

Dringend gebraucht

Querdenker im Unternehmen

Wer die Zukunft erreichen will, braucht neue Ideen. Andere Ideen. Bessere Ideen. Ideen, die bislang noch nicht gedacht worden sind. Viele solcher Ideen. Eine Firma ist nicht gut, weil sie einmal einen Kassenschlager entwickelt hat. Sie ist gut, weil sie die Fähigkeit in sich trägt, Kassenschlager am laufenden Band zu erschaffen. Querdenker sind dabei erste Wahl.

In der voranschreitenden Digitalökonomie braucht ein Unternehmen nicht nur passende organisationale Strukturen und ein effizientes Innovationsmanagement, sondern auch eine ausgeprägte Querdenkerkultur mit umfassendem Spielraum fürs Experimentieren. Denn Tatsache ist: Wir stecken mitten drin im größten Change-Prozess aller Zeiten. Menschen, humanoide Roboter und künstliche Intelligenzen (KI) bewegen sich in atemberaubendem Tempo aufeinander zu. Und die Folge? Selbst das perfekte Produkt von gestern ist morgen veraltet, weil es dann etwas Besseres gibt.

Permanente Vorläufigkeit: Die neue Normalität

Wie niemals zuvor besteht die Zukunft aus Ungewissheit. Unerwartete Ereignisse lauern an jeder Ecke. Wir wissen nicht, ob oder wann sie kommen, doch wenn, dann kommen sie schnell. Sie werden Risiken und Chancen ganz neu verteilen. Nur die wendigen, flinken, pfliffigen, jederzeit anpassungsfähigen Marktplayer mit couragierten, unkonventionellen, marktrelevanten Ideen werden das überleben.

Überall auf der Welt definieren Visionäre schon jetzt das Mögliche neu. Bahnbrechende Innovationen kommen am laufenden Band und wie aus dem Nichts. Mutige neue Anbieter mit ihren frechen, wilden, kühnen Ideen schieben sich immer weiter nach vorn. Sie erwirtschaften Megaumsätze mit Technologien, die es vor wenigen Jahren nicht einmal gab. Sie besetzen die Geschäftsfelder der Zukunft und werden ganze Industrien verändern.

Sie begeben sich erst gar nicht auf Aufholjagd. Sie versuchen auch nicht, alte Technologien aufzupeppen. Sie überspringen sie einfach. Herkömmliche Branchengesetze sind ihnen komplett egal. Gewohntes wird radikal infrage gestellt. Unbekümmert und forsch kreieren sie die Dinge völlig anders und neu. Mit Nischengespielen packen sie jede Chance beim Wickel, die sich durch



die fortschreitende Digitalisierung ergibt. Dabei entstehen Innovationen, die die Welt so umfassend verändern wie kaum jemals zuvor.

Das Neue wiederum zieht die Kunden wie magisch an. Genügend Menschen werden es kaum abwarten können, Innovationen auszuprobieren, vor allem dann, wenn diese sie erfolgreicher machen und/oder ihnen ein besseres Leben verheißen. Aus den positiven Erfahrungen solcher Early Adopter, Vorreiter und Pioniere erwachsen dann neue Anforderungen an alle Player im Markt. So wird das Neue zu einem unverzichtbaren Teil unseres Lebens. Was menschenmöglich ist, erweitern, optimieren und innovieren wir, seit es uns Menschen gibt.

Mit Allerweltslösungen kommt man nicht weit

Interne Querdenker sind oft die ersten, die instinktiv merken, wenn in der Firma was

aus dem Ruder läuft. Sie sprühen vor Ideen, wie man das, was in die Jahre gekommen ist, besser machen könnte, sollte und müsste – im Kleinen wie im Großen. Sie sind der Voraustrupp ins Neuland. Sie bringen Metamorphosen in Gang, damit ihrer Firma der Sprung in die Zukunft gelingt.

Denn der technologische Fortschritt zwingt jeden dazu, sich immer wieder neu zu erfinden. Vor allem Andersartigkeit und das einfallsreiche Neukombinieren von Möglichkeiten bringen von nun an Erfolg. Nur das Besondere, Faszinierende, Bemerkenswerte hat eine Zukunft. Bei Allerweltslösungen und Beliebigkeit entscheidet allein der Preis. Dann soll es wenigstens billig sein. Für die Bilanz ist das verheerend.

Früher hatten alle die gleiche Schallplatte, heute hat jeder seine ganz persönliche Playlist. Will heißen: Kunden wollen keine Massenprodukte und Gleichmacherei, sondern Originalität, Unikate und zudem Varianz. Individualisierung, Emotionalisierung

und Erlebnisse – auch Customer Experiences genannt – sind heute die ganz großen Trends. Wer auf diese Kundenbedürfnisse eingeht, sorgt für Loyalität, für Weiterempfehlungen und für Aufpreisbereitschaft.

Will man sich also aus der Belanglosigkeit lösen, braucht es ständig neue Ideen – von Menschen, die unvergleichliche, außergewöhnliche Dinge denken und tun. Indem man einfallreich und erfinderisch die „Ideenfunken“ seiner Querdenker nutzt, macht man sich spannend und damit begehrt. Man kann gar nicht genug verrückte Ideen haben, um seine Kunden immer wieder neu zu betören. Querdenker sind dafür geradezu prädestiniert.

Querdenker sorgen für unkonventionelle Ideen

Zukunft beginnt mit neuem Denken, dem dann Taten folgen. Wo dabei „quer“ – also breit und unkonventionell gedacht und gemacht werden darf – tauchen schnell die tollsten Lösungen auf. Somit sind Querdenker im Unternehmen ein echter Wettbewerbsvorteil. Sie sind offen für neue Themen und treiben mit frischem Wind den Wandel voran. Sie sind in der Lage, Entwicklungen und Trends feinfühlig wahrzunehmen. Ihre Innovationsbereitschaft ist hoch. Veränderungen werden als Chance und nicht als Gefahr gedeutet.

Über Abteilungsgrenzen hinweg entwickeln sie Initiativen, die Ideen, Wissen und Einsichten miteinander verknüpfen und das ganze Unternehmen befruchten. Dies führt zu ständig neuen herausragenden Lösungen, mit denen man interne Prozesse zeitgemäßer gestalten und das Leben der Kunden erleichtern und/oder bereichern kann. So schafft man mithilfe seiner internen Querdenker eine perfekte Basis für Top-Performance und anhaltenden wirtschaftlichen Erfolg.

Doch in den meisten Firmen sind Querdenker gar nicht erwünscht. Man hat sie fortgejagt, kaltgestellt, kleinmütig gemacht. Oder man lässt sie gar nicht erst ins Unternehmen hinein. Bereits im Bewerbungsprozess werden Querdenker aussortiert, weil sie mangelnden Konformismus zeigen. Würden sich die Unternehmen mehr für Querdenker öffnen und eine konstruktive Querdenkerkultur etablieren, täten sie sich mit dem Sprung in die Zukunft unglaublich leicht.

Der Unterschied zwischen Querdenker und Querulant

Querdenker sind Brückenbauer zwischen gestern und morgen, Helfershelfer auf dem Weg in die Zukunft, Lotsen in die kommende Zeit. Sie sind Wachrüttler, Infragesteller, Kundschafter, Wegbereiter, Vorwärtsbringer, Übermorgenmacher. Sie sind Mittler zwischen veraltetem Tun und zukunftsfähigen Vorgehensweisen. Sie sprengen den „So-machen-wir-das-hier-Rahmen“ und setzen Impulse ganz neu. Sie ehren das Gute und plädieren zugleich für das bessere Neue. Sie reden Klartext, wenn sie Verfahrensweisen aufgespürt haben, die aus der Zeit gefallen sind. Sie brandmarken alles, was für Kollegen und Kunden eine Zumutung ist.

Das Denken und Handeln gegen die Regel zählt zu den maßgeblichen Erfolgsfaktoren, um sich von Durchschnitt und Mittelmaß abzuheben. Wer das nicht versteht, wird Querdenker als Querulanten abqualifizieren. Doch damit liegt er falsch. Querulanten sind Personen, die an allem etwas auszusetzen haben, die sich wegen jeder Kleinigkeit beschwerten und starrköpfig darauf pochen, Recht zu bekommen. Sie legen sich quer um des Querlegens willen. Sie stänkern rum, verbreiten schlechte Stimmung, befeuern die Gerüchteküche, spinnen Intrigen und zetteln Streitigkeiten an. Man kann sie auch als Miesmacher und Quertreiber bezeichnen. Ihr Verhalten ist destruktiv und zu nichts nütze.

Querdenker hingegen agieren grundsätzlich konstruktiv. Sie wollen nichts zerschlagen, keine Barrikaden errichten und auch nicht zündeln. Ihre Vorstöße zielen auf die Verbesserung einer jeweiligen Situation. Sie sind sanfte, schöpferische, förderliche Rebellen, aber keine Aufständischen, Saboteure oder Untergrundkämpfer. Sie sind Menschen mit Mut und Urteilskraft. Sie haben ein gutes Gespür für Ungereimtheiten. Sie sind keine Besserwisser, sondern zeigen Missstände auf.

Genau deshalb sind sie Störer in einem sehr wichtigen Sinn. Sie intervenieren und erkennen Unzeitgemäßes. Die zahlreichen „blinden Flecken“, die es in jedem Unternehmen gibt, machen sie sichtbar. Von Ausflüchten und Schönrederei lassen sie sich nicht blenden. Sie kämpfen sogar gegen Windmühlen an. All das tun sie, weil

ihr Unternehmen und dessen Fortkommen ihnen wirklich am Herzen liegt.

Quergedacht: ein entscheidender Wettbewerbsvorteil

„Quer“ wird in Zukunft zu einem maßgeblichen Stichwort in der organisationalen Struktur. Innovationen entstehen interdisziplinär. Kundenprojekte werden in fachübergreifenden Teams entwickelt. Prozesse werden crossfunktional optimiert. Bürokratie muss bereichsübergreifend abgebaut werden. Die Digitalisierung läuft sowieso quer durch das gesamte Unternehmen, sie betrifft alles und jeden. Mit der Agilisierung ist es das Gleiche. Sie muss jeden Winkel im Unternehmen erfassen. Auch eine Kundenreise, die Customer Journey, verläuft immer quer durch die Unternehmenslandschaft über mehrere Abteilungsgrenzen hinweg. Querdenker sind bei all dem unumgänglich. Sie versorgen ein Unternehmen mit Dynamik und Quirligkeit, um die Wildwasser der Zukunft behände zu meistern. ■

Das Buch zum Thema



Anne M. Schüller

Querdenker verzweifelt gesucht

Warum die Zukunft der Unternehmen in den Händen unkonventioneller Ideengeber liegt

1. Auflage 2020, 240 Seiten, 29,90 €
ISBN: 978-3-86936-998-3

Zur Person



Anne M. Schüller ist Managementdenker, Keynote-Speaker, mehrfach preisgekrönte Bestsellerautorin und Businesscoach. Die Diplom-Betriebswirtin gilt als führende Expertin für das Touchpoint Management und eine kundenfokussierte Unternehmensführung.

www.anneschueler.de