

Dr. Carsten Deckert

Anleitung zum Uninnovativsein
Wie Sie konsequent Innovationen vermeiden



Unternehmertag 2012
Aachen, 27. September 2012

Störfaktor Kreativität!



IQudo: Studie Ideenfindung 2010

“93,6% der befragten Personen haben ihre besten Ideen nicht am Arbeitsplatz. Sie sind gestresst, abgelenkt und/oder ihre Kreativität wird von der Unternehmensführung nicht erwünscht oder gar unterdrückt.”

iqudo[®]

iqudo[®]

IQudo: Studie über Querdenker 2011

“Querdenker werden als störend und anstrengend empfunden.”



Die Ideeologen: Erfolgsfaktor Innovationskultur, 2011

“Die wichtigsten Ergebnisse:

- Kreativität nach Vorschrift*
- Wunsch nach Innovation mit Vollkasko-Schutz dominiert*
- Neue Wege gehen - solange sie genauso sind wie die alten”*

 **die Ideeologen**[®]



Cornell University
ILR School

Cornell University: Bias against Creativity, 2011

„People desire but reject creative ideas.“

„If people hold an implicit bias against creativity, then we cannot assume that organizations, institutions or even scientific endeavors will desire and recognize creative ideas even when they explicitly state they want them.“



1. Grundgesetz zum Uninnovativsein: „Blockieren geht über Probieren!“

Innovation wird überschätzt

- **Innovationen sind riskant!**

80 % der Produktneueinführungen scheitern in den ersten drei Monaten:

*„From soft drinks to paper towels to chocolate bars to hair dryers, the list of the fallen products is like a roll call of the dearly departed.“
(Marketing-Guru Martin Lindstrom)*

- **Innovationen sind aufwendig!**

Inventionen und Innovationen sind keine Selbstläufer, sondern harte Arbeit:

*„In den späten 1990ern hatte Gillette eine Zahnbürsten-Einheit (Oral B), eine Haushaltsgeräte-Einheit (Braun) und eine Batterien-Einheit (Duracell), aber hinkte bei der Einführung einer batteriebetriebenen Zahnbürste hinterher.“
(Harvard-Professorin Rosabeth Moss Kanter)*

- **Innovationen sind unerwünscht!**

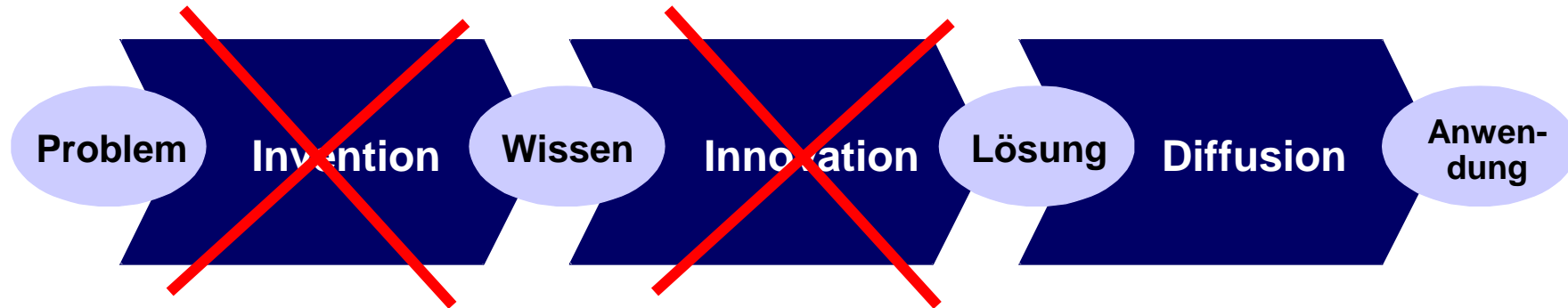
Innovationen treffen auf massive Widerstände – nicht nur von etablierten Produkten, sondern auch von Seiten der Kunden:

*„Viele Firmen geben [...] Milliarden für Forschung und Entwicklung aus – nur um anschließend festzustellen, dass die Konsumenten die Innovationen rigoros ablehnen.“
(Harvard-Professor John T. Gourville)*



2. Grundgesetz zum Uninnovativsein: „Das Gute ist des Besseren Feind.“

Inventions- und Innovationsvermeidung



➔ **Der Innovationsprozess kann durch Inventions- und Innovationsvermeidung gestoppt werden.**

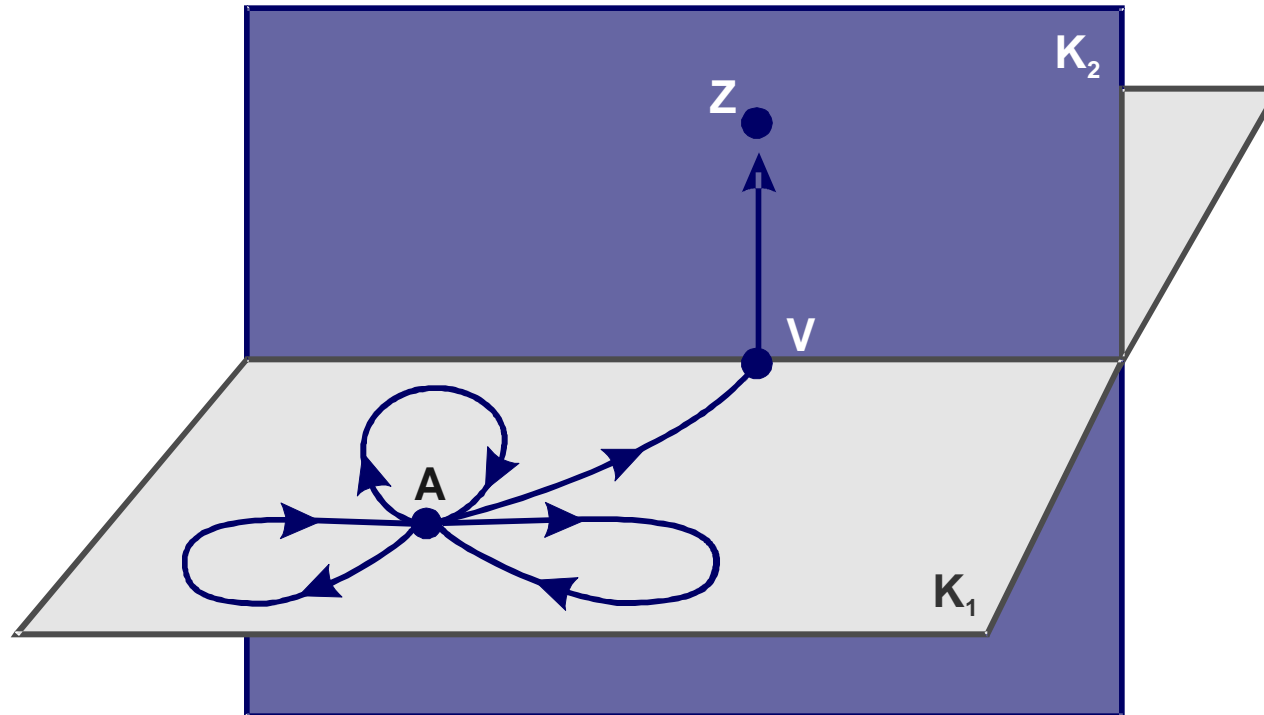
Archimedes



➔ **Invention = Wissen x Kreativität**

Cartoon von Guido Maetzing, www.mmedia-agentur.com

Der Heureka-Effekt



K_1 : Kontext 1 (z.B. "Geometrieberechnung")

K_2 : Kontext 2 (z.B. "Körperpflege")

A : Ausgangspunkt (z.B. Problem "Volumen der Krone")

Z : Ziel (z.B. Lösung "Volumenbestimmung über Wasserverdrängung")

V : Verbindung (z.B. ein gemütliches Bad)

➔ **Kreativität verknüpft vorhandenes Wissen zu Inventionen.**

Quelle: Koestler 1967

Anti-Heureka-Prinzipien



- ➔ 3. Grundgesetz zum Uninnovativsein:
„Der Kopf ist rund, damit das Denken sich im Kreis drehen kann.“

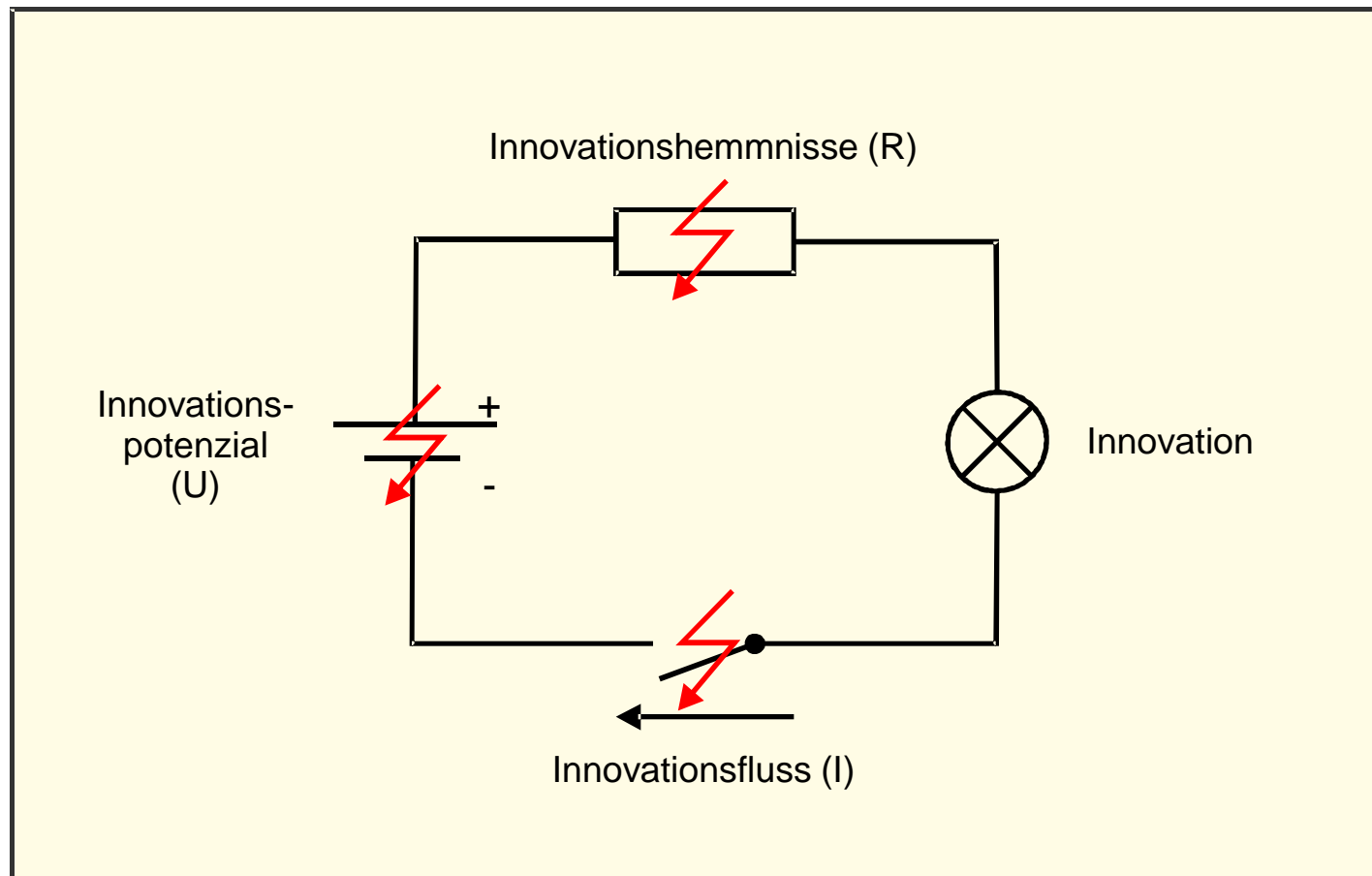
Thomas Alva Edison



➔ **Innovation = Invention x Popularisierung**

Cartoon von Guido Maetzing, www.mmedia-agentur.com

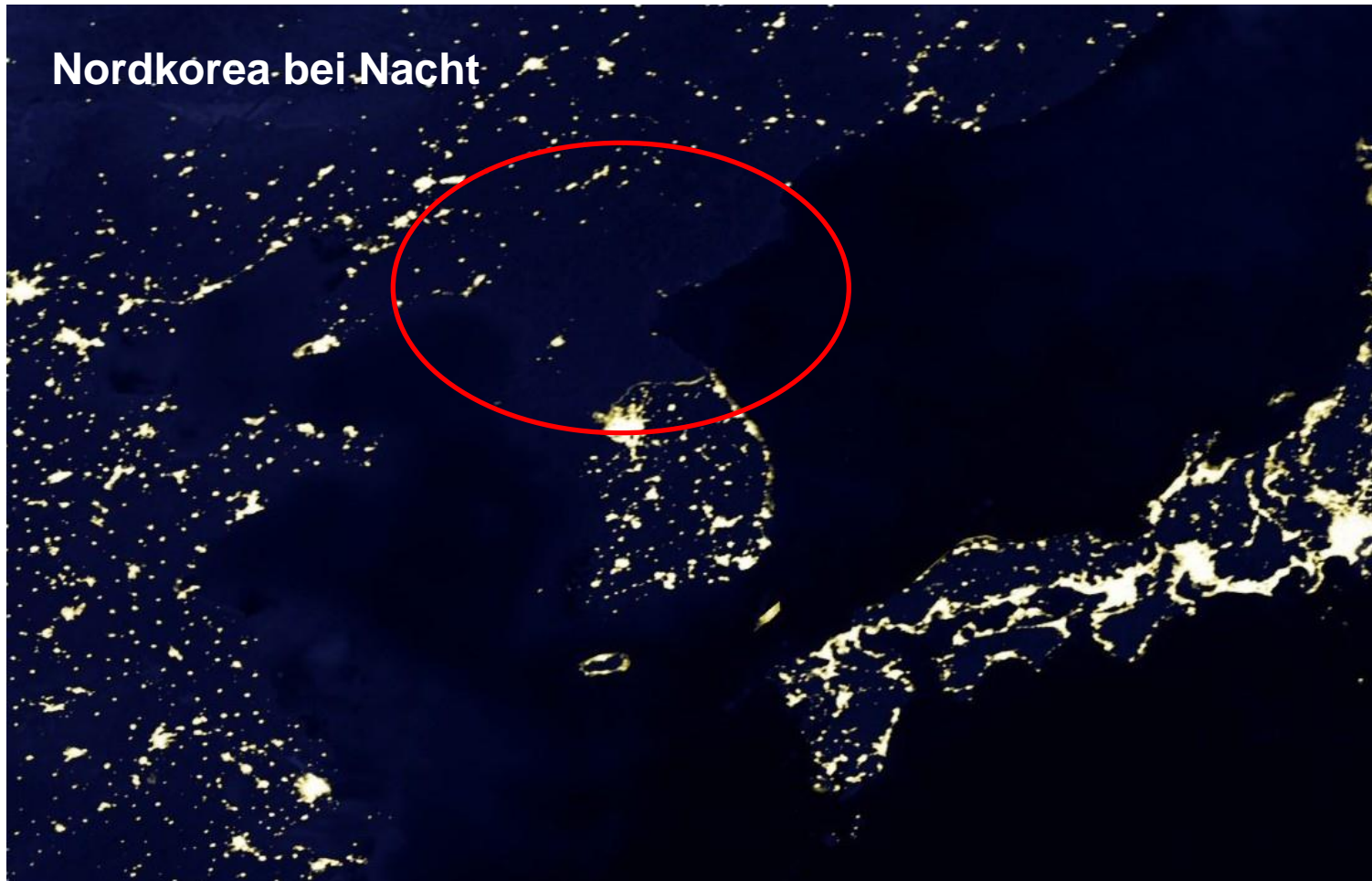
Der Innovationskreis



4. Grundgesetz zum Uninnovativsein:

„Es ist besser, kein Licht anzuzünden und sich an der Dunkelheit zu erfreuen.“

Uninnovativsein in Aktion!



- ➔ **5. Grundgesetz zum Uninnovativsein:**
„Handle stets so, dass die Anzahl der Wahlmöglichkeiten abnimmt.“

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!



Infos unter: www.carstendeckert.de

Cartoon von Guido Maetzing, www.mmedia-agentur.com