



Personal Brand

2|22 Magazin



Christian Roth

Selbstbestimmt zum Erfolg | 20

Jochen Blöcher

Es sind die einzelnen Teile, die das Ganze vollkommen machen | 32

Irina Hagen

Die (Unternehmens-) Welt von morgen braucht einen Paradigmenwechsel | 50



Ben Schulz

Wie kann ich als Führungskraft meine Wirksamkeit steigern und Prozesse positiv beeinflussen? | 12

www.personal-brand-magazin.de

Zukunfts- sicher

Lena Lührmann | 04

Zukunfts- sicher

Echte Transformation beginnt mit der Arbeit am Kern

Warum Unternehmen einen neuen Blick auf das Thema Innovation brauchen

Was verbinden Sie mit dem Wort Innovation? Nie dagewesene Chancen oder den Druck mithalten zu müssen? Insbesondere mittelständische Unternehmen stehen heute beim Thema Innovation vor großen Herausforderungen. Wir leben in einer Zeit, in der ein kleines Start-up mit guten Ideen und innovativen Ansätzen ein Traditionsunternehmen in große Bedrängnis bringen kann. Wie also gelingt es, dass Innovationsambitionen nicht nur Zeit, Geld und Energie kosten, sondern wirklich zum Erfolg werden?



Lena Lührmann bringt es auf den Punkt: „Es wird Zeit, dass wir den Blick auf Innovation verändern, wieder mehr unser Bauchgefühl, unseren Instinkt und unseren Menschenverstand einschalten, um an der Basis zu arbeiten und nicht noch und nöcher Methoden schulen und verwalten, statt zu gestalten und endlich ins Tun zu kommen.“ Die kreative Unternehmensberaterin setzt an dem Punkt an, der vielerorts vernachlässigt wird: dem Fundament. Ihr geht es darum, eine stabile Basis zu schaffen, die es den Unternehmen selbst ermöglicht, Innovation voranzubringen. In ihrem neuen Buch „Innovation leben!“ geht sie vertieft auf dieses Thema ein – es vermittelt weder neue Methoden noch bietet es eine für alle passende Lösung. Es geht darauf ein, wie sich die Menschen in Unternehmen ein natürliches Gefühl für innovative Maßnahmen und innovatives Denken zurückerobern, um in der Lage zu sein, Innovationen zu erkennen, zu fördern und mögliche Hindernisse aus dem Weg zu räumen.

In Zusammenarbeit mit ihrem Team von Visionsalive geht Lena Lührmann darauf ein, was Unternehmen wirklich

brauchen, um innovativ zu sein: „Das sind keine ellenlangen Präsentationen von Dingen, die die Führungsebene ohnehin schon weiß, sondern kurze gute Vorschläge, die sich schnell in die Tat umsetzen lassen.“

Innovation entsteht aus dem Menschen

Den ersten Tag in einem Unternehmen nutzt die kreative Unternehmensberaterin, um mit den Menschen zu sprechen. Christian Schütte, Inhaber der Metallbau Pfeuffer GmbH, hat dies in seinem Unternehmen erlebt und beschreibt es wie folgt: „Wenn wir operative Dinge im Unternehmen verändern wollten, führte der Ansatz fast immer über die Prozessseite. Lena Lührmann hingegen geht über das, was in den meisten Fällen Unternehmen ausmacht, die Menschen. Ihr Ansatz ist, von den Menschen herauszufinden, was man ändern kann. Sie geht auf die Mitarbeitenden ein, um herauszufinden, was sie bewegt, wo es hakt oder an welchen Stellen etwas nach vorne bewegt werden kann. Und das einfach gesagt vom Azubi bis zum CEO. Sie schafft es, in ihren Gesprächen sehr viel herauszukitzeln und diese Informationen auch in Handlungsmaximen zu übersetzen.“ Als hochsensibler Mensch nimmt Lena Lührmann sehr viel mehr von ihrer Umwelt wahr als andere. Sie erkennt schnell wo die sprichwörtlichen „Ratten im Keller“ liegen und identifiziert punktgenau die Kernprobleme ihrer Kunden. Sie spürt oftmals was Menschen brauchen, bevor sie es selbst wissen und entwickelt vernetzt auf allen Ebenen Ideen, wie sich Probleme lösen lassen.

Verkrustete Strukturen aufbrechen und Innovation zulassen

Ein Innovationsverhinderungsfaktor in nahezu allen Unternehmen ist, dass die Menschen verlernt haben, innovativ und kreativ zu denken. Lena Lührmann möchte dies mit ihrer Arbeit und ihrem Buch verändern und eine neue Perspektive für Innovation öffnen. Dazu zählt für sie auch, dass man alte Strukturen über Bord wirft, bisherige Denkweisen hinterfragt und unkonventionelles Denken wieder zulässt. „Von klein auf werden wir in Strukturen gepresst, die meist keinen Blick nach links

oder rechts erlauben und nur eine Lösung vorgeben.“ Über Jahre gewachsene Prozesse, die tief in der Kultur verankert sind, erlauben es oftmals nicht, sich für Neues zu öffnen. Meistens werden Strukturen zur Entwicklung von Innovation in guter Absicht auf das bestehende Struktur-Konstrukt gesetzt. Ein Beispiel kann die Einstellung eines Innovationsmanagers sein, der frisch von der Universität kommt. Ein weiteres die Beförderung eines ehemaligen IT-Managers, welcher autark im Unternehmen arbeitet, sich aber mit allen vernetzen soll. Es kann das Berufen einiger Führungskräfte in eine Arbeitsgruppe sein, die sich dann innovativen Themen zuwenden soll. Oft wird erst dann bemerkt, dass diese Art von Innovationsbestreben nicht rund läuft, wenn ein halbes Jahr ohne nennenswerte Ergebnisse verstrichen ist. In der Praxis zeigt sich immer wieder, dass sich Ideen leicht verwalten lassen. Das Umsetzen kommt jedoch ins Stocken, wenn die konkreten Handlungen für die Zielerreichung dieser Idee definiert werden sollen. Auch die Beurteilung einer Idee fällt vielen leicht. Hindernisse in der Ideenentwicklung zu überwinden, resultiert aber nicht selten in Orientierungs- und Ratlosigkeit.

Im aktuellen Business-Alltag und dem unerbittlichen Transformations- und Innovationszwang in der Wirtschaft ist verständlich, dass alle nach dem heiligen Gral zur Problemlösung und zur Steigerung der Innovationsfähigkeit suchen. Viele glauben diesen in Kreativitäts- und Innovations-Methoden gefunden zu haben. Doch diese setzen nicht an der Basis an, sondern sind nur ein Zusatz, der zwar hilfreich ist, aber das fundamentale Problem nicht löst. Grundsätzlich gilt: Wenn Prozesse nicht pausiert, teilpausiert oder zumindest weiterentwickelt werden, findet Innovation keinen Platz. Manchmal ist es sogar notwendig, sie per Sondergenehmigung auszuhebeln. „Der Mensch ist von Natur aus ein neugieriger Erfinder, der sich zugunsten von Effizienz und Zahlen in ein Korsett gepresst hat. Deshalb ist es wichtig, wieder ein Stück weit zum Ursprung zurückzukehren und Innovation in Verbindung mit den Anforderungen der strukturellen Arbeitswelt zu leben“, appelliert Lena Lührmann. Gleichzeitig ermuntert sie Unternehmen, die Innovation leben wollen, den Mut zu haben, Geld und Ressourcen in die Hand zu nehmen, um eine Basis für neue Ideen zu schaffen und die Angst vorm Scheitern zu überwinden. „Wenn man dann an den Punkt gelangt, an dem keiner mehr weiß, wie es weitergeht, kann man sich sicher sein: Da geht es Richtung Zukunft. Und genau in diese Zukunft möchte ich Unternehmen führen.“

„Ich liebe Klischees und den Moment, wenn sie fallen.“

Ein weiterer Innovationsverhinderungsfaktor, der insbesondere in mittelständischen Unternehmen auftritt, ist, dass das Potenzial der eigenen Mitarbeitenden nicht erkannt wird. Immer wieder halten Klischees und unbewusste Vorurteile Unternehmen davon ab, das volle Potenzial, über das sie verfügen, zu nutzen. In der Praxis hat Lena Lührmann dies schon vielfach erlebt und schildert: „Da ist der ruhige IT-Mitarbeiter, der in seiner Freizeit leidenschaftlich zockt, die Auszubildende, die für ihr Leben gern kreativen Content auf Social Media postet oder der Vertriebler, der am Wochenende in seiner Garage an technischen Ideen tüftelt.“ Diese Menschen fallen mit ihren einzigartigen Fähigkeiten oft durchs Raster, denn nach wie vor sind in den meisten Unternehmen Lebenslauf, Alter, Hierarchiestufen usw. entscheidend bei der Besetzung eines Innovationsteams. So war es auch bei einer Empfangsdame in einem mittelständischen Unternehmen, die seit 16 Jahren in ihrer Position arbeitete. Bereits nach dem ersten Interview war klar, dass diese Mitarbeiterin unterfordert ist und in ihr





sehr viel mehr steckt. „Für mich war sie ein echtes Marketing-Genie. Sie war kreativ und kannte sich auch technisch mit Social Media und Co. aus. Am Empfang würden diese Fähigkeiten nie genutzt werden. Gemeinsam mit dem Unternehmen haben wir ihr Potenzial gehoben und heute ist sie Leiterin der Abteilung Marketing.“ Das ist nur ein Beispiel von vielen, das zeigt, dass das Potenzial in den Menschen und damit in den Unternehmen bereits vorhanden ist und nur an der richtigen Stelle eingesetzt werden muss. „Ich feiere es jedes Mal, wenn Menschen das Ungeahnte, das in ihnen steckt, herausholen und Dinge vollbringen, die ihnen keiner zugetraut hätte. Wenn vorherrschende Klischees mit einem Mal ausgehebelt werden und die Mitarbeitenden die Chefs vom Hocker hauen und dann auch noch andere anstecken und begeistern“, so Lena Lührmann. Wer Innovation anstrebt, sollte daher immer einen unvoreingenommenen Blick in die eigenen Reihen werfen und den Menschen nicht in seiner Funktion oder anhand seines Lebenslaufs beurteilen, sondern danach, welche Fähigkeiten er mitbringt. Diese sind für Innovation oft äußerst wertvoll und können das Unternehmen voranbringen.

Innovationserfolg braucht neue Wege

Seit vielen Jahren lebt Lena Lührmann Innovation. Das bedeutet sie geht andere Wege als klassische Unternehmensberatungen es tun. Carolin Buddenkotte, Leitung Transformation & Kommunikation des Unternehmens SPIES Packaging, kann das nur bestätigen: „Bereits nach kurzer Zeit stellten wir fest, dass Lena anders ist. Der Ansatz, den Lena vorgeschlagen hat, unterschied sich von allem, was wir bisher kannten. Selbstverständlich ist es für ein Unternehmen immer ein Risiko neue Wege zu gehen, aber genau dieser Mut, den auch Lena mitbringt, ist für Innovationsarbeit wichtig. Außerdem weiß sie die richtigen Fragen zu stellen und kommt nicht mit vorgefertigten Lösungen aus anderen Aufträgen um die Ecke. Sie nimmt den Menschen und dessen Probleme ernst und setzt diese in einen systemischen Zusammenhang zum Gesamtunternehmen. Darüber hinaus ist sie eine neutrale Impulsgeberin, die ein weltoffenes Mindset mitbringt, schnell erfasst und analysiert, wie es im Unternehmen läuft und dadurch einen 360°-Blick mitbringt. Bei ihr gibt es keine endlosen Power-Point-Präsentationen und endlose Reviews, sondern maßgeschneiderte

Hands-on-Lösungen. Ihr authentisches Auftreten und die Art wie sie Dinge anpackt, haben uns begeistert.“ Das Ziel der etwas anderen Unternehmensberaterin ist es, die Menschen in Unternehmen auf den Weg der Innovation zu führen – nicht mit als Allheilmittel gepriesenen Methoden, sondern mit Maßnahmen, die individuell auf jedes Unternehmen abgestimmt sind. Dies möchte Lena Lührmann auch mit ihrem neuen Buch erreichen, das zum selbst-, mit-, und überdenken, anregt: „Ich will insbesondere die Entscheider und Führungskräfte in mittelständischen Traditionsunternehmen inspirieren, ihnen den Spiegel vorhalten, sie aus der Reserve locken und sie für Innovation aus einer neuen Perspektive begeistern, damit sie mit wachen Sinnen ihre eigenen Wege finden, innovativ zu sein und Innovation zu leben.“

Bei Innovation gibt es kein Best Practice

Eine Herausforderung im Kontext der Innovation ist, dass es nichts gibt, auf das man sich stützen könnte – keine Studien, keine Statistiken, keine Best Practice Beispiele. Lena Lührmann ist sich darüber im Klaren, dass ihre Vorgehensweise sich bewusst von der Konkurrenz unterscheidet. Sich von anderen abzuheben, bedeutet auch automatisch Gegenwind zu erfahren. Doch wer sich auf das Abenteuer Innovation einlässt, wird mit großartigen Ergebnissen belohnt. Bringen Unternehmen den Willen zu Veränderung mit, sind offen für Neues und haben Lust mutig neue Wege abseits von Best Practices und Methoden zu gehen, werden sie spüren, wie der Innovationsgeist zu neuem Leben erwacht und ungeahnte, spannende Möglichkeiten eröffnet.

Innovation ist nicht kompliziert

Viele Unternehmen denken, dass Innovation kompliziert ist. Es wird an Strategien gefeilt, zahlreiche Methoden kommen zum Einsatz und im hochtrabendsten Business-Sprech werden langatmige Präsentationen gehalten, bis am Ende niemand mehr weiß, wie Innovation wirklich funktioniert. Lena Lührmann zeigt, dass es auch anders geht. Bereits kleine Ideen, die keinen Cent kosten, können innovativ sein. So schaffte sie es in einem Unternehmen ohne Budget und in einer Arbeitszeit von nur 24 Stunden eine Innovation auf den Weg zu bringen, die am Ende ein Umsatzpotenzial von 1,4 Millionen Euro aufwies. „Es ist an der Zeit, dass wir wieder simplifizieren. Wir müssen weg von hochkompliziertem Denken und hin zur kreativen, fast schon kindlichen, Einfachheit“, so Lena Lührmann.

Zukunftssicherung – mehr denn je von Bedeutung

Unternehmen müssen heute in der Lage sein, auf aktuelle und kommende Krisen souverän zu reagieren. Das setzt auch Innovationsfähigkeiten voraus. Diesbezüglich ist vielerorts ein Umdenken gefragt. Denn wer jetzt nicht anfängt innovativ zu sein, wird vielleicht morgen nicht mehr existieren. Für Traditionsunternehmen, die bereits seit Jahrzehnten oder gar einem Jahrhundert bestehen, kann es enorm schmerzhaft sein, wenn das Lebenswerk der Familie in die Brüche geht. Lena Lührmann liegt der Mittelstand besonders am Herzen, denn dieser ist die wesentliche Stütze der Wirtschaft. Sie hat es sich zur Aufgabe gemacht, Unternehmen in Sachen Innovation neu aufzustellen und ihnen dadurch mehr Stabilität zu geben. „Innovation bedeutet für mich Zukunftssicherung. Deshalb kann ich nur immer wieder betonen wie wichtig es ist, dieses Thema anzupacken. Denn sowohl Produkte als auch Dienstleistungen können jederzeit von anderen Technologien oder Angeboten abgelöst werden. Das sollte sich jedes Unternehmen bewusst machen. Mit meinem neuen Buch möchte ich Impulse, Einblicke und Zusammenhänge liefern und Menschen in meine eigene Art des Innovativ-seins mitnehmen. Wir gehen weg von Methoden und Regelwerken und hin zu dem Kern dessen, was Potenziale, Chancen, Risiken und damit die Innovationsfähigkeit eines Unternehmens ausmacht.“

Den Blick auf Innovation ändern

In mehr als 15 Jahren Arbeit im Innovationskontext hat Lena Lührmann viele Erfahrungen, Erkenntnisse und Praxisbeispiele gesammelt, die sie in ihrem Buch teilt. Neben diesem laufen noch weitere Projekte, zum Beispiel der Podcast „Zukunftssicher – zwischen Herkunft und Innovation im Mittelstand“, in dem Lena Lührmann regelmäßig darüber spricht, wie mittelständische Unternehmen durch Innovation ihre Zukunft sichern können.



Über Lena Lührmann

Wenn frische Ideen jetzt genau das Richtige wären, der Wettbewerb dicht auf den Versen ist, ausgetretene Wege verlassen werden müssen oder Innovation im Alltagsgeschäft versandet – braucht es Lena Lührmann und ihr Team von Visionsalive. Lena Lührmann ist eine ungewöhnliche Mischung aus Kreativität, Persönlichkeit und konsequenter Macherin. Unternehmen, die sie und ihr Team an Bord holen, bekommen individuelle und echte Hands-on-Lösungen, wie Innovation vorangebracht wird. Mit unkonventionellen Herangehensweisen und außergewöhnlichen Ideen sowie einer unternehmensübergreifenden Vernetzung bekommen Innovationsbestreben einen neuen Drive und aus Theorie wird gelebte Innovation.

www.visionsalive.de



Das neue Buch von
Lena Lührmann.
Jetzt bestellen!

