

# Neues Buch zeigt Wege zur Innovationskultur: „Kreativ trotz Krawatte“

**Manager müssen Ideen-Katalysatoren werden und eine Innovationskultur in ihren Unternehmen aufbauen. Wie dies geht, erläutert Innovationsberater Jens-Uwe Meyer in seinem Buch.**

„Kreativ trotz Krawatte – Vom Manager zum Katalysator: Wie Sie eine Innovationskultur aufbauen.“ So lautet der Titel eines neuen Buchs, das im Verlag BusinessVillage erschienen ist. In dem 240 Seiten starken Buch zeigt Jens-Uwe Meyer, einer der führenden Experten für Innovation, was die weltweit innovativsten Unternehmen anders machen und wie Firmen zu Ideenfabriken werden. „Es ist Zeit, mit den klassischen Innovationsansätzen radikal aufzuräumen“, sagt Meyer. „Viele Führungskräfte haben die Vorstellung, dass sich Kreativität durch die üblichen Managementmethoden steuern lasse. Die Folge ist dann, dass sie Ideen verwalten statt erzeugen.“

Meyer zeigt in seinem Buch, wie Unternehmen eine Innovationskultur aufbauen können, die Kreativität fördert statt sie zu ersticken. „Die meisten Unternehmen sind falsch ausgerichtet“, betont er. „Die Strukturen sind geschaffen worden, um das tägliche Geschäft zu managen – nicht um Ideen zu generieren.“

In seinem Buch räumt Meyer mit zahlreichen Vorurteilen auf. So zum Beispiel mit der felsenfesten Überzeugung vieler Menschen, nur solche Berufsgruppen wie Künstler, Architekten und Grafiker seien kreativ und innovativ. Meyer hierzu: „Auch viele Manager, die von morgens bis abends Anzug und Krawatte tragen, sind kreativ – oder sie sollten es zumindest sein. Denn sonst können sie ihr Unternehmen nicht in Richtung Zukunft führen.“ Ein weiteres Vorurteil, das Meyer widerlegt, der an Handelshochschule Leipzig einen Lehrauftrag für „Corporate Creativity“ hat, ist: Nur Einzelpersonen – und eventuell kleine Teams – sind kreativ. Meyers Credo: Auch (Groß-)Unternehmen können kreativ und innovativ sein, sofern die erforderlichen Rahmenbedingungen existieren. „Sie müssen dies heute zumeist sogar sein. Sonst überleben sie im globalen Wettbewerb nicht.“

Das Buch „Kreativ ohne Krawatte“ besteht aus acht Kapiteln. Im ersten Kapitel erläutert Meyer, was innovative Unternehmen anders als ihre Mitbewerber machen. Dabei stellt er unter anderem die Ergebnisse einer Studie vor, die sein Beratungsunternehmen über die 26 innovativsten Konzerne weltweit erstellt hat – darunter nicht nur solche Konzerne wie Apple, Amazon und Intel, die weithin als innovativ gelten, sondern auch Toyota, Banco Santander und General Electric. Sehr plastisch und detailliert beschreibt Meyer, welche Faktoren die Organisationsstruktur und Führungskultur dieser Unternehmen auszeichnen und wie diese eine Innovationskultur in ihrer Organisation fördern.

In den beiden nächsten Kapiteln befasst sich Meyer unter anderem mit den Fragen: Was sind „echte“ Innovationen und wie entstehen sie? Des Weiteren: Welche „Scheren“ in unserem Kopf hindern uns oft daran, wirklich Neues zu denken und zu (er-)finden? In diesem Kontext räumt er mit fünf Irrtümern auf, die hinsichtlich des Kreativ-seins bestehen. So zum Beispiel mit der Mär, Kreativitätstechniken wie das Brainstorming würden das kreative Denken beflügeln, weil sie der Ideensuche keine Grenzen setzen. Meyers Votum: Alles Quatsch! So wird nur ein Haufen nutzloser Ideen generiert, die weder tragfähig noch umsetzbar sind. Sein Credo: Damit die Suche nach zukunftsweisenden und -fähigen Ideen erfolgreich ist, muss das Denken in die richtige Richtung gelenkt werden. Und hierfür bedarf es klarer Zielvorgaben sowie eines passenden Rahmens. Keinesfalls sei deshalb auch die Vermutung richtig, Kreativität und Strategie widersprächen sich. Das Gegenteil sei der Fall. Denn echte Innovationen seien das Ergebnis einer systematischen Ideen- und Lösungssuche. Wie Unternehmen, deren Maxime „mehr Innovation“ lautet,

vorgehen sollten, wenn sie eine Innovationskultur in ihrer Organisation entwickeln möchten, erläutert Meyer anhand zahlreicher Praxisbeispiele. Er beschreibt aber auch, in welche Fallen Unternehmen hierbei oft tappen und wie sie dies vermeiden können.

In zwei weiteren Kapiteln erläutert der Innovationsberater, wie Führungskräfte sich zu Ideen-Katalysatoren entwickeln und das kreative Denken und Handeln ihrer Mitarbeiter beflügeln können. Dabei lautet eine seiner zentralen Thesen: „Harmonie ist der Tod jeder Innovation.“ Deshalb sollten die Mitarbeiter immer wieder in eine kreative Unruhe versetzt werden.

Das Buch „Kreativ trotz Krawatte – Vom Manager zum Katalysator: Wie Sie eine Innovationskultur aufbauen“ von Jens-Uwe Meyer kostet 24,80 Euro (Verlag BusinessVillage, Göttingen; ISBN-10: 3869800739).

---

**Unternehmensinformation / Kurzprofil:**

Jens-Uwe Meyer ist Geschäftsführer der Ideeologen – Gesellschaft für neue Ideen mbH, Baden-Baden, Deutschlands erster Beratungsfirma für unternehmerische Kreativität. Der Autor u.a. der Bücher „Das Edison-Prinzip: Der genial einfache Weg zu erfolgreichen Ideen“ sowie „Kreativ trotz Krawatte – Vom Manager zum Katalysator: Wie Sie eine Innovationskultur aufbauen“ hat an Handelshochschule Leipzig den ersten Lehrauftrag in Deutschland für „Corporate Creativity“.

---

**Leseranfragen:**

Die Ideeologen - Gesellschaft für neue Ideen mbH  
Schwarzwaldstraße 139  
76532 Baden-Baden  
Tel.: 0700-4333-6783  
E-Mail: meyer@ideeologen.de  
Homepage: <http://www.ideeologen.de>

---

**Weitere Infos zur Pressemeldung:**

<http://www.ideeologen.de>

---

**Diese Seite kommt von**

<http://www.firmenpresse.de>

**Die URL für diese Seite ist:**

<http://www.firmenpresse.de/pressinfo252563.html>