



Vergessen Sie Brainstorming!

Fast jedes führende Unternehmen bezeichnet sich in seiner Kommunikation als „kreativ“. Schaut man etwas genauer hin und fragt nach, stellt man fest, dass es oft nur ein Lippenbekenntnis ist. Es folgen keine Taten, um das kreative Potenzial jedes Mitarbeiters zu fördern oder auszuschöpfen.

Viele sind von der Bedeutung des Kreativität überzeugt, sind jedoch der Meinung, dass es sich um eine angeborene Gabe handle und nicht oder nur wenig verbessert werden kann. Hier verwechselt man oft das schöpferische Talent von Künstlern mit der Fähigkeit neue Ideen für Produkte, Dienstleistungen oder Pro-

zesse zu finden. Gleichzeitig herrscht bei vielen die Überzeugung, dass neue Ideen durch ein zufälliges Zusammentreffen bestimmter Ereignisse und Umstände entstehen. Dahinter steht die Auffassung, dass es Geistesblitze geben kann, diese sich jedoch nicht steuern oder trainieren lassen. Unsere Erfahrung zeigt jedoch,

dass die Fähigkeit kreativ zu denken lernbar ist und verbessert werden kann.

Der Mensch denkt nicht gerne kreativ!

Die Angst sich zu irren oder Fehler zu machen mindert die Risikobereitschaft des

Einzelnen und somit die Kreativität. Manche glauben nun, dass die Beseitigung der inneren und äusseren Barrieren ausreicht, um die Kreativität der Mitarbeitenden auszuschöpfen. Der kreative Meetingraum mit den lustigen Bällen und den farbigen Postern verbessert die Kreativität nicht nennenswert. Das menschliche Gehirn ist von Natur aus nicht gemacht für das kreative Denken. Und so findet es auch nicht automatisch neue zündende Ideen, sobald diese Hindernisse beseitigt sind. Edward de Bono, einer der führenden Kreativitätsforscher vergleicht dies wie folgt: „Nur weil sie die Handbremse im Auto lösen, werden Sie auch nicht automatisch zu einem zweiten Michael Schumacher.“

Vergessen Sie Brainstorming!

Brainstorming funktioniert in vielen Teams oft schlecht und kann beträchtlichen Schaden anrichten. Mit Brainstorming geht die Überzeugung einher, dass die vorgetragenen Einfälle immer verrückt oder ausgeflippt sein müssen. Brainstorming stellt durch seine Bekanntheit die systematischen Kreativitätsmethoden in den Hintergrund. Erfolgreiche oder übertriebene Brainstormingsitzungen haben dazu geführt, dass die Fähigkeit kreativ zu denken bagatellisiert und nicht ernst genommen wird. Man betrachtet sie als Spielerei, als nette Abwechslung, die gelegentlich gar zum Erfolg führen kann. Ganz nach dem Motto: Auch ein blindes Huhn findet mal ein Ei. Es stehen heute weit bessere und systematisch anwendbare Kreativitätstechniken zur Verfügung. Die Ideensuche muss auch nicht nur auf Gruppenarbeit beschränkt sein, wie das beim Brainstorming der Fall ist. Der Einzelne kann im stillen Kämmerlein genauso produktiv oder gar noch findiger sein, falls er die richtigen Methoden kennt.

Kreativitätsmethode „Konzeptextraktion“

Gute Denker haben die Fähigkeit, auf einem sehr allgemeinen, abstrahierten Level zu denken bzw. zwischen der Makro- und der Metaebene hin und her zu springen. Die folgende Aufgabe soll dieses Hin-und-her-Springen aufzeigen und näher analysieren.

Beispiel: Wie kann man ein Glas gefüllt mit Wasser, leeren ohne es anzufassen,

zu bewegen oder zu zerstören? Welche Lösungsvorschläge sind denkbar? Man könnte zum Beispiel ein Trinkhalm nehmen oder einen Blumenstraus ins Glas stellen und warten, bis die Blumen das Wasser aufgesogen haben. Das Glas kann auch geleert werden indem man das Wasser mit Druckluft herauspresst oder Kieselsteine reinschüttet. Möglich ist auch das Wasser mit einem Tauchsieder zu erhitzen bis das Wasser verdunstet ist oder das Glas einfach stehen zu lassen. Oder Sie stellen das Glas vor einen Elefanten, der es mit seinem Rüssel leer saugt. Es gibt noch viele weitere Möglichkeiten...

Interessant wird es jedoch, wenn man die gefunden Lösungen etwas genauer anschaut und hinterfragt. Aus allen genannten Möglichkeiten lassen sich genau drei Konzepte ableiten: 1. aufsaugen, 2. verdrängen und 3. verdunsten. Der Trinkhalm, die Blumen und der Elefant gehören zum Konzept aufsaugen. Die Druckluft und die Kieselsteine gehört zum Konzept verdrängen. Stehen lassen und der Tauchsieder gehören beide zum Konzept verdunsten. Es gibt somit drei Konzepte, um das Glas zu leeren. Wird einmal erkannt, welches Konzept hinter einem Lösungsvorschlag steht, ist es leicht daraus weitere Möglichkeiten abzuleiten. Wenn wir das Konzept „verdrängen“ erkannt haben, können wir uns überlegen, wie das Wasser sonst noch verdrängt werden kann. Möglichkeiten dazu sind: Quecksilber ins Glas füllen, einen aufgeblasenen Ballon in das Glas pressen, ein weiteres Glas mit der gleichen Form reindrücken...

Ein anderes Beispiel um die Konzeptextraktion zu erläutern: Eine Fluggesellschaft möchte ihre Passagierzahl zwischen zwei Städten erhöhen. In einem internen Brainstorming macht ein Mitarbeitender den Vorschlag: «Lasst uns doch eine Sommeraktion «Kinder fliegen gratis» machen!» Der Vorschlag wird wohlwollend aufgenommen. Eine Mitarbeiterin aus der Marketingabteilung ist jedoch der Meinung, dass der Ansatz zwar gut, die Aktion jedoch etwas verbraucht sei. Sie fragt, welches Konzept hinter dieser ersten Idee steht. Die Brainstormenden erkennen es schnell: «Spezielle Preise für bestimmte Zielgruppen». Sobald das Konzept erkannte wurde, sprudeln die Ideen nur noch so: Halber Preis für Grosseltern in Begleitung der Enkelkinder,

Haustiere fliegen kostenlos mit, Pärchen auf der Hochzeitsreise zahlen nur einen Franken, Golfer dürfen Ihre Golftasche gratis mitnehmen und so weiter.

Das Denken in Konzepten hilft, wenn zu einer Fragestellung nur eine oder eine unbefriedigende Antwort bereit steht. Die Lösung ist, die Idee zu hinterfragen, einen Schritt zurückzutreten und sich zu fragen: Welches Konzept steht dahinter? Wenn dieses erkennbar ist, werden sich leicht weitere Lösungsmöglichkeiten finden lassen, um das gleiche Ziel zu erreichen. Vergessen Sie nie: Jede Idee, jede Massnahme, alles was Sie tun hat ein Konzept. Das Denken in Konzepten erlaubt Ihnen aufbauend auf einer ersten Idee, weitere Ideen abzuleiten. Der zweifache Nobelpreisträger Linus Pauling war der Meinung: „Der beste Weg eine gute Idee zu haben, ist viele Ideen zu haben.“

Kontakt

Chris Brügger

Partner der
Denkmotor GmbH



Jiri Scherer

Partner der
Denkmotor GmbH



Denkmotor GmbH
Militärstrasse 90
CH-8004 Zürich

Tel. +41 (0)44 450 28 28

Fax +41 (0)44 450 28 29

info@denkmotor.com

www.denkmotor.com

www.bwi.ch