



FREIRAUM FÜR KREATIVITÄT

HEINER VON DER LADEN MARCO PROSCH

Kennen Sie AC/DC, die australische Hardrockband? „Highway to Hell“? Auf der Bühne tragen die Musiker Schüleruniformen. Aus Tradition. Schon als Jugendlicher in den Sechzigerjahren hatte Lead-Gitarrist Angus Young mit Freunden eine Band. „Ich kam nach der Schule nach Hause und verschwand in meiner Uniform sofort in der Garage. Ich konnte es nie abwarten, sofort Musik zu machen“, sagt Young. Keine Zeit für Kleiderwechsel. Aus der frühen Leidenschaft ist eine Weltmarke geworden. AC/DC.

Die Garage. Eltern überlassen sie dem Nachwuchs, wenn der Freiraum braucht. Kann ja nicht viel kaputt gehen. Und Filia und Filius fühlen sich im fensterlosen Schuppen unbeobachtet, dürfen sich ausprobieren, mal lauter sein. Ein paar Quadratmeter Freiheit eben.

Auch im Wirtschaftsleben hat die Garage Tradition. Boeing, Disney, Harley-Davidson – viele Große haben auf kleinstem Raum angefangen, aus unterschiedlichen Gründen. Selbst die ersten Porsche und Volkswagen entstanden in Garagen. Irgendwie laden Schuppen zum Tüfteln ein. Das ist eng verknüpft mit der noch jungen Geschichte der Digitalisierung und der Entwicklung des kalifornischen Silicon Valley. Junge Menschen mit zunächst noch wenig Geld, aber wertvollen Ideen, machen sich in Garagen selbstständig. Bei Apple und Google soll's ebenso angefangen haben.

Inzwischen läuft es umgekehrt: Viele seit Jahrzehnten erfolgreiche Konzerne erkennen, dass die Innovationskraft in ihren Hochhauszentralen schwindet. Manchmal lassen es eingebrannte Strukturen kaum noch zu, dass Mitarbeiter sich trauen, Vorschläge von unten nach oben zu melden. Deshalb versuchen etablierte Unternehmen, Freiraum für Kreativität zu schaffen, auf allen Ebenen die Neugier zu wecken und die Experimentier-

freude zu fördern. Weil die Atmosphäre im Mutterhaus dafür in aller Regel suboptimal ist, entstehen wieder Garagen oder Labs – Laboratorien, in denen ausprobiert werden darf und es gar nicht schlimm ist, wenn mal etwas schiefeht.

Schüleruniformen, wie bei AC/DC, sieht man in diesen Garagen freilich nicht. Statt bürokratischem Anzugzwang ist eher der bequemere Hoodie modische Pflicht. Bequem gekleidet denkt es sich gleich auch viel leichter. Für Konferenzen lümmelt sich das Team zwischen bunten Kissen auf stapelbaren Europaletten. Wem das schon zu etabliert erscheint, der richtet sich absichtlich mit schrägen Möbeln vom Sperrmüll ein. Und beim Open Space als Raumkonzept hört die Offenheit nicht auf. Geheimniskrämerei steht auf dem Index. In der obligatorischen Küche werden Ideen bei Biolimonade ausgetauscht und weitergesponnen. Die Kraft der Community zählt, nicht der Ehrgeiz des Einzelkämpfers.

In Deutschland hat Berlin die höchste Lab-Dichte. Mehr als 80 sind in 2017 „registriert“, darunter das Porsche Digital Lab. Keiner kennt die genaue Zahl. Ausgerechnet Berlin! Der Regierungssitz leidet unter fehlender Wirtschaftskraft. Konzernzentralen sitzen anderswo in der Republik. Aber die Stadt ist hip, hat eine ausgeprägte Kultur- und Medienszene, ist tolerant und weltoffen, pulsiert rund um die Uhr. In manchen Stadtteilen wird in Bäckereien und an Kiosken mehr Englisch als Deutsch gesprochen. Berlin zieht innovationsbereite junge Menschen aus der ganzen Welt an. Immer mehr Firmen erkennen das und suchen Anschluss in der Stadt. Wer keine eigene „Garage“ eröffnet, nutzt einfach „Lab as a Service“ und mietet sich bei einem der vorhandenen Tüftlerteams ein.

Vielleicht hat Berlin seinen Vorteil gefunden. Weit genug weg von großen Konzernen und zu viel Etabliertem. So war es ja auch einst im ländlichen Silicon Valley. Und daraus ist Großes entstanden. ←

Die deutsche Street-Art-Künstlerin MadC alias Claudia Walde macht Graffiti galeriesfähig. Sie kombiniert Farben aus der Sprühdose mit Acryl und ist damit international erfolgreich.



BOEING

Eigentlich wollte William Edward Boeing in einem schlichten Bootshaus am Lake Union bei Seattle eine Jacht bauen. Doch dann entdeckte er seine Faszination für das Fliegen und entschied sich kurzerhand, Flugzeuge zu konstruieren. Sein Studium an der Universität Yale hatte der Sohn deutscher Einwanderer einige Jahre zuvor abgebrochen, um im Holzverarbeitungsbetrieb seines Vaters zu arbeiten. Die Materialkenntnisse kamen ihm nun zugute: 1915 baute er gemeinsam mit einem Schiffsingenieur sein erstes Fluggerät, ein Wasserflugzeug aus Holz, Draht und Leinen. Am 15. Juli 1916 gründete er eine eigene Firma, die spätere Boeing Airplane Company.

Die frühe Geschichte von Porsche spielte sich zum Teil in einer Garage ab. 1931 gründete Ferdinand Porsche ein Konstruktionsbüro für Motoren- und Fahrzeugbau. Porsche hatte damals zwei Räume auf zwei Etagen in der Stuttgarter Innenstadt, aber noch keine Werkstätten. Bis 1938 der erste Bau des heutigen Firmensitzes eröffnet wurde, diente gelegentlich die Garage der Familienvilla als Ersatz. Sie war Ausgangspunkt von Erprobungsfahrten und bot Platz zum Tüfteln an Prototypen – etwa für den späteren VW Käfer.

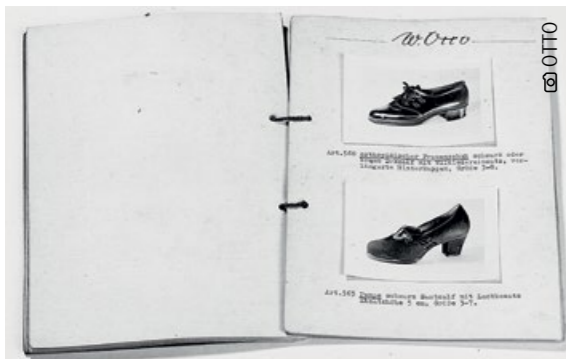


PORSCHE



DISNEY

1923 zogen die Brüder Walter Elias „Walt“ und Roy Disney zu ihrem Onkel nach Los Angeles. Die Garage neben dem Haus nutzten sie für ihre kreative Arbeit. Sie gründeten das Disney Brothers Cartoon Studio mit einem Startkapital von 200 Dollar. Dort arbeiteten sie an den Kinder-Animationsfilmen „Alice Comedies“ und legten damit den Grundstein für den weltweiten Erfolg der Walt Disney Company. Heute gehört das Unternehmen zu den größten Medienkonzernen der Welt. 2016 erwirtschaftete Disney einen Umsatz von 55,6 Milliarden Dollar.



OTTO

Obwohl Werner Otto 1948 seine Schuhfabrik mangels Erfolg aufgeben musste, ließ ihn das Geschäft mit dem Schuh nicht los: Ein Jahr später gründete der gelernte Lebensmittelkaufmann die Firma „Werner Otto Versandhandel“ – mit einem Startkapital von 6.000 D-Mark. In zwei kleinen Baracken im Hamburger Stadtteil Schnelsen beschäftigte er anfangs drei Mitarbeiter. Auf den 14 Seiten des 1950 herausgegebenen ersten Otto-Katalogs wurden 28 Paar Schuhe präsentiert. Die 300 Exemplare enthielten von Hand eingeklebte Produktfotos. Sie wurden größtenteils mit dem Fahrrad an Privathaushalte ausgeliefert. Unter dem Motto „Vertrauen gegen Vertrauen“ führte Otto als erster Versender den Kauf auf Rechnung ein. Den Otto-Katalog gibt es noch immer. Heute macht das Unternehmen mehr als 90 Prozent seines Umsatzes (2,7 Milliarden Euro im Geschäftsjahr 2016/17) mit dem Onlinehandel.



HARLEY-DAVIDSON

Der Schuppen in Milwaukee, Wisconsin, in dem Arthur Davidson und William S. Harley 1903 die Harley-Davidson Motor Co. gründeten, ist legendär. Auf einer Fläche von rund drei mal viereinhalb Metern bauten die Anfang 20-Jährigen ihre ersten motorisierten Zweiräder zusammen. Die Motorräder gewannen Rennen und wurden schnell bekannt – als Symbol für Freiheit und den amerikanischen Way of Life. 1956 posierte der junge Elvis Presley auf einer Harley-Davidson KH für das Motorradmagazin „The Enthusiast“. Inzwischen ist das Unternehmen einer der ältesten Motorradhersteller der Welt.

Amar G. Bose wurde 1929 als Sohn eines bengalischen Importeurs und einer amerikanischen Schullehrerin in Philadelphia geboren. Schon als kleiner Junge war er fasziniert von Technik. Um zu verstehen, wie Elektrogeräte funktionieren, baute er sie auseinander. Seine Leidenschaft ging so weit, dass der Teenager im Keller seines Elternhauses eine Reparaturwerkstatt für Radios eröffnete. Mit seinem Vater traf Bose eine Abmachung: Solange seine Noten gut blieben, musste er nur vier Tage die Woche zur Schule gehen. Für den Freitag schrieb ihm der Vater eine Entschuldigung. Die Lehrer wussten Bescheid: Amar Bose hatte keine Kopfschmerzen, er reparierte Radios. In einer Garage in Massachusetts legte der Elektroingenieur 1964 den Grundstein für sein eigenes Unternehmen, die Bose Corporation. 1968 kam der erste Lautsprecher, der Bose 901, auf den Markt und setzte neue Maßstäbe im HiFi-Bereich.



BOSE

Porsche Consulting

DAS MAGAZIN

Nr. 18, Juli 2017



HERAUSGEBER

Eberhard Weiblen (V. i. S. d. P.)
Vorsitzender der Geschäftsführung
Porsche Consulting GmbH

CHEFREDAKTION

Heiner von der Laden
Leiter Kommunikation und Marketing
Porsche Consulting GmbH

PROJEKTLEITUNG | REDAKTION

Maren Eitel
Kommunikation und Marketing
Porsche Consulting GmbH

GRAFISCHE GESTALTUNG | ARTDIRECTION

Alex Bernet, Gianluca Sarra
VISCHER&BERNET GmbH, 70469 Stuttgart

TITELFOTO

Marco Prosch

PORSCHE CONSULTING GMBH

Porschestraße 1
74321 Bietigheim-Bissingen
Deutschland

Telefon +49-(0)711-911-12001
Telefax +49-(0)711-911-12203
E-Mail kontakt@porsche-consulting.com
Internet www.porsche-consulting.com

GESAMTHERSTELLUNG

Weng Druck, 91550 Dinkelsbühl

Alle Rechte vorbehalten.
Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit
Genehmigung des Herausgebers. Für unverlangt
eingegangene Fotos, Dias, Filme oder Manuskripte
kann keine Gewähr übernommen werden.

Porsche Consulting GmbH
ist eine Tochtergesellschaft der
Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG, Stuttgart

