



12. August 2011

Empfehlen

0

0

Senden

Kreativität und Geschäft



BILD: Anett Syrbe/Cre8

VON THORSTEN KUCHTA

Christian Horneber ist Mitarbeiter der Stiftungsprofessur Entrepreneurship. Er referierte am Mittwoch vor Kreativen in Oldenburg.

FRAGE: Herr Horneber, kreativer Geist und erfolgreicher Unternehmer – ein Widerspruch?

HORNEBER: Das wird gelegentlich so

wahrgenommen, aber die Realität ist eine andere.

FRAGE: Das müssen Sie mir erklären.

HORNEBER: Wer kreativ ist, hat Ideen, auf die nicht jeder kommt. Originalität eröffnet Marktlücken. Das ist gut für Unternehmen.

FRAGE: Aber reicht Kreativität zum Erfolg?

HORNEBER: Nein. Oft fühlen sich hochkreative Menschen im operativen Geschäft gefangen. Der Unternehmer muss sich auch mit Marketing, unzufriedenen Kunden und Banken befassen. Das liegt den Kreativen nicht immer.

FRAGE: Das heißt, man sollte Teamwork pflegen.

HORNEBER: Unbedingt. Das ist ja auch Ansatz der Initiative „cre8 oldenburg“, mit der die Stadt die Kreativwirtschaft unterstützt. Auch hier macht's die Mischung. Erfolgreiche Unternehmer und Künstler können voneinander profitieren und sich inspirieren. Die Zusammenarbeit kann beide Seiten unglaublich bereichern.

FRAGE: Bei „cre8“ geht es also um Gründungen in der Kreativwirtschaft?

HORNEBER: Nein, nicht nur. Es geht um die Vernetzung von Kreativwirtschaft und bestehenden Unternehmen. Also auch solchen, die schon lange am Markt sind und vielleicht neue Sichtweisen integrieren wollen.

FRAGE: Zurück zu den Gründern. Spielt Kreativität bei der Gründerberatung am Lehrstuhl eine Rolle?

HORNEBER: Ja, und auch da wird deutlich, dass man den Begriff gemeinhin viel zu eng fasst. Auch ein Biotechnik-Gründer ist hochgradig kreativ, wenn es um neue Produkte und Verfahren geht. Es muss nicht immer ein Maler, Autor oder Musiker sein. Denken Sie etwa an die Entwickler von Computerspielen oder an technische Tüftler.

FRAGE: Sie möchten den Begriff weiter fassen?

HORNEBER: Ja. Ich befasse mich in meiner Doktorarbeit mit Fragen der Messbarkeit von Kreativität, etwa durch Tests, in denen die Probanden möglichst viele Lösungen für ein gestelltes Problem finden sollen – und möglichst einzigartige.

FRAGE: Die deniale Idee als Grundlaae für Geschäftserfola also . . .