

März 2009

## Ideen sind das Kapital der Zukunft

**November 2008:** die Auswirkungen der US-Finanzkrise erreichen den Deutschen Markt. Infolge einer tiefen kollektiven Verunsicherung und Zukunftsangst wird panikartig die Notbremse gezogen. Folge: Aufträge werden storniert, Investitionen und Pläne eingemottet. Die negativen Nachwirkungen erreichen inzwischen alle Wirtschaftszweige – wie bei einem Dominospiel.

**Diese für uns alle neue Situation führte uns zu der Frage: Verfügen die deutschen Unternehmen über genug Ideen, Flexibilität, Kreativität, Mut und Innovationskraft, um dieser Krise zu trotzen?**

So befragten wir im Dezember 2008 unter der Überschrift „**Ideenpotenzial in Deutschen Unternehmen**“ Mitarbeiter aus den unterschiedlichen Branchen. Die Befragten kamen aus allen Hierarchieebenen, viele aus dem Bereich der Geschäftsführung. Gut die Hälfte der Fragebögen wurde ausgefüllt zurück geschickt. Allen Teilnehmern an dieser Stelle noch einmal sehr herzlichen Dank!

Heute möchten wir Ihnen nun zum einen die interessantesten Ergebnisse präsentieren, zum anderen diese mit unseren Erfahrungen abgleichen und mögliche Lösungsansätze diskutieren.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß beim Lesen!

### Welche Bedeutung haben Ideen für Unternehmen?

**Innovativ zu sein ist eines, damit Geld verdienen etwas anderes!**

Die Innovationskraft ist ein wichtiger Wettbewerbsfaktor Deutschlands, da sich die meisten Unternehmen in einem reifen oder gesättigten Markt bewegen. Dennoch ist die Patentbilanz für Deutschland seit Jahren negativ. Viele Unternehmen bezeichnen sich zwar als innovativ, allerdings gelingt es den meisten nicht, aus ihrer Innovationskraft Kapital zu schlagen. Nur rund 15% der Unternehmen schaffen es wirklich, mit neuen Produkten mindestens 1/3 ihres Gesamtumsatzes zu erwirtschaften. *Quelle: Studie „Innovationskraft als Erfolgs- und Wachstumstreiber Deutscher Inhaberunternehmen“ 11/2004 von W&P GmbH*

**Es geht auch anders: neue Strategien statt neues Produkt!**

In vielen Unternehmen liegt der Fokus rein auf Produktinnovationen. Doch gerade in unserer globalisierten Wirtschaft, in der vieles immer irgendwie und irgendwo billiger produziert werden kann, ist es wichtig, sich anderweitig durchzusetzen. Zum Beispiel mit individuellen Organisations-, Verfahrens-

und Strategieneuheiten. Denn auch diese können entscheidend sein, wenn es darum geht, sich vom Wettbewerber abzusetzen. Ein gutes Beispiel hierfür ist die Gründung von Amazon: Das Produkt gab es vorher auch, aber es wurde ein neuer Vertriebskanal geschaffen, nämlich Verkauf von Büchern übers Internet.

### Mit kreativen Einsparungen durch die Krise

Aber auch in den unternehmensinternen Strukturen und Organisationen können neue Ideen Wertvolles zur Wettbewerbsfähigkeit bewirken. **Stichwort: Kostensenkung!** Gerade in der Krisenzeit wird in nicht wenigen Unternehmen vieles blind und vorschnell gestrichen. Leider oft auch Dinge, die kaum eine positive Wirkung erzielen, dafür aber langfristig schädlich sind. Geht man das Thema Kostensparen hingegen einmal in einer offenen und kreativen Denkhaltung an, lassen sich sehr oft noch so genannte „blinde Flecken“ entdecken. Unsere Erfahrung ist, dass allein die Investition eines Tages in eine kreative Ideenfindung zur Kosteneinsparung zahlreiche Möglichkeiten aufzeigt, an die bisher noch nicht gedacht und die noch nicht umgesetzt wurden.



Gerhild Winnig ist Gründerin sowie Geschäftsführerin der Winnig Ideen: unternehmen.

„Ideen sind viel mehr als Verbesserungsvorschläge. Sie sind Voraussetzung von Innovationen - wenn sie neu und mutig gedacht sind, begeistern können und so Promotoren finden, die ihre Umsetzung ermöglichen.“



Ulrike Steudel ist Gründerin, alleinige Gesellschafterin sowie Geschäftsführerin der Firma Change and Implementation Consult GmbH (CIC)

„Nur eine Umsetzung von Ideen bringt Ihnen Geld. Dafür ist ein eindeutiger und guter Prozess unabdingbar.“

# Ideenfindung

## Ideen sind wichtig! – aber kommen meist nur über das Vorschlagswesen und in Teammeetings

Ca. 60% der Teilnehmer schätzen die Wichtigkeit von Ideen für ihr Unternehmen als hoch bis sehr hoch ein. Diese Einschätzung spiegelt sich auch bei der Frage nach den Unternehmensbereichen, in denen aktive Ideenfindung stattfindet, wieder: Bei 72% aller Antworten wird Ideenfindung im gesamten Unternehmen betrieben. Aber woher genau kommen diese Ideen? Bei 63% der Teilnehmer steht das betriebliche Vorschlagswesen an erster Stelle. Bei 59% der Befragten werden Ideen in Teammeetings sowie fast gleichrangig mit 57% über KVP gefunden. Rund 41% der Teilnehmer fördern ihre Ideen mit Hilfe von Kreativitäts-Workshops zu Tage. Nur 2% der Befragten gaben an, dass in ihren Unternehmen keine aktive Ideenfindung stattfindet.

## Ideenfindung hauptsächlich in Produktion, F&E, Marketing und Logistik

Wie oben beschrieben, wird bei 72% der Teilnehmer im gesamten Unternehmen Ideenfindung betrieben. Es gibt aber offensichtlich einige Bereiche, in denen sehr viel gemacht wird, wie z.B. in der Produktion, in F&E, Marketing und Logistik. In anderen Bereichen, wie z.B. Finanzen und Controlling, Einkauf und Vertrieb, scheint Ideenfindung nicht sehr aktiv betrieben zu werden.

## Kostensenkung und Qualitätsverbesserung stehen an erster Stelle

83% der Teilnehmer gaben an, dass in ihrem Unternehmen Ideen zur Kostensenkung entwickelt werden. Das ist insofern interessant, als das, wie oben beschrieben, Ideenfindung in Finanzen und Controlling im Verhältnis nur eine geringe Rolle spielen. An zweiter Stelle stehen mit 80% die Ideen zur Qualitätsverbesserung. Nur etwas mehr als die Hälfte (52%) sehen die Ideengenerierung als Mittel zum Ausbau der Marktführerschaft, um den Umsatz zu steigern bzw. die Motivation der Mitarbeiter zu erhöhen.

## 89% der Teilnehmer bestätigen noch ungenutztes Potenzial in ihrem Unternehmen!

Allerdings genießt die Nutzung des Potenzials nur bei ca. 7% der Befragten eine absolute Priorität. 45% der Teilnehmer schätzen, dass das kreative Potenzial ihres Unternehmens nur mittelmäßig genutzt wird. **Dagegen wünscht sich eine große Mehrheit einen hohen bis sehr hohen Stellenwert für das Thema kreative Ideenfindung.**

## Mehr Freiraum und mehr Methoden für mehr Ideen!

Die große Mehrheit der Teilnehmer wünscht sich eine hohe Priorität, wenn es um das Thema Ideenfindung geht. Mit mehr Aufmerksamkeit durch den Chef (17%) ist das aber nicht getan. 70% der Befragten benötigen mehr Freiraum

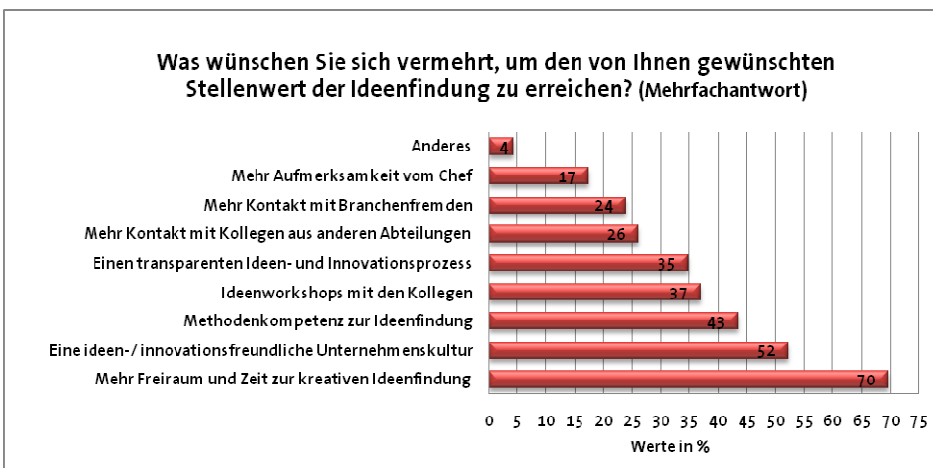
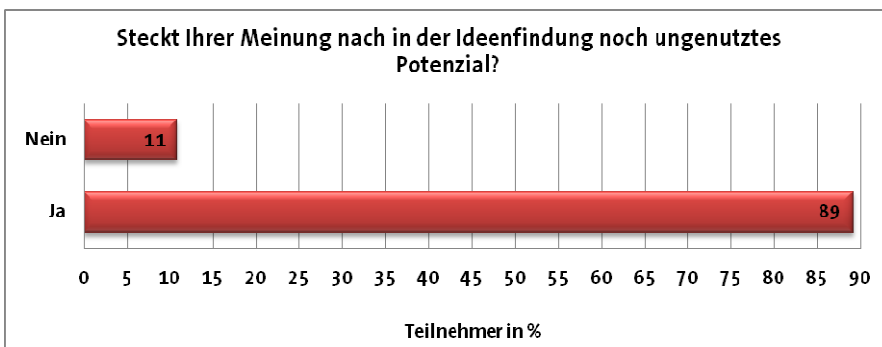
und Zeit zur kreativen Ideenfindung. 52% wünschen sich eine ideen- und innovationsfreundlichere Unternehmenskultur. 43% brauchen mehr Methodenkompetenz zur Ideenfindung. Und 35-37% der Befragten wünschen sich neben einem transparenten Ideen- und Innovationsprozess auch Ideenworkshops mit ihren Kollegen. Rund 25% sehen im Austausch mit Branchen- oder Abteilungsfremden eine Hilfe.

## Ein bekanntes aber ungenutzte Gold – die Ideen der Mitarbeiter

Unsere Umfrage zeigt, dass eine Mehrheit der Teilnehmer überzeugt ist, dass die Mitarbeiter ihres Unternehmens über ein mittleres bis hohes kreatives Potenzial verfügen. Über 50% meinen auch, dass es viele bis sehr viele Ideen im Unternehmen gibt. Aber leider nur bei etwa 16% der Befragten hat der Ideenreichtum der Mitarbeiter tatsächlich im Unternehmen einen hohen Stellenwert. Kein Wunder, dass die große Mehrheit der Teilnehmer einen hohen bis sehr hohen Stellenwert des Themas „Ideen von Mitarbeitern“ wünscht.

## Wunsch: Fachübergreifende Ideenworkshops und eine innovationsfreundliche Kultur

Um in den Unternehmen eine höhere Akzeptanz für Mitarbeiterideen zu erreichen, halten 61% der Teilnehmer eine bessere Kommunikation der einzelnen Hierarchien und 54% eine ideen- und innovationsfreundliche Unternehmenskultur für dringend notwendig. 54% der Befragten wünschen sich zudem fachübergreifende Ideenworkshops und 41% benötigen mehr Methodenkompetenz in kreativem Denken. 37% wünschen sich einen transparenten Ideen- und Innovationsprozess und 35% mehr Förderung des Einzelnen. 83% der Teilnehmer halten es zudem für erfolgsrelevant, den Prozess der Ideenfindung im Unternehmen zu verbessern.



**Ideen sind nicht nur Mittel zur Problemlösung – sie sind auch die Voraussetzung für Innovationen.**

# Ideenpriorisierung

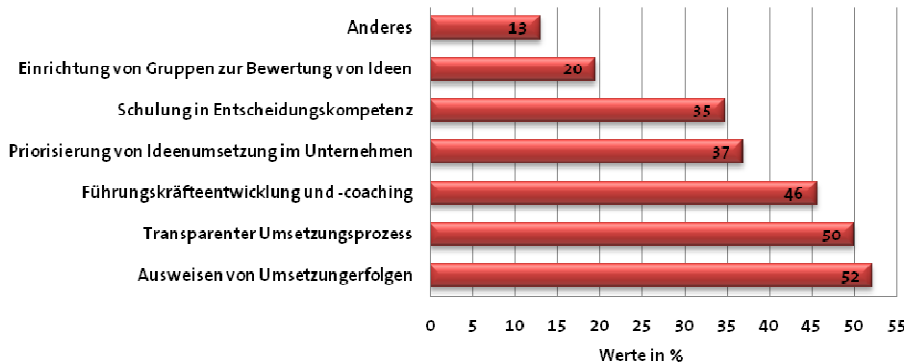
## Ideenpriorisierung: zu oft mit unklaren Kriterien

Beim Thema Ideenpriorisierung wurde deutlich, dass es vielen Unternehmen offenbar an einem klaren Prozess fehlt. Denn nur bei knapp der Hälfte der Befragten (48%) werden Ideen nach bekannten Vorgaben bewertet. Ob diese Vorgaben auch die richtigen sind, wurde nur von 35% als sicher bestätigt. Bei 46% der Befragten überwog eher der Zweifel. 20% der Teilnehmer waren sich sogar sicher, dass falsche Kriterien zur Anwendung kommen.

## Ideenentwicklung im Unternehmen – Unter Ausschluss der Mitarbeiter

Wer, wie an welchen Ideen im Unternehmen arbeitet - das scheint nur bei 11% der Befragten transparent zu sein. In diesen Unternehmen kann sich jeder Mitarbeiter jederzeit über den aktuellen Stand der Ideen informieren bzw. etwas zum aktuellen Stand der Ideen aussagen. Die Mehrheit der Befragten beklagt dagegen erhebliche Mängel in der Kommunikation. Hier weiß in vielen Fällen offenbar keiner wirklich, was an Ideen im Unternehmen entwickelt bzw. umgesetzt wird.

Was muss Ihrer Meinung nach getan werden, um die Umsetzung von Ideen zu verbessern?



# Ideenumsetzung

## Viele Ideen, aber nur wenige werden umgesetzt

Will man eine Idee umsetzen, so muss diese auch begeistern können. Je mehr eine Idee begeistert, desto schneller lässt sie sich auch „auf die Straße bringen“. Hier haben wir es mit einer sehr interessanten Entdeckung zu tun, denn insgesamt wird die Qualität der Ideen durch die Befragten als eher mittermäÙig bewertet. Der Anteil der Ideen, die so begeistern, dass sie es in den Prozess der Umsetzung schaffen, scheint ein eher geringer. So schätzt die Mehrheit der Befragten die Qualität ihrer Ideen als befriedigend bis gut ein. Lediglich 5% sehen ihre Ideen als so wertvoll, dass sie in die Umsetzung getragen werden sollten. Hier scheint es einen großen Beratungsbedarf zu geben.

## Teuer entwickelte Ideen enden oft in der Umsetzungs-Sackgasse

Obwohl 85% der Befragten der Meinung sind, dass sich der Aufwand einer Ideenfindung und -umsetzung lohnt, werden in den Unternehmen die meisten Ideen nicht um-

gesetzt. Hier gibt es eine eindeutige Hürde, an der nicht wenige Unternehmen scheitern. Denn nur bei 27% der Befragten werden über die Hälfte der Ideen umgesetzt. Bei 16% sind es immerhin noch 20 bis 30% der Ideen, bei 23% der Befragten nur noch bis zu 10%.

## Höherer Umsetzungsgrad durch transparenten Umsetzungsprozess

Die mangelhafte Umsetzung von Ideen ist vielen bewusst. 67% der Befragten sind mit ihrer Quote nicht zufrieden! Um das zu verbessern, wünschen sich rund die Hälfte das verstärkte Ausweisen von Umsetzungserfolgen sowie einen transparenten Umsetzungsprozess. Fast auf gleicher Höhe rangiert der Wunsch nach Innovationscoaching für die Führungskräfte. 37% sind der Ansicht, dass sich eine Priorisierung des Themas Ideenumsetzung sowie Schulungen in der Entscheidungskompetenz als hilfreich erweisen würden.

## Kreative Ideenfindung ist...

- die Fähigkeit etwas zu erschaffen, sowie spontan viele unterschiedliche Ideen zu produzieren.
- verrückte Ideen zu spinnen, das Unmögliche möglich zu machen.
- das Gegenteil von Routine.
- die Perspektive zu wechseln, um ein Problem in seiner ganzen Komplexität begreifen zu können.
- die Neukombination von bekanntem Wissen, um neue Dinge entstehen zu lassen.
- eine mutige, selbstbewusste innere Einstellung und der Drang, Dinge verändern zu wollen.

**Nur Ideen die begeistern, werden auch umgesetzt.**

## Was ist der Nutzen einer Wertschätzung von Ideen?

Betriebliches Vorschlagswesen hat im Jahr 2007 in Deutschland mit ca. 1,4 Millionen Verbesserungsvorschlägen 1,5 Milliarden Euro eingespart. Nicht alle Unternehmen nutzen das heute, aber für die an der Umfrage beteiligten Unternehmen entspräche das einem durchschnittlichen Effizienzgewinn von 5 Mio. Euro pro Unternehmen. Hochgerechnet auf alle Unternehmen: mehr als 27 Milliarden Euro könnte die Deutsche Wirtschaft durch konsequentes Ideenmanagement sparen. Insgesamt wurden ca. 168 Mio. Euro an Prämien ausgeschüttet, im Durchschnitt 183 Euro pro Vorschlag. Die Deutschen Arbeitnehmer liegen damit auch im internationalen Vergleich weit vorne. *Quelle: Süddeutsche Zeitung vom 31.1.09*

# Finanzieller Erfolg

## Viele sind überzeugt: Ideen rechnen sich

Aber wie steht es mit dem tatsächlichen finanziellen Erfolg einer Idee? Rechnen im Vorfeld kann man viel, aber zeigt sich das laut unserer Umfrage zumeist positive Ergebnis auch tatsächlich? Bei 70% der Befragten wird der konkrete finanzielle Erfolg einer Idee gemessen. Dabei äußern sich 64% der Teilnehmer als zufrieden mit diesem Erfolg. Diese Zufriedenheit spiegelt sich auch darin wieder, dass 63% der Befragten der Meinung sind, dass der Aufwand für eine Ideenfindung und -umsetzung im Verhältnis zum Erfolg steht. Die anderen 37% erleben dies allerdings anders. Sie sehen den Aufwand als zu hoch im Verhältnis zum Gewinn.

Als Gründe dafür, dass der Aufwand des Ideenprozesses nicht im Verhältnis zum finanziellen Erfolg steht, nennen 22% den fehlenden Mut, etwas Neues auszuprobieren, d.h., die Ideen sind zu „schwach“. Weitere 20% beklagen, dass die Umsetzung von Ideen bei den Führungskräften nicht wirk-

lich Priorität hat, d.h. es fehlen Leute, die sich einer Idee wirklich annehmen. Die gleiche Anzahl hat schlicht Angst vor den Konsequenzen eines Flops. 17% der Befragten gaben an, dass das Unternehmen zu viel Zeit zur Umsetzung benötigt.

## Mehr Erfolg durch Mut und Methodenkompetenz

Der mögliche finanzielle Erfolg oder auch Misserfolg ist für 80% ein sehr entscheidender Faktor. So ermitteln 80% der Teilnehmer den voraussichtlichen wirtschaftlichen Erfolg einer Idee noch vor der Umsetzung. Positiv überrascht hat uns, dass 85% der Befragten glauben, dass sich der Aufwand einer Ideenfindung und -umsetzung im Verhältnis zum erwarteten Erfolg lohnt. Um hier noch mehr rauszuholen, wünschen sich 54% der Teilnehmer mehr Mut zur Innovation, 30% wünschen sich eine größere Methodenkompetenz und 22% meinen, explizite Schulungen im Bereich der Ideenbewertung wären hilfreich.

## Change and Implementation Consult GmbH

Seit 1997 gehört die Change and Implementation Consult GmbH zu den führenden Anbietern in der Gestaltung und Begleitung von Veränderungs- und Verbesserungsprozessen. Mit Hilfe unseres Geschäftsprozessmanagement-Ansatzes versetzen wir unsere Kunden in die Lage, Mitarbeiterproduktivität, Prozesseffizienz und Kundenorientierung so zu steigern, dass permanente Wettbewerbsvorteile entstehen.

Wir zeichnen uns durch langjährige Beratungs- und Industrieerfahrung aus. Unsere Arbeitsschwerpunkte liegen in der Gestaltung von strategischen Konzepten für die Einführung von Geschäftsprozessen und deren Umsetzung. Außerdem bieten wir Workshops zur Prozessgestaltung -verbesserung (KVP/Kaizen) sowie Trainings zum Projekt- und Prozessmanagement an. Gemeinsam mit Ihren Mitarbeitern entwickeln wir Konzepte und Ideen.

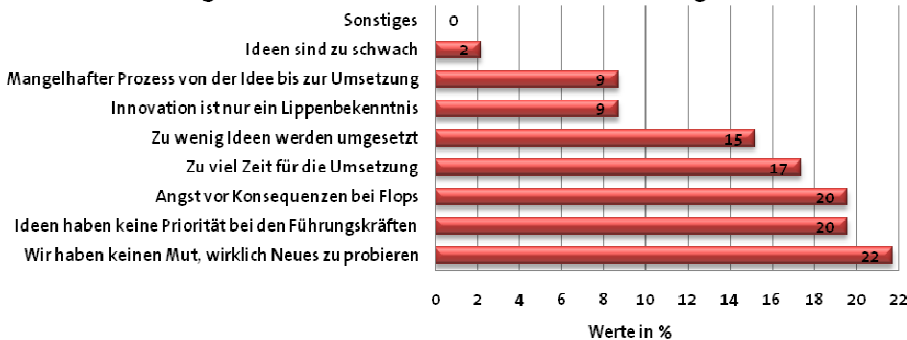
## Winnig Ideen:unternehmen

Seit fast 10 Jahren am Markt tätig, gründete Gerhild Winnig im Mai 2007 ihr Unternehmen „Winnig Ideen:unternehmen“. Sie begleitet unterschiedlichste Unternehmen und Gruppen erfolgreich in ihren Veränderungsprozessen, ihren Kreativitäts-, Ideen- und Innovationsvorhaben.

Gerhild Winnig ist von Hause aus Bekleidungsingenieurin mit langjähriger internationaler Erfahrung. Sie verfügt über diverse Ausbildungen, z.B. im Bereich Kreativität im Team, innere Haltung in Innovationsprozessen, Gruppendynamik in Veränderungsprozessen, systemisches Coaching uvm.

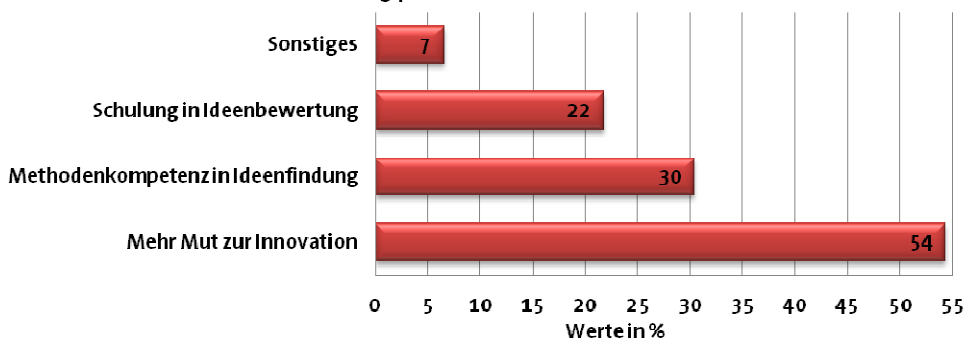
Die Arbeitsschwerpunkte von Gerhild Winnig sind die Planung und Durchführung von Kreativitätstrainings sowie Ideen- und Innovationsworkshops. Die Begleitung von Teams und Einzelpersonen in ihren Innovations- und Veränderungsprozessen, Trainings zu Entscheidungskompetenzen in Innovationsvorhaben sowie die von ihr entwickelte Ausbildung zum Innovationsbegleiter vervollständigen ihr Leistungsspektrum.

### Was ist der Grund dafür, dass der Aufwand Ideenfindung und Umsetzung nicht im Verhältnis zum finanziellen Erfolg steht?



**Uns mangelt es nicht an Fachwissen, sondern an der Fähigkeit, mutig und kreativ zu sein.**

### Was muss Ihrer Meinung nach getan werden, um den finanziellen Erfolg positiv zu verändern?



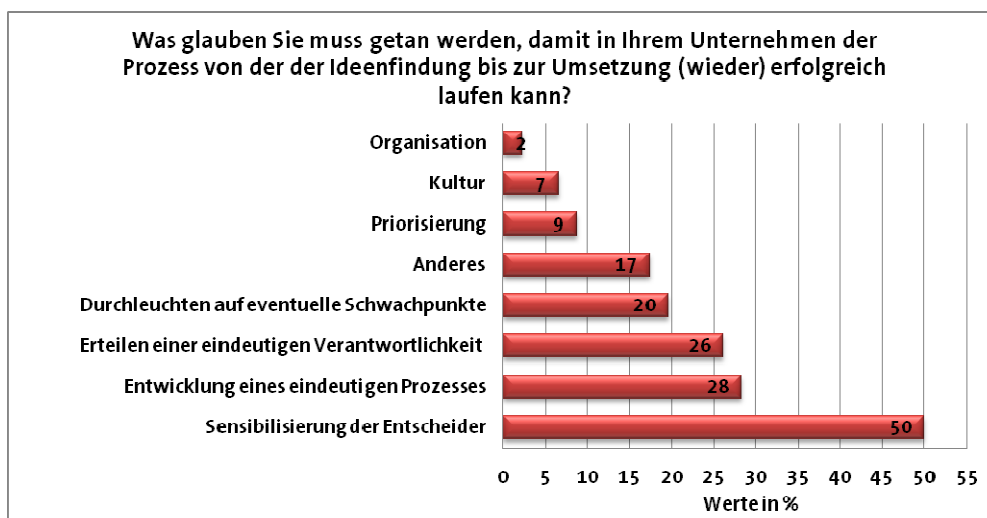
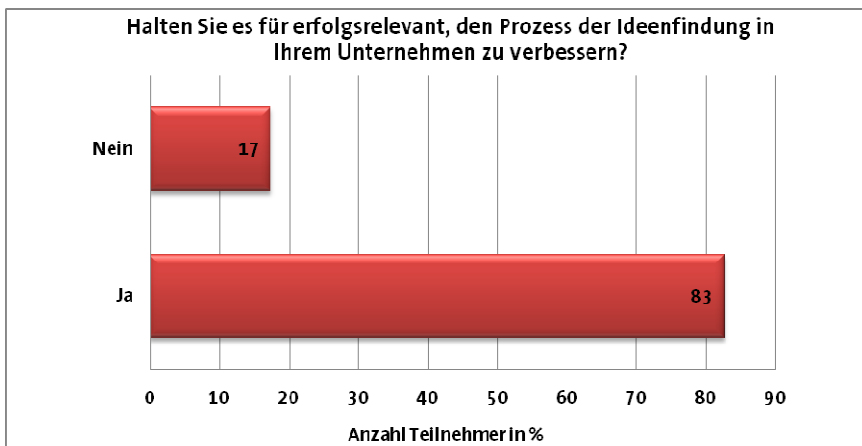
# Prozess von der Ideenfindung bis zur Umsetzung

## Ideen hauptsächlich über KVP

Erfreulich: Nur 13% der Teilnehmer gaben an, dass es in ihrem Unternehmen gar keinen Prozess von der Ideenfindung bis zur Umsetzung gibt. Aber wie sehen die Prozesse in den Unternehmen aus? 65% der Teilnehmer gaben an, dass ihr Unternehmen über einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess (KVP) verfügt, 52% haben einen konkreten Ideenprozess. 33% der Befragten gaben an, in ihrem Unternehmen nach einem Innovationsprozess zu arbeiten. 40% der Befragten gaben an, dass sie einen strukturierten Ideen- und Innovationsprozess als extrem wichtig für das Unternehmen einschätzen.

## Innovationsprozesse: hier muss noch viel nachgebessert werden!

Den tatsächlichen Erfolg der im Unternehmen vorhandenen Prozesse schätzen 39% als lediglich gut ein. Hier sehen viele noch reichlich Verbesserungspotenzial. Um die Prozesse erfolgreicher machen zu können, wünschen sich 50% der Teilnehmer eine Sensibilisierung der Entscheider für das Thema. 28% sind der Meinung, die Entwicklung eines neuen, eindeutigen Prozesses wäre wichtig, 26% der Befragten nennen das Erteilen einer eindeutigen Verantwortlichkeit für das Thema (z.B. Einrichten einer eigenen Stelle) als hilfreich. 20% der Befragten sprechen sich dafür aus, die Prozesse auf eventuelle Schwachpunkte hin zu durchleuchten.



### Definition von Innovationsmanagement:

Innovationsmanagement ist die systematische Planung, Umsetzung und Kontrolle von Ideen in **Organisationen**. Im Unterschied zu **Kreativität**, die sich mit der Entwicklung von Ideen beschäftigt, ist Innovationsmanagement auf die Verwertung von **Ideen** ausgerichtet. Innovationsmanagement beschäftigt sich nicht ausschließlich mit der Umsetzung von neuen Ideen. Auch eine Kombination von bereits Bekanntem oder eine Idee, die einer Zielgruppe noch unbekannt ist, kann als **Innovation** gelten.

Das Management von Innovationen ist ein Teil der Unternehmensstrategie und kann sich auf Produkte, Dienstleistungen, Fertigungsprozesse, **Organisationsstrukturen** oder **Managementprozesse** beziehen. Während **Produktinnovationen** in der Regel darauf abzielen, die Bedürfnisse von Kunden besser zu befriedigen, sind Prozessinnovationen meist auf Verbesserung von **Effektivität** und **Effizienz** von Verfahren ausgerichtet.

## Fazit

**Um es in einem Satz zu sagen: Es wird schon sehr viel getan und es ist noch sehr viel möglich!**

Wir haben uns beim Auswerten der Fragebögen sehr darüber gefreut, dass die Themen Ideen und Innovation längst und lange aus dem Dornröschenschlaf erwacht sind. Wohl kein Unternehmen, egal welcher Größe und welcher Branche scheint heute noch ernsthaft der Meinung zu sein, dass es auch ohne Ideen und Innovationen geht.

Um hier gut aufgestellt zu sein, unternehmen viele Firmen

offensichtlich schon große Anstrengungen. Dazu kann man nur gratulieren und dazu aufrufen, diese Anstrengungen dringend weiter zu betreiben.

Im nachfolgenden möchten wir gern einige, für uns besonders auffällige Punkte, aufgreifen und diskutieren.

Ideenfindung ist wichtig, da sind sich alle einig. Immerhin gaben 89% aller Befragten an, dass sie noch ungenutztes Ideenpotenzial in ihren Unternehmen sehen!



## Arbeiten Sie verstärkt an innovativen Ideen

Da, wo gespart werden soll, haben Ideen immer einen besonders hohen Stellenwert.

Ideen zur Kosteneinsparung sind nach wie vor die eindeutige Nummer 1 unter den Top10 der beliebtesten Gründe zur Ideenfindung. Interessant ist aber, dass in den Bereichen Controlling und Finanzen dieses Thema einer eher untergeordneten Rolle spielt. Übrigens auch im Vertrieb, also da, wo das Geld verdient wird.

Die Nummer 2 in den Top10 sind Ideen zur Qualitätsverbesserung. Allerdings gaben nur 1/3 der Befragten an, gezielt nach Ideen zur Qualitätsverbesserung zu suchen.

Diese Zahlen lassen uns folgendes Fazit ziehen: Es scheint, als ob in vielen Unternehmen Ideenfindung eher reaktiv als proaktiv stattfindet. Will heißen: Gibt es ein Problem, wird nach Ideen gesucht, wie dieses Problem gelöst werden kann. Ist eine Lösung gefunden, sind alle zufrieden. Dagegen findet eine Ideenfindung ohne konkreten Anlass, z.B. das Entwickeln von neuen Konzepten und möglichen Innovationen eher selten statt. Und das ist schade, denn gerade hier liegt eine große Chance!

Die Köpfe der Mitarbeiter sind randvoll mit Ideen, mit denen Geld verdient werden kann. Die Mitarbeiter sind voller Motivation und Tatendrang, diese Ideen zu entwickeln und umzusetzen. Nutzer wir die kreativen Fähigkeiten unserer Mitarbeiter nur zur Problemlösung, lassen wir ein wertvolles schöpferisches Potenzial bewusst außer acht!

**Nutzen wir also dieses Potenzial - gerade jetzt in den Zeiten der Wirtschaftskrise!**

## Ein effizienter Prozess bringt Ihre Ideen auf den Weg.

### Überprüfen Sie Ihre Bewertungskriterien auf Innovationsfreundlichkeit

Der Wunsch nach der sicheren und risikofreien Idee spiegelt sich auch im Bereich der Ideenpriorisierung und Umsetzung wieder. Das zeigt sich u.a. darin, dass verhältnismäßig viele Unternehmen über klare Kriterien hinsichtlich neuer Ideen verfügen. Allerdings können fast die Hälfte der Befragten die Richtigkeit dieser Kriterien nicht einschätzen und nur 35% sind der Meinung, dass die im Unternehmen genutzten Kriterien die richtigen sind. Auch hier möchten wir eine provokante These wagen. Wir glauben, dass der Zweck vieler Kriterien darin liegt, die neuen, also unsicheren Ideen klein zu halten. Viele Kriterien grenzen

innovative Ideen von Beginn an aus. Prüfen Sie doch einmal die in Ihrem Unternehmen gängigen Bewertungskriterien hinsichtlich Neuheit, Innovationskraft, Freude, Andersartigkeit etc.!

### Entwickeln Sie einen transparenten Prozess zur Ideenumsetzung

67% der Teilnehmer sind mit der Quote der umgesetzten Ideen nicht zufrieden. Das ist ein sehr hoher Wert! Einen Grund dafür sehen wir unter anderem darin, dass in vielen Unternehmen kein eindeutiger Prozess zur Ideenumsetzung vorhanden ist. Stattdessen wird immer wieder Kraft darauf verwendet, *neue* Ideen zu entwickeln, die dann wieder in den Schubladen der Mitarbeiter verschwinden. Keiner weiß, wie es mit den Ideen weitergeht. Dieses Vorgehen kostet das Unternehmen enorm viel Geld und Mitarbeitermotivation! Denn der Prozess wird immer wieder von vorne gestartet, aber nie zu Ende geführt.

### Schaffen Sie die Voraussetzungen für eine gesunde und erfolgreiche Innovationskultur

Zum Schluss möchten wir noch einmal auf ein sehr wichtiges und leider oft sträflich vernachlässigtes Thema kommen: Kommunikation! Besonders beim Thema Prozesse tauchte dieses Thema wiederholt auf. Den Leuten fehlt die offene, wertschätzende Kommunikation. Das gesprochene Wort, der intensive Dialog, das gemeinsame Entwickeln und Gestalten. Und es fehlt an Methodenkompetenz und an Führungspersönlichkeiten, die an die Kraft von Ideen und Innovationen glauben, mit dem Thema vertraut sind und sich hinter die Mitarbeiter und ihre Ideen stellen. Oder, um es in einem Satz zu sagen: Viele Unternehmen fordern von ihren Mitarbeitern gute Ideen, verfügen aber über keine unterstützende Ideen- und Innovationskultur.

Gern diskutieren wir mit Ihnen, was für Ihr Unternehmen der richtige Ansatz hin zu einer effektiven und erfolgreichen Innovationskultur ist. Oft helfen schon kleine Veränderungen, um eine große Wirkung zu erzielen. Hierbei unterstützen wir Sie natürlich gern, z.B. durch:

- Audit zum heutigen Ideenprozess
- Konzept zu einem erfolgreichen Innovationsmanagement in Ihrem Haus
- Prozessdefinition von der Ideenfindung bis hin zur –Umsetzung für Ihr Unternehmen
- Individuelle Trainings zu Methodenkompetenz, z.B. Kreativitätstechniken, KVP-Methoden, Methoden zur Entscheidungs- und Umsetzungskompetenz

- Führungskräfte trainings bzw. Workshops
- Workshops zur konkreten Ideenfindung
- Individuelles Coaching für Gruppen und Einzelpersonen

Wir freuen uns, wenn Sie - vielleicht gerade in diesen unsicheren Zeiten - Ihr Ideen- und innovationspotenzial besser nutzen wollen und unterstützen Sie jederzeit gern in Ihren individuellen Vorhaben.

Rufen Sie uns an!



Change and Implementation Consult GmbH

Ulrike Steudel

Gardeschützenweg 96

D-12203 Berlin

Tel: 030/362 85 262

Email: [info@ciconsult.de](mailto:info@ciconsult.de)

Web: [www.ciconsult.de](http://www.ciconsult.de)

:winnig  
iDEEN  
UNTERNEHMEN

Winnig Ideen:unternehmen

Gerhild Winnig

Gustav-Müller-Str. 24

D-10829 Berlin

Tel: 030/345 09 888

Email: [info@ideenunternehmen.de](mailto:info@ideenunternehmen.de)

Web: [www.ideenunternehmen.de](http://www.ideenunternehmen.de)

Impressum:

Satz und Gestaltung:

Winnig Ideen:unternehmen

&

Change and Implementation  
Consult GmbH