



VI ER FORSKELLIGE - BRUG DET!

Ikonoklastisk innovation på amerikansk TV

Indlæg af Susanne Justesen i Berlingske Business.dk den 23. marts 2007 (blogpost # 4)

Ordet ikonoklastisk beskriver en person der tør udfordre og ligefrem ødelægge vel-etablerede ikoner og helgenbilleder. Og det er vel i virkeligheden – og i bund og grund – hvad innovation handler om. Når jeg vælger denne overskrift er det fordi jeg er nødt til i særdeles begejstrede vendinger at omtale en ny (og så vidt jeg ved den første seriøse af slagsen) TV-serie der tør kaste sig over emnet "The Business of Innovation".

Det er den amerikanske TV-kanal CNBC der vover pelsen, og har lavet denne serie bestående af fem en-times programmer der udforsker emnet innovation. Hvert program sætter fokus på et særligt tema og i serien møder man en perlerække af nogle af de allerstørste ikoner på innovations-scenen lige nu. Men selv om vi møder de største af de største i programmet, som ofte selv startede ud som netop ikonoklaster, så bliver også de udfordret i programmet, hvilket er en af programmets absolutte styrker.

Jeg har kun set de første to afsnit, og glæder mig allerede nu til CNBC oplader de næste afsnit til nettet, hvilket sker efterhånden som rammer de amerikanske tv-skærme de næste par uger. Hvis du har lyst til selv at se programmet, så finder du det på <http://innovation.cnb.com>.

Titlen på det første program i serien er "Innovators & Iconoclasts", og her møder vi for første gang den super provokerende (og ofte temmelig irriterende) Roger Schank, der spiller rollen som seriens helt egne ikonoklast der fx. vover at stille spørgsmålstegn ved hvorvidt innovations-ikonet Google i virkeligheden er særlig innovativ. Et udsagn der kan få mangan en innovations-gejstlig op af stolene.

Særlig begejstret blev jeg imidlertid da Schank i programmet anbefaler virksomheder at ansætte de dårligste 10% fra Harvard istedet for top 10, fordi de var dygtige nok til at komme ind på Harvard, men så alligevel har valgt at gå egne veje da først de var kommet ind. Hvem har brug for endnu en MBA prototype?

I seriens første afsnit som jeg vælger at fokusere på her, møder vi således den selvudnævnte "anti-bankmands bankmand" Arkadi Kuhlmann der er CEO for ING USA Direct, en succesfuld

amerikansk bank, der udover at sælge traditionelle bank-ydelser, ligeledes sælger kaffe og mountainbikes.

Vi møder selvfølgelig Richard Branson fra Virgin, der startede ud som et postordre-firma i 1970'erne, og idag har gjort sig selv til indbegrebet af ikonoklastisk innovation, ved at tage een branche af gangen, og udfordre de eksisterende giganter og ikoner ved at (hjælp!) give kunderne det de gerne vil have.

Første afsnit er således en sand perlerække af innovations-ikoner og ikonoklaster: lige fra Frank Gehry til Oprah Winfrey til Tom Kelley; og fra Pixar til Southwest Airlines. Med andre ord: en time i særdeles godt selskab!

Fem stjerner og et kippende flag herfra!