

## Tekst 4

---

# Die Schöpferischen kommen

## Die Wirtschaft entdeckt ihre Liebe zu Querdenkern

(1) Sie haben weder Harvardabschluss noch MBA, und ihr Lebenslauf zeigt nicht die leiseste Spur eines Musterschülers. Manche können nicht einmal ein Reifezeugnis vorweisen. Dafür aber haben sie wirklich unkonventionelle, noch originalverpackte Ideen, und die sind derzeit weit  
5 gefragter als das 9 Denken, das vielen Absolventen von für die Wirtschaft maßgeschneiderten Ausbildungsstätten eigen ist.

(2) Doch wer Quer- und Vordenker sucht, um dem qualvollen Schmoren im eigenen Saft und der daraus folgenden innerbetrieblichen Vorschlagsmonotonie entgegenzuwirken, muss andere Wege gehen, als in Tageszeitungen Inserate zu schalten. Beispielsweise so: Bei der Auswahl der  
10 18- bis 30-jährigen Anwärter für die Teilnahme am Palomar5-Camp „waren weniger Lebensläufe oder Abschlüsse relevant, sondern vielmehr die Energie, der Ehrgeiz, etwas zu verändern, die Ideen der potenziellen Teilnehmer, ihre soziale Kompetenz und Teamfähigkeit“, so Jonathan  
15 Imme, Gründungsmitglied und Sprecher von Palomar5. Schließlich verbrachten 30 so genannte „Digital Natives“, junge Erwachsene, die mit dem Internet groß geworden sind und es intensiv nutzen, aus 13 Ländern und fünf Kontinenten sechs Wochen auf engstem Raum in einem Camp und entwickelten kreative Vorschläge für das Arbeiten der Zukunft.

(3) Innovation heißt das Wachstumshormon der Wirtschaft, denn ohne diesen Jungbrunnen sehen Unternehmen im Wettbewerb alt und grau aus. Der neue Mitarbeitertypus begrüßt den Wandel, setzt auf seine einzigartigen Stärken und Talente, die er selbstständig und mit Freude ausbaut, er versteht sich nicht als Befehlsempfänger, sondern als  
25 gleichwertiger Problemlösungspartner. Er lässt sich selten in „Nine to five“-Jobs zwingen, sondern arbeitet lieber in bunt zusammengewürfelten Teams an interessanten Projekten. „Kreativarbeiter haben eine hohe Selbststeuerungsfähigkeit und Unsicherheitstoleranz“, analysiert Imke Keicher, Zukunftsforscherin und Unternehmensberaterin, „sie wissen, was  
30 sie einzigartig macht, und ihre Leistungsfähigkeit kommt aus echter Freude an der Sache, nicht aus Karrierekalkül.“

(4) Weit mehr als Zeugnisse und Studiendauer verraten daher Brüche in den Lebensläufen, ob sich ein Mensch auch Zeit nimmt, seinen Ambitionen nachzugehen, selbst wenn diese nicht auf der Agenda zur  
35 Erreichung des ehrgeizigen Karriereziels stehen. „Kreativarbeiter blicken über den Tellerrand, sind Besessene, gut Verwurzelte, holistisch Denkende“, definiert der Coach und Philosoph Wolfgang Aigner den neuen gefragten Typus, „Menschen, die Ruhe zur Entwicklung hatten, die

sich selbst vertrauen, keine Angst haben, spontan zu sein oder nicht den  
40 Erwartungen der Gesellschaft zu entsprechen.“

(5) Doch das derzeitige Schulsystem ist hauptsächlich damit beschäftigt,  
eigenständiges Denken als lästigen Makel auszutreiben und stattdessen  
Heerscharen dumpfer Auswendiglerner zu züchten. Und exakt dieses  
Schema wird - auf Wunsch der Industrie - an den Fachhochschulen und  
45 mittlerweile auch an den Universitäten weitergeführt, die zu Ausbildungs-  
stätten mutiert sind, die in Rekordzeit mundgerechte Akademikerhapp-  
chen für den Arbeitsmarkt produzieren.

(6) Die Dringlichkeit der geistigen Frischzellenkur ist mittlerweile bis in die  
höchsten europäischen Machtzentren vorgedrungen. So erklärte die  
50 Europäische Kommission 2009 zum „Jahr der Innovation und Kreativität“.  
Veranstaltungen wie das „Festival der Kreativität“ im Wiener Museums-  
quartier oder der Schulwettbewerb „Jugend innovativ“, wo Schüler und  
Lehrlinge Projektideen einreichen können, feiern sensationelle Erfolge.

(7) Doch das „Jahr der Innovation und Kreativität“ geht zu Ende. Was  
55 bleibt, ist der Bedarf an kreativem Potenzial. „Es gibt einen Abschied vom  
linearen, kausalen, mechanistischen Denken“, stellt Aigner fest, „und die  
Sprache ist der Schlüssel für die Zukunft. Es muss eine Abkehr von den  
alles beherrschenden Termini der Wirtschaft geben.“ Die Digital Natives  
haben tatsächlich eine andere Sprache, weit ab von ökonomisierter  
60 Terminologie, aber ebenso weit entfernt vom simplen „bamm Oida<sup>1)</sup>“.  
Denn Kreativarbeiter zeichnen sich „durch interdisziplinäre Kompetenz  
und ein ausgeprägtes Kulturverständnis aus“, so Imme. Sie lieben  
zweckfreie Bildung, kehren nicht selten Studium oder Schule in der  
althergebrachten Art der Denkkasernen den Rücken zu. Sie bilden sich  
65 stattdessen mit Enthusiasmus im Alleingang weiter und fühlen sich an  
Orten mit breiter Kulturszene am wohlsten.

(8) In seinem Buch „The Rise of the Creative Class“ analysierte Richard  
Florida schon 2002 die Beziehung von Kultur, Kreativität und wirtschaft-  
lichem Wachstum. Er wies nach, dass Kreativität als Standortfaktor  
70 entscheidend zu ökonomischem Erfolg beiträgt. Für die Entfaltung dieser  
Fähigkeiten sind nach Florida kulturelle Umfeldbedingungen ent-  
scheidend. Milieu und Kultur sind also für das Wirtschaftswachstum mit-  
verantwortlich. Standorte mit breiten kulturellen Möglichkeiten gewinnen  
daher durch ihre Anziehungskraft auf kreative Menschen auch an  
75 Bedeutung als Wirtschaftsstandort.

*naar: Das Österreichische Wirtschaftsmagazin*

noot 1 „bamm Oida“: österreichische Jugendsprache

## **Tekst 4 Die Schöpferischen kommen**

---

- 1p 9 Welche Ergänzung passt in die Lücke in Zeile 5?  
A eigenwillige  
B kreative  
C selbstständige  
D uniforme
- 1p 10 Wen spricht der 2. Absatz in erster Linie an?  
A Computerfreaks.  
B Hochschulabsolventen.  
C Personalchefs.  
D Querdenker.
- 2p 11 Geef van elk van de onderstaande beweringen aan of deze wel of niet van toepassing is op het "neue Mitarbeitertypus" (regel 22).  
1 Er betrachtet eine schnelle Karriere als selbstverständlich.  
2 Er ist bereit, Risiken einzugehen.  
3 Er ist selbstbewusst und hochmotiviert.  
4 Er macht am liebsten alles selbst.  
Noteer het nummer van elke bewering, gevolgd door 'wel' of 'niet'.
- 1p 12 Was ist ein Beispiel für „Brüche in den Lebensläufen“? (Zeile 32-33)  
A Das erste Berufspraktikum.  
B Die Kündigung eines Arbeitsvertrages.  
C Ein großer Erfolg im Beruf.  
D Eine persönliche Krise.
- 1p 13 Der 4. Absatz ist in Bezug auf den vorangehenden Absatz eine  
A Ergänzung.  
B Relativierung.  
C Schlussfolgerung.  
D Zusammenfassung.
- 1p 14 Was wäre dem Text nach eine wichtige Aufgabe für das Schulsystem?  
A „eigenständiges Denken“ (Zeile 42) fördern  
B „lästigen Makel“ (Zeile 42) austreiben  
C „Auswendiglerner“ (Zeile 43) züchten  
D dem „Wunsch der Industrie“ (Zeile 44) gerecht werden  
E „mundgerechte Akademikerhäppchen“ (Zeile 46-47) produzieren

- 3p **15** Geef van elk van de onderstaande beweringen aan of deze wel of niet overeenkomt met de alinea's 6 en 7.
- 1 De noodzaak van innovatief denken wordt algemeen onderkend.
  - 2 De verwachtingen die men heeft van "Digital Natives" zijn overtrokken.
  - 3 Innovatieve werknemers hechten veelal weinig waarde aan diploma's.
  - 4 Met het proces van innovatief veranderen gaat veel kennis en ervaring verloren.
  - 5 We moeten afstand nemen van het streven naar permanente economische groei.
- Noteer het nummer van elke bewering, gevolgd door 'wel' of 'niet'.
- 1p **16** Was geht aus dem letzten Absatz hervor?
- A Es gibt Orte, wo Kreativität besonders gut gedeiht.
  - B Querdenker stören die Wirtschaftsentwicklung.
  - C Wie und wo sich Kreativität entwickelt, lässt sich kaum vorhersagen.
  - D Wirtschaftswachstum ist eine Voraussetzung für Kreativitätsentfaltung.