



FRANS VAN DER REEP

ist ein inspirierender Vor-
denker aus den Niederlan-
den, seit 2003 Professor für
Digitales an der Fachhoch-
schule Inholland und seit
langer Zeit Senior Strategie-
Berater bei KPN. Sein
Schwerpunkt: Internet-Ein-
fluss auf Leben und Arbeit.
Interviews mit Van der Reep
erschieden in zahlreichen
niederländischen und inter-
nationalen Zeitungen und
Zeitschriften. Zudem bloggt
und schreibt er über aktuelle
Trends in folgenden Berei-
chen: Strategie, Marketing
und Sales, HRM, Finanzen
zukunftsweisende Innovati-
onen, ICT und BPM. Er ist
regelmäßiger Sprecher bei
(internationalen) Fachkon-
ferenzen zu den genannten
Themen.

Der Wert der Kreativität

„Wenn jeder findet, dass Sie eine gute Idee haben, dann sind Sie zu spät“

P. Hawken

Ein Kommentar von Frans van der Reep

Das Internet verändert viel: Es handelt sich dabei nicht nur um eine Rich-
tung, in sich die Unternehmen entwickeln. Vielmehr verändern sich die ge-
sellschaftlichen Prinzipien.

Dabei sind das Auffälligste die stetig wachsende Komplexität und Dynamik,
die wir – Sie und ich – erfahren. Wenn Sie überall mithalten möchten, dann
müssen Sie ein Allrounder sein oder aber Sie müssen bewusst auswählen.
Wählen betrifft auch die Achsen von Richtung, Einrichtung und Implemen-
tierung.

Richtung wählen: hier handelt es sich um die Unternehmensstrategie: was
verkörpert das Unternehmen, und wie kommuniziert es darüber mit der Au-
ßenwelt? Was für Produkte bietet es dem Markt an? Macht es das online oder
offline? Wie werden die Zielgruppen definiert, und wie wird mit ihnen kom-
muniziert? Verstehen Sie Ihre Zielgruppe? Wie findet man eine überzeugende
Marktbotschaft, und wie wird diese in eine starke Kommunikationsstrategie
umgesetzt?

Einrichtung: Wie organisiert man einen exzellenten Mix aus Kontrolle, Pro-
zessabläufen und Kommunikation? Wie erreicht man als Unternehmen, dass
der Kunde sich nicht in der Komplexität innerhalb Ihres Unternehmens wie
in einem Labyrinth fühlt? Wie erreicht man, dass sich Ihr Unternehmen aus
der Kundenperspektive wie ein Kleinunternehmen anfühlt? Wie setzt man
die technologischen Neuheiten auf dem Gebiet von Marketing, Kundenkon-
takten optimal ein? Wie innoviert man in Richtung Kundenperspektive und
Markenpolitik?

Implementierung: Wie erreicht man, dass einerseits gute Leistungen gelie-
fert werden und andererseits die Betriebsprozesse nicht zu teuer sind? Dass
die Kunden das bekommen, was sie bestellen und dass eventuelle Beschwer-
den schnell erledigt werden? Dass das Unternehmen allen formellen Anforde-
rungen entspricht und die Kunden die Rechnung für die bestellten und auch
tatsächlich gelieferten Produkte oder Dienste bekommen?

Unternehmen haben sich zuerst auf dem letztgenannten Gebiet verbessert.
Danach gingen sie eine Stufe höher zur Einrichtung und jetzt fokussieren Sie
auf die Wahl der Richtung. Viele Unternehmen sind aktuell in der Phase der
Spureinstellung, wobei der kreativen Kraft eine immer größere Rolle und Be-
deutung zugeschrieben wird.



... Der Wert der Kreativität

Welche Rolle spielt Kreativität in diesen Umbruchzeiten? Und wie erreicht man eigentlich, dass Kreativität im Ozean von Rahmenwerke, Prozessbeschreibungen usw. nicht ertrinkt?

Über Kreativität entdecken und entwickeln Sie Ihr künstlerisches Ich, den kreativen Regisseur Ihres eigenen Lebens und damit auch den Weg zu neuen Einsichten und neuem Wissen. Wer diese Quelle findet, kann sie auch öffnen und einsetzen, um Mehrwert durch andere Perspektiven zu schaffen. Außergewöhnlich wichtig fürs Unternehmertum. Warum?

Durch Kunst lernt man, anders zu sehen. Man lernt sowohl Menschen als auch Gegenstände aus einer anderen Perspektive wahrzunehmen und zu begreifen. Und das ist heutzutage sehr wichtig. Wenn Sie alles ausschließlich aus Ihrer eigenen vertrauten Perspektive sehen, kommt keine Kommunikation zustande. Sie befinden sich dann in einer Art Tunnel und sind wahrscheinlich demzufolge als Kollege oder Unternehmer nicht sehr erfolgreich. A. Einstein hat dazu gesagt: „Der Horizont vieler Menschen ist ein Kreis mit Radius Null – und das nennen sie ihren Standpunkt.“

Ein guter Unternehmer kann sich in einen anderen Mitmenschen einleben, kann zuhören, kann aus diesem Grund ein passendes Angebot für seine Kunden unterbreiten. Er hat den Mut, die anderen, die eventuell erfahrener und kompetenter sind als er selbst, auch mal vorzulassen. Das Große sieht man aus der Ferne, von dort aus hat man eine andere Aussicht, und man nimmt einen anderen Standpunkt ein. Dadurch wird Kommunikation ermöglicht.

Durch kreative Tätigkeiten, wie z.B. Modellieren, lernt man schnell Entscheidungen zu treffen. Wenn Sie das beim Modellieren nicht tun, erreichen Sie nichts, dann bleibt man bei einem plumpen Stück Ton. Hier findet man Anknüpfungspunkte mit Unternehmertum: wissen, was man will und entscheidungsbereit sein. Oder im Geschäftsleben: Verbindungen zwischen Vision, Passion, Unternehmertum und Kapazitäten. Verbinden Sie Kopf, Herz und Hand in einem Ganzen. 

