



URL: <http://www.harvardbusinessmanager.de/blogs/innovationsmanagement-weiter-denken-und-innovationskultur-analysieren-a-973203.html>

zuletzt aktualisiert: 04. Juli 2014, 08:32 Uhr

WIE INNOVATIV IST IHR UNTERNEHMEN?

Selbsttest Wenn es um das Entwickeln neuer Ideen geht, setzen viele Unternehmen auf die bewährten Methoden des Innovationsmanagements. Doch genau diese Ansätze sorgen häufig dafür, dass Unternehmen sich selbst lähmen. Ein Test zeigt, welche Art von Innovationen Ihr Unternehmen hervorbringen kann. Von Jens-Uwe Meyer

Innovationsmanagement ist eines der populärsten Managementbuzzwords: es bezeichnet einen klaren Prozess von der Ideenfindung über verschiedene Entscheidungsstufen bis zur Umsetzung. Das klingt verlockend - jedenfalls in der Theorie. In unseren Gesprächen mit Innovationsmanagern beobachten wir häufig anderes: Ideen sprudeln nicht, stattdessen wird ein Prozess verwaltet. Selbst in Unternehmen, die ihr Innovationsmanagement scheinbar perfekt organisiert haben, ersticken neue Ideen in der Bürokratie.

Wir haben seit 2011 mit zahlreichen Unternehmen wie Thomas Cook, Nestlé, Deutsche Telekom, Vodafone und DHL in Innovationsprojekten zusammengearbeitet. Seit 2011 haben wir 100 Innovationsprojekte analysiert und 200 Unternehmen befragt, um herauszufinden, wie Innovationen tatsächlich entstehen - und wie die Projektbeteiligten die Qualität des Prozesses beurteilen. Zusätzlich haben wir 200 wissenschaftliche Studien von 1990 bis 2014 ausgewertet, um zu herauszuarbeiten, welche Methoden dem aktuellen Stand der Forschung entsprechen.

Unsere Untersuchung ergab, dass zwar in allen Unternehmen ein hohes Innovationsbewusstsein herrscht. Aber nur 38 Prozent der Befragten sagen über ihr Unternehmen, dass Innovation konsequent vorangetrieben wird. Die verbleibenden 62 Prozent sehen die Entwicklung neuer Produkte als Streichposten, sobald es wirtschaftlich schwieriger wird. An bahnbrechenden Innovationen arbeiten 25 Prozent der Befragten, 75 Prozent streben eher eine schrittweise Verbesserung der Produkte an.

Kreativität als Grundlage für die Entwicklung neuer Ideen wird dagegen sehr unterschiedlich goutiert. 71 Prozent der Befragten gaben an, dass Kreativität nur teilweise oder gar nicht geschätzt werde. Ähnlich fallen die Aussagen zu flachen Hierarchien, dem Übergehen von Regeln oder der schnellen Entscheidung, Ideen umzusetzen aus. Die Organisationen sind nicht dafür gemacht, Neues zu entwickeln, sondern das bestehende Geschäft optimal den Zielvorgaben entsprechend voranzutreiben.

Das Management unterschätzt für die Zukunftssicherung eine der wichtigsten Komponenten: Die Innovationskultur. "Unser Innovationsprozess ist durchdacht, clever und toll," beschreibt Adrienne Héon-Kleinen, Leiterin Corporate Strategy & Innovation bei Nestlé Deutschland, den Stage Gate Prozess bei Nestlé. "Nespresso hätte es durch diesen Prozess aber nie geschafft. Nach all den Kriterien, die wir aufgestellt haben, wäre dieses Pflänzchen einer radikalen Innovation für uns zu unvorhersehbar, zu visionär und letztlich auch zu unsicher."

Auf der Basis unserer Arbeiten haben wir ein Tool entwickelt, mit dessen Hilfe sich die im Unternehmen existierende Innovationskultur bestimmen lässt. Zu welcher Art von Innovation ist Ihr Unternehmen fähig? Begünstigt die Kultur eher inkrementelle oder radikale Innovation? Und welche versteckten Barrieren stehen Innovation im Weg?

Mit Hilfe der folgenden 11 Fragen aus dem Innolytics-Modell können Sie eine erste Einschätzung Ihrer Innovationsfähigkeit vornehmen.

MEHR ZUM THEMA

Blog: Die Media-Markt-Falle (07.03.2012)

URL: <http://www.harvardbusinessmanager.de/blogs/a-819667.html>

Blog: Das Sterben der Innosaurier (02.10.2012)

URL: <http://www.harvardbusinessmanager.de/blogs/a-858629.html>

Umfrage: Kreativität nach Vorschrift [€]

URL: </heft/d-79623831.html>

Innovationsselftest: Wie innovativ ist Unternehmen?

URL: <http://www.harvardbusinessmanager.de/quiztool/quiztool-62439.html>

Fallstudie: Mut zum Risiko

URL: <http://www.harvardbusinessmanager.de/heft/d-84044817.html>

HBM 2/2013: Retten Sie Ihr Geschäftsmodell

URL: <http://www.harvardbusinessmanager.de/heft/index-2013-2.html>

MEHR IM INTERNET

Die Studie Innolytics: Innovationsmanagement weiter denken

URL: <http://www.innolytics.de>

HBM ist nicht verantwortlich für die Inhalte externer Internetseiten.

© Harvard Business Manager 2014

Alle Rechte vorbehalten

Vervielfältigung nur mit Genehmigung der manager magazin Verlagsgesellschaft mbH