

BARRIEREN FÜR INNOVATIONEN

Echte Innovationen stärken die Wettbewerbsposition. Um so mehr verwundert es, dass in vielen Unternehmen keine wirkliche Kultur verankert ist, in der Kreativität gefördert wird. Wo liegen die Hindernisse für neue Ideen? Warum zeichnet sich unsere Branche durch Variantenvielfalt, aber Innovationsarmut aus? Und wieso kommen die besten Einfälle beim Wandern? Johannes Spannagl, Partner und Geschäftsbereichsleiter Innovation & New Business der Unternehmensberatung Dr. Wieselhuber & Partner, entwickelt Rezepte gegen den „Ideen-Burnout“.

Der auf den einschlägigen Branchenmessen unterwegs ist, hört häufig den Begriff Neuheit. Doch in den seltensten Fällen geht es dabei um echte Innovationen. „Die Möbelindustrie verwechselt oftmals Varianten- mit Innovationsreichtum“, so Johannes Spannagl, Partner und Geschäftsbereichsleiter Innovation & New Business bei Dr. Wieselhuber & Partner. „Innovative Produkte, die den Namen auch verdienen, generieren Ertrag, beschleunigen das Unternehmenswachstum und sichern langfristigen Erfolg.“ Um diesbezüglich eine neue Denk-Kultur in den Betrieben zu implementieren, veranstaltete die Unternehmensberatung in Stuttgart, München und Düsseldorf Innovationswerkstätten. Schnell wurde dabei deutlich, wo die Knackpunkte liegen. Statt den besseren Kundennutzen in den Fokus des Marketings zu stellen, geht es um die reine Produktvermarktung. Bei der Entwicklung neuer Ideen werden die Bedürfnisse von Handel und Endkunden kaum mit einbezogen. Gibt es neue Ansatzpunkte, werden diese oft genug viel zu früh wieder verworfen, oder aber aufgrund unklarer Bewertungskriterien zur fixen Idee. „Experimentieren und Fehlertoleranz sind das beste Rezept gegen den ‚Ideen-Burnout‘“, rät Johannes Spannagl. Gerade im klassischen Mittelstand werde das kreative Potenzial der Mitarbeiter noch zu wenig genutzt. „Außerdem steht strategisches Innovationsmanagement nach wie vor kaum auf der Unternehmensagenda.“ Mehr zum Thema in der Juli-Ausgabe der „möbel kultur“.

Rita Breer

Vertiefende Informationen zum Thema gibt es im Dossier auf www.moebelkultur.de oder unter dem QR-Code.



KEINE VERMARKTUNG DES KUNDENNUTZENS

EINGLEISIGER INNOVATIONSPROZESS

UNZUREICHENDE IDEENFILTER

KEINE ANREIZE FÜR KREATIVITÄT

ALTE TRAMPELPAFDE

ERGEBNIS: VIELE VARIANTEN, WENIG INNOVATIONEN

WO DIE BESTEN IDEEN ENTSTEHEN

In der Natur
28%

Reisen / Freizeit

22%

14%

Zuhause / Hobby

Kreativtechnik

1%

4%

Arbeitsplatz

11%

Geschäftsreise /
Fahrt zum Büro

10%

Langweiliges Meeting

3%

Mittagspause

Viel Raum für Freidenker schaffen. Die besten Ideen entstehen nicht etwa im Büro oder bei Meetings, sondern in der Natur, bei Reisen und Freizeit oder zu Hause. Nur 24 Prozent der Einfälle kommen in der Firma, während die überwältigende Mehrheit von 76 Prozent der Ideen außerhalb der Unternehmen entwickelt werden.