

BOBKAS BUSINESS – 05/2016

Ohne Neugier keine Innovation

Die Neugier im Unternehmen zu kultivieren, gleicht im Effekt dem Super Plus Treibstoff beim Sportwagen und zündet auch Ihren Innovationsbooster. Durch die Globalisierung und Digitalisierung nimmt der Wettbewerbsdruck im Mittelstand fortwährend spürbar zu. Zurecht ist daher das Thema Innovation in den letzten Jahren ganz weit oben auf die Agenda in Punkto Wettbewerbsdifferenzierung und eigener Positionierung gerückt. Dies verleitet vielerorts allerdings vorschnell dazu, fleißig allerlei Initiativen unter dem Stichwort Innovationsmanagement ins Leben zu rufen. Meist mit überschaubarem Erfolg. Ein Grund dafür ist, dass Innovation meist dadurch ausgebremst wird, dass in Unternehmen der überwiegende Führungsfokus auf die Beherrschung von Prozessen gerichtet wird. Innovation aber benötigt gleichermaßen gezielt Frei- und Gestaltungsspielräume. Dazu müssen Mitarbeiter lernen wollen, sich mit Veränderungen positiv auseinanderzusetzen. Um die hierfür notwendige Motivation freizulegen, braucht es die menschliche Neugierde. Sie ist nachweislich immanenter Bestandteil aller Unternehmenskulturen erfolgreicher Innovationsschmieden im Mittelstand. Für die Realisierung dieser gewissermaßen Neugierkultur in Ihrem Unternehmen braucht es im Grunde nur die konsequente Implementierung dreier simpler Prinzipien: (1) Autonomie: Menschen werden naturgemäß neugieriger und wissbegieriger, wenn sie echte Wahlmöglichkeiten sowie umfassende Informationen und Ermutigung erhalten. Räumen Sie hierzu Ihren Mitarbeitern gezielt Freiheiten ein, schaffen Sie bewusst Unabhängigkeit durch Übertragung von Selbstbestimmung. Dies berührt in starkem Maße die Autonomie, darüber zu entscheiden, wann, wo und wie die Arbeit verrichtet werden kann. Hierbei rücken Angebote zur flexiblen Arbeitszeitgestaltung sowie die Möglichkeit, vom Home-Office aus zu arbeiten, in den Fokus Ihrer Mitarbeiter. Vor dem Hintergrund des Megatrends Individualisierung wird dieser Wunsch weiter an Bedeutung gewinnen. Das Büro als Arbeitsplatz wird dabei zunehmend ein Ort gelebter Unternehmensidentität, des Lernens und des Wissens-Transfers im Team

werden. Es wird künftig mehr einem Campus gleichen müssen, um sich als Innovationsschmiede in Punkto Arbeitgebermarke zu etablieren. (2) Kompetenz: Erlebnisse, die das Kompetenzbewusstsein bei Mitarbeitern verstärken oder in ihnen das Feuer entfachen, ihre Kompetenz zu erweitern, regen nachweislich die Neugier an. Das effektivste Instrument bleibt dabei die aufrichtige Belobigung. Da Kompetenzen in starkem Maße auch durch Bildung und Lernen erworben werden, muss gerade die Kompetenzerweiterung durch Wissensvermittlung optimal und stets individuell abgestimmt werden. Es gilt genau zu erfassen, wo jeder einzelne Mitarbeiter mit seinen Kompetenzen steht, wie diese zu seinen Aufgaben passen und womit echter Mehrwert generiert werden kann für Mitarbeiter und das Unternehmen gleichermaßen. Die Individualisierung des Lernens stellt somit gerade für mittelständische Unternehmen eine gleichermaßen faszinierende Herausforderung und Chance dar. (3) Zugehörigkeitsgefühl: Das individuelle, positive Empfinden, sich mit anderen verbinden zu können, verstärkt ebenso die Neugier. Es stellt das eigene Handeln in einen größeren Gesamtkontext und stiftet einen übergeordneten Sinn. Aus diesem Grund müssen sich Unternehmen künftig sehr viel stärker mit Sinnfragen beschäftigen. Nichts spornt Menschen mehr an, als das Gefühl, gemeinsam etwas Sinnvolles zu tun. Das Gefühl mit dem eigenen Wirken einen sichtbaren Mehrwert zu leisten, erzeugt das sinnstiftende Gefühl von Zugehörigkeit. So wird unmittelbar Anerkennung und Wertschätzung erlebbar. Die positive Motivationswirkung von Zugehörigkeit auf die Neugierkultur, als Hebel für den permanenten Innovationsdrang, wurde im Arbeitsumfeld wissenschaftlich nachgewiesen. Viel Spaß nun bei der Entwicklung Ihrer persönlichen Neugierkultur im Unternehmen!

Auszug aus Netzwerk Südbaden –
www.netzwerk-suedbaden.de



TOBIAS BOBKA
Dipl.-Betriebswirt (DH)

BOBKAS BUCH



“Was Unternehmer und Unternehmen erfolgreich macht – die Kolumnen“.
