

N°11
ABSTRAKT
TASCHENLABOR FÜR ZUKUNFTSFRAGEN

DER SCHEIN DES NEUEN

THESEN ZUM MYTHOS INNOVATION



W.I.R.E.
WEB FOR INTERDISCIPLINARY RESEARCH & EXPERTISE

Wirtschaft | Gesellschaft | Life Science
Think Tank der Bank J. Safra Sarasin AG
und des Collegium Helveticum von ETH und Universität Zürich

ADAM HANCHER

DIE ÖKOLOGIE DER INNOVATION

Innovation bedeutet mehr, als nur eine Idee in den Markt zu tragen. Innovation ist ein Kreislauf. Vom durch Nachfrage oder Eingebung bestimmten Impuls, Bestehendes zu verändern, zu ersetzen oder zu ergänzen, führen verschiedene KREATIVITÄTSFORMEN hinein in die Welt der Erfindungen und Entdeckungen. Wie man diese wiederum in die Anwendung in Markt und Gesellschaft hineinträgt, dafür gibt es zahlreiche UMSETZUNGSSTRATEGIEN.

GIEN. Innovation entsteht einsam in Garagen oder Elfenbeintürmen, partizipativ oder von oben herab bestimmt, als Eigenanfertigung oder Zukauf, theoretisch oder praktisch. In der Phase der VERBREITUNG erweisen sich manche Innovationen als schrittweise Weiterentwicklungen. Andere gleichen einem Durchbruch, und schaffen, wie der Heimcomputer, ganz neue Märkte. Aber Innovation passiert nicht nur im Markt. Erneuerung entsteht

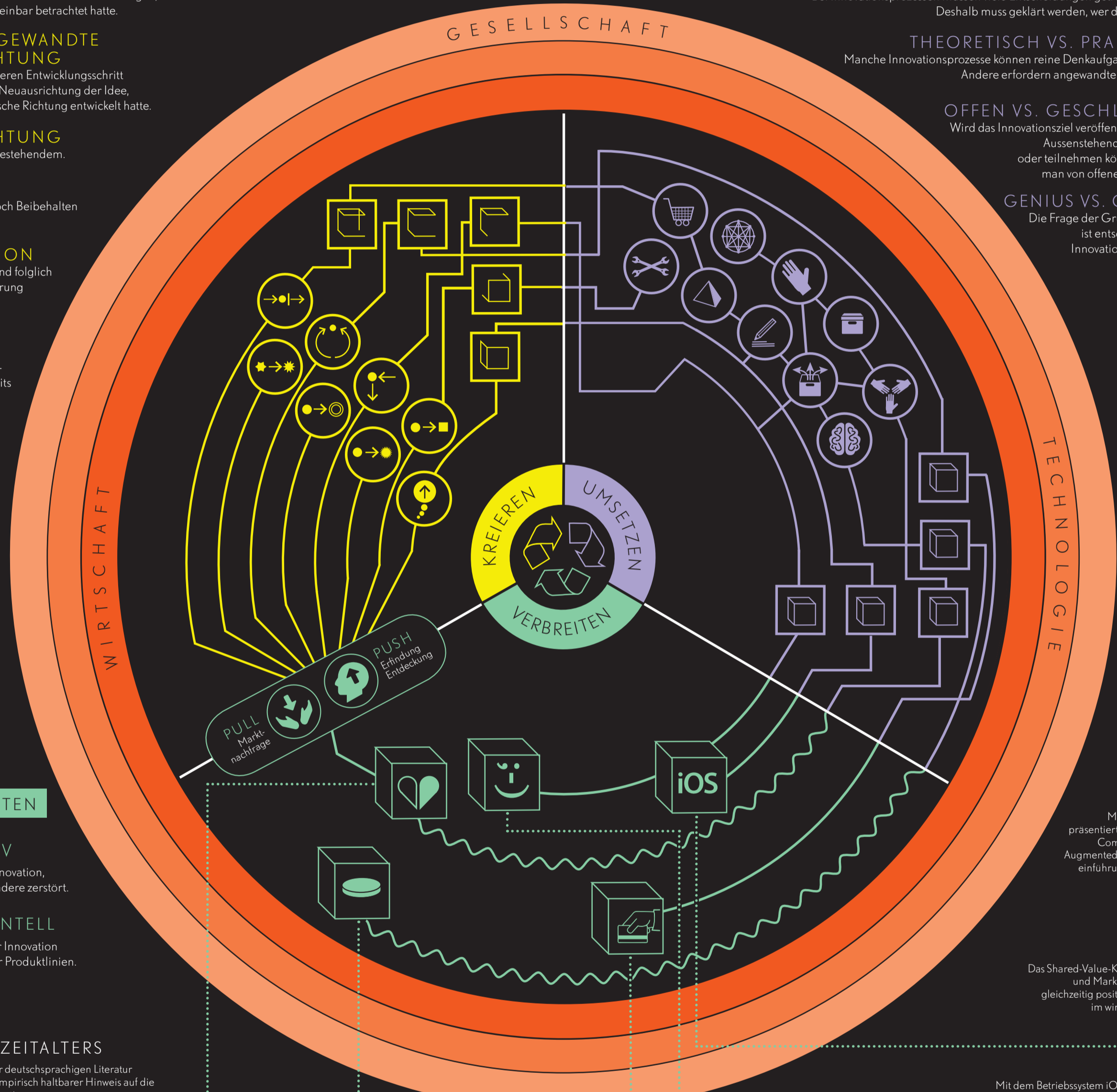
stets in einem gesellschaftlichen Rahmen, der auch Wirtschaft und Technologie umfasst. Innovationen, das sind neue Produkte, Verhaltens- und Denkweisen, die zur Anwendung kommen. So wie das rassistische Apartheids-Modell, eine bedauernswerte gesellschaftliche Innovation von 1948 – die 1994 glücklicherweise ersetzt wurde. Eben weil Innovation nicht per se positiv ist, ist es auch gut, wenn die Erneuerung nicht immer standhält.

KREATIVITÄTSFORMEN

- TOTALER NEUSTART**
Verweigerung bisher getroffener Annahmen, das Treffen neuer Annahmen und darauf basierend Neudefinition eines bereits etablierten Sachverhalts.
- FUSION**
Verschmelzung zweier bereits etablierter Erfindungen, die man zuvor als unvereinbar betrachtet hatte.
- RÜCKWÄRTSGEWANDTE NEUAUSRICHTUNG**
Rückkehr zu einem früheren Entwicklungsschritt und von da ausgehend Neuausrichtung der Idee, da diese sich in eine falsche Richtung entwickelt hatte.
- NEUAUSRICHTUNG**
Neue Form von etwas Bestehendem.
- VARIATION**
Änderung der Form, doch Beibehalten des Prinzips.
- NEUDEFINITION**
Neue Wahrnehmung und folglich auch Re-Kontextualisierung eines bekannten Fakt.
- EVOLUTION**
In erwartbarer Weise vorgenommene Weiterentwicklung eines bereits existierenden Produkts.
- VISION**
Formulierung einer Idee, die ihrer Zeit weit voraus ist.

UMSETZUNGSSTRATEGIEN

- EIGENANFERTIGUNG VS. ZUKAUF**
Erneuerung muss nicht immer nur von Innen kommen. Viele Unternehmen kaufen Innovation ein.
- HIERARCHISCH VS. PARTIZIPATIV**
Bei Innovationsprozessen müssen viele Entscheidungen getroffen werden. Deshalb muss geklärt werden, wer diese wie trifft.
- THEORETISCH VS. PRAKTISCH**
Manche Innovationsprozesse können reine Denkaufgaben bleiben. Andere erfordern angewandte Entwicklung.
- OFFEN VS. GESCHLOSSEN**
Wird das Innovationsziel veröffentlicht, so dass Aussenstehende mitdenken oder teilnehmen können, spricht man von offener Innovation.
- GENIUS VS. GRUPPE**
Die Frage der Gruppengröße ist entscheidend bei Innovationsprozessen.



VERBREITUNGSARTEN

- DISRUPTIV**
Ein radikaler Durchbruch einer Innovation, die neue Märkte erschliesst und andere zerstört.
- INKREMENTELL**
Eine schrittweise Verbreitung einer Innovation durch Fortschreibung bestehender Produktlinien.

DAS AUFKOMMEN DES INNOVATIONSZEITALTERS

Der Begriff der Innovation taucht in der deutschsprachigen Literatur immer häufiger auf. Ein kleiner, aber empirisch haltbarer Hinweis auf die steigende Bedeutung des Begriffs Innovation.

Anteil der Nennungen des Begriffs Innovation in deutschsprachigen Büchern

