



Die Schöpferischen kommen

KREATIVARBEITER. Die Wirtschaft entdeckt ihre Liebe zu Querdenkern. Sie braucht die erfrischend unkonventionellen Geistesblitze freier Hirne für Innovationen und ungewöhnliche Problemlösungen. trend hat erforscht, unter welchen Bedingungen kreative Köpfe besonders gut gedeihen. Von Martina Forsthuber

Wohlfühländer für Kreative

In welchen Ländern eine auf Kultur aufbauende Kreativität besonders gut gedeiht und wie viel sie zum Bruttoinlandsprodukt beiträgt.

Beitrag des kulturellen
und kreativen Sektors zur
nationalen Wirtschaft.
Mehrwert zum
nationalen BIP in %



Quelle: Ergebnisse einer Studie 2009 im Auftrag der Europäischen Kommission, Generaldirektion Bildung und Kultur.

Sie haben weder Harvardabschluss noch MBA, und ihr Lebenslauf zeigt nicht die leiseste Spur eines Vorzugsschülers. Manche können nicht einmal ein Reifezeugnis vorweisen. Dafür aber haben sie wirklich unkonventionelle, noch originalverpackte Ideen, und die sind derzeit weit gefragter als das uniforme Denken, das vielen Absolventen von für die Wirtschaft maßgeschneiderten Ausbildungsstätten eigen ist.

Doch wer Quer- und Vordenker sucht, um dem qualvollen Schmoren im eigenen Saft und der daraus folgenden innerbetrieblichen Vorschlagsmonotonie entgegenzuwirken, muss andere Wege gehen, als in Tageszeitungen Inserate zu schalten. Beispielsweise so: Bei der Auswahl der 18- bis 30-jährigen Anwärter für die Teilnahme am Palomar5-Camp „waren weniger Lebensläufe oder Abschlüsse relevant, sondern vielmehr die Energie, der Ehrgeiz, etwas zu verändern, die Ideen der potenziellen Teilnehmer, ihre soziale Kompetenz und Teamfähigkeit“, so Jonathan Imme, Gründungsmitglied und Sprecher von Palomar5. Schließlich verbrachten 30 so genannte „Digital Natives“, junge Erwachsene, die mit dem Internet groß geworden sind und es intensiv nutzen, aus 13 Ländern und fünf Kontinenten sechs Wochen auf engstem Raum in einem Camp und entwickelten kreative Vorschläge für das Arbeiten der Zukunft.

Bosse, hört die Signale. Gesponsert wurde das Palomar5-Camp nicht etwa von einer subversiven Gruppe, einem Underground-Musiklabel oder dem Veranstalter von Selbstfindungsseminaren, sondern von der Deutschen Telekom. Und als Ende November die Ergebnisse des sechswöchigen Brainstormings der Digital Natives präsentiert wurden, hörten 300 Gäste aus Wirtschaft, Wissenschaft, Politik und Medien gespannt zu. „Die hohe Kreativität der Teilnehmer, ihre zahlreichen kleinen Ideen und großen Visionen sowie die Offenheit von Unternehmern gegenüber den Ergebnissen haben unsere optimis-

tischen Erwartungen noch weit übertroffen“, so Imme, der sich freut, das Camp im nächsten Jahr mit tatkräftiger Unterstützung der Wirtschaft fortführen zu können.

Innovation heißt das Wachstumshormon der Wirtschaft, denn ohne diesen Jungbrunnen sehen Unternehmen im Wettbewerb alt und grau aus. Doch für frische Gedanken und unkonventionelle Lösungen braucht es Kreativität. „Probleme kann man niemals auf derselben Ebene lösen, auf der sie entstanden sind“, erkannte bereits Albert Einstein, und langsam sickert diese Erkenntnis auch in die Vorstandsetagen durch. Kreativität heißt das neue Zauberwort, und die entspringt nicht den Synapsen gut dressierter Angestellter. Neues entsteht in unverdorbenen Gehirnen, deren Zellen noch frei sind vom neuronalen Abdruck konventioneller Schemata.

Während eine gute Ausbildung und exzellente Noten bislang als Freifahrkarte zum Erfolg galten, sind jetzt die so genannten >

Die schlechtesten Ausreden im Verkauf

Nr. 14: „Der Wettbewerb ist doch viel billiger“



Vereinbaren Sie jetzt einen Infotermin mit
Andreas Nussbaumer
01/585 37 00 15
andreas.nussbaumer@unitis.at

Unsere Antwort:

Verkaufstrainings mit Erfolgsgarantie!

www.unitis.at

UNITIS



Wolfgang Aigner, Coach, Medienpädagog und Philosoph: „Es gibt eine Abkehr vom linearen, kausalen, mechanistischen Denken, und die Sprache ist der Schlüssel für die Zukunft. Wir müssen uns von den alles beherrschenden Termini der Wirtschaft verabschieden.“

Kreativarbeiter gefragt. Die Generation der Digital Natives denkt anders, und sie will anders arbeiten, will geistig produktiver und mit vollem Enthusiasmus bei der Sache sein. Die Sicherheit einer fixen Anstellung ist für sie keineswegs erstrebenswert, im Gegenteil schreckt sie diese Vorstellung einer Einschränkung ihrer persönlichen Freiheit massiv ab.

Der neue Mitarbeitertypus begrüßt den Wandel, setzt auf seine einzigartigen Stärken und Talente, die er selbstständig und mit Freude ausbaut, er versteht sich nicht als Befehlsempfänger, sondern als gleichwertiger Problemlösungspartner. Er lässt sich selten in „Nine to five“-Jobs zwingen, sondern arbeitet lieber in bunt zusammengewürfelten Teams an interessanten Projekten. „Kreativarbeiter haben eine hohe Selbststeuerungsfähigkeit und Unsicherheitstoleranz“, analysiert Imke Keicher, Zukunftsforscherin und Unternehmensberaterin, „sie wissen, was sie einzigartig macht, und ihre Leistungsfähigkeit kommt aus echter Freude an der Sache, nicht aus Karrierekalkül.“

Lust schlägt Geld. Für diese Innovationstreiber zählt die Herausforderung mehr als ein hohes Gehalt. Ihre Lebensläufe sind daher auch selten stromlinienförmig, und auf der Suche nach diesen kreativen Köpfen sind brillante Zeugnisnoten und ein Studium in neuer Bestzeit so hilfreich wie Kaffeesudlesen. „Eiltempo beim Studium ist ja an sich keine Qualifizierung, es suggeriert nur Zielorientierung“, so Keicher „und Auszeichnungen geben nur einen Hinweis auf die analytische Intelligenz – die Fähigkeit, schnell das geforderte Wissen zu reproduzieren – und zeigen die Anpassungsfähigkeit an das System. Wie kreativ jemand mit dem erworbenen Wissen umgeht, darüber erfahren wir nichts.“

Weit mehr als Zeugnisse und Studiendauer verraten daher Brüche in den Lebensläufen, ob sich ein Mensch auch Zeit nimmt, seinen Ambitionen nachzugehen, selbst wenn diese nicht auf der Agenda zur Erreichung des ehrgeizigen Karriereziels stehen. „Kreativarbeiter blicken über den Tellerrand, sind Besessene, gut verwurzelte, holistisch Denkende“, definiert der Coach und Philosoph Wolfgang Aigner den neuen gefragten Typus, „Menschen, die Ruhe zur Entwicklung hatten, die sich selbst vertrauen, keine Angst haben, spontan zu sein oder nicht den Erwartungen der Gesellschaft zu entsprechen.“

Es gehört allerdings auch ein schönes Stück Mut dazu, diesen Entwicklungsweg zu wählen, dem selbstbestimmten Denken, dem unvoreingenommenen Forschen nach neuen Wegen den Vorzug vor dem geradlinigen Karrierepfad zu geben. „Ich plädiere dafür, dass man sich – egal, ob jung oder alt – von seinen Ambitionen, Träumen und vom eigenen Instinkt leiten lässt“, meint Palomar5-Gründer Imme. „Viele Leute machen aus ihrem Lebenslauf einen

» Let your process run »

Wie effizient laufen Ihre Prozesse?



Effizienz steigern mit Prozessmanagement

Wer macht was, wann, wie und womit?

Das Prozessmanagement-Angebot von next level consulting:

- » Training, Beratung, Tools
- » Analyse, Design & Optimierung Ihrer Prozesse
- » Prozesscoaching & Zertifizierung

Damit Ihre Prozesse laufen und laufen und ...



Wien | Salzburg | Graz | Bonn | Zürich | Bratislava | Zagreb
office@nextlevelconsulting.eu | www.nextlevelconsulting.eu



Imke Keicher, Zukunftsforscherin und Unternehmensberaterin:
„Kreativarbeiter haben eine hohe Selbststeuerungsfähigkeit und Unsicherheitstoleranz. Sie wissen, was sie einzigartig macht, ihre Leistungsfähigkeit kommt aus Freude an der Sache und nicht aus Karrierekalkül.“

Lebenswettlauf, sie sprinten um die Wette, immer die Ziellinie im Blick. Wie soll man da nach links oder rechts schauen und die Angst verlieren können, auch mal richtig zu stolpern?“ Gerade in jungen Jahren lässt sich aus der Kombination von Enthusiasmus und Unvoreingenommenheit viel bewegen. „Wirtschaftsunis versuchen, diese Naivität möglichst professionell wegzubügeln“, meint Imme und vermutet, dass „das womöglich ein Fehler ist“.

Martin Lust, Geschäftsführer von student4excellence, einer Plattform exzellenter, leistungsstarker Studienabsolventen für die Wirtschaft, sieht dies naturgemäß anders: „Kreativität und exzellente Noten sind kein Widerspruch. Aber auch wir schauen nicht nur auf die Noten, Praxiserfahrung und außeruniversitäres Engagement sind genauso wichtig, und gerade hierin beweisen viele unserer Mitglieder Kreativität.“ Trotzdem gesteht auch Lust zu, dass es um eine Veränderung der Kultur geht: „Eine Veränderung in den Köpfen müsste dazu führen, dass Kreativität und Eigeninitiative schon in der Schule belohnt werden und nicht nur die ‚brave‘ Reproduktion von erlerntem Wissen.“

Denken als lästiger Makel. Doch das derzeitige Schulsystem ist hauptsächlich damit beschäftigt, eigenständiges Denken als lästigen Makel auszutreiben und stattdessen Heerscharen dumpfer Auswendigler zu züchten. Und exakt dieses Schema wird – auf Wunsch der Industrie – an den Fachhochschulen und mittlerweile auch an den Universitäten weitergeführt, die zu Ausbildungsstätten mutiert sind, die in Rekordzeit mundgerechte Akademikerhappchen für den Arbeitsmarkt produzieren.

So entsteht jedoch keine zweckfreie Bildung, die den Nährboden für Kreativität bereitet und die jetzt gerade von der Wirtschaft so gefragt ist. „Die Devise lautet: Weg von der Oberfläche – hin zur >

Renewable Energy in Central and Eastern Europe

Postgraduate MSc Program



The first cross-border MSc Program for Renewable Energy in Europe.

CONTENTS

- Introduction on Renewable Energy
- Biomass, Biogas, and Biofuels
- Solar Energy – Solar Heating, and Photovoltaics
- Geothermal Energy, Wind Power, and Small Hydro Power
- Efficient Energy Use and Thermal Building Optimization
- Commercial Basics
- General Legal and Economical Frameworks
- Management and Soft Skills
- Perspectives on the Use of Renewable Energy
- Master's Thesis

MODALITIES

4 semesters, part-time, organized in modules & English
Top international faculty
Lectures & field studies in Austria, Croatia, Czech Republic, Hungary, Poland, Slovakia, Slovenia and Ukraine

ADMISSION REQUIREMENTS

Academic degree or other qualification which can be regarded as an equivalent thereof

NEXT PROGRAM START

April 22, 2010

APPLICATION DEADLINE

January 29, 2010

TU Vienna Continuing Education Center

Operngasse 11 • A-1040 Vienna
T +43/(0)1/58801-41701
newenergy@tuwien.ac.at
newenergy.tuwien.ac.at

Schöne neue Arbeitswelt

Kreativarbeiter ticken anders und können sich nur unter den richtigen Rahmenbedingungen entfalten:

- > Sie übernehmen mehr Eigenverantwortung,
- > setzen auf ihre einzigartigen Stärken und Talente,
- > brauchen ein hohes Maß an Selbstbestimmtheit,
- > sehen Unternehmen eher als Sparringspartner,
- > wissen, was sie brauchen, um Höchstleistungen zu erbringen,
- > richten den Blick nicht nur auf die Situation, sondern sehen den Prozess,
- > stellen Erlerntes und Erprobtes immer wieder infrage,
- > haben eine hohe Unsicherheitstoleranz,
- > legen Wert auf eine stärkere Vernetzung von Teams,
- > zeigen hohe Flexibilität und interdisziplinäre Kompetenz,
- > brauchen und wollen weder feste Arbeitszeiten noch -orte,
- > lieben es, Neues auszuprobieren,
- > ihre Lebensläufe sind keine Blaupausen,
- > sie haben ein ausgeprägtes Kulturverständnis,
- > fordern Ehrlichkeit und Substanz,
- > lehnen Oberflächlichkeit und Marketinggags ab.

Wer Kreativarbeiter anheuern will, sollte den Kandidaten neue Fragen stellen:

- > Was interessiert Sie leidenschaftlich?
- > Welches Umfeld macht Sie stark?
- > Wie viel Struktur und Regeln brauchen Sie?
- > Was tun Sie mit Freude und Engagement – auch ohne Bezahlung?
- > Beschreiben Sie Ihre eigenen Erfolgs- und Misserfolgsstrategien?
- > Wann sind Sie das letzte Mal gescheitert? Was haben Sie daraus gelernt?
- > Wann haben Sie das letzte Mal Regeln gebrochen?
- > Wie sieht Ihre optimale Work-Life-Balance aus?



Jonathan Imme, Gründungsmitglied und Sprecher von Palomars, einem Innovationscamp: „Bei der Auswahl der Teilnehmer waren nicht Lebensläufe oder Abschlüsse relevant, sondern die Energie, etwas zu verändern, Ideen, soziale Kompetenz und Teamfähigkeit.“

Substanz“, meint Aigner. Schule soll durch selbstgesteuerte Lernprozesse eigenständiges Denken und Selbstbewusstsein fördern, das sich aus dem Vertrauen auf sich selbst generiert. Dem Philosophen schwebt eine Pädagogik vor, die Platz für Neuordnungen schafft und die Schnittstelle ist für die aktive Teilhabe am gesellschaftlichen Leben, „denn dadurch entstehen kontextsensitive Lösungswerkzeuge für Problemstellungen. Doch dazu muss sich Schule öffnen und kommunikationsfähig mit artfremden Systemen werden. An den Universitäten sollte wieder eine zweckfreie Bildung möglich sein, in der Geisteswissenschaften und Frauen gefördert werden.“

Die Dringlichkeit der geistigen Frischzellenkur ist mittlerweile bis in die höchsten europäischen Machtzentren vorgedrungen. So erklärte die Europäische Kommission 2009 zum „Jahr der Innovation und Kreativität“. Veranstaltungen wie das „Festival der Kreativität“ im Wiener Museumsquartier oder der Schulwettbewerb „Jugend innovativ“, wo Schüler und Lehrlinge noch bis 23. Dezember Projektideen einreichen können, feiern sensationelle Erfolge.

Sprache als Schlüssel. Doch das „Jahr der Innovation und Kreativität“ geht zu Ende. Was bleibt, ist der Bedarf an kreativem Potenzial. „Es gibt einen Abschied vom linearen, kausalen, mechanistischen Denken“, stellt Aigner fest, „und die Sprache ist der Schlüssel für die Zukunft. Es muss eine Abkehr von den alles beherrschenden Termini der Wirtschaft geben.“ Die Digital Natives haben tatsächlich eine andere Sprache, weit ab von ökonomisierter Terminologie, aber ebenso weit entfernt vom simplen „bamm Oida“. Denn Kreativarbeiter zeichnen sich „durch interdisziplinäre Kompetenz und ein ausgeprägtes Kulturverständnis aus“, so Imme. Sie lieben zweckfreie Bildung, kehren nicht selten Studium oder Schule in der altergebrachten Art der Denkkasernen den Rücken zu. Sie bilden sich stattdessen mit Enthusiasmus im Alleingang weiter und fühlen sich an Orten mit breiter Kulturszene am wohlsten.

In seinem Buch „The Rise of the Creative Class“ analysierte Richard Florida schon 2002 die Beziehung von Kultur, Kreativität und wirtschaftlichem Wachstum. Er wies nach, dass Kreativität als Standortfaktor entscheidend zu ökonomischem Erfolg beiträgt. Für die Entfaltung dieser Fähigkeiten sind nach Florida kulturelle Umfeldbedingungen entscheidend. Milieu und Kultur sind also für das Wirtschaftswachstum mit verantwortlich (siehe Grafik „Wohlfühländer für Kreative“). Standorte mit breiten kulturellen Möglichkeiten gewinnen daher durch ihre Anziehungskraft auf kreative Menschen auch an Bedeutung als Wirtschaftsstandort. ●

Der Weiterbildungs-Bestseller.



Bestellen Sie gratis das neue Kursprogramm des **bfi wien**. Damit Sie noch mehr zu bieten haben. Telefonisch unter der Serviceline **0800 20 21 22** oder auf **www.bfi-wien.at**

