

## **Innovation als Lebenselixier**

„61 Prozent der Unternehmer halten Innovationen für lebenswichtig“ \*

*Opinion-Statement von Jörg Steiss, Mindjet Regional VP DACH, Eastern Europe & Nordics*

**Alzenau, 24. Februar 2015 - Immer häufiger ist von sozialen Unternehmensnetzwerken die Rede. Handelt es sich dabei schlicht um eine Modeerscheinung oder sind sie ein echtes technologisches Werkzeug, mit dem Mitarbeiter ihre Kommunikation und Arbeitsweise im Arbeitsalltag verbessern können? Klar ist: In sozialen Unternehmensnetzwerken sind Unmengen von für das Unternehmen wertvollen Daten - insbesondere Ideen - verfügbar. Allerdings müssen diese auch systematisch erschlossen werden. Wie können Unternehmen also einen Schritt weitergehen und sich die darin enthaltenen Innovationspotenziale zunutze machen?**

### **Soziale Netzwerke: Fast ein Drittel der Unternehmen nutzt sie bereits intern**

Soziale Unternehmensnetzwerke sind Plattformen, die wie Facebook oder Twitter funktionieren, aber nur der Belegschaft zugänglich sind. Sie geben Aufschluss über die Fachkompetenz und Interessensgebiete der Mitarbeiter und können eingesetzt werden, um eine gemeinsame Vision zu etablieren und zu verbreiten; das soziale Unternehmensnetzwerk erlaubt also den Austausch zwischen Kollegen sowie mit Kunden oder Partnern. Zu diesem Zweck basiert das soziale Unternehmensnetzwerk auf einer Technologie, die insbesondere das einfache Anlegen von Verzeichnissen und den Austausch von Dokumenten oder Projektinformationen zwischen Mitgliedern erlaubt. Derzeit verfügen etwa 28 Prozent der Unternehmen über firmeneigene Netzwerke, vor allem große Unternehmen - kleinere Firmen eher selten.

Zwar trägt so ein Netzwerk zur Belebung des Unternehmensalltags bei, aber nach anfänglicher Begeisterung lässt dessen Nutzung oft wieder nach. Ist Zeitmangel die Ursache? Möglicherweise. Letztlich liegt es aber wohl vor allem daran, dass die Mitarbeiter wenig Nutzen in einem sozialen Unternehmensnetzwerk sehen. Daher ist es für sie auf Dauer uninteressant, abgesehen von verbesserten Chat-Möglichkeiten.

Damit ein soziales Unternehmensnetzwerk dauerhaft funktioniert, muss es in der Lage sein, Projektarbeit spürbar zu erleichtern, Innovationen von Produkten und Prozessen zu fördern sowie die Mitarbeiter zu integrieren. Kommunikation und Austausch von Ideen sind schön und gut, aber es muss auch klare Ziele, Strategien und Anreize geben, damit der Aufbau eines Innovationsmanagements funktioniert.

### **Innovationen als Wachstumsgarant**

In Unternehmen mit dynamischen Netzwerken, in denen sich viele Mitarbeiter engagieren, gibt es gute Voraussetzungen für echtes Innovationsmanagement. Tatsächlich betrachten zahlreiche Unternehmen Innovation als eines ihrer Hauptanliegen; Innovation wird auf einem stark umkämpften, ständigem Wandel unterworfenen Markt sogar als lebenswichtig für die Wettbewerbsfähigkeit erachtet. Diese strategische Priorität wird laut einer Studie von PricewaterhouseCoopers von 61 Prozent der Unternehmer weltweit bestätigt; einer von Accenture durchgeführten Umfrage zufolge geben jedoch 66 Prozent der Befragten an, dass sie dazu keine klar definierte Strategie haben.

Das Marktforschungsunternehmen Forrester hat darüber hinaus ermittelt, welche Hemmnisse überwunden werden müssen, um eine echte Innovationspraxis einzuführen: An erster Stelle werden die zeitlichen, personellen und finanziellen Zwänge erwähnt, aber auch das Fehlen geeigneter Verfahrensweisen, mit denen der Erfindungsgeist der Mitarbeiter entfacht werden kann – und zwar auch jenseits der Forschungs- und Entwicklungsabteilung. Die PricewaterhouseCoopers-Studie bringt ans Licht, dass für den Aufbau einer Innovationskultur eine starke Förderung durch das Unternehmen notwendig ist; dazu muss ein Prozess eingerichtet werden, der mehrere wichtige Aspekte aufweist: Für 57 Prozent der Befragten muss das Unternehmen selbst eine Kultur pflegen, die Innovation begünstigt; 44 Prozent halten eine starke und visionäre Führung für die Grundvoraussetzung; für 37 Prozent ist die Bereitschaft entscheidend, Normen neu zu definieren und Risiken zu akzeptieren; 33 Prozent geben an, dass die Fähigkeit zur Konkretisierung der entwickelten eigenen Ideen notwendig ist; 31 Prozent verweisen auf die Fähigkeit, den freien Ausdruck der Kreativität zuzulassen.

Diese Punkte zeigen, dass Mitarbeiter nicht nur dazu ermuntert werden müssen, ihren Ideen Ausdruck zu verleihen. Vielmehr muss dies auch durch eine dynamische Mitwirkung gefördert werden, bei der sich alle Beiträge zu einem Thema gegenseitig befruchten. Vor diesem Hintergrund wird deutlich, welche Rolle ein soziales Unternehmensnetzwerk spielt. Dieses kann jedoch rasch an seine Grenzen stoßen, wenn die Steuerung nicht durch eine professionelle Innovationsmanagement-Software weitergeführt wird. Solche

Lösungen müssen darüber hinaus alle Aspekte des Prozesses umfassen – von der Entstehung der Ideen bis zur Auswahl der Projekte, von der ersten Entwicklungsphase bis zur Realisierung. Mit dieser Art von Prozess ist es möglich, die Mitarbeiter, aber auch Partner und Kunden dazu zu bewegen, sich generell zu engagieren oder für spezielle Themen oder Problemstellungen einzusetzen.

Hinsichtlich des Innovationspotenzials eines Unternehmens muss man einsehen, dass Innovation auf den Ideen aller Mitarbeiter und nicht nur auf denen einiger weniger Führungskräfte beruht. Innovation findet nicht ausschließlich in der Forschungs- und Entwicklungsabteilung statt, sondern hängt vor allem eng mit den Mitarbeitern, Kunden und Partnern zusammen. Niemand hat das Monopol auf gute Ideen. Für langfristige Wettbewerbsfähigkeit muss ein Innovationsprozess mit Hilfe geeigneter Softwarelösungen aufgebaut werden, die den Anforderungen Werten und Überlegungen aller Teilnehmer Rechnung tragen und die eine auf Innovation ausgerichtete Unternehmenskultur mit klaren Zielen unterstützen. Das Management der unterschiedlichen Phasen des Prozesses – von der Ermittlung der besten Ideen bis hin zur Durchführung von Projekten – setzt die Nutzung geeigneter Lösungen voraus.

Nur die Unternehmen, die diesen Kurs einschlagen, können hoffen, sich einen Wettbewerbsvorteil zu verschaffen, indem sie Produkte und Dienstleistungen vermarkten, die innovativer als die der Konkurrenz sind. Laut Managementberatung Bain weisen innovative Unternehmen ein stärkeres Jahreswachstum (13 Prozent) auf als solche, denen entsprechende Initiativen fehlen (5 Prozent). Für die Mitarbeiter kann sich die gemeinschaftlich erzielte Innovation durch mehr Anerkennung im Arbeitsumfeld, mehr Engagement bei den Arbeitsaufgaben und letztendlich mehr Wohlbefinden am Arbeitsplatz bemerkbar machen.

\*Studie PriceWaterhouseCoopers

**Mindjet GmbH**

Annette Großer  
Manager Marketing DACH &  
Eastern Europe  
Siemensstraße 30  
63755 Alzenau, Germany  
Tel: + (49) 6023 / 9645-508  
Fax: + (49) 6023 / 9645-60  
Mail: [annette.grosser@mindjet.de](mailto:annette.grosser@mindjet.de)

**Schmidt Kommunikation GmbH**

Alexandra Schmidt  
Manager Public Relations  
  
Schillerstraße 8  
85521 Ottobrunn b. München  
Tel: +49 (0) 89 / 60 66 92 22  
Fax: +49 (0) 89 / 60 66 92 24  
Mail: [alexandra.schmidt@schmidtkom.de](mailto:alexandra.schmidt@schmidtkom.de)

**Über Mindjet**

Mindjet bietet Software-Lösungen für Innovations- und Projektmanagement, die alle Projektphasen inklusive Informations- und Aufgabenmanagement visuell und dynamisch unterstützen. Von der ersten Idee, über die Bewertung und Skizzierung verschiedener Szenarien, bis hin zum erfolgreichen Projektabschluss dienen die Produktlinien MindManager und SpigitEngage führenden Unternehmen bei ihren Projekten und Innovationsprozessen.

MindManager kombiniert als zentrales Arbeitsinstrument die MindMapping-Methode mit Projekt- und Aufgabenmanagement-Funktionen und erhöht damit die Produktivität von Einzelnutzern und Teams bei der Arbeitsorganisation und Zusammenarbeit. Die häufigsten Einsatzbereiche sind Informations-, Wissens- und Projektmanagement und zwar branchen- und abteilungsübergreifend. Auf der SpigitEngage-Plattform werden Ideen und Vorschläge zu verschiedenen Themen generiert, bewertet und kommentiert, so dass sich die vielversprechendsten Ideen leicht identifizieren lassen. Dabei kann eine große Anzahl an Mitarbeitern, Kunden oder Partnern sinnvoll eingebunden und deren Wissen und Erfahrungen für nachhaltige Innovationen genutzt werden.

Mindjet hat seinen Hauptsitz in San Francisco und verfügt über Niederlassungen in den USA, UK, Frankreich, Deutschland, Schweiz, Schweden, Japan und Australien. Bereits über 83 Prozent der Fortune 100™-Unternehmen setzen Mindjet-Software ein.

Weitere Informationen unter: [www.mindjet.de](http://www.mindjet.de)