organisation prägen. Als erstes gilt es daher ein „Innovations-Klima“ zu schaffen. Die Bereitschaft und den Mut zu fördern, sich von Altem zu lösen und offen für das unbekannte Neue zu sein. Es muss eine Vertrauenskultur aufgebaut werden. Eine verbindende Basis aufgrund eines gemeinsamen Denkens ist einer der ersten Erfolgsfaktoren. In „Denk-Shops“ wird ein gemeinsames Zukunftsbild, basierend auf den neuen Werten zusammen festgelegt. Dieses Bild soll kein Lippenbekenntnis sein, sondern es muss in Fleisch und Blut übergehen. Alle Mitglieder des Teams sollten die neuen Ziele im wahrsten Sinne des Wortes verinnerlichen können, indem sie geistig bereits „vorschweben“. So beginnt das kollektive Denken im Team und in der Organisation in die gewünschte neue Richtung zu wirken. Der Samen für Innovation, Lebendigkeit und Offenheit ist gelegt.

Andreas Bachofner

Dieser Prozess des Neu-Denkens geschieht nicht von heute auf morgen. Er braucht seine Zeit. Ebenso muss dieses Neu-Denken liebevoll gepflegt und gehegt werden. So, wie ein neu gelegter Samen in der Erde sich nur zu einem Pflänzchen entwickelt, wenn der Nährboden getränkt und gedüngt wird.

Dieses innovative Neu-Denken erfordert Engagement, sich zu exponieren und den Mut, neue Wege zu beschreiten. Die allgemeinen Trampelpfade zu verlassen und sich mit dem Team und der Organisation neu auszurichten. Es ist ein Weg, der Freude bereitet, die Mitarbeitenden motiviert und zum nachhaltigen Erfolg führt – Innovationen, welche so wichtig sind, lassen sich dadurch ganz automatisch verwirklichen.

Der Autor



Andreas Bachofner,
MBA, Betriebsökonom dipl. oek.,
Techniker TS, eidg. FA Ausbildner

Dieser Artikel wurde im 2006 vom Autor geschrieben. Das Copyright liegt beim Autor.

BACHOFNER

wahres Potential leben
als Persönlichkeit und Unternehmen

Grubenstieg 20, CH 8200 Schaffhausen
+41 (0)52 624 58 48 www.bachofner.ch andreas@bachofner.ch