

KARRIERE

Mode-Designer sind die besseren Entrepreneur

REPORTAGE. Auf dem IncredibEurope Summit 2010 trafen Top-Vortragende, Kapitalgeber und Start-ups aufeinander.

von STEFAN MEY

IM DETAIL

Auf dem IncredibEurope Summit 2010 vom 9. bis 11. Juni im Kursalon Wien waren Top-Trainer Edward de Bono und Stararchitekt Cameron Sinclair ebenso vertreten wie kleine Start-ups, für die der Eintritt meist gratis war.

In Europa leben 700 Millionen Menschen, die über 50 Sprachen sprechen – und mit dieser Vielfalt sollen wir ein Global Player sein“, sagt Selma Prodanovic, Geschäftsführerin von Brainswork und Organisatorin des IncredibEurope Summit 2010, im Gespräch mit dem WirtschaftsBlatt. Ziel ihres Events: Die Vernetzung von „Changemakern“ aus verschiedenen europäischen Ländern – das sind Kreative und Wissenschaftler ebenso wie Venture Capital-Geber und Business-Angels. Der Summit, der vergangene Woche im Kursalon Wien stattfand, ist eine Mischung zwischen teuren Manager-Events wie

dem World Economic Forum und Kreativ-Treffen wie einem Barcamp: Hochkarätige Trainer wie Edward de Bono oder Cameron Sinclair treffen hier auf Start-ups, die zwar kreative Ideen haben, aber finanziell noch schwach sind. „Während der Krise hat niemand die Kreativen nach Lösungsansätzen gefragt“, bemängelt Prodanovic. Dabei hätten diese in ihrer Denkweise vielleicht Lösungsansätze parat gehabt: Wenn ein Modedesigner eine Kollektion entwirft, sei das ein ähnlicher Prozess wie eine Unternehmensgründung – mit dem Unterschied, dass der Designer mehrmals pro Jahr diesen Prozess durchmacht.

Entsprechend innovativ auch die Preisgestaltung des Events: Wer teilnehmen möchte, aber sich den Eintritt nicht leisten kann, der kommt gratis rein. „Dadurch sind wir selbst noch ein Start-up und haben den Break-Even noch nicht erreicht“, sagt Prodanovic. Derzeit komme das Geld für das Event über Sponsoren; langfristig könnte sie sich andere Konzepte vorstellen – etwa dass die Teilnehmer selbst Teilhaber des Projekts werden.

Das Feedback der Teilnehmer jedenfalls ist durchwegs positiv: „Mir hat es bewusst gemacht, welchen Stellenwert Innovation und Kreativität haben“, sagt etwa Johanna



BRAINSWORK



Gemeinsam. Selma Prodanovic bringt Kreative und Business-Angels an einen Tisch



Kriks, die vor einem Jahr ihre Agentur textust gegründet hat – das erste Incredible Europe Summit im Juni 2009 hatte sie damals in ihrer Unternehmensgründung bestärkt und motiviert. Heute freut sie sich über die Netzwerke, die sie auf derartigen Events bildet: „Es ist ein uneigennütziger, interdisziplinärer Austausch“, sagt sie: „Das Ziel ist, gemeinsam etwas zu bewegen.“

UNWICHTIG? Klingt das etwas blauäugig? Auf dem ersten Diskussionspodium überraschte Manfred Reichl, Senior Advisor des World Economic Forum und einer der wenigen österreichischen Venture Capital-Geber: „Kreativität ist nicht wichtig“, sagt er vor einem Saal voller Kreativer. Europa sei der vermutlich kreativste Kontinent der Welt, aber die Amerikaner und Chinesen würden uns dennoch den Rang ablaufen – weil sie es verstehen, ihre Ideen auf den Markt zu bringen. Immerhin: Ein Statement, das eine heftige Diskussion in Gang setzte. Auch das ist Kreativität. □

INCREDIBLEUROPE DER TOP-DENKER ZU GAST IN WIEN

„Ihr braucht einen Chief Idea Officer“

Bevor Weltmarktführer Nokia in das Handy-Geschäft einstieg, machten sie ein Seminar bei Edward de Bono. Ein Stern ist nach ihm benannt. Wissenschaftler nehmen seine Denk-Workshops ebenso in Anspruch wie Manager oder das australische Cricket-Team. Und in einer Stunde verdient der Autor von 72 Büchern das 75fache von dem, was er während seines ersten Jobs innerhalb eines Jahres verdiente. De Bono bringt seinen Kunden etwas Essentielles bei: Das Denken.

„Das lässt sich ebenso erlernen wie Skifahren“, sagt de Bono im Gespräch mit dem Wirtschaftsblatt. Bei seiner Methode der „Six Thin-

king Hats“, die in Jurys und Vorstandssitzungen gleichermaßen genutzt wird, nimmt etwa jeder Diskutant eine bestimmte Rolle ein – die Meeting-Zeit kann dadurch auf ein Zehntel reduziert werden.

MEHR IDEEN. Von Unternehmen erwartet er, dass sie einen „Chief Idea Officer“ etablieren sollten: „Das Thema sollte ebenso ernst genommen werden wie die Finanzen“, sagt er. Absurd sei auch das Zusammenspiel aus Unternehmenskultur und der Person des CEO: Zwar ist dieser umso effektiver, je mehr er sich mit seiner Kultur identifiziert – zugleich fehlt ihm dann aber auch die Fähigkeit zum Anders-Denken. De Bono selbst möchte einen „Palace of Thinking“ errichten, in dem er mit Experten an Ideen tüfelt. Der Ort dafür sei noch nicht festgelegt, sagt er. Auch Wien sei eine Option. [stm]

ZUR PERSON



Edward de Bono, abstrakter Denker

Der Doktor der Medizin und Philosophie ist Experte für abstraktes Denken.

