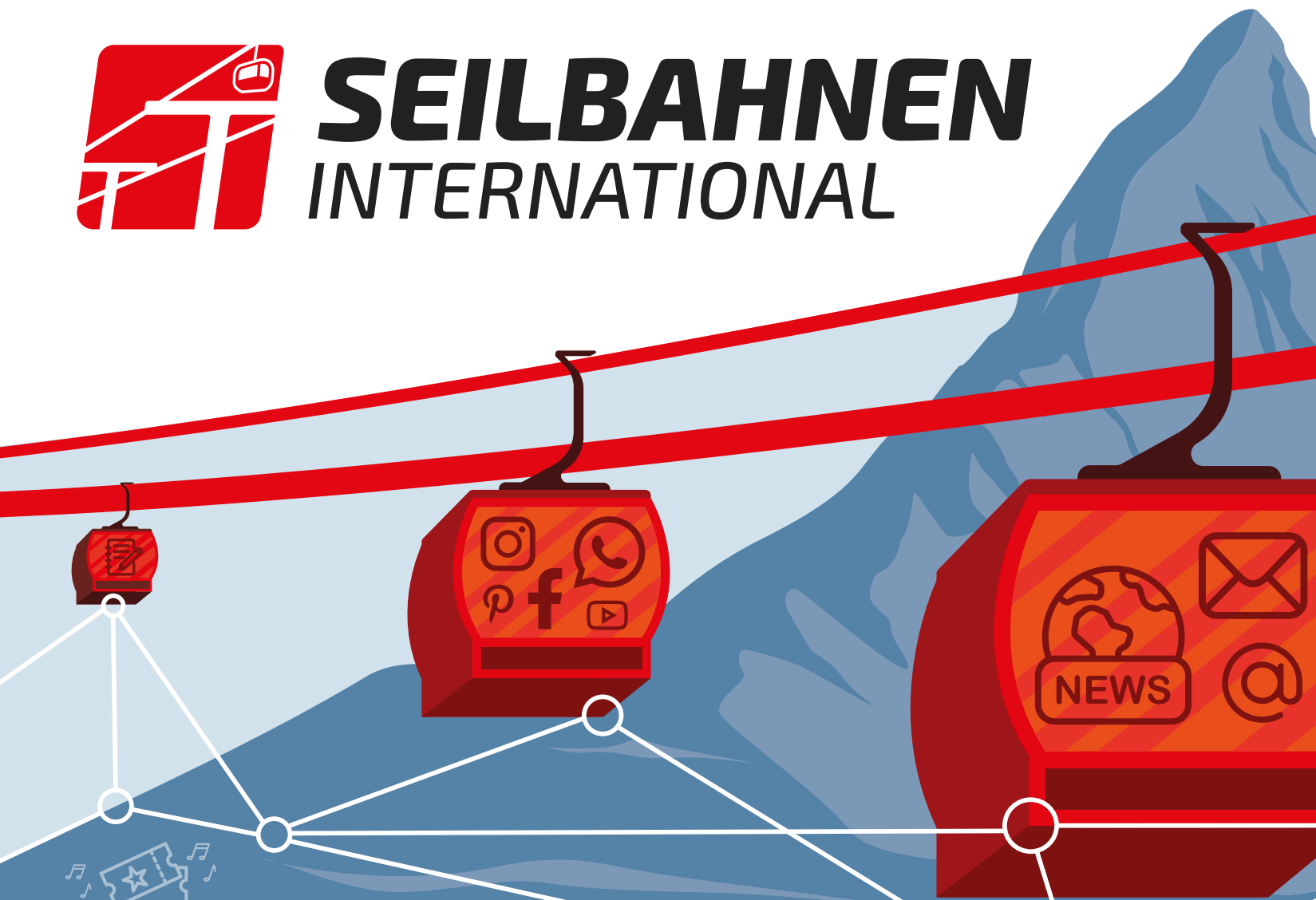




SEILBAHNEN INTERNATIONAL



CROSSMEDIALITÄT VERSTÄRKT DIE PRÄSENZ

KÜNSTLICHE
INTELLIGENZ
**VERÄNDERT DIE
BRANCHE**

SOZIALE INNOVATION
BEREICHERT DEN TOURISMUS





© Pixabay

INNOVATION UND AGILITÄT LEBEN: KLUG, SYSTEMATISCH UND VORAUSSCHAUEND

Schnellebigkeit, technologischer wie gesellschaftlicher Wandel und nur kurzfristig absehbare Effekte des Klimawandels machen Innovation und Agilität wichtiger denn je.

Innovationskultur gepaart mit Agilität sind für die Zukunftsfähigkeit von Seilbahnunternehmen und alpinen Tourismusdestinationen in ihrer Gesamtheit von großer Bedeutung. Besonders zukunftsfähig ist, wer zusätzlich zu Professionalität und Qualität im Tagesgeschäft, Kraft und Zeit für Innovationen aufwenden kann und überdies beweglich, also agil, mit sich abzeichnenden Veränderungen umgeht. Nicht zu vergessen ist dabei ein wohl-dosiertes Maß an (interner) Kommunikation. Sechs Schritte, die dabei helfen, Innovationskultur zu leben:

I. Innovationsgeist etablieren

Die Bereitschaft im Unternehmen neue Ideen und Lösungsansätze zu entwickeln, ebenso wie offen für von außen kommende „bessere“ Lösungen zu sein, bilden den Nährboden für Innovation. Unternehmensintern gilt es, die Tatsache, offen für Neues zu sein und aktiv nach Verbesserungen zu suchen, klar zu kommunizieren. Das soll verbunden werden mit der Einladung an alle Mitarbeitenden, sich einzubringen. Denn es sind Gedanken, Beobachtungen und Verbesserungsvorschläge jedes Einzelnen, die wichtig sind, um Innovation zu leben. Gleichzeitig gilt es Innovations-Wildwuchs zu verhindern. Denn für unabgestimmtes, eigendynamisches Umsetzen guter Ideen sind Seil-

bahnunternehmen ungeeignet, in denen es um Sicherheit, Präzision und verlässliche Qualität geht.

II. Beobachten und Ideen sammeln

Deshalb ist es umso wichtiger, den Mitarbeitenden die Möglichkeit zu geben, Ideen organisiert und nachvollziehbar einzubringen. Für das zusätzliche Aufspüren von Innovationspotenzialen sind Teammitglieder als „Innovations-Scouts“ einzusetzen.

Sie sind dafür zu sensibilisieren, im eigenen Unternehmen ebenso wie durch Konkurrenzbeobachtung nach neuen Ansätzen Ausschau zu halten. Die gesammelten Anregungen und Ideen sind in „Innovationsrunden“ auf ihr Potenzial hin abzuklopfen.

III. Sondieren und ausprobieren

„Innovationsrunden“ dienen dazu, die Ansätze zu sondieren, zu diskutieren, zu verfeinern und in der Folge auszuloten, ob und wie sie umsetzbar sind. Wichtig dabei ist, etwaige rechtliche Rahmenbedingungen zu beachten, die erfüllt werden müssen.

Was an Ideen erfolgversprechend und machbar erscheint, sollte kontrolliert und kritisch beobachtet ausprobiert werden. Positive Ergebnisse vorausgesetzt, sind Testläufe der nächste Schritt.

IV. Pilotversuche

Längerfristige Testläufe und Pilotversuche dienen dazu herauszufinden, ob die jeweilige Innovation die Erwartungen erfüllt oder doch nicht. Das Ergebnis muss überzeugend sein. Etwas anders zu machen, nur damit man nicht immer das Gleiche macht, wäre zu wenig. Stellt sich nach der Pilotphase heraus, dass eine Umsetzung auch mittel- und längerfristig erfolgversprechend wäre, gilt es diese einzuleiten – begleitet von professioneller interner Kommunikation.

V. Umsetzung

Mit Start der Umsetzung ist auch der Moment gekommen, wo - je nachdem um welche Innovation es sich handelt - externe Kommunikation, bezogen auf die jeweilige Neuigkeit, angebracht sein kann.

VI. Innovation braucht Exnovation

Wer innovativ und agil sein und bleiben will, darf Exnovation nicht vernachlässigen. Damit gemeint ist, altbewährte Praktiken bzw. Agierensweisen, aber auch „ehemalige Innovationen“, die sich als nicht mehr relevant, wirksam oder strategisch passend erweisen, wieder aufzugeben. Denn wer Neues umsetzen will, muss auch bereit dazu sein, alte Zöpfe „abzuschneiden“.

Oliver Pichler