Jeannette Huber

Die nächsten Innovationen sind soziale Innovationen

- Wege und Sackgassen zur Zukunftsfähigkeit

Die Zukunftsfähigkeit unserer Gesellschaft wird wesentlich von sozialen Innovationen bestimmt. Im Gegensatz zu technischen Innovationen betreffen soziale Innovationen die Art und Weise, wie Menschen leben, sich organisieren und sich verhalten, um bestimmte Ziele zu erreichen. Auch im Unternehmen der Zukunft sind soziale Innovationen die Basis für gesündere Mitarbeiter und bessere Ergebnisse. – Arbeit wird mobil, „Out of Office“ ist nicht länger Nachricht, sondern Zustandsbeschreibung. Dadurch verändert sich die Funktion traditioneller Arbeitsorte, sie werden vornehmlich zu Orten sozialer Beziehungen. Das wiederum erfordert eine bestimmte Emotionalität der Räume. Inspirierende Wohlfühlorte fördern Kommunikation, Kreativität und machen gute Laune. Das Wohlfühlen avanciert zum Produktivitätsfaktor. – Innovation entsteht heute weniger in abgeschotteten F&E-Abteilungen, sondern an den Schnittstellen zwischen Abteilungen, zwischen Branchen und im direkten Kontakt mit dem Endkunden. Kollaboration ist nicht mehr „Zusammenarbeit mit dem Feind“, sondern Wettbewerbsvorteil. Gute Beziehungen sind einerseits Produktivkraft und sorgen andererseits für zufriedene und motivierte Mitarbeiter. Damit geraten das Leitbild des „homo oeconomicus“ und alle darauf aufbauenden Führungs- und Anreizsysteme ins Wanken.

Kooperation über weite Distanzen und mit Unternehmens-Outsidern benötigt eine technische Infrastruktur. Daran arbeiten Unternehmen heute. Doch genau mit der Verlagerung der Kommunikation in den virtuellen Raum drohen Beziehungen zu erodieren und eine neue Herausforderung entsteht: Unternehmen sollten ihre offline-Kultur wiederbeleben und Anlässe reeller Gemeinschaft schaffen.

Im laufenden „War for Talents“ ist Work-Life-Balance zur Trumpfkarte geworden - nicht nur bei den Frauen. Dieses Konzept fußt auf der alten Idee des Tauschhandels von Arbeitszeit gegen Geld. Was, wenn Arbeit Spaß macht und ein Teil der Selbstverwirklichung, ja der Identität ist? Individuelles „Life Design“ greift dort, wo Vorschriften und Regeln des klassischen BGM ins Leere laufen. Es erfordert von MitarbeiterINNEN ein komplettes Bündel an Lebens- und Gesundheitskompetenzen.

Das Ziel könnte „Gesundzufriedenheit“ lauten. Diese Zielsetzung ist persönlich gewählt, und kann sich je nach Lebenssituation verändern. Die „Happy Company“, die durch Freude an der Arbeit reussiert, ist ohne geglücktes „Life Design“ ihrer Mitarbeiter nicht denkbar.

Jeanette Huber

Jeanette Huber ist tätig in der Geschäftsleitung des Zukunftsinstituts und arbeitet als Business Speaker, Beraterin und Autorin. Ihr beruflicher Hintergrund reicht von einem zehnjährigen Engagement in der IT-Branche über mehrjährige Erfahrung in einer internationalen Unternehmensberatung bis zur begeisterten Leitung ihres eigenen Start-ups in Südafrika, wo sie bis 2000 lebte. Diese vielschichtige Lebens- und Arbeitsbiographie ermöglicht ihr, die wissenschaftlichen Ergebnisse der Zukunftsforschung auf pragmatische Art und Weise mit der Unternehmenswelt von heute zu verbinden.
Ihr selbst gewähltes Ziel ist „Future Fitness für Menschen und Unternehmen“.
Letzte Veröffentlichung, „Healthness - Die nächste Stufe des Megatremds Gesundheit“, Co-Autorin, Zukunftsinstitut, 2012

Jeanette Huber
Zukunftsinstitut, Hüttenallee 65a, 47800 Krefeld
Tel.: 021515238255, E-Mail: jeanette.huber@zukunftsinstitut.de
Internet: www.zukunftsinstitut.de, www.jeanettehuber.de