



Erfolg braucht Vitamine – Innovation auch

□ Innovation ist kein Fallobst

Herbstschule 2011 -Service- und Erlebnisqualität in Bibliotheken| Bern

Sabine Grebien | 17.11.2011



Innovation ist nicht anderes, als mit revolutionären Mitteln
alles beim Alten zu lassen.

Prof. Rust, Sozialwissenschaften, Hannover



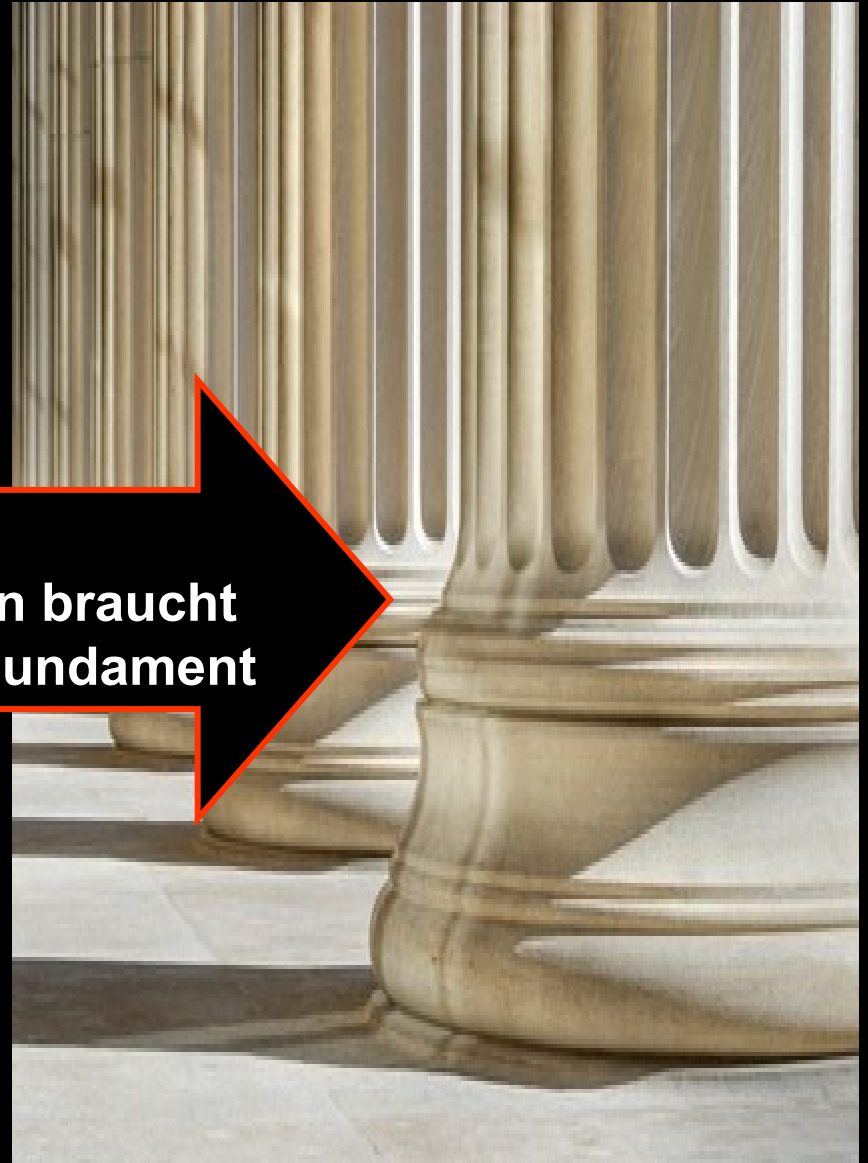
80% derer,
die sich mit
Innovation
beschäftigen,
kümmern sich um
diese 20 %

80 % des
Innovationspotentials
liegt im Prozess und
20 % im Produktbereich





**Innovation braucht
Intaktes Fundament**



Vielfältige Definitionen und Visionen für eine vielfältige Branche- Ja was denn nun?

**„Speicher für das
kulturelle Gedächtnis**

die Bibliothek ‚lebt‘

**Werkstatt und
Instrument zur
Beförderung
menschliche**

**Die Bibliothek als Ort des bloßen Entleihens
von Medien hat ausgedient ...**

Erkenntnis

**Vision
ist, dass sich in Zukunft
die Bibliothek als Ort des
Dialogs verselbstständigt**

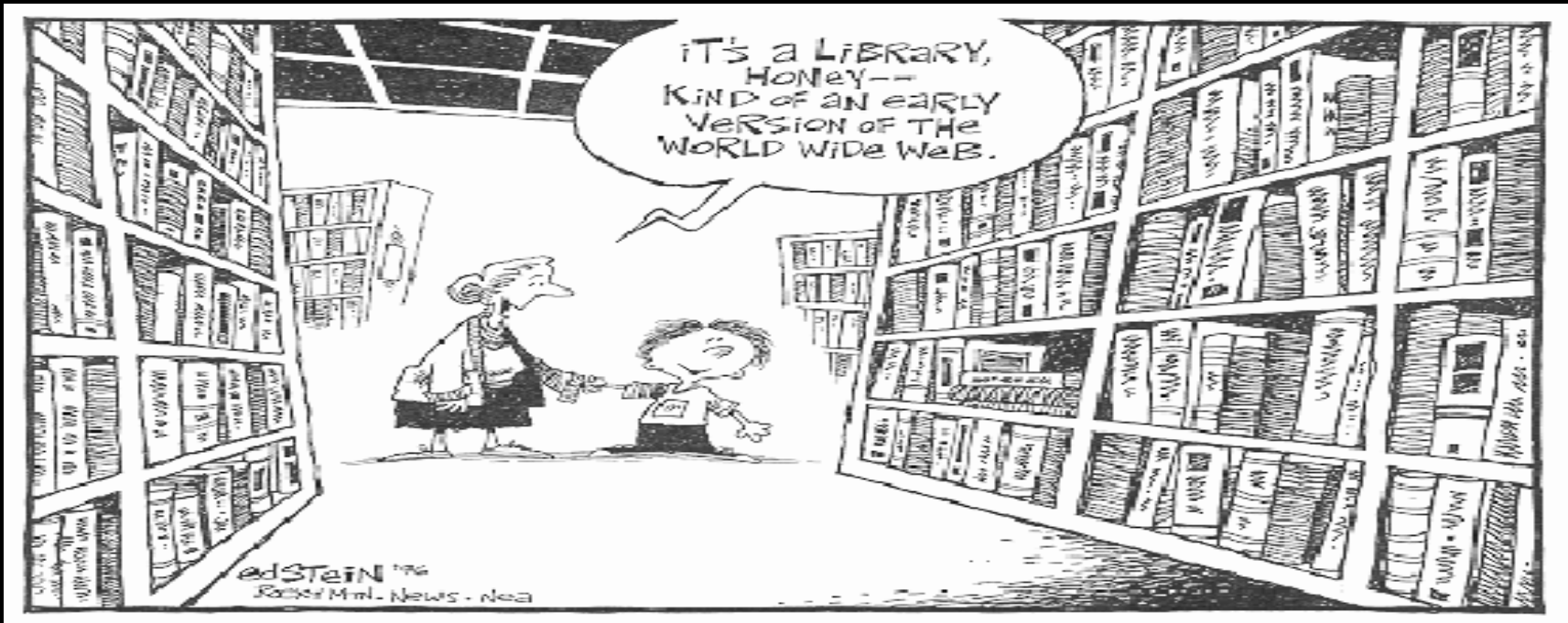
**□ kultisch-
herrschaftlicher,
hegemonialer Ort,**

Grundsteine für nachhaltige Innovation – auch in Bibliotheken



- 1 Klare Unternehmensstrategie/-ziele
als treibende Kraft und
Kompass
- 2 Unternehmensmarke
als Identifikations- und Handlungskern
- 3 Eine schlüssige Gesamtgeschichte
als Inhalt und Weg
- 4 Die „Mannschaft“ als Motor und
Ressource

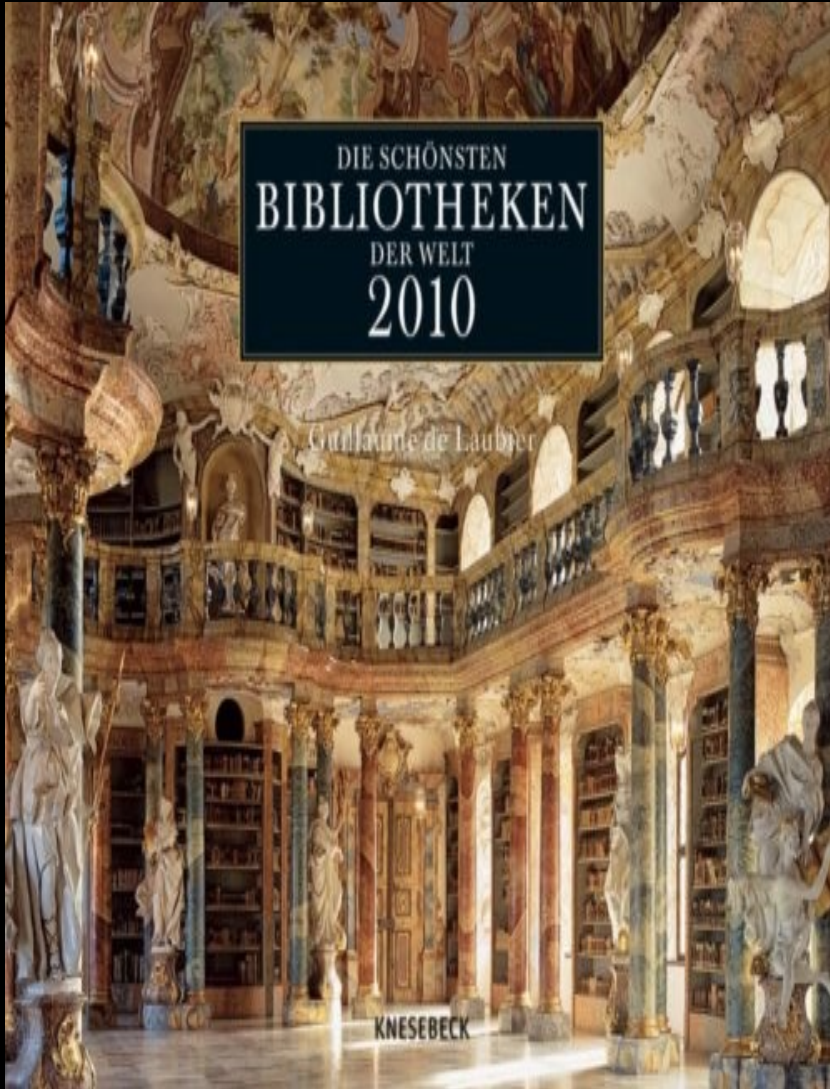
Grundsteine für nachhaltige Innovation - 1 Die Unternehmensstrategie/-ziele



Streben Sie an, sich an die Spitze Ihres Kerngeschäftes (?) zu stellen

- ☐ Kultur und Identität
- ☐ Kerngeschäft „MENSCH und Weisheit“
- ☐ Vermarktungs-/Dienstleistungskompetenz
- ☐ Flexible Organisation
- ☐ Optionen anstatt Strukturen

Grundsteine für nachhaltige Innovation - ② Die Marke



Ist Ihre Institution eine Marke?
Ihr **Identifikationssystem**, Ihre **DNA**?

Ist Ihr Leistungsversprechen zusammen
mit den Erwartungen Ihres
Besuchers/Kunden, der **Kern Ihrer
Marke**?

Verbindet sich Ihre erzählte Geschichte
mit den Geschichten und Erfahrungen
Ihres Kunden zu einer **einzigartigen,
stimmigen Markenpersönlichkeit**?

**Dies macht nämlich Ihre Dialogpartner zu
Fans!**

Grundsteine für nachhaltige Innovation - ② Die Marke

Dimensionen Ihrer Identität

☐ Ihre Positionierung

☐ Ihr Leitbild

☐ Ihre Produkte & Dienstleistungen

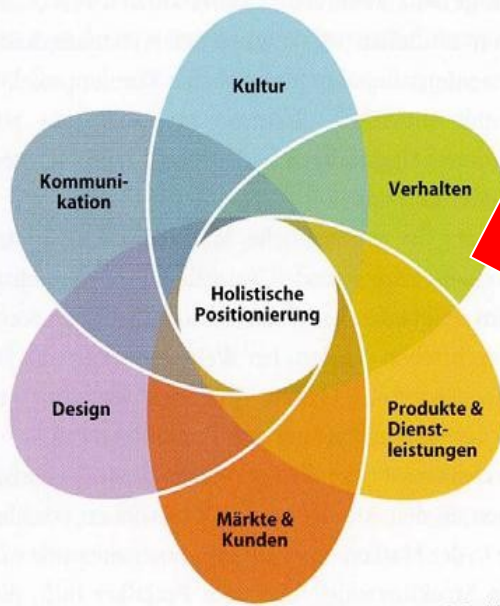
☐ Ihr Design

☐ Ihre Märkte und Kunden

☐ Ihre Kommunikation

**OHNE HAUSAUFGABEN,
KEINE INNOVATION**

Das Strukturmodell



© Dr. Klaus Schmidt

Das holistische Markenmodell zeigt alle Dimensionen auf, aus denen eine Identität besteht, und ermöglicht die Identifizierung und Steuerung der Wechselwirkungen

Grundsteine für nachhaltige Innovation - 3 Die Geschichte



DIE
WEISHEIT
BAUT
SICH EIN
HAUS

Entwickeln Sie eine schlüssige Gesamtgeschichte als Klammer in der Wahrnehmung Ihrer Kunden.

Verbinden Sie Ihre Kunden und Dialogpartner mit Ihrer Bibliothek, den Menschen und Ihrer Kultur.

- ☐ Anziehungskraft /Self-PR
- ☐ Inszenierung
- ☐ Erlebnisangebote
- ☐ Spannungsbögen
- ☐ Community Bildung

Dies macht Ihre Kunden zu Innovatoren

Grundsteine für nachhaltige Innovation - ④ Die Organisation

Innovation ist Chefsache, nicht Glückssache

- ❑ **Abbau** von Hierarchie
- ❑ Schaffen von **Freiräumen**
- ❑ Zulassen von **Querdenkern**
- ❑ **Experimente** wagen
- ❑ **Budget** schaffen
- ❑ Auch **Misserfolge** feiern
- ❑ Kleine und **grosse** Schritte wagen



Sie allein – **und nur Sie!** –
sind verantwortlich,
günstige Voraussetzungen
für Innovation zu schaffen!

Grundsteine für nachhaltige Innovation - ④ Die Organisation

Führen Sie Ihr Unternehmen „Bibliothek“ als lernende Organisation.

Aktive Mitgestalter des positiven Unternehmenserfolgs!

... das ist nur zusammen mit einer **bunten** Frau- und Mannschaft und Externen möglich

Gemeinsame Sicht auf die Dinge, gemeinsame Erfahrungen und somit wiederum eine



- Mut
- Leichtfüßigkeit
- Beherztheit
- Begeisterung
- Aufbruchsstimmung
- Mobilität
- Selbstkritik
- Inspiration
- Magische Momente
- Widerspruch, ...

☐ GEMEINSAME GESCHICHTE!

Grundsteine für nachhaltige Innovation - ④ Die Organisation

Innovation nur als Mannschaftssport



- Setzen Sie Ihr Team (auch (Nicht-/kunden) dort ein, wo sie **am Besten** sind: keine vorgefassten Meinungen!
- **Trainieren** Sie regelmässig!
- Stand des «InnoTrainings» muss eine Hauptthema Ihrer **Führungsgespräche** sein
- Verlangen Sie, dass Ihre MitarbeiterInnen, die Inno Werkzeuge **selbstständig** einsetzen, immer wieder
- Trainieren in vielen Disziplinen, **an unterschiedlichen Orten**
- Holen Sie sich einen **Innovationscoach oder -Trainer**

Grundsteine für nachhaltige Innovation - ④ Die Organisation

Alle in einem Boot – Innovation auf allen Ebenen

Führung steht ganz in Zeichen
des
Innovations-/Wertemanagements

Mitarbeiter werden zu Fans

Fans werden zu
Markenbotschaftern und
Innovatoren

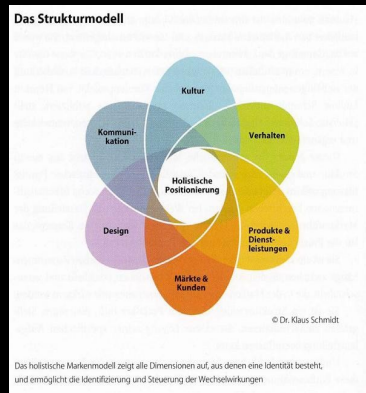
Kunden mobilisieren und
engagieren sich für Ihre
Institution/Bibliothek



Grundsteine für nachhaltige Innovation – Die Protagonisten

Unternehmensziele

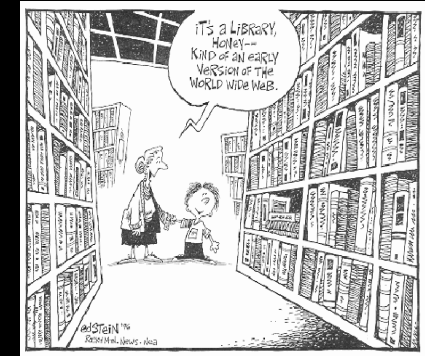
Marke



Menschen



Prozesse



**Innovations-Goldader für eine
Wirksame Service- und Erlebniswelt Ihrer Besucher und Kunden**



SIE | JETZT | ZUSAMMEN

Innovation braucht Vitamine – Bibliotheken auch
...auf zu strategischen und innovativen Höhenflügen

Herzlichen Dank

Sabine Grebien | grebien.performance+
Ihr Partner zur Entwicklung der Best Performance für Marken, Menschen & Prozesse