

Innovation – Wie kommt das Neue in die Welt? 9 Thesen

- (1) Innovation bedeutet vom Wortstamm her, sich den Dingen neu zuzuwenden. Dafür muss dieses „Neue“ immer schon da sein, wurde aber als solches nicht wahrgenommen.
- (2) Voraussetzung dafür, sich den Dingen neu zuzuwenden zu können ist eine „neue Sichtweise“. Mit dieser wird der Fokus auf bislang Übersehenes gelenkt – sei es, dass dieses bisher zu klein und unauffällig war oder jenseits der Mainstream-Wahrnehmung lag.
- (3) Ein entscheidendes Innovationskriterium ist es entsprechend, wenn Dinge „neu“ gesehen werden. Inwieweit eine Sichtweise tatsächlich „neu“ ist, darüber entscheidet ein Kollektiv (Bspw. der „Markt“). Hier muss eine entscheidende Umbewertung stattfinden [vgl. Geschichte des Klopapiers]. Dieser Prozess lässt sich nur bedingt steuern und braucht häufig längere Zeit.
- (4) Der Guerilla-Faktor: Eine neue Sichtweise einzunehmen bedeutet, sich gegen den Mainstream zu stellen. Dies erfordert Mut, Ausdauer, eine echte Überzeugung und ebenso ausdauernde Mitstreiter.
- (5) Innovationen in der Vergangenheit gingen selten auf einen singulären Genius zurück. Was allerdings bemerkenswert ist, ist die Tatsache, dass Innovationen häufig aus einem entsprechenden innovationsfördernden Milieu [Florenz] oder einer außergewöhnlich zusammengesetzten Forschungsgruppe [Curie] entstammt sind.
- (6) Inspiration und Transpiration hängen bei Innovationsprozessen eng miteinander zusammen. Neben den richtigen Ideen und der entscheidenden Umbewertung braucht es ausdauernde Umsetzungsbereitschaft und einen tiefen Glauben an die Machbarkeit der Idee.
- (7) Innovation ist kein linearer Optimierungs- oder technischer Problemlöseprozess. Die Grundbewegung ist vielmehr die Iteration (=Wiederholung/Zirkulation/Spiraldynamik); verworfene Ideen werden wieder aufgegriffen, eingeschlagene Wege hinterfragt und unterschiedliche Elemente immer wieder neu miteinander kombiniert.
- (8) Innovation trägt das Risiko des Scheiterns in doppelter Weise in sich: Erstens, dass der Innovationsprozess selbst scheitert und zu keinem zufrieden stellenden Ergebnis / Produkt führt. Zweitens, dass es zwar ein Ergebnis / ein Produkt gibt, aber dafür keinen Markt gibt. (da das Produkt bspw. seiner Zeit voraus war und eine entsprechende Umbewertung noch nicht stattgefunden hat]. Dieses Risiko muss bewusst eingegangen werden.
- (9) Innovation braucht Artenschutz. Gerade die Mitglieder eines Teams, die Ansichten und Verhaltensweise wider den Mainstream haben können zum entscheidenden Innovationsfaktor werden. Dafür braucht es in einer Organisation / einem Unternehmen ein hohes Maß an Toleranz, Heterogenität auszuhalten sowie eine konstruktive Konflikt- und Fehlerkultur.

