

# Was wir von Elon Musk NICHT lernen sollten

«Allmählich kommt die Grossserienproduktion beim Elektroautobauer Tesla auf Touren. Doch jetzt stauen sich die Autos auf den Parkplätzen, weil der Transport zu den Kunden nicht klappt. ‚Entschuldigung, wir sind von der Produktionshöhle in die Auslieferungslogistik-Höhle gekommen‘, schrieb Elon Musk auf Twitter.» So beginnt ein kürzlich erschienener Artikel im «Spiegel».



In der Literatur wird immer wieder betont, wie wichtig das Team für erfolgreiche Innovationen sei. Ich selber bin da nur bedingt einverstanden, weil bahnbrechende Ideen meist von Einzelpersonen oder kleinen Gruppen ausserhalb der gewöhnlichen Abteilungsstrukturen entwickelt werden.

Aber wenn die Idee einmal da ist, dann ist das Team matchentscheidend. In einem guten Team hat es sogenannte Macht-Promotoren, die Ziele setzen und auch mal Widerstände überwinden. So wie Elon Musk. Aber es braucht auch Prozess- und Sozialpromotoren, die Verantwortlichkeiten verteilen, Arbeiten planen, motivieren und Endtermine setzen. Und es braucht Fach-Promotoren, die Alternativen finden und Probleme lösen. Je nach Stadium des Innovationsprozesses sind diese drei Rollen unterschiedlich wichtig.

Dass jemand alle drei Fähigkeiten gleichzeitig mitbringt, ist etwa so selten wie geniale Ideen. Auch ein Elon Musk kriegt das nicht alles unter einen Hut, sonst würde er kaum in der «Auslieferungslogistik-Hölle» sitzen.

Das heisst: Selbst der beste Macht-Promotor kann eine tolle Idee nur dann in ein kommerziell erfolgreiches Produkt verwandeln, wenn er mit guten Prozess- und Fachpromotoren zusammenarbeitet. Das Ganze funktioniert dann gut, wenn diese verschiedenen Rollen verstanden und die Werte der unterschiedlichen Beiträge anerkannt werden. Gerne unterstütze ich Ihre Firma bei einem «Rollen-Check», denn je besser das Zusammenspiel, desto erfolgreicher lassen sich Innovationsprozesse umsetzen. Es müssen ja nicht alle in der gleichen Hölle landen wie Elon Musk.

Ich wünsche Ihnen einen schönen Herbst

Roland Haas

P.S. Ich stelle immer wieder fest, dass Firmen am Anfang von Innovationsprozessen nicht recht wissen, wie sie mit neuen Ideen umgehen sollen. Hier hilft ein einfaches und sehr wirkungsvolles Tool namens [Innovation Project Canvas](#).

Herr Erich Bachmann, VP Product Management bei der Firma [Komax](#): «Wir setzen den Innovation Project Canvas ein, um den Übergang von der Vorstudie in die eigentliche Entwicklungsphase effizienter zu gestalten, was uns nachhaltig gelingt. Die neu involvierten Personen wissen sehr schnell, worum es geht und bringen sich ein. Es gibt danach weniger Rückfragen, die Entwicklung läuft fokussiert und motiviert.».