

## Kapitel 1: Warum noch ein Ratgeber zur Innovation?

*Du musst, mein lieber Freund, erst einmal Narr werden,  
erst einmal machen, dass die Mienen starr werden,  
dann wird man sich vielleicht bequemem,  
auch was du Ernstes schreibst, zur Hand zu nehmen.<sup>1</sup>*

Als ich eines Morgens meine Zeitung aufschlug, stieß ich auf folgenden Artikel [61]: „Orientierungslos läuft eine alte Dame durch die Flure des Düsseldorfer Pflegeheims. „Ich muss dringend nach Hause. Mein Mann kommt gleich von der Arbeit zurück und ich muss noch kochen.“ Die Pfleger wissen, dass der Mann längst nicht mehr lebt und auch die Wohnung der alten Dame seit Jahren nicht mehr existiert. Dennoch gehen sie auf den Wunsch der Frau ein und schicken sie zur Bus-Haltestelle vor das Seniorenheim. Doch der Bus wird nie kommen. Denn die Haltestelle ist eine Attrappe. [...] Fünf Minuten wird die Dame auf der Bank an der Haltestelle sitzen, dann hat sie vergessen, dass sie eigentlich nach Hause fahren wollte.“ Und sie kann von einem Pfleger wieder abgeholt werden.

Der Artikel beschreibt, wie Pflegeheime demenzkranke Senioren in deren eigener „Realität“ abholen – durch „Phantom-Haltestellen“. Denn mit rationalen Argumenten sind die Senioren nicht davon abzuhalten wegzulaufen. Anscheinend eine innovative Lösung bei der Altenpflege, einem Bereich, der nicht

---

<sup>1</sup> Aus dem Gedicht „Rat aus eigener Erfahrung“ von Christian Morgenstern

unbedingt für besondere Innovationskraft bekannt ist. Aber selbst dort scheinen Innovationen Wunder zu bewirken. Sie verpassen der Altenpflege ein Image, das weit entfernt ist von einer Verwahranstalt mit Heizdeckchen, orthopädischen Strümpfen und Sitztanzgruppen.

Innovationen sind immer mehr auf dem Vormarsch. Eine von mir durchgeführte Suche beim Online-Buchhändler Amazon ergab als Resultat 2.811 deutsche und 12.146 englischsprachige Bücher zum Thema „Innovation“. Unter den deutschen Büchern sind so blumige Titel wie „Der Innovationskreis“, „Magie der Innovation“ oder – unglaublich, aber wahr – „Innovation im Fernsehen am Beispiel von Quizshow-Formaten“. Die englischsprachigen Bücher stehen dem in nichts nach mit Titeln wie „Ten Faces of Innovation“, „Swarm Creativity“ oder – mein Favorit – „Sock Innovation: Knitting Techniques & Patterns for One-Of-A-Kind Socks“.<sup>2</sup>

Veröffentlichungen zum Thema Innovation gibt es also wie Sand am Meer. Daher muss jeder, der diesem Haufen ein weiteres Sandkorn hinzufügt, einen guten Grund haben, dies zu tun. Meistens ist die Begründung jedoch sehr profan: Das Thema Innovation ist sexy. Und man möchte sich in die Gruppe derjenigen einreihen, die hoffen, von dem Abglanz der Innovation etwas mitzubekommen.

---

<sup>2</sup> Suche durchgeführt am 18.06.2009 bei [www.amazon.de](http://www.amazon.de). Die englischen Titel könnte man übersetzen als „Die zehn Gesichter der Innovation“, „Schwarmkreativität“ und „Socken-Innovation: Stricktechniken & -muster für einzigartige Socken“

Warum also jetzt noch ein Ratgeber zum Thema „Innovation“? Die Antwort ist simpel: Alle Ratgeber, die derzeit am Markt verfügbar sind, stoßen in das gleiche Horn. Sie gehen von der Prämisse aus, dass Innovationen notwendigerweise zum Erfolg führen. Sie unterstellen, dass innovative Unternehmen erfolgreiche Unternehmen sind. Daher wollen sie ihren Lesern beibringen, wie sie besonders kreativ und innovativ werden oder ihr Unternehmen innovativ machen. Doch der vorliegende Ratgeber ist anders. Er versteht sich als ein Beitrag gegen den grassierenden Innovations-Hype und zeigt ihnen auch einmal die Schattenseiten der Innovation. Das Ziel des vorliegenden Buches ist es daher, Sie in die Kunst des Uninnovativseins einzuweisen und ihnen Methoden zur Innovationsvermeidung beizubringen.

Bisher wurde dieses Thema in der Forschung und der Managementliteratur sträflich vernachlässigt. Lediglich die Harvard Business Review zeigt erste Ansätze in die richtige Richtung mit Titeln wie „Innovation – The Classic Traps“ [30], „How to Kill Creativity“ [2] und „Why Bad Projects Are So Hard to Kill“ [50] – interessanterweise alle von Frauen verfasst<sup>3</sup>. Doch diese Ansätze sind, wie die Titel bereits andeuten, lediglich Stückwerk und greifen daher zu kurz. Was fehlt, ist ein umfassender An-

---

<sup>3</sup> Die Titel bedeuten übersetzt „Innovation – Die klassischen Fallen“, „Wie man Kreativität tötet“ und „Warum schlechte Projekte so schwer zu töten sind“.

satz zum Uninnovativsein. Dieser wird Ihnen in diesem Ratgeber geboten.

Im folgenden Kapitel gehen wir dazu zunächst auf das Phänomen Innovation und seine Spielarten, die unterschiedlichen Innovationsformen, sowie die natürlichen Innovationswiderstände ein. Nach diesen Grundlagen zum Thema Innovation kommt der methodische Teil des Ratgebers, der in zwei Kapitel unterteilt ist. In Kapitel 3 werden wir uns mit Kreativität und der Vermeidung von Inventionen beschäftigen. In Kapitel 4 werden Methoden zur Innovationsvermeidung vorgestellt. Alle Methoden in diesen Kapiteln sind äußerst effektiv, leicht anzuwenden und praxiserprobt: Aus der Praxis für die Praxis. Trotzdem sind alle diese Methoden wissenschaftlich fundiert und belegt, was in den beiden Kapiteln ausführlich dargelegt wird. Das letzte Kapitel zieht schließlich ein Fazit, wie man generell sein Gehirn am Werkstor abgibt, und wagt einen Ausblick für die nachfolgenden Generationen: Uninnovativsein – Quo vadis!?!

Der Ratgeber richtet sich damit in erster Linie an Manager und Führungskräfte, die sich dem Uninnovativsein verschrieben haben und dieses nun in ihrem Unternehmen konsequent umsetzen wollen. Die vorgestellten Methoden und Maßnahmen eignen sich vorzüglich für den Umgang mit vor Kreativität sprühenden Mitarbeitern, denen das Innovativsein ausgetrieben werden muss. Aber auch für den einfachen Angestellten finden sich in diesem Büchlein genügend Anregungen und Tipps für den Umgang mit Kollegen, die ihn mit ihrer Kreativität anste-

cken wollen, und für den Umgang mit Führungskräften, die permanent und penetrant Innovationen von ihm einfordern.

## **Das erste Grundgesetz zum Uninnovativsein**

Zusätzlich zu den beschriebenen Inhalten dieses Ratgebers wird Ihnen in jedem Kapitel dieses Buches ein Grundgesetz zum Uninnovativsein an die Hand gegeben – insgesamt fünf an der Zahl. Diese Grundgesetze fassen in prägnanter Form die Essenz des jeweiligen Kapitels zusammen und bringen sie so auf eine einprägsame Formel. Sie mögen Ihnen als Erinnerungstützen und Eselsbrücken dienen.

Wer etwas unternimmt, macht unweigerlich Fehler. Wer nichts unternimmt, kann auch keine Fehler machen. Das ist eine einfache Beamtenweisheit, die in unserer operativ hektischen Zeit leider allzu oft in Vergessenheit geraten ist. Im Management gilt dagegen nach wie vor das Primat des Handelns: „Wer nichts macht, kann auch nichts erreichen.“ Oder auch etwas wissenschaftsfeindlicher: „Probieren geht über Studieren.“ Ich möchte Ihnen allerdings in diesem Ratgeber zeigen, dass das Uninnovativsein auch seine Vorzüge hat. Und dieses Nicht-Innovativsein erreicht man in der heutigen Zeit nur durch Innovationsvermeidung. Das erste Grundgesetz zum Uninnovativsein ist daher das „Anti-Primat des Handelns“ und lautet:

*Blockieren geht über Probieren.*