

# Kreatives Denken als Grundlage für Innovation

**Kaum ein Thema ist ein so aktueller Dauerbrenner in Europa wie der Ruf nach mehr Innovation. Fast kein Referat, kein Artikel in einem Managementmagazin und kein Businessplan, ohne dass das Wort Innovation fällt. Was ist eigentlich Innovation und wie komme ich zu Innovationen?**

**Vielseitig einsetzbare Kreativitätstechniken helfen dabei, neue Denkmuster zu finden.**



**H**aben Sie das auch schon einmal erlebt? Sie nehmen an einem Referat zum Thema Innovationsmanagement teil. Der Referent zeigt auf, dass Innovationen strategisch wichtig sind, den Umsatz der Zukunft darstellen und für die meisten Unternehmen einen entscheidenden Wettbewerbsfaktor darstellen. Als Beispiele werden international erfolgreiche Unternehmen wie Amazon, easyJet und YouTube aufgezeigt. Das Thema Innovation wird auf einem sehr allgemeinen und abstrakten Level abgehandelt und die präsentierten Beispiele haben nicht viel mit Ihrem Unternehmen gemein. Sie sind etwas ratlos und wissen immer noch nicht genau, wie Sie das Thema Innovation in Ihrem Unternehmen anpacken können. Meist wird das Augenmerk auf das Endprodukt gerichtet, also auf die Innovation, die das Ergebnis einer kreativen Phase ist.

Kaum beachtet wird jedoch, dass Kreativität am Anfang jeder Innovation steht. Die Kreativität ist sozusagen der Input und Innovation der 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 wie Werber, Grafiker und Künstler kreativ sind. Dabei wäre kreatives Denken in allen Branchen notwendig.

Kreatives Denken ist eine praktische und lernbare Fertigkeit. Jeder Mensch kann kreativer werden, wenn er will. Mit der Kreativität 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 jeder Sportler trainieren kann, kann

auch das kreative Denken trainiert werden. Es gibt verschiedenste Kreativitätstechniken, die uns helfen, unsere eingefahrenen Denkmuster zu durchbrechen. Um auf das Beispiel des 1'000-Meter-Laufes zurück zu kommen, könnte man sagen, dass die Kreativitätstechniken die Rollschuhe sind, um den Lauf einfacher und schneller zu absolvieren. Die Kreativitätstechniken sind also ein Hilfsmittel, um das Ziel bequemer zu erreichen. Mit der Anwendung von kreativen Denkmethode werden Sie mehr Ideen und vor allem kreativere Ideen finden.

Neben den bekannten Kreativitätstechniken wie Brainstorming und Mind Mapping gibt es noch weitere, zum Teil viel effektivere Methoden, um den Ideen auf die Sprünge zu helfen. Im Folgenden werden drei weniger bekannte, jedoch vielseitig einsetzbare Methoden vorgestellt.

### Brainwriting als besseres Brainstorming

Bei einem Brainwriting wird im Gegensatz zum Brainstorming während der Ideenfindung nicht diskutiert. Jeder Teilnehmende bekommt drei leere Schreibblätter. Jeder Teilnehmende sucht nach drei unterschiedlichen Ideen und schreibt jeweils eine Idee zuoberst auf jedes Blatt. Die Blätter werden im Uhrzeigersinn der nächsten Person weitergereicht. Der Nachbar liest die bereits aufgeschriebenen Ideen durch und versucht diese Ideen weiterzuentwickeln und darauf aufzubauen. Dieser Vorgang wird fünf Mal wiederholt, so dass auf jedem Blatt mindestens sechs Ideen stehen.

Die Blätter werden anschliessend eingesammelt, gemischt und wieder verteilt. Das Mischen der Blätter hat den Vorteil, dass am Schluss keiner mehr weiss, wer welche Idee aufgeschrieben hat. Denn oft wird die Qualität einer Idee am Ideengebenden gemessen. Das Brainwriting hat noch weitere Vorteile: Es ist extrem effizient. Bei sechs Teilnehmenden entstehen innerhalb von weniger als zehn Minuten 108 Lösungsvorschläge. Während der Ideensuche ist keine Kritik möglich, da ja nichts gesprochen wird. Ein weiterer Vorteil ist, dass Sie das Brainwriting auch virtuell durchführen können. Die Teilnehmenden müssen nicht anwesend sein. Sie erstellen eine Wordvorlage und stellen das Dokument auf einen Server oder schicken es den Teilnehmenden zu. Jeder Teilnehmende ist nun aufgefordert seine Ideen direkt in das Dokument zu schreiben. So finden Sie elegant innert kürzester Zeit eine Menge neuer Ideenansätze.

### Neue Produkte mit Semantischer Intuition

Die Semantische Intuition ist eine Kreativitätstechnik, bei der durch eine zufällige Kombination von zwei Wörtern neue Ideen generiert werden. Normalerweise wird in der Praxis zuerst eine Produktidee beziehungsweise eine Lösung gesucht und danach erst der Name, der zum neuen Produkt passt. Bei der Semantischen Intuition wird diese Reihenfolge nun umgekehrt: Per Zufallsprinzip werden zwei Wörter aus

1. Rad
2. Schloss
3. Lenker
4. Bremse
5. Ersatz
6. Kette
7. Rucksack
8. Ständer
9. Energie
10. Flüssigkeit
11. Flasche
12. Gummi
13. Messer
14. Pedal
15. Schraube
16. Werkzeug
17. Ventil
18. Pumpe
19. Speiche
20. Klingel

**Semantische Intuition: Durch eine zufällige Kombination von zwei Wörtern werden neue Ideen generiert.**



einer vorbereiteten Liste gewählt. Diese Liste wird vorgängig aus 20 bis 30 Hauptwörtern aus dem der Fragestellung entsprechenden Anwendungsgebiet zusammengestellt. Die beiden gewählten Zufallswörter werden nun zu einem Kunstwort kombiniert, welches eine bildhafte Vorstellung eines neuen Produktes hervorruft:

- Wie sieht dieses Produkt aus?
- Was ist der Nutzen dieses Produktes?
- Wo könnte das Produkt eingesetzt werden?
- Welches wäre die Zielgruppe für dieses Produkt?

Die Semantische Intuition eignet sich hervorragend, wenn neue Produkte innerhalb einer Produktfamilie oder für ein bestimmtes Anwendungsgebiet gesucht werden: beispielsweise für neue Kosmetikprodukte, neue Küchengeräte oder neues Bürozubehör. In einer Gruppe macht es grossen Spass, die Kunstworte zusammen-

zustellen und sich Anwendungsmöglichkeiten vorzustellen. Der Nachteil der Methode ist allerdings, dass sich Personen vereinzelt schwer tun könnten, da Fantasie, Mut und Vertrauen in das Ergebnis benötigt werden.

### Beispiel Semantische Intuition

Für ein neues Produkt aus dem Bereich Fahrradzubehör könnte die Begriffsliste wie folgt aussehen: Durch Zufall werden nun zwei Begriffe ausgewählt. Werden zum Beispiel Nummer 7 (Rucksack) und Nummer 17 (Ventil) gewählt, heisst unser Kunstwort «Rucksack-Ventil» oder «Ventil-Rucksack».

Eine mögliche Idee für ein «Rucksack-Ventil» oder einen «Ventil-Rucksack» könnte sein: Ein Fahrrad-Rucksack, der dehnbar ist. Für eine grössere Fahrradtour kann man den Rucksack – bestehend aus einem elastischen, Gummi ähnlichen Material – aufblasen. Für eine kleine Tour kann Luft herausgelassen werden und der Rucksack wird flacher und somit aerodynamischer.

**Osborn Checkliste: Bestehendes verbessern**

Henry Ford sagte einmal: «Nicht mit Erfindungen, sondern mit Verbesserungen macht man ein Vermögen.» Wie Recht er doch hatte. Denn rund 90 Prozent aller Innovationen, die auf den Markt kommen, sind im Prinzip «nur» Verbesserungen von bestehenden Produkten, Dienstleistungen oder Prozessen. Nur gerade 10 Prozent sind so genannte radikale Innovationen. Die Osborn-Checkliste eignet sich besonders zur Optimierung bestehender Produkte, Dienstleistungen oder Prozesse und weniger zum Auffinden einer völlig neuen Lösung. Die Fragen nach Alex Osborn:

- Vergrössern? Was kann man hinzufügen? Es widerstandsfähiger machen? Grösser? Länger? Dicker? Schwerer?
- Verkleinern? Was ist entbehrlich? Was kann man weglassen? Kann man es kleiner machen? Kompakter? Niedriger? Kürzer? Flacher? In seine Einzelteile zerlegen?
- Verändern? Ihm eine neue Form geben? Den Zweck verändern? Die Farbe, den Ton, den Geruch, das Aussehen verändern?
- Umformen? Die Bestandteile neu gruppieren? Die Reihenfolge verändern? Ursache und Wirkung vertauschen?

- Ins Gegenteil umdrehen? Wie kann man das Gegenteil des Gewünschten erreichen? Das untere nach oben bringen? Die Rollen tauschen? Die Reihenfolge des Ablaufs neu ordnen?
- Kombinieren? Mit einer Mischung versuchen? Einen Verbund machen? Eine Auswahl? Mehrere Objekte zu einem verbinden?
- Andere Anwendungen? Für andere Personen oder Zielgruppen?

**Osborn-Checkliste: Was könnte man an diesem Koffer alles verändern?**



Andere Anwendungsmöglichkeiten durch das Verändern des Objektes?

Die Osborn-Checkliste lässt sich sowohl in der Gruppe als auch alleine sehr leicht anwenden. Der Vorteil der Methode ist, dass keine grossen Vorbereitungsarbeiten notwendig sind und dass das Vorgehen durch die Fragen gut strukturiert ist.

**Übung Osborn-Checkliste**

Überlegen Sie sich, was man bei diesem Koffer alles verändern, anpassen, weglassen, vergrössern, kombinieren, verkleinern könnte, um daraus ein besseres Produkt zu kreieren?

Nehmen Sie sich zehn Minuten Zeit und wenden Sie die Osborn-Checkliste an.

Egal ob mit einem Brainstorming, einem Brainwriting, der Semantischen Intuition oder der Osborn-Checkliste gearbeitet wird: Wichtig ist, dass in der ersten Phase möglichst viele Ideen gesucht werden. Der zweifache Nobelpreisträger Linus Pauling meinte dazu: «Die beste Methode, eine gute Idee zu bekommen, ist, viele Ideen zu haben!»

**CHRIS BRÜGGER UND JIRI SCHERER**  
Sind Partner der Denkmotor GmbH mit Sitz in Zürich und führende Experten zum Thema Kreativität. Sie führen öffentliche wie auch betriebsinterne Kreativitätsseminare durch und unterstützen Unternehmen auf der Suche nach neuen Produkten, Dienstleistungen und Marketingideen.  
info@denkmotor.com  
www.denkmotor.com

**Die IBZ-Schulen bilden Sie weiter.**



[www.ibz.ch](http://www.ibz.ch)

IBZ Schulen für Technik Informatik Wirtschaft  
Telefon 062 836 95 00, E-Mail ibz@ibz.ch

**NDS «Betriebswirtschaftslehre für Führungskräfte» eidg. anerkanntes Diplom HF-NDS**

Sie haben eine technische Ausbildung, besetzen eine Führungsposition und möchten Ihre Managementkompetenz ausbauen? Die IBZ Schulen verleihen Ihrer Karriere den nötigen Schub!

- 3 Semester, freitags und samstags (2x/Monat)
- Kursorte: Aarau, Bern und Zug

Infoabende: siehe [www.ibz.ch](http://www.ibz.ch)  
Beratungsgespräche jederzeit möglich!

