

Vorwort

Kreativität und die Frage wie Kreativität entsteht sind allgegenwärtig. Dies ist nicht verwunderlich, zumal die Innovationskraft von Unternehmen unmittelbar von der Kreativität ihrer Mitarbeiter, Führungskräfte und Gründer abhängt. Kreativität macht Organisationen wettbewerbsfähig und kann zu besseren Leistungen und einer höheren Kundenorientierung beitragen. Dies gilt im Grunde für jegliche Organisationen, angefangen von Technologie-Start-ups über Großkonzerne bis hin zu Hochschulen und Behörden.

Gleichzeitig ist Kreativität ein überaus schwammig verwendeter Begriff, der zu den unterschiedlichsten Assoziationen und vielerlei Missverständnissen führen kann. In der betrieblichen Praxis und der akademischen Forschung sind mir zahlreiche Mythen und Halbwahrheiten begegnet, die den Kreativitätsbegriff begleiten. So herrscht zum Beispiel die Meinung vor, dass möglichst divers zusammengesetzte Teams ein Garant für kreative Leistungen sind. Dies ist allerdings nicht der Fall. Diversität und Teamarbeit können sich unter bestimmten Umständen positiv auswirken, allerdings ist dies nicht zwangsläufig gegeben. Es bedarf ganz bestimmter Voraussetzungen und Rahmenbedingungen, damit die Potenziale zum Tragen kommen. Gleiches gilt für besonders unkonventionell gestaltete Arbeitsumgebungen oder die Gewährung zeitlicher und organisatorischer Freiräume. Auch hier gibt es keinen Automatismus, der zu mehr Kreativität führt.

Das Buch versucht, den Kreativitätsdiskurs auf jene Aspekte zu lenken, die wesentlich dafür sind, dass Kreativität in Unternehmen tatsächlich entstehen und genutzt werden kann. In der Konsequenz bedeutet dies vor allem, dass Kreativität nicht einfach initiiert und dann sich selbst überlassen werden kann, sondern dass sie bewusst und nachhaltig gemanaged werden muss. Dies ist meiner Ansicht nach des Pudels Kern, wenn von Kreativitätsmanagement gesprochen wird. Dafür versucht dieses Buch einen Beitrag zu leisten, indem Kreativität aus unterschiedlichen Perspektiven betrachtet wird. Zunächst steht der einzelne Mensch im Fokus, und daraufhin dessen Einbindung in Arbeitsgruppen, -räume und -umgebungen, sowie Organisationen und Innovationssysteme. All diese Betrachtungsebenen werden miteinander verwoben, um ein möglichst umfassendes und vollständiges Bild von Kreativität zu erhalten.

Die Konzeption und Umsetzung des vorliegenden Buchs basieren auf meinen akademischen und beruflichen Erfahrungen, die ich in den letzten Jahren in verschiedenen Organisationen sammeln konnte. Dazu gehören in chronologischer Reihenfolge insbesondere die Daimler AG in Mannheim, der Mitteldeutsche Rund-

funk in Erfurt, das Fraunhofer-Institut für Angewandte Optik und Feinmechanik und die Friedrich-Schiller-Universität in Jena, die Bauhaus-Universität und das Gründerzentrum neudeli in Weimar, die V-Industry GmbH in Stuttgart sowie die Hochschule Mainz. Mein herzlicher Dank und meine besondere Anerkennung gebühren allen Personen, die mich mit Ideen und konzeptionellen Anregungen versorgt haben. Sie bilden das Fundament für dieses Buch.

Mein Dank gebührt dem Kohlhammer Verlag und insbesondere Herrn Dr. Uwe Fliegauf. Von ihm stammte der wesentliche Impuls, das Thema Kreativität und dessen zahlreiche Facetten ins Zentrum eines Buches zu stellen, das sich sowohl an Studierende als auch an Praktiker richtet. Die Zusammenarbeit mit ihm war sehr angenehm und durch das richtige Verhältnis von Freiräumen und Ansporn gekennzeichnet.

In diesem Buch wird aus Gründen der besseren Lesbarkeit bei Personenbezeichnungen und personenbezogenen Hauptwörtern davon abgesehen, sowohl die feminine als auch die maskuline Form nebeneinander zu verwenden. Vielmehr wurde das generische Maskulinum verwendet. Entsprechende Begriffe gelten grundsätzlich für alle Geschlechter. Die verkürzte Sprachform hat nur redaktionelle Gründe und beinhaltet keinerlei Wertung.

Für Anregungen zur Weiterentwicklung des Buches und damit auch des Kreativitäts- und Innovationsmanagements bin ich immer offen und außerordentlich dankbar. Kommentare und Kritik von Lesern sind unter oliver@mauroner.de sehr willkommen.

Weimar und Mainz, Juni 2021

Oliver Mauroner