
Geleitwort

„Wenn du die Absicht hast, dich zu erneuern, tu es jeden Tag!“ Diese Weisheit des chinesischen Philosophen Konfuzius ist heute so aktuell wie zu seinen Lebzeiten vor 2500 Jahren. Und nur wer sich ständig neu erfindet, der kommt auch dem Geheimnis des Neuen auf die Spur.

Dabei stellt der Begriff „neu“ zunächst keinen Wert per se dar, sondern bedeutet lediglich, dass sich etwas verändert hat. Es bedeutet, dass wir uns von Bewährtem und Bekanntem verabschieden müssen oder aber auch dürfen. Den Wert des Neuen kann man im Vorfeld häufig nur schwer beurteilen.

Beurteilen lässt sich jedoch aus meiner Sicht, ob ein Unternehmen einen fruchtbaren Nährboden für Innovationen geschaffen hat. Dem entgegen steht häufig die herrschende Unternehmenskultur: Klare Hierarchien mit abgegrenzten Aufgaben erleichtern zwar die tägliche Arbeit, es fehlt aber die Freiheit, Dinge zu hinterfragen, unkonventionell zu denken und andere Wege auszuprobieren. Ich bin überzeugt, dass Unternehmen dann innovativ sind, wenn sie Freiräume schaffen und so nicht nur zielorientierte, sondern auch originelle und ergebnisoffene Diskussionen zulassen. Neues braucht Vielfalt im Denken und Zeit, sich zu entwickeln und Gestalt anzunehmen. Und es braucht Kreativität. Erst dann kann es zur Innovation heranwachsen.

Wie bei IBM gerade die jüngste Innovation heranwächst, sehen wir am Beispiel von Watson. Diese neue Computertechnologie hat vor acht Jahren das Licht der Welt erblickt. Die Ursprungsidee: ein intelligentes System, das gesprochene Sprache versteht und auch verständlich in dieser antwortet. Das Watson-Team hatte die Zeit und den Freiraum, aus etwas Neuem eine echte Innovation zu schaffen. Ihr Können zeigte Watson erstmals in der TV-Quizshow Jeopardy, wo sie gegen die Meister dieses Spiels antrat und gewann. Inzwischen ist Watson zu einer Innovation herangewachsen, die eine neue Ära des Cognitive Computings eingeläutet hat und das Verhältnis zwischen Mensch und Maschine neu definiert. So kann Watson heute in wenigen Sekunden die Symptome von einer Million Krebspatienten vergleichen oder auch 10 Mio. Finanzberichte und 100 Mio. Produkthandbücher lesen.

Dabei war der Auftritt von Watson nicht risikolos – und auch das macht eben eine Innovationskultur aus: Versuch und Irrtum zulassen, der Mut, Risiken einzugehen und Scheitern als Chance zu verstehen. Eine Kultur des Absicherns ist dabei hinderlich, viel-

mehr gilt es, Neues schneller auszuprobieren und auch mal zu scheitern. Doch damit tut sich die deutsche Kultur noch schwer – unter den 30 erfolgreichsten Startup-Unternehmen der Welt befinden sich gerade mal zwei deutsche Gründungen.

Entscheidend sind auch die Menschen, die Mut, Ideen und Leidenschaft für ihr Thema haben. Eine originäre Idee, eine neue Erkenntnis ist meist eine Einzelleistung, aber eine erfolgreiche Innovation entsteht in der Regel durch Teamarbeit. Die Voraussetzung dafür ist, dass die Zusammensetzung des Teams passt, unterschiedliche Charaktere, Hintergründe und Kompetenzen vereint sind und sich diese immer wieder verändern.

Damit diese neue Form des miteinander Arbeitens denken probieren funktioniert, nehmen auch Führungskräfte eine neue Rolle ein. Sie sind nicht mehr diejenigen, die den bekannten Weg weisen, sondern diejenigen, die ihre Teams orchestrieren, coachen, anspornen und sich als Teammitglied verstehen.

Daher wünsche ich allen Leserinnen und Lesern den Mut, sich an Neues zu wagen und auch Risiken einzugehen, um Innovationen zu schaffen. Und Unternehmen ermuntere ich, ihren Mitarbeitern Freiräume zu schaffen und mit ihnen gemeinsam eine Innovationskultur zu initiieren, die diesen Namen verdient. Dann lässt sich das Geheimnis des Neuen lüften!

Ihre

Vorsitzende der Geschäftsführung IBM Deutschland
GmbH, General Manager DACH IMT

Martina Koederitz

Das Geheimnis des Neuen: Wie Innovationen entstehen

Ein Plädoyer für mehr Abenteuer im Unternehmen

Schutkin, A.

2015, XV, 129 S. 15 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-07639-9