

Neue und kreative Ideen durch Freiheit-Konzept

Was Unternehmen jetzt brauchen: Zeit und Raum für die Zukunftsarbeit

Vielen Unternehmen fehlt Zeit für die Zukunft oder sie nehmen sich keine. Das ist fatal. Um übermorgen erfolgreich zu sein, braucht es Freiraum für neue, andere, bessere Ideen. Freitagnachmittag-Projekte sind dafür wie geschaffen.



Überall auf der Welt definieren Visionäre gerade das Mögliche neu. Vor allem die technologischen Innovateure sind wie auf Speed. Über alle Grenzen hinweg entwickeln sie Initiativen, die Ideen, Wissen und Können neu miteinander verknüpfen und so unser Leben verbessern. Disruptiv kombinieren sie Technologien und vernetzen die virtuelle mit der realen Welt auf immer

andere, kühne und noch nie dagewesene Weise.

Neuerungen können aber nur dort entstehen, wo es den passenden Nährboden gibt: die Erlaubnis zum Widerspruch, eine ergebnisoffene Lernkultur und Freiraum zum Experimentieren. Zudem braucht es Menschen, die sich als Vorreiter und Pioniere mit Mut, Biss und Tatendrang ins

Neuland wagen. Dort, wo noch niemand vor ihnen war, sehen sie vor allem die Chancen – weniger das Risiko und die Gefahr.

Querdenker sind die Gestalter von übermorgen

Solche Menschen werden Quer- und Weiterdenker oder bisweilen auch Game Changer und Corporate Rebels genannt.

Sie sind Wachrüttler, Kundschafter, Wegbereiter, Andersmacher, Vorwärtsbringer. Sie sprühen vor neuen Ideen, mit denen man das, was in die Jahre gekommen ist, besser machen könnte, sollte und vor allem auch müsste. Sie sind Helfershelfer auf dem Weg in die Zukunft und Lotsen in die kommende Zeit.

Sie denken um die Ecke und über den Tellerrand, oftmals im Kleinen, manchmal auch im ganz Großen. Viele von ihnen sind Generalisten. Über ihre eigentliche Expertise hinaus haben sie etliche fachübergreifende Interessen, sodass sie ganzheitlich handeln und umfassend einsetzbar sind. Querdenker haben Kompetenzen auf mehreren Arbeitsgebieten und denken in großen Zusammenhängen. Dort, wo ein Experte nur Ausschnitte sieht, bringen sie als interne „Brückenbauer“ das Beste aus vielen Bereichen zusammen.

Genügend kluge Köpfe lösen jedes Problem

Will man sich aus der Belanglosigkeit und dem Mittelmaß des bereits Etablierten zügig befreien, braucht es ständig neue Ideen – von Menschen, die außergewöhnliche Dinge denken und auch machen. Indem man die „Ideenfunken“ seiner internen Freigeister einfallreich nutzt, macht man sich interessant und damit begehrt. Man kann gar nicht genug verrückte Ideen haben, um seine Kunden immer wieder neu zu betören. Und man braucht viele Ideen: Denn nur wer viel würfelt, der würfelt am Ende auch Sechser.

Ideen zu entwickeln, die zuvor noch niemand hatte, gelingt am besten gemeinsam. Wenn genügend kluge Köpfe zusammenkommen, lässt sich jedes Problem lösen und man kommt auf Gedanken und Inspirationen, die einem alleine niemals eingefallen wären. Im Rahmen einer Haufe-Studie wurden dazu knapp 12.000 Mitarbeiter aus Unternehmen in Deutschland, Österreich und der Schweiz befragt. Das Ergebnis sieht wie folgt aus:

- 84% wünschen sich mehr Mitsprachemöglichkeiten bei operativen Entscheidungen,
- 77% wären motivierter, wenn sie mehr einbezogen würden und
- 73% glauben, dass die eigene Firma erfolgreicher wäre, wenn sie sich stärker einbringen könnten.

Mitarbeiter geben ihre Ideen aber nur dann preis, wenn sie glauben, dass sie innerhalb des Unternehmens – sowohl von Kollegen als auch von Vorgesetzten – Wertschätzung erfahren und wenn sie wissen, dass Fehler kein Beinbruch sind. Denn Fehler sind der Preis für Evolution und Innovation. Einen Fehler machen bedeutet so viel wie: Üben, um siegen zu lernen. Mit einer solchen Einstellung können nicht nur Verbesserungsinitiativen, sondern auch bahnbrechende Innovationen gelingen.

Spielraum für Freitagnachmittag-Projekte

Haben Sie eine Abteilung für Innovationen? Besser ist es, die „Weisheit der Vielen“ zu nutzen und jeden hilfreichen Einfall zu integrieren, ganz egal, woher er kommt. Je mehr unterschiedliche Perspektiven eingebracht werden, desto eher werden anstehende Aufgaben wirksam gelöst und gänzlich neue Ideen gefunden. Gerade die ambitionierten Quer- und Weiterdenker haben oft einen Riecher für Chancen am Markt. Geben Sie diesen Personen und ihren anfangs oft vagen Vorstößen Raum zur freien Entfaltung.

„Eigenzeit“ zwecks Fortentwicklung kreativer Gedanken ist unglaublich wichtig. Denn in der Hektik des Tagesgeschäfts ist meist keinerlei Platz, sich ausgiebig mit der Zukunft des Unternehmens zu befassen. Gestatten Sie Ihren Freigeistern also beispielsweise, dass sie für eine Dauer von vier bis sechs Wochen freitags nach 14 Uhr an ihren eigenen Projekten arbeiten dürfen. Lassen Sie sie in dieser Zeit unbehelligt, verlangen Sie auch keine Zwischenberichte. Am Ende der festgelegten Periode sollen sie unternehmerisch sinnvolle Vorschläge für das weitere Vorgehen machen.

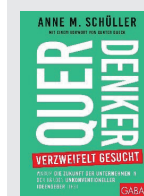
Das Freiraum-Konzept ist bei vielen Unternehmen schon fest etabliert

Bei Gore, u.a. Hersteller von Gore-Tex, nennt man dieses Konzept die Stecknadelzeit. Von vielen Unternehmen aus der Digitalwirtschaft sind ähnliche Initiativen bekannt. So hat Google mit der 20%-Spielzeit Furore gemacht. In dieser Zeit durften die Mitarbeiter an Projekten arbeiten, die sie ganz persönlich interessierten. „50% aller neuen Google-Produkte kamen aus dieser 20%-Zeit“ berichtete Marissa Mayer, die bei Google federführend tätig war,

anlässlich einer Vorlesung an der Stanford University.

Auch der Softwarehersteller Adobe macht Innovationen zu einem gelebten Teil der Unternehmenskultur. Dazu wurde ein Tool namens Kickbox entwickelt, mit dem Adobe seine Mitarbeiter zu Erfindern macht. Wer an diesem Programm teilnehmen will, erhält im Rahmen einer Einführungsveranstaltung eine rote Schachtel. Sie enthält Anweisungen, um selbst einen Innovationsprozess zu starten. Außerdem befindet sich in der Box eine Prepaid-Kreditkarte mit einem Limit von 1000 \$ für die Anschubfinanzierung. Zudem können sich die Beschäftigten für bis zu 40% ihrer Arbeitszeit freistellen lassen, um ihr jeweiliges Projekt zu entwickeln. ■

Das Buch zum Thema



Anne M. Schüller

Querdenker verzweifelt gesucht

Warum die Zukunft der Unternehmen in den Händen unkonventioneller Ideengeber liegt

Gabal Verlag 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. Zu diesen Themen hält sie Impulsvorträge auf Tagungen, Fachkongressen und Online-Events. 2015 wurde sie für ihr Lebenswerk in die Hall of Fame der German Speakers Association aufgenommen. Beim Business-Netzwerk LinkedIn wurde sie Top-Voice 2017 und 2018. Von XING wurde sie zum Spitzenwriter 2018 und zum Top Mind 2020 gekürt. Ihr Touchpoint Institut bildet zertifizierte Touchpoint Manager und Orbit-Organisationsentwickler aus.

www.anneschueller.de