

## NAHAUFNAHME



„Kreativität ist kein natürliches Talent, sie ist wie ein Muskel, den man trainieren muss.“

**Tom (li.) und David Kelley**

FOTO: OH

## Mission Schnurrbart

Tom und David Kelley wollen die Phantasie entfesseln

David Kelley trägt ein Hemd wie ein Drogenrausch. Blau, pink, grün, orange flirrt der Stoff vor den Augen. „Auch wenn Sie es nicht glauben, ich habe es absichtlich gewählt“, sagt er. Das Hemd soll eine Botschaft überbringen: Kreativität ist eine aktive Entscheidung. Alle Menschen können kreativ sein, nicht nur Designer, wie Kelley einer ist. Und wer kreativ ist, wird größeren Erfolg im Job haben, ein besserer Arzt, Lehrer, Jurist oder Unternehmer sein.

Davon will David Kelley auch die Deutschen überzeugen, die im Ausland als effizient und gut organisiert eingeschätzt werden, aber nicht unbedingt als auffallend phantasievoll. Deshalb ist er an diesem Abend mit seinem Bruder Tom nach München gekommen. David hat die weltweit tätige Designberatung Ideo mitgegründet, Tom ist dort Partner, in den USA gelten die Brüder als führende Denker für Innovation. „Kreativität ist kein natürliches Talent, sie ist wie ein Muskel, den man trainieren muss“, sagt Tom, der Jüngere.

Weil die Brüder wissen, dass das Zeit und Übung braucht, haben sie dem Publikum in der Münchner Pinakothek der Moderne erst einmal das Accessoire der Saison mitgebracht: einen Schnurrbart aus schwarzem Tonpapier, mit einem Tropfen Kleber an einem Holzstäbchen befestigt, damit Mann und Frau sich den Schnauzer unter die Nase halten können. David, 62, und Tom brauchen das Spielzeug nicht, sie tragen beeindruckend breite Schnurrbärte, David seinen etwas länger, Tom seinen getrimmter. Seit fast 30 Jahren arbeiten die Brüder zusammen, sie haben ihre Rollen verteilt. Tom Kelley, schmal und lang, weniger Glatze, kurze Haare, fällt seinem Bruder nie ins Wort. Er ist der ernstere, hat einmal bei einer Wirtschaftsprüfungsgesellschaft gearbeitet, auch als Berater, bevor er in die Designwelt wechselte.

David, untersetzt, größere Glatze, Wuschelhaare, Hornbrille, darf oft das letzte

Wort behalten. Seit mehr als 30 Jahren lehrt er als Professor an der Eliteuniversität Stanford Design. Er erzählt gerne Anekdoten, wie die, als er einmal SAP-Gründer Hasso Plattner traf und mit ihm über Leidenschaft sprach: Formel 1, Segeln. „Der Unterschied ist, wenn er darüber spricht, gehört ihm das Team“, sagt David Kelley. Er erzählte Plattner von der Idee, in Stanford Design-Kurse für Fachfremde anzubieten, für Juristen und BWLER beispielsweise – Plattner stiftete der Universität für ein neues Institut schließlich 35 Millionen US-Dollar. David Kelley erzählt auch Anekdoten über, natürlich, Steve Jobs, der auch zwei Jahre nach seinem Tod im Silicon Valley noch immer als Design-Vordenker verehrt wird. Der Apple-Gründer hat David die Frau vorgestellt, die der später dann heiratete.

Vor sechs Jahren stellten Ärzte bei David Kelley Kehlkopfkrebs fest, Überlebenschance: 40 Prozent. „Ich empfehle Ihnen sehr, die Diagnose einer tödlichen Krankheit zu bekommen“, sagt David. Er habe dadurch geradezu ein Erweckungserlebnis gehabt. „Bekommen Sie die Krankheit aber besser nicht“, rät er noch. Die Brüder vereinbarten jedenfalls: Sollte David es schaffen, würden sie aufschreiben, worin David seine Bestimmung sieht – Menschen und Organisationen dabei zu helfen, ihr kreatives Potenzial freizusetzen.

Herausgekommen ist das sehr amerikanische Buch *Creative Confidence*, das Menschen dazu bringen soll, nicht nur zu erkennen, dass sie eine großartige Idee haben (die Kelleys sagen: die haben alle im Lauf ihres Lebens), sondern sich auch zu trauen, diese auszusprechen. Tom empfiehlt, die eigene Kreativzeit zu entdecken. David habe sie unter der Dusche – und deshalb einen Filzstift im Bad liegen. „Bei mir sind es die ersten fünf Minuten, nachdem der Wecker klingelt“, sagt Tom Kelley. Die E-Mail-freie Zeit des Tages. SOPHIE CROCOLL