
Innovationsklima

Um die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen zu stärken, sind die Voraussetzungen für Innovationen in Unternehmen bestmöglich zu gestalten. Innovation ist die absichtsvolle Einführung und Anwendung von Ideen, Prozessen, Produkten oder Verfahren innerhalb einer Rolle, Gruppe oder Organisation, die neu für die betroffene Einheit sind und entworfen wurden, um die Rollenerfüllung, die Gruppe, die Organisation oder die Gesellschaft im weitesten Sinne maßgeblich zu fördern (West & Farr, 1990). In der Regel werden Produkt- und Prozessinnovationen unterschieden, welche jedoch miteinander verschränkt sind, da mit der Idee für ein neues Produkt oft auch Veränderungen der Aufbau- und Ablauforganisation einhergehen. Die Innovationskraft einer Organisation ist nach West (1990) durch Klimafaktoren, d.h. sozial geteilte Wahrnehmungen von organisatorischen Praktiken, Prozeduren und Werten (Reichers & Schneider, 1990), beeinflusst.

Der Fragebogen zum Innovationsklima (INNO; Kauffeld et al., 2004) wurde entwickelt, um das Klima für Innovationen in Organisationen messbar zu machen. Er besteht aus insgesamt 21 Items, die in weniger als zehn Minuten beantwortet werden können. Mithilfe von Faktorenanalysen wurde die Struktur des INNO auf vier Faktoren festgelegt:

- Aktivierende Führung (AF): Unterstützung durch Vorgesetzten (Beispielitem: „Mein Vorgesetzter unterstützt mich, wenn ich einen Verbesserungsvorschlag habe.“)
- Konsequente Implementation (KI): Ideenumsetzung (Beispielitem: „Wir haben vielen Ideen, aber wir setzen sie nicht um.“)
- Kontinuierliche Reflexion (KR): Ideengenerierung (Beispielitem: „Mein Kollegen und ich denken ständig über Verbesserungen nach.“)
- Professionelle Dokumentation (PD): von z.B. Reklamationen (Beispielitem: „Wir erfassen Reklamationen systematisch.“)

Im Hinblick auf Kriteriumsvariablen der Produkt- und Prozessinnovationen, Unternehmensentwicklung, der Anzahl der Verbesserungsvorschläge, der Bewertung von Optimierungssitzungen durch die Teilnehmer, der Güte der in der Gruppendiskussion erarbeiteten Lösungen und des wahrgenommenen Vorgesetztenverhaltens besitzt der INNO eine befriedigende Kriteriumsvalidität. Im Sinne der diskriminanten Validität sind die INNO-Faktoren unkorreliert mit (berufsbezogenen) Persönlichkeitsmerkmalen. Zusammenfassend ermöglicht der INNO, der hinsichtlich zentraler Gütekriterien überprüft wurde, die standardisierte und ökonomische Erfassung des Innovationsklimas.

Literatur

Kauffeld, S., Jonas, E., Grote, S., Frey, D. & Frieling, E. (2004). Innovationsklima – Konstruktion und erste psychometrische Überprüfung eines Messinstrumentes. *Diagnostica*, 50 (3), 153-164.

Reichers, A. E. & Schneider, B. (1990). Climate and culture: An evolution of constructs. In B. Schneider (ed.), *Organizational climate and culture* (pp. 413-433). San Francisco: Jossey-Bass.

West, M. A. (1990). The social psychology of innovation in groups. In M. A. West & J. L. Farr (eds.), *Innovation and creativity at work* (pp. 309-333). Chichester: Wiley.

West, M. A. & Farr, J. L. (1990). *Innovation and creativity at work*. Chichester: Wiley.