

Holzbau Schweiz hatte seinen diesjährigen Impulstag in Buchs dem ganzheitlichen Denken erfolgreicher Unternehmer gewidmet. Nur wer den richtigen Mix findet zwischen Ambition, Motivation und Kreativität, kann langfristig erfolgreich sein. In der Interview-Serie im «Schweizer Holzbau» mit den Referenten des Impulstages wird diesen Ingredienzen des Erfolgs weiter nachgegangen. Das erste Gespräch führten wir mit Jiri Scherer, Gründer von Denkwerk und Autor des Kreativitätswerkzeugs «IdeenBox».

«Kreatives Wirken macht einfach viel mehr Spass»

SHB: Jiri Scherer, für die meisten Menschen ist Kreativität eine Gabe. Sie als versierter Kreativitätsfachmann wissen, dass kreative Ideen nicht vom Himmel fallen. Wie arbeitet man an sich, um kreativer zu werden? Welche Grundhaltung ist hier wichtig?

Jiri Scherer (JS): Viele Menschen glauben wirklich, dass nur bestimmte Leute wie Künstler oder Werber kreativ seien. Sicher ist diese Annahme nicht falsch, denn diese Leute sind gewohnt, kreativ zu wirken und sie arbeiten auch hart daran. Im Sport ist schliesslich auch ein Profiläufer schneller als ein Durchschnittsläufer. Dennoch kann auch einem schlechten Läufer mit den geeigneten Hilfsmitteln, z. B. Velo oder Rollschuhe, dazu verholfen werden, dass er viel schneller wird. Ich bin der festen Überzeugung, dass jeder Mensch kreativ sein kann. Um das zu fördern, ist es sicher hilfreich, sich in eins bis zwei Kreativitätstechniken einzulesen und zu versuchen, diese durchzuspielen. Eins bis zwei Techniken (von ca. 20) – richtig ausgewählt für die eigenen Bedürfnisse – reichen völlig aus, um sich in dieser Hinsicht zu schulen.

SHB: Was verhindert kreatives Denken und Wirken beim Menschen?

JS: Kreatives Denken wird behindert durch Angst, z. B. eine kreative Idee im Betrieb kundzutun und zu propagieren, mangelndes Vertrauen in die eigenen Stärken und lei-

der allzu oft dadurch, dass Selbstverständliches nicht hinterfragt wird. Die Frage sollte lauten: Was können wir im Betrieb verbessern, obwohl es ja eigentlich gut läuft? Die Menschen suchen leider meistens nur dort, wo es Probleme gibt. Dabei ist im anderen Fall das Potential für einen Vorsprung vor der Konkurrenz viel grösser, als wenn man nur auf Problemlösungen schießt. Andererseits wird bei der Problemlösung oft der Fehler gemacht, dass man nur an eine einzige Lösung denkt. Dabei sollte man sich dazu zwingen, bis zu drei Lösungen aufzuschreiben. Das bringt wesentlich mehr für den Erfolg. Im Weiteren verhilft ein offenes Klima im Betrieb dazu, kreatives Denken in einem Unternehmen zu fördern.

SHB: Sie zeigen und lehren Kreativitätstechniken, mit denen man auf neue Ideen kommt? Welche Techniken sind das und was kann man daraus lernen?

JS: Ich persönlich finde die Zufallstechnik am besten. Man sucht hier, wie am Impulstag mit den Teilnehmern geübt, ein zufälliges Wort aus der Zeitung oder aus einem Lexikon heraus und versucht, dieses Wort, z. B. Benzin, mit Adjektiven zu beschreiben: explosiv, flüssig, energiegeladend usw. Danach wird versucht, zwischen einer Fragestellung, z. B. ein Tag der offenen Tür, bzw. Ideen für diesen Event, und dem Wort (Benzin) wieder mit Adjektiven eine Verbindung herzustellen. Eine weitere gute Methode ist die «Os-



Jiri Scherer ist der festen Überzeugung, dass jeder Mensch kreativ sein kann. Foto: F. Lipp

born-Checkliste», die besonders dazu geeignet ist, Bestehendes zu verändern und besser zu machen. Wichtig ist, dass man bewusst nach Ideen sucht und sich dafür Zeit nimmt, die Techniken anzuwenden. Dafür können gut sogenannte «Totzeiten» im Zug oder so benützt werden. Mit diesen Techniken kann man allein oder in der Gruppe gute Ergebnisse erarbeiten, das funktioniert tatsächlich.

SHB: Können Sie uns Ihr Kreativitätswerkzeug «IdeenBox» erklären? Wie arbeitet man damit?

JS: Meine Ideenbox ist im Prinzip eine Schritt-für-Schritt-Anleitung zu guten Ideen. Ich habe darin viel Wissen komprimiert und in eine einfache und logische Form gebracht. Der Vorteil besteht darin, dass sehr schnell und ohne viel Literatur zu lesen, kreatives Wirken gefördert werden kann.

SHB: Wie wichtig ist Ihrer Meinung nach kreatives Denken für den Erfolg eines Unternehmens?

JS: In einem Hochpreisland wie der Schweiz, wo Produkte und Dienstleistungsangebote sehr ähnlich sind, ist es von Vorteil, wenn sich der Anbieter irgendwie profilieren und von der Konkurrenz abheben kann. Wer anders sein will als seine Mitbewerber und eine bessere Marktposition erreichen will, muss kreativ sein. Die reine Differenzierung über den Preis schadet nur der Branche. Die Unterscheidung am Markt sollte anders geartet sein. Es ist doch klar, dass sich mit Kreativität viel

mehr erreichen lässt als mit mörderischem Preiskampf. Ausserdem macht kreatives Wirken viel mehr Spass.

SHB: Was für Tips können Sie punkto Kreativität der Holzbaubranche geben? Wie glauben Sie kann dem Metier zu kreativerem Denken verholfen werden?

JS: Wichtig ist meiner Meinung nach, dass der Unternehmer den Mitarbeitern klarmacht, dass ihr persönlicher Input wichtig und gefragt ist. Kreative Ideen und Anregungen sollten in irgendeiner Form, z. B. mit einer Flasche Wein usw., belohnt werden. Dies zeigt die Wertschätzung gegenüber einer guten Idee, und spornt zu engagiertem Mitdenken an; die Angestellten fühlen sich ernstgenommen. In diesem Bereich kann auch der Verband Holzbau Schweiz für mehr Kreativität im Metier sorgen. Eine Idee wäre etwa mein Beispiel vom Impulstag, die Kreierung einer originellen Weihnachtskarte: hier könnte der Verband Inputs für solche Karten (3 bis 4 gute Vorschläge) geben. Holzbau Schweiz kann als «Trigger» (Auslöser) für mehr Kreativität fungieren und die Mitglieder zum kreativen Denken auffordern.

SHB: Was sind Ihre Erkenntnisse aus dem Impulstag in Buchs? Was hat Sie am meisten beeindruckt?

JS: Mich hat positiv überrascht, dass der Impulstag so viel Engagement seitens aller Beteiligten ausgelöst hat. Die Leute haben wirklich mitgemacht, das war beeindruckend. Die Atmosphäre an der Veranstaltung war sehr angenehm und locker, und jeder Teilnehmer konnte vom «Marktplatz der Ideen» mit nach Hause nehmen, was ihm gefiel. Ein überaus gelungener Anlass, den man nicht so schnell vergisst. fl

Nächste Folge

In der September-Ausgabe des «Schweizer Holzbau» wird das Gespräch mit Dr. Hans Fischer, Management-Berater und Fachmann für Führungskompetenz, Marthalen, erscheinen.