

Zähigkeit und Tatendrang

Wie man neue Ideen in Unternehmen verankert



FOTO: DIRLEWANGER IDEE

Arno Dirlewanger

Neue Ideen in Unternehmen haben es schwer. Das hat Arno Dirlewanger häufig in Unternehmen erfahren. Der Frankfurter Experte für Ideen und Innovation hat es sich zur Aufgabe gemacht, Hindernisse zu überwinden und den Geist des Neuen in die Organisationen hinein zu tragen. Mit Dirlewanger sprach Axel Gloger.

DIE WELT: Was zeichnet einen ideenreichen Mitarbeiter aus?

Arno Dirlewanger: Neugier, Vorstellungsvermögen, ein gesundes Maß an Phantasie. Wer innovativ ist, nimmt auch ungewöhnliche Ideen ernst. Seine Haltung entspricht nicht dem verbreiteten „Das geht nicht“, sondern er sagt sich viel eher „Das könnte ich mir vorstellen“. Hier spielt Leidenschaft für Veränderung eine Rolle. Das Neue in Unternehmen will nicht nur verwaltet werden, es braucht die innovativen Ty-

pen –die zeichnen sich dadurch aus, dass sie sich für eine Sache mit Herzblut einsetzen und bereit sind, dafür Risiken einzugehen.

DIE WELT: Auf jede gute Idee kommen zehn Neinsager. Wie geht man damit um?

Dirlewanger: Wer Ideen bis zur Umsetzung treiben will, braucht Durchhaltevermögen. Wir kennen das alle: Wer in der Mittagspause unter Kollegen einen guten Vorschlag macht, wird erst mal abgewunken. „Ach, das hatten wir doch schon, das wird nie gehen“, heißt es dann. Was vom Gewohnten abweicht, löst erst mal den Immunmechanismus der Organisation aus. Das muss aushalten, wer seine Idee leben sehen will. Es braucht dafür Zähigkeit und Tatendrang. Man sollte in der Lage sein, nach einer Niederlage einen neuen Angang und dabei vielleicht einen anderen Weg auszuwählen.

DIE WELT: Wie könnte ein Ideen-Projekt beginnen?

Dirlewanger: Ein Beispiel. Ein Finanzdienstleister öffnet sich dem Thema. Es gibt einen Innovations-Workshop. Eine Gruppe freiwilliger Teilnehmer klinkt sich für drei Tage aus dem Alltag aus.

Der Workshop findet auf dem Rigi statt, einem Alpengipfel in 1797 Metern Höhe. Hier gewinnen die Teilnehmer den Weitblick ganz von allein. Diese Veranstaltung brachte für das Unternehmen gute Ergebnisse.

25.9.2004