

Kreativer führen, leisten und leben



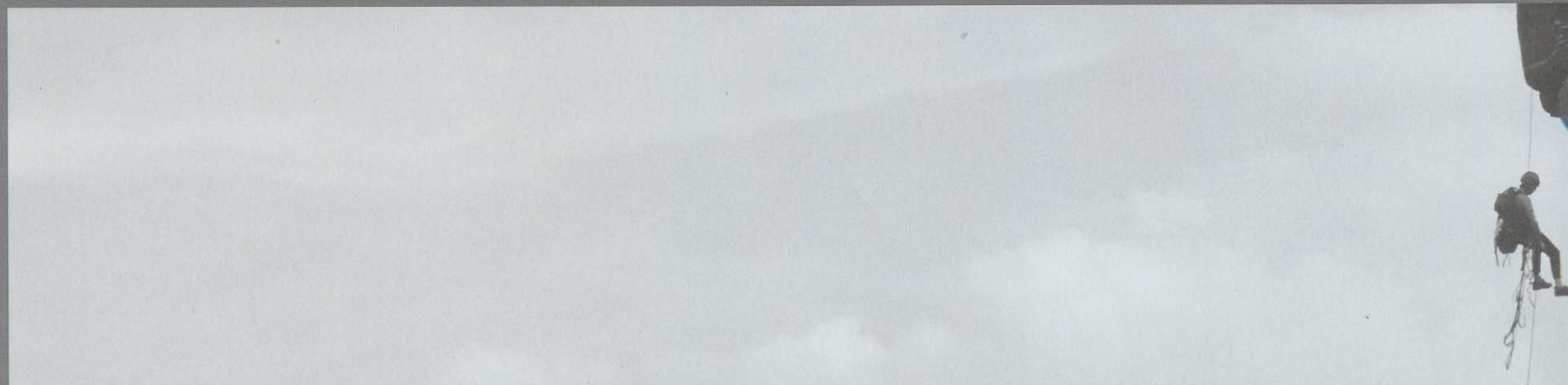
*Jiri Scherer
Gründer von DenkWerk*

Kreative Ideen und Innovationen sind gefragt und für die Mehrheit der Unternehmen entscheidende Wettbewerbsfaktoren, denn Produkte und Dienstleistungen gleichen sich immer mehr an. Wettbewerbsvorteile können heute nur noch mit laufenden, erfolgreichen Innovationsbemühungen gehalten werden. Trotzdem wird das Suchen und Finden neuer Ideen in Unternehmen meist nicht gezielt gefördert, sondern eher dem Zufall überlassen.

Führen heisst Neues fördern

In einer Zeit stagnierenden Wachstums und zunehmender Konkurrenz aus dem In- und Ausland sind Innovationen für unsere Wirtschaft überlebenswichtig. Ein entscheidender Grund für das schwache Wirtschaftswachstum in der Schweiz ist die geringe Innovationskraft. Wenn wir von Innovationen sprechen, sind nicht nur weltbewegende Veränderungen wie die Erfindung der Dampfmaschine oder die Ausbrei-

tung des Internets gemeint. Witzige Marketingideen oder kleinere Veränderungen in Ihrem Unternehmen: Auch das sind Innovationen. Wenn Sie eine Kundenofferte mit Harzöl tränken, damit der Kunde Ihr Produkt «riecht», kann dies zum Beispiel als Marketinginnovation bezeichnet werden. Sie können sicher sein: Der Kunde wird sich garantiert an Ihre Offerte erinnern! Sie als Geschäftsführer oder Unternehmer sind verantwortlich für innovative Ideen in Ihrer Firma. Innovative





Ideen müssen aber nicht nur aus der Geschäftsleitung kommen. Motivieren Sie Ihre Mitarbeitenden dazu, mitzudenken und ihre Ideen kundzutun. Warum nicht einen internen Wettbewerb ausschreiben zum Thema: «Wie können wir unser Unternehmen in der Region bekannter machen?» Als Hauptpreis winkt ein Cabriolet für ein Sommerwochenende lang. Schaffen Sie ein Klima, in dem der Einbezug der Mitarbeitenden und von deren Ideen gefördert werden.

Leisten heisst Ideen umsetzen

«Wenn man nicht hin und wieder scheitert, dann ist man nicht innovativ.» Woody Allen

Jeder, der Innovatives umsetzt, bewegt sich auf schmalem Grat. Denn jede Innovation führt zu einer Veränderung. Diese in den Köpfen der Kunden und der Mitarbeitenden zu vollziehen, ist eine nicht zu unterschätzende Aufgabe. Auch die Gefahr des Scheiterns ist gross, und Scheitern wird in unserer Kultur kaum verziehen. Es gibt aber immer wieder Pioniere, die Risiken eingehen und Erfolg haben. Es ist kaum vorzustellen, wo wir uns heute befänden, hätte es nicht Menschen gegeben, die Risiken und Ablehnung in Kauf genommen haben, um ihre Ideen durchzusetzen. Fassen Sie Mut und setzen Sie Ihre grösseren und kleineren Ideen um!

Leben heisst klare Ziele haben

Wir alle sind oft vom Tagesgeschäft so absorbiert. Es bleibt wenig Zeit, um über Neues nachzudenken. Gerade deshalb ist es wichtig, klare Ziele zu haben und von Zeit zu Zeit über diese Ziele nachzudenken.

Schreiben Sie Ihre Ziele auf. Überprüfen Sie von Zeit zu Zeit, ob Sie noch auf Kurs sind. Noch besser: Erstellen Sie eine kreative Hitliste. Darauf schreiben Sie fünf bis zehn Themen, in denen Sie in den nächsten Monaten nach neuen Ideen suchen wollen. Schreiben Sie aber nicht nur Themen auf, die Ihnen im Moment Probleme bereiten, sondern auch Themen, bei denen auf den ersten Blick gar kein Bedarf ist. Gerade hier ist das Potenzial für neue Ideen gross.

Wir müssen uns bewusst Zeit nehmen, um uns mit Neuem auseinandersetzen, ansonsten gehen unsere Innovationspläne im Tagesgeschäft unter. Reservieren Sie sich in den nächsten Monaten einen halben Tag, oder organisieren Sie mit der Geschäftsführung eine Kreativ-Klausurtagung, um über neue Ideen für Ihre Produkte oder für das Marketing nachzudenken. Eines sollte nicht vergessen gehen: Kreative Ideen fliegen uns in den seltensten Fällen einfach entgegen. Thomas Edison hat es treffend ausgedrückt: «Kreativität ist 99 Prozent Schweiss und 1 Prozent Inspiration.»