

3. Wie Sie Innovation und Kreativität fördern können

Etwas Neues hervorzubringen, was sich wesentlich von den Dingen unterscheidet, die man in der Vergangenheit getan hat, ist nach wie vor eine der größten Herausforderungen der Wirtschaftswelt. Innovation ist daher zu einem der bedeutendsten Bereiche modernen Managements geworden. Sie verheißt - wenn richtig geplant und konsequent umgesetzt - einen Wettbewerbsvorteil, der nicht nur mit einem höheren Profit einhergeht, sondern auch die Identifikation mit einem Unternehmen erhöhen kann.

Fast jeder Manager muss sich heute mit der Frage auseinandersetzen, wie man den Innovationsgrad eines Unternehmens oder einer Abteilung erhöhen kann, um neue Impulse zu setzen. Dabei setzt Innovation immer ein erhöhtes Maß an kreativem Denken voraus, um Dinge in einem neuen Licht zu betrachten und unkonventionelle Lösungen zu finden.

Wenn Sie also den Innovationsgrad Ihres Unternehmens, Ihrer Produkte, Ihres Marketings oder Ihrer Kommunikation verbessern wollen, müssen Sie als Manager vor allen Dingen dafür sorgen, dass das Arbeitsumfeld genügend Raum für neues und kreatives Denken lässt. Dabei sollten Sie folgende Grundregeln stets beachten:

1. Machen Sie sich bewusst, dass gute kreative Ideen immer im Team entstehen und in den seltensten Fällen auf der Eingebung eines Einzelnen beruhen
 - Seien Sie daher ein aufmerksamer Zuhörer Ihrer Mitarbeiter und Ihres Teams
 - Fragen Sie inspirierende Fragen, anstatt immer gleich die passende Antwort parat zu haben
 - Beziehen Sie dabei möglichst viele Mitglieder Ihres Teams in den kreativen Prozess mit ein, und erlauben Sie für diesen Prozess klassische Hierarchien in den Hintergrund zu treten
2. Setzen Sie den Rahmen für eine enge und partnerschaftliche Zusammenarbeit Ihrer Mitarbeiter untereinander
 - Bekämpfen Sie den Mythos des „einsamen Erfinders in seinem stillen Kämmerlein“
 - Definieren Sie einen „Vorzeigemitarbeiter“ als jemanden, der anderen hilft, weiter zu kommen
 - Ändern Sie den Sprachkodex Ihres Arbeitsumfeldes: Verlangen Sie von sich selbst und von Ihren Mitarbeitern, dass Metaphern, Analogien und Geschichten verwendet werden, um neue Ideen greifbarer werden zu lassen und einen gemeinsamen Konsens zu entwickeln
3. Heben Sie die Vielfältigkeit und die Unterschiedlichkeit Ihre Teams hervor und machen Sie einen Vorteil für den kreativen Prozess daraus
 - Brechen Sie gewachsene Hierarchien und Sozialstrukturen: Sorgen Sie ganz bewusst dafür, dass Mitarbeiter mit vollkommen unterschiedlichen Hintergründen miteinander an einem Problem arbeiten. Das erhöht die Perspektiven-Vielfalt und verbessert die Ergebnisse

- Ermutigen Sie Individuen dazu, Erfahrungen zu machen, die die Kreativität erhöhen. Lassen Sie z.B. jemanden aus dem Verkauf für einen Tag in der Produktentwicklung arbeiten und umgekehrt. Sie werden erstaunt sein, wie sehr so etwas den Perspektivenreichtum und damit das kreative Denken Ihrer Mitarbeiter erhöht
 - Sorgen Sie dafür, dass Ihre Mitarbeiter die Möglichkeit haben, sich mit externen Ideengebern auseinanderzusetzen: Familien, Freunde, Berater, Kunden bringen häufig ganz neue und ungesehene Ideen ins Spiel
4. Zeichnen Sie die unterschiedlichen Stadien von kreativen Ideen auf und geben Sie sie an Ihre Mitarbeiter zurück. Zeigen Sie dabei auch die unterschiedlichen Motivationen und Zielsetzungen auf, die diese Ideen beflügelt haben
- Geben Sie Ihren Mitarbeitern genügend Zeit, Ideenansätze zu reflektieren
 - Fragen Sie immer gezielt nach, wie sich Ideenansätze kommerzialisieren lassen
 - Vorsicht bei Vorurteilen: Vermeiden Sie, revolutionäre Ansätze gleich im Keim zu ersticken. Vielleicht steckt nach längerem Nachdenken etwas richtig Geniales dahinter
5. Akzeptieren Sie die Unvermeidbarkeit und damit den Nutzwert von Fehlern
- Nur wer Fehler machen darf, kann auch zu einem neuen Weg kommen und etwas für die Zukunft daraus lernen. Sorgen Sie daher für einen sicheren Rahmen, in dem allen klar ist, dass Fehler gemacht werden dürfen, um davon zu profitieren
 - Erkennen Sie die unterschiedlichen Arten von Fehlern, die im Prozess gemacht werden und werten Sie diese im Team aus. Nur so können alle daraus lernen, was unter gegebenen Umständen richtig oder falsch ist
 - Erarbeiten Sie daraus ein System, welches Ihnen und Ihrem Team immer wieder vor Augen führt, welche Ideen für Sie funktionieren und welche nicht
6. Legen Sie die Latte hoch, aber auch nicht zu hoch: Motivieren Sie stets durch intellektuelle Herausforderungen
- Schützen Sie Ideen zunächst vor Vorurteilen und Arbeitsdruck, bevor Sie sich überlegen, wie daraus realistisch Kapital zu schlagen ist
 - Halten Sie kreative Prozesse von jeglicher Form von Bürokratie und Unternehmenspolitik fern
 - Lassen Sie Ihre Mitarbeiter „gute Arbeit“ machen
 - Zeigen Sie immer wieder den übergeordneten Rahmen, das übergeordnete Ziel des kreativen Prozesses auf, ohne dabei schon die Antwort vorzugeben
 - Geben Sie Ihren Mitarbeitern volle Verantwortung und gleichzeitig soviel Freiheiten wie nur möglich