

Creative Thinking Days 2008

Die Denkmotor GmbH und das BWI der ETH Zürich widmen sich an einer dreitägigen Veranstaltung den Themen «Strukturierte Kreativität und Innovation» sowie «Six Thinking Hats».

von Chris Brügger und Jiri Scherer (*)

Wenige Themen sind so aktuelle Dauerbrenner, wie der Ruf nach mehr Innovation. Kaum ein Referat, Wirtschaftsartikel oder Businessplan, der ohne den teilweise überstrapazierten Begriff auskommt. Doch was heisst eigentlich Innovation und wann ist eine solche erreicht? Das Hauptaugenmerk gilt meistens dem Endprodukt – der Innovation –, welche nicht zuletzt das Ergebnis einer kreativen Phase ist. Kreativität steht am Anfang einer jeden Innovation. Eine Tatsache, der oft zu wenig Beachtung geschenkt wird. Vereinfacht kann man sagen: Die Kreativität steht für den Input, Innovation für den Output der kreativen Phase.

Kreatives Denken ist lernbar

«Ich bin halt nicht so kreativ!» Diese Aussage könnte wohl von den meisten von uns stammen. Viele Menschen sind der Meinung, dass nur bestimmte Berufsgruppen kreativ sind. Dabei ist das kreative Denken branchenunabhängig und überall notwendig!

Kreatives Denken ist eine praktische und lernbare Fertigkeit. Jeder Mensch kann kreativer werden – aber er muss wollen. Damit ist es wie im Sport: Es gibt 1 000 Meter Läufer, die schneller sind als ihre Mitläufer und es gibt Menschen, denen es leichter fällt kreativ zu denken. So wie der Sportler seinen Körper trainiert, kann auch eine kreative Denkhaltung trainiert werden. Es gibt eine Vielzahl an Methoden, die uns helfen, unsere eingefahrenen Denkmuster zu durchbrechen. Um das Beispiel des Läufers zu nehmen: Man,

könnte sagen, dass die Kreativitätstechniken Rollschuhe sind, um den Lauf schneller zu absolvieren. Die kreativen Denkmethoden sind ein Hilfsmittel, um das Ziel bequemer zu erreichen. Mit deren Anwendung werden Sie mehr, vor allem aber spannendere, innovativere Lösungsansätze finden!

Wie erreicht man systematisch und schnell neue Gedankenansätze, den Input für eine Innovation? In den vergangenen 60 Jahren haben einige produktive Denker unterschiedliche Kreativitätstechniken entwickelt. Alex Osborn, Mitgründer der renommierten Werbeagentur BBDO, setzte schon in den 50er-Jahren des letzten Jahrhunderts das *Brainstorming* für Teambesprechungen ein. Später verbesserte er die Methode in schriftlicher Form zum *Brainwriting*. In den späten Siebzigerjahren prägte der Mediziner Edward de Bono den Begriff des Lateralen Denkens und erfand die *Six Thinking Hats* Methode. Der Psychologe Tony Buzan hat mit seinem *Mind Mapping* ebenfalls eine heute weltweit angewandte Technik gestartet. Daneben gibt es noch weitere sehr effektive Methoden, um den Ideen auf die Sprünge zu helfen.

Creative Thinking Days im GDI

Entdecken Sie vom 3.–5. September 2008 am Gottlieb Duttweiler Institut (GDI) in Rüschlikon die Grundlagen des kreativen Denkens und lernen Sie die Systematik der Kreativität kennen. Erfahren Sie, wie sich in kurzer Zeit gute Ideen finden lassen. Lernen Sie unterschiedliche Kreativitäts- und Innovationstechniken als Hilfsmittel zur systematischen Ideenfindung einsetzen – etwa für die Entwicklung von Produkten, Serviceleistungen oder Marketingmassnahmen. Und erfahren Sie, wie Ideen bewertet werden.

(*) Chris Brügger und Jiri Scherer sind Partner der Denkmotor GmbH und Referenten an den Creative Thinking Days. Weitere Infos finden Sie unter www.denkmotor.com.