

Kreativität und Unternehmertum – die unerschöpfliche Energiequelle?

Prof. Dr. Mario Raich

KREATIVITÄT UND UNTERNEHMERTUM – DIE UNERSCHÖPFLICHE ENERGIEQUELLE?

Prof. Dr. Mario Raich

Einführung

Kreativität und Unternehmertum sind zwei der wichtigsten Faktoren in der Entwicklung der Menschheit. Die Fähigkeit, sich Neues auszudenken und es dann auch auszuprobieren ist eine ausgeprägte Eigenschaft des unternehmerischen Menschen. Kreativität und Unternehmertum können ungeahnte Energien entfalten; man muss jedoch wissen, wie man sie kontrollieren kann, damit sie sich nicht destruktiv auswirken.

Kreativität

Kreativität ist die Verbindung zur Unendlichkeit! Sie ist neben dem Humor eine der wenigen Eigenschaften, über welche keine Maschine und kein Computer jemals verfügen wird.

Ideen, Lösungen, Verbesserungen, Innovationen, Entdeckungen und Erfindungen; dies alles verdanken wir der menschlichen Kreativität. Leider wird all dies nicht immer zum Wohle der Menschheit genutzt; wir sind diejenigen, welche es in der Hand haben, damit Gutes oder Böses zu tun.

Jeder Mensch könnte kreativ sein - nicht jeder jedoch hat seine Kreativität entdeckt und entwickelt. Es existieren verschiedene Arten von Kreativität: die künstlerische, die praktische, die soziale oder die geschäftliche Kreativität. Wir müssen nur herausfinden, über welche Art der Kreativität wir verfügen, und wann und wie sie zum Vorschein kommt. Wann haben wir gute Einfälle? Benötigen wir hierzu Druck, Spannung, Herausforderung, Unterstützung, Konflikte, Anerkennung oder eine entspannte Atmosphäre? Haben wir Einfälle unter der Dusche, beim Autofahren, bei guter Musik oder während eines Gesprächs? Sind wir fähig, unsere Denkroutinen zu durchbrechen? Können wir aus unserer Haut herausgehen?

Die Mitarbeiter vieler Unternehmen sind leider nur passive Befehlsempfänger, welche ihre Kreativität lediglich im Privatleben einsetzen; sie werden durch ihre Vorgesetzten nicht ermuntert, kreativ zu sein.

Dabei haben Mitarbeiter oft ein grösseres kreatives und unternehmerisches Potential als Führungskräfte vermuten; das Gute liegt oft so nah, man muss es nicht in der Ferne suchen! Es ist daher wichtig, dass Führungskräfte lernen, mit der Kreativität ihrer Mitarbeiter umzugehen und sie konstruktiv einzusetzen.

Hierzu ein Beispiel aus unserer Praxis: Ein bekanntes deutsches Unternehmen wollte durch strategische Innovation wachsen. Aus diesem Grund beauftragte es uns mit der Unterstützung dieses Prozesses. Dies taten wir mit grossem Erfolg; mit den Mitarbeitern dieses Unternehmens entwickelten wir innerhalb von zwei Jahren gut zwei Dutzend Business Cases mit einem Umsatzpotential von weit über einer Milliarde Euro. Die besten dieser Cases wurden dann auch umgesetzt und verhalfen diesem Unternehmen zum erhofften Wachstum!

Unternehmertum

Ohne das Unternehmertum wäre die Kreativität jedoch wie ein Fahrzeug ohne Antrieb. Es ist erst der unternehmerische Mensch, welcher über die Fähigkeit verfügt, aus einer Idee neue Werte zu schaffen.

Ein unternehmerischer Mensch organisiert die notwendigen Ressourcen, um seine Ideen und Visionen umsetzen und somit Ergebnisse liefern zu können. Hat er dann auch noch Geschäftssinn, verdient er damit eine Menge Geld!

Ein Unternehmer besitzt Neugier, Leidenschaft, Visionen, Risikobereitschaft, Phantasie, Umsetzungswillen und die Bereitschaft, über das Vorhandene hinaus zu gehen. Ausserdem verfügt er über ein grosses Durchhaltevermögen.

In den Jahren 1991-2000 leiteten wir in Polen ein Projekt zur Entwicklung von Unternehmern, welches durch die Schweiz finanziert wurde - weit über 15'000 Unternehmer nahmen daran teil! Die Mehrheit der Teilnehmer betonte danach, dass das wichtigste Resultat der Ausbildung gewesen sei, gelernt zu haben, die eigene mentale Einstellung („Ich kann es!“) zu ändern.

Innovation

Bei der Erschaffung neuer Werte durchlaufen wir einen Prozess von vier Etappen: Bei den ersten zwei handelt es sich um Bereitschaft und Entdeckung. Es geht dabei um die Bereitschaft für Veränderungen und das Entwickeln neuer Ideen.

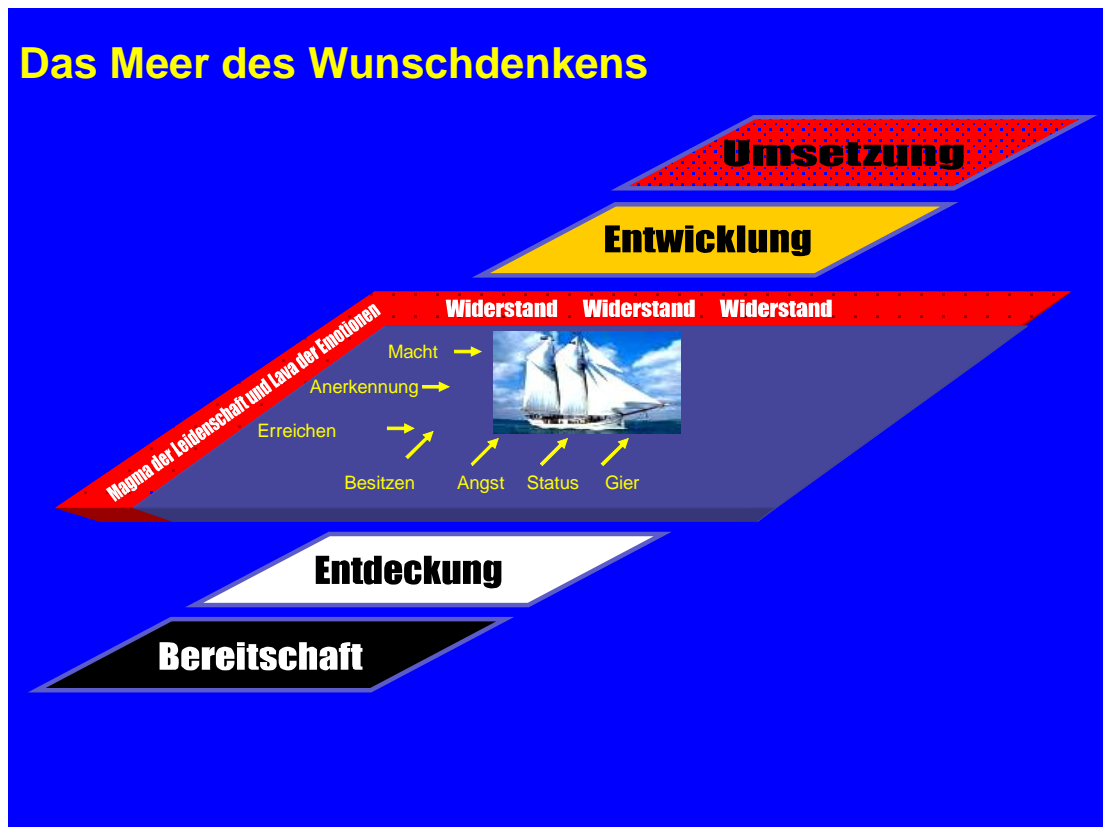
Damit aus Ideen schlussendlich mehr wird als Wunschdenken, sind starke Antriebskräfte notwendig; dies sind beim Menschen der Drang nach Anerkennung, Besitzum, Macht oder Status.

Die zwei letzten Etappen des Erschaffungsprozesses sind Entwicklung (z.B. von Businessplänen) und Umsetzung.

Wir bezeichnen eine Veränderung, welche neue Werte schafft als Innovation.

Somit handelt es sich bei jedem neuen Unternehmen zunächst um eine Innovation; im Laufe der Zeit wird jedoch jedes Unternehmen von Routinen beherrscht. Aus diesem Grund benötigt es wiederum Anleitungen, um Innovationen entwickeln zu können: In unserer Londoner Firma entwickeln wir Innovationen mithilfe eines Innovationsprozesses, welcher aus zwei Teilen besteht: dem Innovations-Lab, in welchem Ideen und Pläne entwickelt werden, und der Innovations-Factory, in welcher diese dann umgesetzt werden.

Das Meer des Wunschdenkens



Oft sind gute Ideen vorhanden, es fehlt jedoch an der Fähigkeit, diese umsetzen zu können:

Ein Pharma-Unternehmen, welches schon seit längerer Zeit seine zahlreichen ungenutzten Patente nutzen wollte, schaffte es trotz gutem Willen nicht, diesen Wunsch auch umzusetzen.

Im Rahmen eines Innovationsprojektes, welches durch unsere Firma unterstützt wurde, entwickelten wir zusammen mit den Mitarbeitern ein Vorgehen hierzu - dies so erfolgreich, dass innerhalb von drei Jahren ein Dutzend neuer Firmen entstand, welche insgesamt 200 Millionen Dollar Venture Kapital als Starthilfe erhielten. Eines dieser Unternehmen wurde bereits für mehrere hundert Millionen Dollar verkauft.

Partnerschaft

Eine Gruppe besteht aus zwei oder mehreren Menschen, welche freiwillig oder unfreiwillig zusammengefunden haben; denken Sie dabei an eine Schulklasse oder eine Arbeitsgruppe.

In vielen Fällen ist eine Gruppe nicht fähig, eine offene und direkte Kommunikation aufzubauen.

Nur wenn es eine Gruppe schafft, Vertrauen aufzubauen, einen gemeinsamen Beweggrund zu definieren und eine offene Kommunikation zu pflegen, hat sie die Chance, ein Team zu werden. In einem Team übernimmt jeder diejenige Rolle, die seinen Fähigkeiten entspricht. Aus einem Team kann sich im günstigsten Fall eine Partnerschaft entwickeln, wenn die Teammitglieder sich gegenseitig in ihrer Entwicklung unterstützen und sich für die Entwicklung des anderen verantwortlich fühlen.

Partnerschaft ist schlussendlich das Fundament für unternehmerischen Erfolg; miteinander ist schliesslich besser als gegeneinander!

Wie bereits erwähnt entsteht Partnerschaft jedoch nicht von alleine und muss erarbeitet werden; die Todsünden dabei sind Dominanz und Mangel an Respekt!

Werte

Jeder Unternehmer entscheidet für sich allein, welche Werte für ihn wichtig sind. Diese Wahl ist entscheidend und wirkt sich direkt auf die Kreativität seiner Mitarbeiter aus; wird diese nicht gehegt und gepflegt, ist die Innovationsfähigkeit eines Unternehmens gefährdet.

Persönliches Nachwort

Ich beschäftige mich seit über zwei Jahrzehnten mit der Problemlösung; die Analyse eines Problems und das Finden einer Lösung ist ein faszinierender Vorgang, der viel Kreativität erfordert. Die große Kunst ist es jedoch, die neue Lösung in die Praxis umzusetzen.

Kreative Lösungen zu finden und sie umzusetzen ist eine der großen Leistungen des Menschen. Es ist dieser Lernprozess des Entdeckens und des Umsetzens, der den Fortschritt der Zivilisation ermöglicht hat. Es ist jedoch derselbe Prozess, der unseren persönlichen Fortschritt ermöglicht.

Um persönliche oder geschäftliche Probleme lösen zu können, benötigt man Kreativität und einen unternehmerischen Geist:

In der Geschichte „Xerendipity“ beschreibe ich ein Vorgehen, welches nicht nur vielen Menschen bei der Lösung ihrer persönlichen Probleme geholfen hat sondern auch bei zahlreichen geschäftlichen Problemen erfolgreich angewandt wurde; viele Innovationen wurden dank diesem Vorgehen entwickelt und implementiert. Aus diesem Grund stellen wir Ihnen diese Geschichte gratis auf unserer Webseite zur Verfügung.

Ich wünsche Ihnen bei der Bewältigung Ihrer Probleme viel Erfolg!