

Die Zukunft braucht kreative Mitunternehmer



Pappmehl, Gastberger, Budai (Hg.): Das Herausgebertrio hat „Die kreative Organisation“ in drei Teile gegliedert; Der erste Abschnitt beschäftigt sich mit den Grundlagen der Kreativität. Im zweiten Teil geht es um die Kreativität in der Praxis, mit Beispielen aus der Wirtschaft, der Wissenschaft und der Gesellschaft. Im dritten Teil „Perspektiven“ beschreiben die Autoren u.a. die kreativen Herausforderungen der Unternehmensführer.

Zoltan Budai arbeitet als selbstständiger Organisationsentwickler. André Pappmehl ist als Personalleiter bei einem internationalen Konzern beschäftigt und Peter Gastberger ist Gründer und CEO des Eventresorts Scalaria am Wolfgangsee in Österreich. Die Herausgeber postulieren, dass der Erfolg eines Unternehmens auf permanenten Innovationen sowie einer intelligenten Anpassungsfähigkeit der eigenen Organisation basiert. Es ist vor allem die Kreativität, die unverzichtbare Gestaltungsräume und ein profitables und nachhaltiges Wachstum schafft. Die Strategie muss deshalb lauten: Kreative Mitunternehmer entfesseln. Das Autorenteam und die Herausgeber beantworten in ihrem Buch drei sehr konkrete Fragestellungen:

Wie kann Kreativität im globalen Wettbewerb zu einem nachhaltigen Erfolgsfaktor ausgebaut werden?

Wie kann gelebte Führungsverantwortung – in der Praxis – deutlich besser realisiert werden?

Wie kann es Organisationen gelingen, kreative Mitunternehmer tatsächlich zu entfesseln?

Artur Wollert, ehemaliger Leiter des Hauptpersonalbüros bei Siemens, beschreibt in seinem Beitrag die Kreativität als Unternehmenswert. Für ihn steht fest, dass es zur Generierung von Innovationen Freiräume, Pausen und genügend Muße bedarf. Geniale Gedanken müssen reifen. Dem widerspricht allerdings der Termindruck, der in den meisten Unternehmen herrscht. Die Förderung von Innovationen muss deshalb als funktionsübergreifende Querschnittsaufgabe aufgefasst werden, die dem gesamten Unternehmen nützt. Der Zukunftsforscher Matthias Horx beschreibt in seinem Schlusswort den Weg „Von Bohemia zur kreativen Klasse“. Für ihn wird es in einer zukünftigen Kreativökonomie keine Nischen mehr geben, sprich keine gemütlichen Schreibtische, hinter deren Gummibäumen und Sachzwängen sich die Mitarbeiter verstecken können. Alles, was Industriekultur auch so komfortabel machte – das Gleichmaß, die Unschärfe, die Fehlertoleranz, die Nischen, die Delegationsmöglichkeiten an andere, aber auch die saubere Trennung zwischen Arbeit und Freizeit, geht zu Ende.

Fazit: Pappmehl, Gastberger und Budai vertreten die Meinung, dass kreative Ideen, ungewöhnliche Mittel und innovative Lösungsansätze nicht nur erlaubt, sondern in Unternehmen ausdrücklich erwünscht sein müssen. Neue, andersartige und ungewöhnliche Ideen sollten erkundet und mutig realisiert werden. (hkl)

- Die kreative Organisation
- André Pappmehl, Peter Gastberger, Zoltan Budai (Hg.)
- Verlag: Gabler
- Gebundene Ausgabe: 294 Seiten, Auflage: 2009
- ISBN: 978-3-8349-0647-2 44,90 Euro