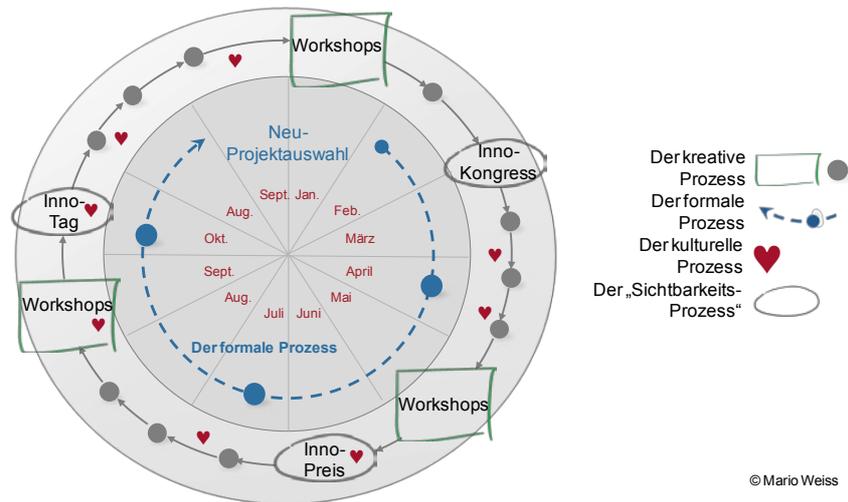


Mario Weiss

Vier Typen von Innovationsprozessen



Der kreative Prozess

Im Kreativweg werden für Menschen mit Innovationsgeist und -kraft bewusst Freiräume geschaffen – ohne messbare Ziele und ohne direkten Erfolgsdruck. Es gibt eigens gestaltete Räume für die Kreativarbeit. Teams werden abteilungsübergreifend und oft auch unternehmensübergreifend zusammengesetzt um das Innovationspotenzial zu erhöhen. Die TeilnehmerInnen erhalten Spielgeld, das sie ohne Rechtfertigung und ohne formale Freigaben verwenden können. Es braucht eine klare Trennung der kreativen Prozesse von den Formalprozessen mit dem traditionellen Projektmanagement.

Der formale Prozess

In den formalen Prozessen, die zeitlich und organisatorisch streng getrennt von den kreativen Prozessen geführt werden, können wieder viele der gewohnten Managementmethoden angewandt werden. Die Ideen und Vorschläge werden systematisiert, erfasst, bewertet und nach so genannten „Stage-Gate-Qualitäten“ selektiert. Im Formalprozess läuft das Projektmanagement, hier werden auch die Finanzierungs- und Förderfragen geklärt.

Der kulturelle Prozess

Wenn Organisationen sich darüber definieren, dass sie kreativ und innovativ sind, muss die Kreativität und die Innovationsbereitschaft tief in der Unternehmenskultur verankert werden. Um dies zu erreichen, ist vor allem die erste Führungsebene gefordert. Es geht um Werte und Verhaltensmuster zu Innovation, die von der ersten Ebene vorgelebt oder zumindest zugelassen und ermöglicht werden müssen.

Der „Sichtbarkeits-Prozess“

Ziel ist, dass sich interessierte MitarbeiterInnen an Innovationen beteiligen können, Zugänge und Anregungen finden und ihre eigenen Ideen sichtbar machen. Der „Sichtbarkeits-Prozess“ ist kein Einbahn-Informationsprozess, sondern zweiseitige Information mit Gesprächen, Diskursen und Dialogen. Beispiele: Innovationsmessen, Kongresse zu Innovationsfeldern oder Innovationspreise.