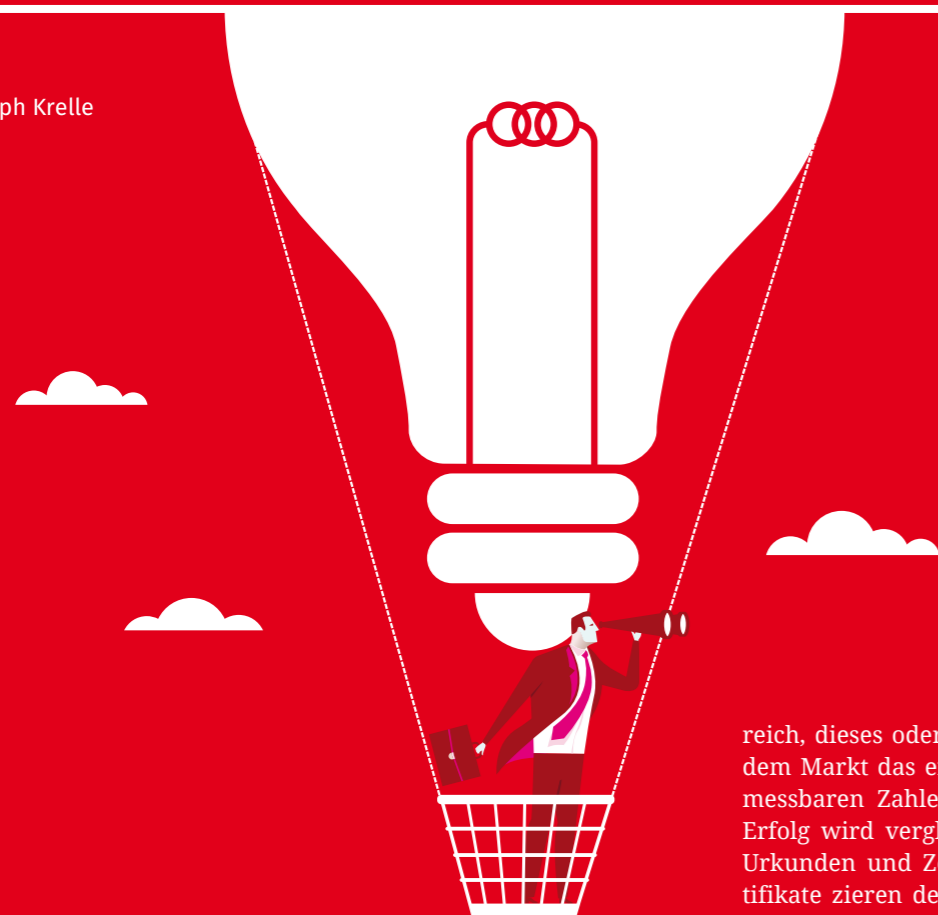


STICHWORT WAS IST ERFOLG?

# Wie Kreativität uns dabei hilft, erfolgreich zu sein

von Christoph Krelle



reich, dieses oder jenes Unternehmen ist auf dem Markt das erfolgreichste. Erfolg wird in messbaren Zahlen auf Tabellen übertragen. Erfolg wird verglichen, bewertet, analysiert. Urkunden und Zeugnisse, Diplome und Zertifikate zieren den Erfolg. Den Erfolgreichen drückt man unter Blitzlichtgewitter die Hände, gibt ihnen Blumen und Pralinen aus und führt sie über rote Teppiche.

Doch wie opulent die Feier des Erfolgs auch ausfallen mag, den Erfolg selbst können wir nicht fühlen, hören, schmecken oder atmen. Erfolg beschreibt einen Stand, einen Moment. Er ist das positive Ergebnis einer Bemühung oder Anstrengung. Erfolg ist ziemlich rational, kühl und in hanseatischen Gefilden bevorzugt dunkelblau.

Nehmen wir etwa das Jubeln der Fußballfans, die miterleben, wie der Stürmer ihrer Lieblingsmannschaft das alles entscheidende Tor schießt. Wir sehen die Freude in ihren Gesichtern und freuen uns mit. Aber wessen Erfolg ist es dann eigentlich über den wir uns freuen? Der Erfolg des treffenden Stürmers, der

Doch wie opulent die Feier des Erfolgs auch ausfallen mag, den Erfolg selbst können wir nicht fühlen, hören, schmecken oder atmen.

Erfolg, erfolgreich, erfolgen – lassen wir die Worte auf uns wirken, scheint Erfolg viel mit Entwicklung zu tun zu haben.

Denn überall dort, wo etwas eintritt, war mal eine Ursache. Wenn wir so darüber nachdenken, sind auch die Ergebnisse unseres Denkens kleine Erfolge. Dass wir überhaupt als Menschen geboren wurden, diese Zeitschrift in Händen halten und diese Sätze lesen können, auch das sind Erfolge.

Dementgegen wird uns Erfolg erstaunlich oft von außen zugeschrieben. Dies oder das war ein Erfolg, dieser oder jener Mensch ist erfolg-

Erfolg der hautnah anwesenden Fans auf der Tribüne oder der Erfolg unserer Spiegelneuronen, die uns – Welch ein Erfolg! – in Überlichtgeschwindigkeit anregen, uns wie ein Kleinkind einfach mitzufreuen?

Und was wäre, wenn wir den Fanblock wechseln würden? Würde dann nicht aus jedem vermeintlichen Erfolg plötzlich ein Misserfolg und aus jedem Misserfolg ein Erfolg werden? „Nur wenige reiche und mächtige Menschen sind besonders begabt, gebildet, charmant oder gut aussehend“, schreibt Paul Arden, früherer Kreativchef bei Saatchi & Saatchi, auf der ersten Seite seines selbsternannt erfolgreichsten Buches der Welt. „Sie sind reich und mächtig, weil sie reich und mächtig sein wollen“, führt er auf der nächsten Seite fort. Und weiter hält er fest:

„Zu wissen, wo oder wer Du sein willst, ist die wichtigste Voraussetzung für Deinen Erfolg. Wer kein Ziel hat, wird kaum etwas erreichen.“

Was gibt es da hinzuzufügen? Erfolg ist einfach zu erklären und genauso einfach zu bekommen, wenn wir wissen, was Erfolg für uns ist und wir erkennen, wo er bereits eintritt. Was, wenn ich meinen Beitrag hier beende? Die Redaktion wäre sicherlich enttäuscht und Sie als Leser auch, weil eine ganze Seite einfach leer bliebe. Die Redaktion würde am Erfolg meines Beitrags zweifeln und bemüht sein, die leere Fläche mit einer lukrativen Werbeanzeige zu kaschieren. Und letztlich würden Sie sich fragen, wie (wenig) erfolgreich ich als Journalist doch sein muss, wenn ich nicht einmal fähig bin, ein geistreiches Essay zum Thema Erfolg über zwei Seiten auszurollen. Allerdings für mich könnte genau das, einen Beitrag entgegen aller Erwartungen zu schreiben, von großem Erfolg gekrönt sein. Zu solchen Grenzgängern zählen sonst nur jene, die an der Börse gegen den Kurs wetten. Und so trivial es in manchen Ohren auf Sicherheit bedachter Köpfe klingen mag, fahren sie im rechten Moment sogar noch unheimliche Erfolge ein. Warum also nicht? Hier ist Schluss! Ok, ich bin zu feige (Misserfolg!).

Doch in Zeiten nahezu gesättigter Märkte und der weiterhin andauernden Krise im Print-Journalismus sind Kreativität und Andersartigkeit durchaus gefragt.

Wer anders ist, mag zunächst fragende Blicke auf sich ziehen, doch nach und nach werden diese durch bewundernde ausgetauscht. Das muss auch die Hoffnung von Winston Churchill gewesen sein, als er sagte, dass Erfolg die Fähigkeit sei, von einem Misserfolg zum anderen zu gehen, ohne seine Begeisterung zu verlieren. Einen Misserfolg zu überstehen, bedeutet wohl mindestens genauso viel, wenn nicht gar mehr Größe und innere Sicherheit als einen einmal eingefahrenen Erfolg zu feiern und bis aufs Äußerste auszureizen. Und dieses Überstehen – sich reflektieren, neu orientieren, und an sich arbeiten – mag dann die Ursache für den Erfolg sein, der später gewiss eintritt.

Keinesfalls möchte ich Sie dafür begeistern, nur noch gegen den Kurs zu wetten oder ab heute prinzipiell aufs falsche Pferd zu setzen, um dann still darum zu beten, dass sich alles noch zum Erfolg hinwendet.

Ich glaube vielmehr, dass es in der Wirtschaft mehr denn je der Kreativität bedarf, um sich erfolgreich vom Wettbewerb abzuheben. Kreativität, die, nicht zu verwechseln mit künstlerischer Begabung, jedem Menschen innewohnt. Kreativität, die unser Innerstes nach außen kehrt und dadurch andere im Innersten berührt.

Kreativität, die technische Produkte lebendig macht, Dienstleistungen zu Menschen formt und durch die Innovationen ihre Geschichten erzählen.

Kreativität, die uns dabei hilft, erfolgreich zu werden und zugleich von uns verlangt, nicht zuerst an den Erfolg zu denken.

Wie würden wir heute leben, hätten sich Erfinder wie Samuel Morse (Morsealphabet), Karl Drais (Draisine), John Gorrie (Kühlschmaschine), Charles Goodyear (Hartgummi), Rune Elmqvist (Herzschrittmacher), Thomas Edison (Glühbirnengewinde) oder Konrad Zuse (Computer) mehr mit ihrem Erfolg als mit ihrer Kreativität beschäftigt?

Marilyn Monroe, eine Frau, von der man meinen könnte, dass sie als Filmikone des 20. Jahrhunderts ein erfülltes und glückliches Leben lebte, sagte: „Karriere ist etwas Herrliches, aber man kann sich in einer kalten Nacht nicht an ihr erwärmen.“

Was also ist Erfolg? Ich plädiere für mehr Kreativität und Visionsgeist. Denn wie erfolgreich wir wirklich sind, zeigt sich erst am Ende unserer Wege. Aber was, wenn es dann schon längst zu spät ist?



## Über den AUTOR

Christoph Krelle schreibt als Journalist vor allem über Wirtschafts- und Kulturthemen. Als Dozent für kreatives Schreiben gibt er Workshops und arbeitet derzeit an seinem ersten eigenen Buch. Zudem bietet er Unternehmen Seminare zum Thema Kreativität an.

[www.christoph-krelle.de](http://www.christoph-krelle.de)