

Innovationen: „Weniger Sofortigkeit, mehr Fehlerkultur“

>> GÖTTINGEN. Innovationen sind Erfolgstreiber in Wirtschaft und Gesellschaft. Aber wie kommen Innovationen zustande und wie lassen sie sich erfolgreich durchsetzen? Diesen Fragen widmete



Dr. Markus Reimer warb für mehr Innovationen.

sich ▶ **Dr. Markus Reimer**, promovierter Philosoph, erfolgreicher Unternehmer und Top-Speaker, in seinem Vortrag „Wa(h)re Innovation – warum und wie wir anders denken müssen“ beim ▶ **Marketing-Club Göttingen e.V.** Marketingclub-Präsident **Gerhard Sauer** begrüßte Mitglieder und Gäste und verwies auf die „hochaktuelle Wechselbeziehung zwischen Innovation und Marketing“.

Doch wie innovativ sind Unternehmen wirklich? Wie sieht die Wirklichkeit hinter der Imagebroschüre aus? Reimer erzählt aus seiner Beratungspraxis: „Es wird oft behauptet, dass ein Unternehmen kreativ und innovativ ist; doch umgesetzt werden neue Ideen eher selten.“ Dafür gebe es verschiedene Faktoren. Ein möglicher Innovationskiller sei die „Sofortigkeit“, also der dauerhafte Druck, alle Anfragen sofort zu beantworten, um die Kunden nicht zu verprellen. „So ersticken Sie im Alltagsgeschäft. Nur wer sich Zeit freischaufelt und sich abschottet vom Tagesgeschäft, hat überhaupt Zeit, innovativ zu sein“, erklärte Reimer und erntete dafür viel Zustimmung aus dem Publikum.

Um Innovationen in Unternehmen anzustoßen, brauche es zudem eine entsprechende Fehlerkultur. Sonst würden die Mitarbeiter nichts Neues ausprobieren. Natürlich sei das kein Freibrief, dieselben Fehler immer wieder zu machen. Aber, so der Unternehmer: „Es muss auch mal was daneben gehen dürfen!“ Seine Erkenntnis: „Je erfolgreicher ein Unternehmen ist, desto schwerer löst es sich von alten Vorstellungen und Konzepten. Das haben wir bei Quelle gesehen oder bei Kodak. Oft wird zu lange an Bewährtem festhalten, dadurch werden wichtige Entwicklungen verschlafen.“ Bei Innovationen werde in der Regel an Produktinnovationen gedacht, berichtete Reimer. Doch es gebe beispielsweise auch Geschäftsmodell-Innovationen: „Der Online-Versandhändler Amazon macht eigentlich nichts anderes als damals Quelle. Der Kunde kann Produkte bestellen und erhält diese dann geliefert. Aber Amazon hat den Prozess hin

zum Kunden völlig neu definiert, während Quelle diese Entwicklung verpasst hat.“

Entwicklung und Innovation sei aber auch eine Frage der Zielvorgaben, die die Unternehmensleitung vorgebe, so der Referent, der in vielen Unternehmen auch als Auditor unterwegs ist: „Reine Umsatzziele schaffen keine Innovation. Wenn das mittlere Management vor allem seine Zielvorgaben einhalten muss, wird lieber auf Nummer sicher gegangen. Neue Ideen der Mitarbeiter werden dann abgeschmettert: Keine Zeit! Machen wir nächstes Jahr! Dadurch wird viel Potenzial verschenkt.“

Im Unternehmen müsse eine Innovationskultur herrschen, betonte der Philosoph mit Bundeswehrlaufbahn. Reimers Fazit nach zwei Stunden Vortrag, der beim Publikum auch für viele Lacher sorgte: „Innovation geht nicht ohne die Menschen. Die Mitarbeiter müssen wissen, welchen Beitrag sie im Unternehmen leisten können. Oft heißt es: Mach deine



Rund um Dr. Reimers Vortrag blieb Raum für viel Gespräch.

Arbeit, mehr braucht dich nicht zu kümmern. Aber der große Zusammenhang muss auch für die Mitarbeiter erkennbar sein. Nur so kann Innovation gelingen.“ Passend zum Thema hatte der Marketing-Club auch den Veranstaltungsort gewählt. Zwei Wochen vor der offiziellen Eröffnung boten **Chris Asmuth** und **Jörg Willig**, Geschäftsführende Gesellschafter der ▶ **pro office GmbH Göttingen**, mit ihrem neuen „Coworking“ in der historischen Göttinger Altstadt einen ungewöhnlichen Rahmen. Zwischen Café-Bar, exklusiven Besprechungsräumen, Coworking-Spaces und originaler Skigondel wurden die Impulse zum innovativen Denken und Handeln gleich verstärkt. (VON ANNEMIKE DÜVEL)

Im Marketing-Club Göttingen e.V. sind über 80 Marketingverantwortliche aus Südniedersachsen zusammengeschlossen. Die nächste Veranstaltung für Mitglieder und Gäste findet am Dienstag, 21. März, um 19.30 Uhr, bei „Woggon“, Barfüßerstraße 1, in Göttingen statt. Dr. Wolfgang Merkle wird zum Thema „Der stationäre Einzelhandel im multioptionalen Wettbewerb“ referieren. Weitere Informationen und Anmeldemöglichkeiten stehen im ▶ **Internet** bereit.