

## Mehrheit deutscher Unternehmen ist innovationsfeindlich

Wenn es darum geht, Innovation voranzutreiben, treten deutsche Unternehmen auf die Bremse. 70 Prozent aller Unternehmen kündigen Innovation zwar in ihren Hochglanzbroschüren an – konsequent umsetzen tun sie es aber nicht: Ideen werden totdiskutiert anstatt gefördert. Kreatives Denken ist unerwünscht, die Einhaltung von Regeln wird belohnt. Und statt Visionen mutig voranzutreiben, dominiert das Vollkasko-Denken: Fehler vermeiden um jeden Preis. „Die Ergebnisse sind äußerst ernüchternd“, sagt Jens-Uwe Meyer, Leiter der Studie „Erfolgsfaktor Innovati-

onskultur – das Innovationsmanagement der Zukunft“, für die knapp 200 Ideen- und Innovationsmanager, Verantwortliche aus den Bereichen Business Development und Produktentwicklung sowie zahlreiche Vorstände und Geschäftsführer deutscher Unternehmen befragt wurden. „In ihrer Eigendarstellung sind heute fast alle Unternehmen Innovationstreiber, sie betonen, dass sie Neues offensiv angehen und Herkömmliches infrage stellen wollen. Doch in der Realität bremsen sich die Mehrheit der Unternehmen selbst aus.“ So lähmen sich mehr als 80 Prozent aller Unter-

nehmen selbst durch lange Entscheidungswege. Jeder dritte Befragte attestiert sogar, dass sich Entscheidungen über neue Ideen „ewig in die Länge“ ziehen würden. Nur jedes fünfte Unternehmen fördert aktiv Experimente, nur in jedem dritten Unternehmen ist kreatives Denken hoch angesehen und sogar nur jedes vierte würde einen Querdenker einstellen – die anderen bevorzugen konforme Mitarbeiter. Dazu passt, dass nur jedes vierte Unternehmen überhaupt das Ziel hat, neue Produkte zu entwickeln und diese als Pionier im Markt zu positionieren.

