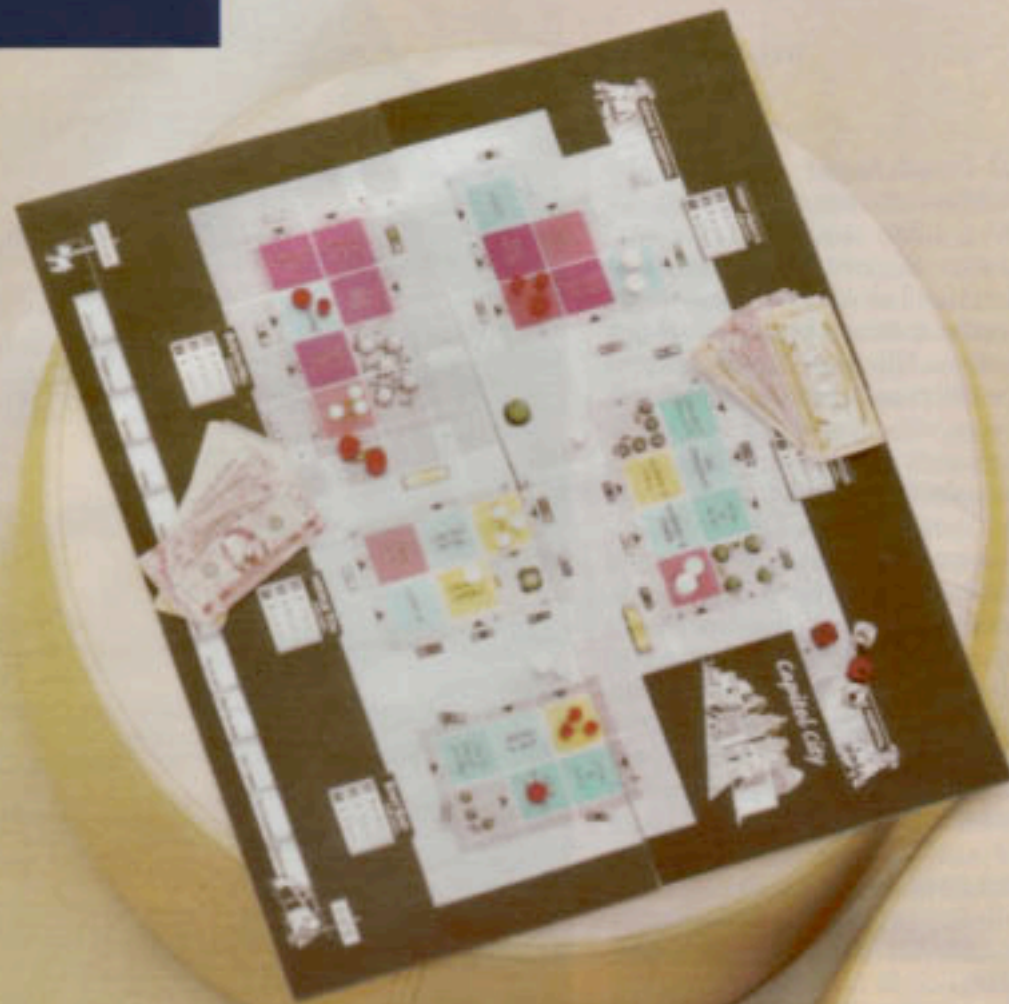


# Neuer Weg nach oben

**AUFSTIEG** Eine hervorragende Ausbildung und höchste Einsatzbereitschaft genügen nicht mehr als Karriere-treiber. Wer Toppositionen anstrebt, muss kreatives Potenzial beweisen.



Was war Ihre größte kreative Leistung?

Die Entwicklung und Gestaltung eines eigenen Strategie-Brettspiels namens American Mafia zusammen mit einem Sehr guten Freund und selbstverständlich die Gründung von Product Visionaires.

André Fischer, Chef des Siemens-Tochterunternehmens Product Visionaires

**A**ndré Fischer (40) trägt eine schwarze Hose und ein weißes T-Shirt, dessen Reißverschluss seitlich vom Hals zur Achsel verläuft. Auf seinem Tisch stehen eine asiatische Comicfigur und ein Glas Cola light. Also ein Kreativer. Und inzwischen auch ein Operativer. Seit Sommer vergangenen Jahres ist Fischer Chef der neu gegründeten Siemens-Tochter Product Visionaires, einer Brutstätte des freien Denkens mitten im weltweiten Elektrokonzern. In einem ehemaligen Getreidespeicher grübeln rund 30 Mitarbeiter über künftige Kommunikationsgeräte nach, Fischer vorneweg. Den ungewöhnlichen Aufstieg verdankt der gelernte Grafiker, Nachrichtentechniker und Wirtschaftsingenieur zwei Effekten: Fischer malträtierte seine Chefs stets mit Ideen, die diese nicht bestellt hatten. Um die Ideen vorzeigbar zu gestalten, ackerte er stets wie besessen. Als er vor fünf Jahren im Bereich Technologiemanagement bei Siemens Mobile einstieg, stand für Fischer fest, dass er etwas bewegen wollte. So präsentierte er ständig Konzepte, die weit über das hinausgingen, was man von ihm als Technology Manager und später als Director Business Strategy erwartete. Ein Ergebnis seines Schaffens-

FOTO: MARKUS HÖHN



Beiersdorf-Entwickler Heiner Gers-Barlag (45) kennt Pöppel zwar nicht, macht aber trotzdem alles richtig. Er steht nicht nur auf, er geht hinaus. "Ich habe seit jeher versucht, über den Teller- rand meines Fachgebietes hinauszublicken", so der gelernte Apotheker. Schon als junger Forscher besuchte er oft Kongresse, um mit Trendsettern verschiedener Fachbereiche direkt ins Gespräch zu kommen. "Und immer habe ich etwas mitgebracht", sagt er.

Heute ist der Entwickler ein gefragter Experte für Hautlichtschutz, der über 100 Patente geschrieben hat und 20 Mitarbeiter führt. Den Aufstieg in eine leitende Position versüßen zusätzlich ein Audi-A6-Dienstwagen und Freiräume, die Forscher anderer Unternehmen nicht genießen, wie Gers-Barlag weiß. Deshalb bleibt er Beiersdorf trotz mancher Abwerbeversuche seit 15 Jahren treu.

Die offene Kommunikation unterschiedlicher Ansichten - das ist auch die

FOTO: DAVID STEETS

### Was inspiriert Sie zu kreativen Leistungen?

*Mi piace guardare una sedia, questo semplice oggetto mi dà tranquillità, calma e una sensazione di riposo creativo...*

"Mir gefällt es, einen Stuhl anzusehen, dieser einfache Gegenstand inspiriert mich. Er vermittelt Stille, Gelassenheit und ein Gefühl der kreativen Ruhe"

Walter de'Silva italienischer Star- und Chefdesigner von Audi

drangs war "Technologies to watch", ein hausinternes Trendmagazin, das er größtenteils zu Hause erstellte. "Da sind viele Wochenenden draufgegangen", erinnert sich Fischer. Auf diese Weise gelang es ihm, Entscheider im Unternehmen auf sich aufmerksam zu machen - und sie letztlich dazu zu bewegen, ihm die Entwicklung für ein ganzes Geschäftsfeld anzuvertrauen.

**FISCHER STEHT EXEMPLARISCH** für den neuen Karriereweg: Eine hervorragende Ausbildung, praktische Erfahrungen und hohe Einsatzbereitschaft reichen meist nicht mehr aus, um sich für höhere Aufgaben zu empfehlen. Mehr denn je zählen gute Ideen und ihre Umsetzung. Wer sich im Unternehmen profilieren will, muss beweisen, dass er in der Lage ist, Neues hervorzubringen.

Dass die Unternehmen besonders kreative Mitarbeiter besser fördern, ist kein Wunder. "Kreativität ist die Voraussetzung für jede Innovation", sagt Klaus-Peter Wittern (54), Forschungs- und Entwicklungschef bei Beiersdorf. In

der Konsumgüterindustrie ist das permanente Erfinden neuer Produkte überlebensnotwendig. Beiersdorf erwirtschaftet mehr als 30 Prozent seines Umsatzes mit Produkten, die höchstens fünf Jahre alt sind. Deshalb legt Wittern größten Wert auf kreative Mitarbeiter.

Wie aber wird man kreativ? Was muss man tun, um gute Ideen zu haben?

Der bekannte Hirnforscher Ernst Pöppel rät, aus der täglichen Routine auszubrechen, stets zu versuchen, die Dinge von einer anderen Seite zu betrachten - und zum Denken einfach mal aufzustehen, um das Hirn auf Trab zu bringen (siehe Kasten Seite 157).

Methode, mit der professionelle Kreative wie der preisgekrönte Werber Sebastian Turner (38) gute Ideen produzieren: "Kreativität entsteht, wenn durch permanentes Fragenstellen ein Pingpong-Effekt in den Köpfen entsteht", so der Chef der Agentur Scholz & Friends.

Aber nicht jede Kommunikation führt zu Ideen. Mails, Memos, Meetings - alles Quatsch. Das Geheimnis guter Ideen seien schlicht Gespräche, meint Walter de'Silva (53), Star- und Chefdesigner von Audi. Darum rede er zum Beispiel immer direkt mit seinen Modelleuren, um die Form der neuesten Autoentwürfe zu besprechen. Und deshalb schaut er ...