

Jens Bode

# INNOVATOR'S SMILE

Eine Roadmap für innovatives Denken und Handeln



**HAUFE.**

## **Urheberrechtsinfo**

Alle Inhalte dieses eBooks sind urheberrechtlich geschützt.

Die Herstellung und Verbreitung von Kopien ist nur mit ausdrücklicher Genehmigung des Verlages gestattet.

INNOVATOR'S SMILE



> 3 Zeilen Abstand

Jens Bode

> 2 Zeilen Abstand

# INNOVATOR'S SMILE

Eine Roadmap für innovatives Denken und Handeln

1. Auflage

Haufe Group  
Freiburg · München · Stuttgart

---

### **Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek**

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.dnb.de> abrufbar.

---

**Print:** ISBN 978-3-648-12091-0 Bestell-Nr. 10295-0001

**ePDF:** ISBN 978-3-648-12093-4 Bestell-Nr. 10295-0150

Jens Bode

**INNOVATOR'S SMILE**

1. Auflage 2018

© 2018 Haufe-Lexware GmbH & Co. KG, Freiburg

[www.haufe.de](http://www.haufe.de)

[info@haufe.de](mailto:info@haufe.de)

Produktmanagement: Anne Rathgeber

Lektorat: Doreen Ludwig, decorum Fachlektorat

Satz: kühn & weyh Software GmbH, Satz und Medien, Freiburg

Umschlag: RED GmbH, Krailling

Fotos: Fotolia, Rock Brasiliano und eigene Bilder

Alle Angaben/Daten nach bestem Wissen, jedoch ohne Gewähr für Vollständigkeit und Richtigkeit. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

---

# Inhaltsverzeichnis

Vorspiel .....	11
Du, Manager ;-)	11
Extra-Mile .....	11
Sparring .....	13
Erwartung an dieses Buch .....	13
<b>Lust-Macher</b> .....	15
Mein Traum – Meine Vision .....	19
Innovieren darf Spaß machen .....	20
Stories .....	21
Story 1: Meeting in der Lebensmittel-Industrie – Der Dominator .....	21
Story 2: Meeting in der Vitamin-Industrie – Der Resignierte .....	22
Story 3: Meeting in der Strom-Industrie – Die Revoluzzer .....	23
Die SMILE-Formel für Innovation .....	23
$S_{\text{(spielen)}} \times m_{\text{(machen)}} \times i_{\text{(investieren)}} \times l_{\text{(lieben)}} \times e_{\text{(ernten)}}$ -Formel .....	26
Einladung .....	26



<b>Faktor eins: SPIELEN – Wie erreichen wir Innovation praktisch spielerisch?</b> .....	29
s1 <b>Sinn</b> .....	29
Was ist da draußen eigentlich los? .....	30
s2 <b>Strategie</b> .....	36
Wie sehen unsere Zukünfte aus? .....	36
Selbstbefriedung .....	46
s3 <b>Spaß</b> .....	49
Halbschwanger oder trauen wir uns doch? .....	51
Schockverliebt in intrinsische Motivation .....	53
Intrapreneure sind die Pioniere im Unternehmen .....	55
Opfer vs. Macher .....	56
Untergangssehnsucht und ohrenbetäubende Stille .....	59
Nahtod-Erlebnis oder Spaß-Upgrade .....	60
Wo bleiben die Corporate-Fun-Prozesse? .....	61
Sense of Urgency .....	62
<b>Faktor zwei: MACHEN – Wie starten wir innovativ durch?</b> .....	65
m1 <b>Momentum</b> .....	65
Investitionen .....	66
BeGEISTern .....	68
m2 <b>Mut</b> .....	73
Mut hat Magie .....	76
Darf ich dir das Tschüss anbieten? .....	77



m3	<b>Mantra</b> .....	79
	Schneller & kürzer .....	80
	Unternehmenskultur .....	80
	Anti-Präsenzkultur .....	80
	Kommunikationskanäle .....	81
	Inhalte von deinen und für deine Mitarbeiter .....	82
	Kommunikation & Gamification .....	82
	Kommunikations-Hybrid .....	84
	<b>Faktor drei: INVESTIEREN – Was sind die Basisinvestitionen für Innovationen?</b> .....	87
i1	<b>Ich</b> .....	87
	Versuchsratte oder aktiver Gestalter? .....	87
	Eigenverantwortung vs. Paralyse .....	89
	Die Helikopter-Leader .....	91
	Denken in Defiziten und Mangel führt nicht zum Ziel .....	92
	Drei Booster für intrinsische Motivation .....	92
i2	<b>Inspiration</b> .....	97
	Cool, ein Problem! .....	97
	Anti-Scheuklappen-Effekt .....	98
	Ein Blinddate mit deinem Kunden .....	99
	Embrace the Future .....	106
	Trends und Quellen .....	113
	Die (Außen-)Welt ist voller Inspirationen .....	117

## Inhaltsverzeichnis

---

Werde Inspirations-Explorer! .....	118
Habe ich das richtige Problem? .....	119
ABCD .....	120
Balance-Board .....	121
<b>i3 Idee</b> .....	124
Technology-Push vs. Market-Pull .....	124
Win-win .....	125
Kreativitätstechniken .....	125
Die WOW-Technik .....	126
Technik: Hyphen .....	129
Achtung, Ideenfrust .....	131
Ideensuche nach dem Pareto-Prinzip .....	131
Ideen verkaufen .....	132
OnePager .....	133
Sketchnoting .....	134
Umsetzungsenergie .....	135
<b>Faktor vier: LIEBEN – Wie lernst du, die »Arbeit« an Innovationen noch mehr zu lieben?</b> .....	139
<b>i1 Leidenschaft</b> .....	139
Mein 100-prozentiges Commitment – Jetzt .....	140
<b>i2 Last</b> .....	144
Stress entsteht durch <i>Müssen</i> .....	146

<b>l3 Leichtigkeit</b> .....	150
Leichtigkeit und kreativer Austausch .....	151
Leichtigkeit und Open-Innovation .....	153
Leichtigkeit und dein persönliches Innovation-Advisory-Board .....	153
Leichtigkeit und Freiraum .....	154
Leichtigkeit und (Miss-)Erfolge feiern .....	157
<b>Faktor fünf: ERNTEN – Wie funktioniert Erfolg nachhaltig?</b> .....	159
e1 <b>Entscheidung</b> .....	159
e2 <b>Erfolg</b> .....	167
Ausruhen ist kein Business-Modell .....	167
e3 <b>Extreme</b> .....	181
Lernkurven .....	183
<b>Der SMILE-Check-up</b> .....	187
<b>Und jetzt doch noch ein Prozess: Meine Best-of-Philosophie</b> .....	189
<b>Finale</b> .....	193
Erwartungshaltung und Einstellung .....	193
<b>Kontakt</b> .....	197

## Inhaltsverzeichnis

---

<b>Extra-Impulse</b> .....	199
Vortrag .....	199
& Intensiv-Sparring .....	199
& After-Work Sparring .....	199
<b>Danke</b> .....	201

---

## Vorspiel

### Du, Manager ;-)

Es ist Frühjahr 2018 und ich schreibe dieses Buch. Für mich ist dies ein innovativer Prozess, ein Experiment mit Grüßen aus meiner Komfortzone und eine Trainingseinheit für meine Disziplin. Ich bin dankbar, dass die Haufe Group genauso begeistert von der Idee zu diesem Buch ist wie ich. Das Buch richtet sich an Manager mit dem Mindset des Machers, des Kreativen und des Innovators. Während ich denke und tippe, merke ich, dass die Sie-Form nicht meins ist. Wenn ich Vorträge halte – ob in einer kleinen Runde von Vorständen oder im Rahmen von Konferenzen mit Tausenden Teilnehmern –, spreche ich mit viel Energie, sehr persönlich und daher stets in der Du-Form. Ob »du« oder lieber »Sie« ist eine Frage der Einstellung. Auch wenn Sie und ich uns jetzt nicht persönlich kennen, ist es mir einfach sympathischer, vertrauter, besonders bei den Themen Kreativität und Innovation, in der Du-Form zu schreiben. Wenn du dich dabei unwohl fühlst, stelle dir einfach vor, ich sei der Ältere –

was recht wahrscheinlich ist – und würde dir mit großem Respekt das Du anbieten.

Im meinem beruflichen Umfeld, selbst oder gerade in den börsennotierten DAX-Unternehmen, in denen ich mich bewege, nutzen wir das respektvolle Du. Danke, dass du dich darauf einlässt und damit auch zu einer deutlichen Entspannung beim Schreiben meinerseits beiträgst.

Für den besseren Lesefluss nutze ich meist nur die männliche Schreibweise. Auch an euch, liebe Leserinnen, richtet sich mein Beratungsansatz. Ich danke euch, verbunden mit großem Respekt für euer Verständnis.

### Extra-Mile

Gleich zu Beginn möchte ich dir ein Angebot machen. Erfolgreiche Innovatoren sind immer auch inspirierende Netzwerker. Deswegen freue ich mich auf einen regen

interaktiven, konstruktiv-kritischen Austausch. Wenn du Fragen rund um das Thema Innovation hast oder für eine bestimmte Herausforderung einen Sparringspartner suchst, dann lass es mich gerne wissen. Genauso freue ich mich, wenn du inspirierende Insights und Trends oder auch ein spannendes neues Tool zur Innovation mit mir teilen möchtest.

Wenn du Fragen hast, inspirierende Kontakte suchst oder einen Impuls zur Innovation brauchst, lade ich dich schon jetzt ein, mit mir direkt Kontakt aufzunehmen. Meine Kontaktdaten findest du am Ende des Buches.

Übrigens: Ähnlichkeiten aus meinen Beschreibungen und Geschichten mit realen Unternehmen und handelnden Personen sind rein zufällig.

Fangen wir an – zunächst mit der Frage, was ist Innovation? Laut Duden:<sup>1</sup> In|no|va|ti|on

- (*Soziologie*): geplante und kontrollierte Veränderung, Neuerung in einem sozialen System durch Anwendung neuer Ideen und Techniken oder (bildungssprachlich) Einführung von etwas Neuem; Neuerung; Reform
- (*Wirtschaft*): Realisierung einer neuartigen, fortschrittlichen Lösung für ein bestimmtes Problem, besonders die Einführung eines neuen Produkts oder die Anwendung eines neuen Verfahrens
- (*Botanik*) (bei ausdauernden Pflanzen): jährliche Erneuerung eines Teils des Sprosssystems.

Mmmhh. Oder: Innovation ist der Wunsch, dass es besser wird und der Beweis, dass wir die Zukunft gestalten können. Eine positive Perspektive, dass es Fortschritt gibt. Nimm und nutze dein kreatives Talent und gestalte die Zukunft mit. Vorwarnung: Diesen Aufruf an dein einzigartiges, individuelles und kreatives Talent wirst du einige Male wieder lesen.

---

<sup>1</sup> <https://www.duden.de/rechtschreibung/Innovation>

## Sparring

Ich weiß nicht, welches kreative Talent du hast, wie du Informationen und Impulse aufnimmst, kombinierst und verarbeitest. Oder wie du ein Buch liest. Ich möchte dich einladen, dieses Buch nicht nur zu lesen. Ich möchte dich dazu animieren, meine Gedanken rebellisch-klug und offen zu hinterfragen und mit deinen eigenen Erfahrungen abzugleichen. Bitte nutze die folgenden Seiten als eine Art Innovations-Sparring zwischen dir und mir. (Be-)Nutze es im wahrsten Sinne des Wortes. Unterstreiche Gedanken, mach dir Notizen, scribble und male hinein. Setze **!**, wenn dir etwas besonders wichtig erscheint, aber auch **?**, wenn du gedanklich nicht mit mir konform gehst. Mach das Buch zu deinem individuellen Impulsbuch. Lies es, ruhig auch quer, leg es wieder weg, lies es erneut. Wenn du für dich oder für deine berufliche Umgebung einen Impuls suchst, nimm es wieder zur Hand und lass dich spontan inspirieren. Ich freue mich auf das Sparring mit dir.

## Erwartung an dieses Buch

Danke für dein Vertrauen in mich und meine Gedanken. Es ist eine Investition in dich selbst. Ich möchte, dass sich dieses Investment um ein Vielfaches für dich auszahlt – pragmatisch und schnell. Du hast nicht in ein gefüllt 528-seitiges Nur-Text-Buch investiert, auch nicht in ein akademisches und mit Ablaufdiagrammen vollgespicktes Wissenschaftstraktat. Du hast in ein schlankes Arbeitsbuch investiert: mit Checklisten und auch Provokationen, manchmal auch mentalen Ohrfeigen, einem Work- und Do-Book für die Praxis und aus der Praxis.

### Achtung: Nur ein Impuls

Wenn dich auch nur **ein Impuls** zum Nachdenken anregt und du ihn ausprobierst oder umsetzt, dann hat sich deine Investition in dieses Buch bereits gelohnt. Bleib neugierig und mutig, dann werden sich die Impulse potenzieren.



---

Du hast keine Zukunft ohne Innovationen!

---

---

## Lust-Macher

Wer bin ich, dass ich glaube, dir Tipps und Empfehlungen geben zu können? Ich bin ein 64er-Jahrgang, im Sternzeichen Wassermann geboren und aufgewachsen in Düsseldorf. 1981 habe ich eine Ausbildung bei der Henkel AG & Co. KGaA am Hauptsitz in Düsseldorf begonnen und wurde direkt übernommen. 1984 bis 1990 habe ich acht Semester Technische Chemie bis zum Technician Engineer studiert – am Wochenende und abends parallel zu meinem Job. Schlussendlich war mir die Welt der winzigen Atome, Moleküle oder Benzolringe jedoch zu klein und zu naturwissenschaftlich. Ich wollte mehr in den gestalterischen, kreativen Bereich und so habe ich noch vier Semester Marketing im Fernstudium drangehängt.

Faszinierend für mich war, dass ich immer Jobs gesucht oder angeboten bekommen habe, die es bis dato bei Henkel nicht gab. Die letzten beiden habe ich für mich selbst gestaltet und aktiv vorgeschlagen. Alle in dem Unternehmensbereich *Laundry & Home Care*: gestartet im Process Engineering, dann in die Abteilung Packaging

Design gewechselt, wo ich erst Verpackungen entwickelt habe. Später wurde ich praktisch freigestellt, um neue Impulse zur Innovation zu entdecken. Dann im Invent-Team, dem ersten internen ThinkTank, mit größtmöglichen Freiheiten und sehr offenen Briefings, um neue, disruptive Lösungen zu entwickeln. Anschließend innerhalb der Marktforschung, jedoch nicht mit Fokus auf quantitative Ergüsse und Excel-Tabellen, sondern sehr qualitativ, explorativ und immer gemeinsam und persönlich mit dem Kunden zusammen zu innovieren. Hier hatte mein damaliger Chef *Prof. Dr. Hans-Willi Schroiff*<sup>2</sup> im Jahr 2000 die Vision, die Marktforschung mit ihren klassischen Einheiten, als Beratungsinstanz im eigenen Unternehmen weiter auszubauen und das mit einer neuen Einheit: dem Consumer Insight Team. Mit diesem Team, dessen Leitung ich damals übernahm, haben wir neue, qualitative Tools entwickelt,

---

2 Tina Müller, Hans-Willi Schroiff (2013): Warum Produkte floppen: Die 10 Todsünden des Marketings, Haufe.

mit denen wir weltweit sehr eng und intensiv zusammen mit unseren Endverbrauchern Innovationen entwickeln konnten. Parallel wurden weitere Innovationsprozesse integriert, die ich zusammen in einem fünfköpfigen Ambassador-Team als Coach begleitet habe – erst in Deutschland, dann erweitert auf Europa und schließlich überall auf der Welt, bis nach Indien und Guatemala.

2011 habe ich über ein Feedback-Gespräch mit einem meiner damaligen Chefs einen Impuls bekommen, der nachhaltige Wirkung hatte. Sinngemäß sagte er: *»Jens, du siehst und findest Dinge, die andere nicht sehen, aufnehmen, um daraus Ideen zu entwickeln. Das, in Kombination mit deiner Kreativität, ist ein unglaubliches Talent.«* Ehrlich gesagt, habe ich es selbst nie als solches gesehen, aber mir wurde immer klarer, wie genau mein Traum- und Wunschjob aussehen musste. Es ist die Schnittmenge aus meinen Stärken, Leidenschaften und dem Need im Unternehmen oder Markt. Meine »perfekte Stelle« habe ich direkt auf einer Seite formuliert, inklusive einem Scribble für mein neues Büro. Das konnte ich gleich einsetzen, als ich Ende 2011 die Einladung zum Onboarding bei unserem neuen Vorstand bekam, und er war genauso begeistert

von der Idee wie ich. *Glück ist Zufall, der auf Bereitschaft trifft<sup>3</sup>* und es gibt keine Zufälle. Drei Monate später hatte ich neue Visitenkarten. Neben dem Titel die neue Abteilung *Trend & Foresight Management* als antizipativer Teil zur Innovation – mit einem Touch »freies Radikal«. Neben weiteren Verantwortungen rund um Inspiration und Innovation innerhalb der International Marketing Unit erweiterte sich mein Aufgabenbereich noch um den disruptiven Part des »Innovation GameChangers« im Herbst 2017.

Essenzielle Skills für Innovatoren sind eine offene Kommunikation, aktives Netzwerken, konstruktiver Optimismus, starke Resilienz, unendliche Neugierde und konsequentes Querdenken. Eine Prise Wahnsinn, im Positiven gemeint, kann auch helfen. Ich habe mich immer sehr gerne extern inspirieren lassen – von Produkten, Business-Modellen und vor allem von Menschen. Ich war und bin viel unterwegs und wurde mehr und mehr auch von anderen Unternehmen als Innovation-Sparringspartner

---

3 In Anlehnung an ein Zitat von Seneca: <https://www.aphorismen.de/zitat/3297>

angefragt. So lange diese Unternehmen nicht im direkten Wettbewerb zu Henkel stehen, ist das in Ordnung und wird von der Company akzeptiert. Diese Option empfinde ich in puncto Freiheitsgrad und Innovationskultur sehr erfrischend-inspirierend und innovativ. So habe ich zahlreiche Unternehmen als Sparringspartner und Impulsgeber zur Innovation begleitet und beratend betreut. DAX-30-Konzerne, wie Tec-DAX-Unternehmen, B2B, B2C und familiengeführte Mittelständler oder Genossenschaften, national wie international und aus folgenden Branchen: Sport (Impulse zur Zukunft des Fußballs und bei einem Ski-Hersteller, Aufbau eines Innovationsteams), Genossenschaftsgruppen (Moderation und Sparring mit reinen Vorstandsrunden), Luftfahrt (Innovationskultur), Versicherungen (Innovationskultur und Inspirationen für neue Business-Modelle), Arzneitees (Impulse für das Suchfeld Premium), OTC-Pharma-Produkte (neue Angebote), Automotiv (kreative Skills und Innovationskultur), Transportwesen (kreative Skills und Innovationskultur), Vitamin-Nahrungsergänzungsmittel (kreative Skills und Innovationskultur), Kreditkarten und CRM-Management (Aufbau eines Innovationsteams), Energie (Aufbau einer internen »Guerilla-Gruppe«), Industriegüter (kreative

Skills und Innovationskultur), Food mit Projekten rund um Tee, Bier oder Schokolade (jeweils neue Produktkonzepte und -angebote), um nur einen Querschnitt zu nennen. Hieraus sind Erfahrungen und Synergien entstanden, die natürlich auch in meinen Job bei Henkel zurückfließen. Compliance vorausgesetzt und als Ergebnis mit einem Win-win-Effekt auf ganzer Linie.

Den Freiraum meiner freiberuflichen Tätigkeit nutze ich auch als Keynote Speaker, unter anderem mit Vorträgen bei der Handelskammer Hamburg, Börse Frankfurt, GDI Zürich, Innovation Summer School, als Key-Note Speaker, unter anderem bei Management Forum Starnberg, Succus Wien sowie als Dozent diverser Business Schools. Ich bin sehr aktiver Netzwerker und Mitgründer diverser Trend- und Innovationsverbände, unter anderem des Industrie Trend Netzwerks und Beirat im Trendforum. Auf den Punkt zusammengefasst: Ich liebe das Thema Innovationen und Kreativität, und Inspiration zur Innovation ist meine tägliche Motivation.

Seit über 36 Jahre bewege ich mich in einem innovativen und sehr schnell drehenden Umfeld: davon 20 Jahre

fokussiert auf Kreativität und Innovationen, über 800 Coachings- und Workshops, freiberufliche Innovationsprojekte in mehr als 30 Unternehmen jeglicher Couleur, Mitgründer diverser Innovationsverbände, Innovation-Sparingspartner, Key-Note Speaker und Hardcore-Netzwerker – all das zu der oben genannte Frage, warum ich glaube, dir Impulse zur Innovation mitgeben zu können. Vor allem – und das ist mir besonders wichtig – aus der Praxis. Ich bekomme praktisch täglich Anfragen wie »Guten Tag Herr Bode, mein Name ist ... und ich biete ihnen Design Thinking (alternativ jegliche Art von kreativen Denkmodellen oder Innovationsprozessen) an.« Und wenn ich nach der Expertise, nach Praxiserfahrung oder Best Practise Cases frage, kommt nicht selten, dass man gerade fertig ist mit dem Studium, Quereinsteiger ist und/oder, dass man eine Beratung gegründet hat oder Ähnliches. Das heißt, wieder ein 100-Prozent-Theoretiker. Ich habe für mich die Regel, dass ich nur mit Externen zusammenarbeite, wenn sie zumindest einen Teil ihrer Laufbahn in einem Unternehmen gearbeitet haben und den »Schmerz«, die Lust und auch die täglichen Herausforderungen in einem Unternehmen kennen.

Privat lebe ich in einer kreativ-mental sehr befruchtenden Partnerschaft und – wie man in Schweden sagen würde – Bonus-Familie mit meiner Partnerin Nic. Manchmal alleine und manchmal mit bis zu vier Kindern, wobei drei schon erwachsen sind. Wir pendeln zwischen Düsseldorf und Aachen, lieben Städtereisen, Design, Kunst, Architektur. Und hier investiere ich zusätzlich Zeit, Wissen, Energie und Budgets in Start-ups rund um »schöne Dinge«, wie etwa Design- und Kunstplattformen.

Bei einer Keynote in Bonn im September 2017 fragte mich der Moderator, wie ich meinen Job einem Fünfjährigen erklären würde. Spontan rutschte mir raus: »Ich bin Schatzsucher und Lustmacher.« Schatzsucher in dem Sinne, dass ich immer auf der Suche nach dem Neuen bin, und Lust-Macher, weil ich meine Leidenschaft für kreatives Arbeiten und Innovieren gerne weitergebe und teile.

INNOVATOR'S SMILE ist ein sehr persönliches Buch – mit Zitaten, Beispielen, Geschichten, meinen favorisierten Kreativitätstechniken und Lieblings-Innovationsprozessen.

## Mein Traum – Meine Vision

»... *everything starts with a why.*«

Yves Saint Laurent

Mein Antrieb, mein Why und meine Vision ist eine Welt voller angewandter Kreativität, Ideen, Optionen und genutzter Chancen. Mein Warum-Faktor: Ich will, dass jeder sich seiner Stärken bewusst ist (und hier gerne auch früher, als es mir bewusst wurde) und jeder sein individuelles, kreatives Talent auslebt. Ich möchte, dass jeder in seinen eigenen Möglichkeiten zum einzigartigen Schatzsucher wird. In diesem Buch gebe ich dazu konkrete Impulse.

Mit einer faszinierenden Regelmäßigkeit bekomme ich immer wieder dieselbe Frage gestellt: Wie sieht der sagenumwobene inflationäre Wunderinnovationsprozess aus? Was ist das Geheimnis? Was brauchen wir? Vielleicht noch: Was kostet es?

Schauen wir uns die Ist-Situation in vielen Unternehmen an: Wir bewegen uns in einem Modus permanenter Anspannung und externer Bedrohung durch Wettbewerber

und neuer Marktsituationen. Interne Umstrukturierungen sind kein Geschäftsprozess mehr, sondern Dauerzustand. Gleichzeitig fühlen wir nicht nur in der Magengegend den Druck und sind auf der Jagd nach immer neuen Ideen. Das »normale« Tagesgeschäft ist mehr als herausfordernd. Der Outlook-Kalender ist schon auf Monate im Voraus ausgebucht, teilweise von Dritten fremdbestimmt, verplant und das »Ping« des Notebooks meldet gefühlt mehrere dutzendmal am Tag eine neue E-Mail. Spam-Mails nicht mitgezählt.

### Und jetzt eine kurze Geschichte aus dem Leben

Was machen die Kollegen aus dem Innovationsteam? Sie treffen sich zweimal monatlich in lockerer Runde und für einen kompletten Tag.

Die Mitglieder sind bestens vorbereitet, die neuesten Markttrends und Insights werden wertschätzend ausgetauscht und gemeinsam intellektuell übersetzt in Ideen und erste Prototypen. Das Team hat sogar Spaß daran, und bevor die Teammitglieder wieder in die tägliche Routine eintauchen, verabredet man sich zum nächsten Innovation-Meeting in 14 Tagen. Jeder findet die Zeit, nimmt sich die Muße zur Vorbereitung und jeder ist begeistert.