

CHEFSACHE

Kreativer sein und neue Wege wagen



THOMAS ANNEN

Managing Partner Institut für Angewandte Kreativität (Schweiz), Zug

Viele wundern sich über begrenzte Innovationsfähigkeit, mässige Veränderungsbereitschaft und den fehlenden Mut im täglichen Arbeitsumfeld. Sie erwarten mehr originelle Ideen oder kreative Problemlösungen und suchen deshalb nach den optimalen Prozessen, effizienten Techniken und förderlichen Rahmenbedingungen.

Die jeweilige Einstellung prägt das Verhalten und entscheidet so über das Ergebnis. Für nachhaltige Veränderungen ist es hilfreich, als Erstes die dem eigenen Handeln zugrundeliegende Haltung zu überprüfen: Wie gehe ich mit Neuem um? Was nehme ich wahr? Wie erlebe ich Unsicherheit? Kreatives Handeln ist mit Risiko verbunden. Es treibt heraus aus dem gewohnten, bequemen, sicheren Bereich und führt auf noch nicht gegangenen Wegen in unbekanntes Neuland. Nichts lässt im Menschen mehr Ängste, Zweifel und Unsicherheiten entstehen als dieser Schritt aus der vertrauten Umgebung.

Statt kreativ zu handeln, lenken wir uns regelmässig ab oder schieben wichtige Aktivitäten auf unbestimmte Zeit vor uns hin. Dazu nutzen wir Fluchtrouten wie

«Eine Veränderung bedeutet nicht, dass es besser wird. Aber wenn es besser werden soll, braucht es eine Veränderung!»

Rechtfertigungen und Schuldzuweisungen oder verfolgen individuelle Vermeidungsstrategien. Häufig grenzen wir zusätzlich unseren Denk- und Handlungsspielraum mit unzutreffenden Annahmen und hinderlichen Bedeutungen selber ein.

Der kalkulierte Schritt ins Unge- wisse lohnt sich jedoch in jedem Fall. Denn wenn es gut läuft, gewinnen wir Selbstbestätigung, Energie und Mut. Und wenn nicht, gewinnen wir wichtige Lernerfahrungen und Impulse für Verbesserungen. Kreatives Handeln ist ein fundamentaler Teil der Selbstverwirklichung und sichert Entwicklung und Engagement. Aus der kreativen Bewusstseinshaltung erwachsen auf natürliche Weise Risikobereitschaft, Neugierde und Problemlösungsfähigkeit. Alles sichere Überlebensprinzipien in Zeiten schnellen Wandels.

So verstanden ist Kreativität eine dem Lebendigen zugewandte Haltung, ein nie abgeschlossener Prozess, dem wir uns täglich stellen müssen. Kreativität im Alltag bedeutet unter anderem das Gewöhnliche zu sehen und darin Aussergewöhnliches zu entdecken. Statt in erster Linie der Effizienz und Effektivität zu huldigen, gilt es, die Komfortzone des gewohnten Handelns vermehrt zu verlassen. Ansonsten sind wir eher Verwalter statt Gestalter. Übrigens: Eine Veränderung bedeutet nicht, dass es besser wird. Aber wenn es besser werden soll, braucht es eine Veränderung!

rich ist. Sie und eine Reihe weitere Autoren wollen die Debatte versachlichen und erläutern die Motive, Praktiken und Ziele der aktiven Investoren. Sympathisch daran ist, dass sich die Autoren trotz allen Fachwissens dabei nicht ganz einig sind – je nach Verfasser fällt die Beurteilung unterschiedlich aus; ein weiterer Beleg dafür, dass komplexe Zusammenhänge sich eben nicht immer auf ein Modell reduzieren lassen.

Wer es noch etwas technischer mag, ist mit dem Buch «Matrix der Welt» bestens bedient. Die Autoren wollen zeigen, wie die Informationstechnologie Wirtschaft und Gesellschaft verändert. Wie weitreichend Software unser Leben beeinflusst, zeigen sie am Beispiel des IT-Riesen SAP, dessen Erfolgsgeheimnis sie ergründen wollen anhand von Personenporträts, Hintergründen von Produkteentwicklungen aber auch Klatsch aus der Teppichetage, alles verwoben in eine Wirtschaftsgeschichte von der Renaissance bis zur nächsten Phase der Globalisierung.

Die Finanzen und die Tiere

Ebenso auf der historischen Schiene fährt «The Ascent of Money», eine umfassende Sammlung von Anekdoten und Beobachtungen zur Entwicklung der Finanzen, des Banking und der Krisen, lesenswert, unterhaltsam und informativ – auch wenn das «wieso» leider vom vielen wer, wann, was, womit und wie schier erdrückt wird.

Etwas menschlicher wird im letzten der ausgezeichneten Werke: «Animal Spirits» des Nobelpreisträgers George A. Akerlof und des Yale-Professors Robert J. Shiller zeigt, wie die menschliche Psychologie die Wirtschaft steuert. Die vermeintlich rationale Wirtschaft mit ihren scheinbar kopfgesteuerten Führern ist in Wirklichkeit intuitiv, emotional und irrational und viel gründet auf (berechtigtem wie auch gefährlichem) Vertrauen. Das ist nicht wirklich neu: John Maynard Keynes hat den Begriff der Animal Spirits schon 1936 geprägt – doch offenbar kann es nicht schaden, dem gesunden Menschenverstand in Politik und Wirtschaft einmal mehr von höchster Warte ein Kränzchen zu winden.

Sämtliche Bücher zu bestellen unter: buecher@handelszeitung.ch oder www.handelszeitung.ch/bookshop

Die Krise und der Bücherboom

WIRTSCHAFTSBUCHPREIS 2009 Die «Handelszeitung» zeichnet in Zusammenarbeit mit getAbstract zum dritten Mal Bücher aus – diesmal solche, denen es gelungen ist, einzelne Aspekte der Wirtschaftskrise etwas verständlicher zu machen.

THOMAS PFISTER

Wen wundert, dass dieses Jahr unter den Wirtschafts- und Managementbüchern ein Thema oben ausschwingt: Die aktuelle Wirtschaftskrise und ihre Auslöser, die aktuelle Wirtschaftskrise und ihre Folgen, die aktuelle Wirtschaftskrise und die Lehren daraus.

Immerhin hilft die aktuelle Wirtschaftskrise so den Verlagen, ihre eigene Krise abzdämpfen und gönnt ihnen eine Verschnaufpause. Dafür werden die potenziellen Leserinnen und Leser mit einer derartigen Menge an Sachwissen zugeschüttet, dass sie bald die Krise bekommen, wenn sie sich einen Überblick verschaffen wollen. Um etwas Licht ins Dunkel zu bringen, hat die «Handelszeitung» zusammen mit der pro-

Die ausgewählten Werke können ein wenig Klarheit, Übersicht und Einordnungshilfe bieten

professionellen Buchrezensionsfirma getAbstract je zwei Bücher aus der Schweiz, aus dem deutschsprachigen Ausland und aus dem angelsächsischen Raum ausgewählt, die ein wenig Klarheit, ein wenig Übersicht und Einordnungshilfe bieten und so vielleicht auf ihre Art zum Silberstreif am Horizont beitragen können.

Die Modelle und der Crash

Modelle sind dazu da, die Realität zu vereinfachen und so verständlich zu machen. Das Buch «50 Erfolgsmodelle» des ehemaligen «NZZ-Folio»-Redaktors Mikael Krogerus und des Gründers und Geschäftsführers der Schweizer Kommunikationsagentur guzo, Roman Tschäppeler, nimmt nun ein paar Dutzend der bekannteren Management- und Strategiemodelle und vereinfacht diese ihrerseits so, dass sie auf je zwei Seiten Platz haben. Diese vereinfachten Vereinfachungen an dieser Stelle zusammenzufassen, also vereinfachen zu wollen, grenzt ans Absurde.

Nur so viel: Das Ganze zeigt schematisch, wie alles mit allem zusammenhängt, ist aber auch eine Art Lebenshilfe, weil viele der beschriebenen Denkansätze dabei helfen, sich selbst oder andere (in Teilaspekten) zu verstehen und zu



Das Buch der Bücher gibt es nicht – jedes fügt seinen Teil zum Ganzen.

verbessern und seine eigenen Sichtweisen und Wertesysteme zu hinterfragen. Sein eigenes Leben jedoch anhand eines Modelles aufbauen zu wollen, wäre ähnlich zielführend, wie ein globales Finanzsystem auf ein paar Modellannahmen abzustützen.

Der zweite Preisträger aus der Schweiz ist das hier schon früher vorgestellte Buch «Der UBS-Crash» des Journalisten Lukas Hässig – getAbstract preist es folgendermassen: «Spannend wie ein Krimi. Die detaillierte und treffsichere Rekonstruktion lässt einen nur

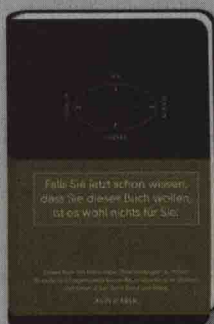
noch den Kopf schütteln, macht sie doch klar, wie lange die UBS-Lenker von den waghalsigen Risiken, die ihre Bank einging, gewusst haben müssen. Die UBS hat ihren tiefen Fall der Geldgier und den Fehlentscheidungen des Führungsteams zu verdanken.» Dies die Quintessenz des Werkes, das jenen ans Herz gelegt wird, die genau das schon immer geahnt haben.

Die Investoren und SAP

Wenn man es genau nimmt, könnte man auch den Sammelband «Verkauft und nichts verraten» zu den Schweizer Preisträgern zählen, denn die Herausgeber vereinen geballtes Schweizer Fachwissen zum Thema aktive Investoren und die Kommunikation im Zeitalter sich wandelnder Finanzmärkte: Miriam Meckel ist Professorin für Corporate Communication an der Universität St. Gallen, Christian Fieseler ist ebendort als Lehrbeauftragter am Institut für Medien und Kommunikationsmanagement tätig, wo auch Christian Hoffmann als Projektleiter arbeitet, der daneben noch Dozent an der Hochschule für Wirtschaft Zü-

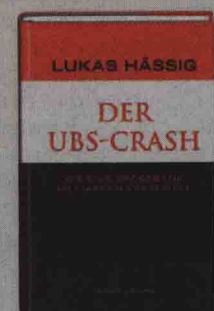
DIE SECHS PREISTRÄGER

Schweizer Wirtschaftsbücher



Mikael Krogerus und Roman Tschäppeler: 50 Erfolgsmodelle – Kleines Handbuch für strategische Entscheidungen

Kein & Aber
176 Seiten
2008
Fr. 26.90



Lukas Hässig: Der UBS-Crash – Wie eine Grossbank Milliarden verspielte

Hoffmann und Campe
223 Seiten
2009
Fr. 36.90

Wirtschaftsbücher aus Deutschland



Miriam Meckel, Christian Fieseler und Christian Hoffmann: Verkauft und nichts verraten – Kommunikation im Zeitalter sich wandelnder Finanzmärkte

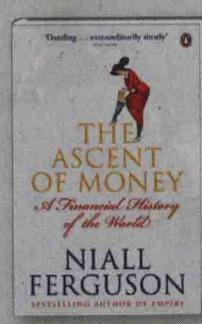
Frankfurter Allgemeine Buch
272 Seiten
2009
Fr. 67.-



Ludwig Siegle und Joachim Zepelin: Matrix der Welt – SAP und der neue globale Kapitalismus

Campus
288 Seiten
2009
Fr. 45.90

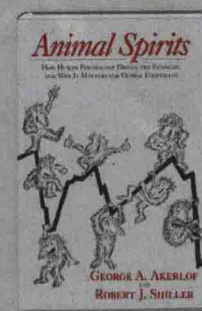
Englischsprachige Wirtschaftsbücher



Niall Ferguson: The Ascent of Money

Penguin Books
448 Seiten
2008
Fr. 22.90

Deutsche Version:
Der Aufstieg des Geldes
Econ Verlag
367 Seiten
Fr. 45.90



George A. Akerlof und Robert J. Shiller: Animal Spirits

Princeton University Press
230 Seiten
2009
Fr. 37.90

Deutsche Version:
Campus
300 Seiten
Fr. 44.90