

Innovation ist ein Schlagwort auf dem Weiterbildungsmarkt, Kreativität die Voraussetzung dafür. Beides kann man laut Experten lernen – sofern man im breiten Angebot von Studiengängen und Seminaren den Überblick behält. Die Autorin beleuchtet in ihrem Beitrag drei unterschiedliche Weiterbildungsangebote, die sich alle um Innovation drehen. Ihnen gemeinsam ist, dass der Begriff Kreativität eine wesentliche Rolle spielt und zusammen mit dem Durchbrechen tradierter Denkmuster die Basis für Innovation bildet.

Wie und wo Innovation gelehrt wird – drei Beispiele aus dem Weiterbildungsangebot

TEXT
Vanessa Simili

Germanistin, arbeitet als freie Journalistin mit Schwerpunkt auf soziopolitischen und kulturellen Themen. Kontakt: mail@vanessasimili.ch

Die Universität St. Gallen zeigt sich innovativ in ihrem Weiterbildungsangebot. Sie hat in Zusammenarbeit mit Wladimir Klitschko im Februar den CAS-Studiengang in Change and Innovation Management lanciert. Die Forschungsstelle für Customer Insight hat gemeinsam mit dem langjährigen Schwergewicht-Weltmeister und seiner Klitschko Management Group KMG ein Angebot geschaffen, das Führungskräften «neue Impulse mit Parallelen aus der Welt des Hochleistungssports» geben soll, so Wolfgang Jenewein, Ordinarius für Betriebswirtschaftslehre und akademischer Leiter des Programms. Dies in 17 Präsenztagen während fünf Monaten. Ihre Studierenden profitieren über die Inhalte hinaus auch vom Netzwerk und dem Renommée der Hochschule, was sich auch im Preis widerspiegelt.

Die Nachricht von Klitschko als HSG-Dozent ging durch die Medien. Es handle sich nicht um einen PR-Gag, nahm Jenewein laut «Tages-Anzeiger» vorweg. Inzwischen hat Klitschko am ersten Studientag vor 20 Studierenden seine – vielleicht einzige – Vorlesung «Meet the Challenge» gehalten.

Die Uni St. Gallen ist eine von vielen Anbieterinnen: Wer sich im Bereich von Innovation weiterbilden will, hat eine grosse Auswahl an Studiengängen, Workshops und Kursen zur Verfügung. Von der ETH

Zürich über die Fachhochschule Nordwestschweiz, die Universität Neuenburg, die Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften bis zur Hochschule Luzern; sie alle – und einige mehr – bieten CAS-, MAS- oder EMBA-Studiengänge im Bereich von Innovation an. Die Blickwinkel sind unterschiedlich und die Inhalte der Studiengänge variieren, doch sie haben denselben Fokus: die Umsetzung einer Neuerung.

«Wir kranken am meisten an alten Denkmustern» Voraussetzung für jede Innovation, da sind sich die Fachleute einig, ist Kreativität. Diese kann man lernen. Zum Beispiel in einem Kreativitätsseminar, wie es Lucia Stocker, Firmeninhaberin von **different angles**, anbietet. Sie unterstützt Unternehmen im Bereich Kreativität und Innovation. Ihr Ziel ist, Querdenken – wie es Edward de Bono mit «lateralem Denken» definiert hat – zu lehren. «Wie oft hören wir, dass etwas einfach nicht gehe», sagt sie und fährt fort: «Es geht immer. Die Frage ist nur, wie.» Der wichtigste Schritt dazu sei die Trennung von Ratio und Kreativität. «Die Ratio muss ausgeschaltet sein, um kreativ sein zu können. Hinter den Kulissen einer schrägen Idee kann durchaus etwas Realisierbares stehen.» Ihre Devise: Sich bei der Ideensuche nicht mit kleinen Häppchen zufrieden geben. «Grosse Brocken sind gefragt», so Stocker. «Es ist

viel leichter, eine verrückte Idee salonfähig zu machen als eine langweilige Idee aufzupeppen.» Wie reagieren die Teilnehmenden ihrer Seminare darauf? «Sie lassen sich abholen. Die Nachvollziehbarkeit ist der erste Schritt, um jemanden zu überzeugen.» Das erreiche sie mit Beispielen, etwa jenem des Mobiltelefons. Wer hätte in den 60er-Jahren gedacht, dass man nur wenige Jahrzehnte später «ein Telefon zum Mitnehmen» habe und damit immer und überall telefonieren kann?

Die schwierigste Lektion für die Teilnehmenden sei, Ideen nicht sofort zu bewerten und zu verwerfen. «Bei der Ideensuche gibt es kein Richtig oder Falsch wie in der Schule, wo die Kreativität der Kinder kaum Platz hat und verkümmert.» So müssen wir als Erwachsene in Kreativitätsworkshops wieder den offenen Blick, das schrankenlose Denken üben. «Wir kranken am meisten an alten Denkmustern», sagt Stocker.

«Innovation ist nicht etwas, was nur in den Innovationsabteilungen gemacht wird, sondern was zusehends im täglichen Geschäft Eingang finden muss.»

Voraussetzungen für Innovation lernen

Das Vermitteln von Wissen für die Innovationsentwicklung hingegen ist Business der Hochschulen und Fachhochschulen. Innovations- und Veränderungsfähigkeit werden als entscheidende Erfolgsfaktoren in der globalisierten Welt gesehen. Nur wer sich konstant, vorausschauend und schnell den veränderten Anforderungen anpasst, ist überlebensfähig. Mit dem CAS Innovations- und Changemanager richtet sich etwa die Berner Fachhochschule explizit an berufserfahrene, neugierige und mutige Personen aus allen Branchen mit Verantwortung für Change- oder Innovationsprojekte. Eines der Ziele ist das Erkennen von Innovationsmöglichkeiten, ein anderes das Schaffen einer innovationsfreundlichen Umgebung. Kreativitätsmethoden stehen auch hier auf dem Programm. «Kreativität spielt im ganzen Innovationsprozess immer wieder eine Rolle», sagt Studienleiter Andreas Ninck. «Oft sind wir zu schnell mit einem Urteil», so Ninck, was hinderlich ist für Kreativität. Die Studierenden würden deshalb

ermutigt, das Udenkbare zu denken. «Wer kreativ sein will, muss möglichst viele Ideen generieren, ohne zu werten.» Neben der theoretischen Auseinandersetzung werde Kreativität in einem Praxisprojekt auch unmittelbar angewandt. «Das erste, was ich aufzeige, ist die Notwendigkeit, die Vorstellung von richtig und falsch zu durchbrechen. Aufbrechen von bisherigen Denkmodellen, Hinterfragen von Bekanntem, Neues wagen, das ist im Business-Alltag wesentlich», erklärt Andreas Ninck und fährt fort: «Innovation ist nicht etwas, was nur in den Innovationsabteilungen gemacht wird, sondern was zusehends im täglichen Geschäft Eingang finden muss.» Von Innovation spricht er dann, wenn eine neue Entwicklung den Anspruch erfüllt, dass sie nützlich ist, machbar und lebensfähig. Dabei müsse eine Innovation nicht zwingend marktrelevant sein. Innovative Lösungen müssten aber per Definition einen Nutzen und einen wirtschaftlichen bzw. sozialen Erfolg generieren. «Innovation ist eng verknüpft mit Design, mit der Gestaltung von Lösungen im weitesten Sinn», sagt Ninck. An der Fachhochschule Bern dauert der CAS 21 Tage über eine Zeitspanne von sechs Monaten.

Fasst man die Erkenntnisse der befragten Experten zusammen, so lässt sich daraus schliessen: Eine Weiterbildung im Bereich von Innovation ist dann erfolgversprechend, wenn der Kreativität ein gewichtiger Platz eingeräumt wird.

RÉSUMÉ

Où et comment l'innovation est enseignée – trois exemples parmi les offres de formation continue

L'innovation est un slogan sur le marché de la formation continue, et la créativité en est la condition. Selon les experts, toutes deux s'acquiescent – à condition de ne pas se perdre dans l'offre considérable de cursus et de séminaires. L'auteur de cet article décrit trois offres différentes de formation continue qui ont toutes trait à l'innovation. Et toutes les trois attribuent un rôle essentiel à la notion de créativité pour jeter les bases de l'innovation, tout en rompant avec des modèles traditionnels de pensée.