

Denkmotor stellt die wichtigsten Kreativitätsmethoden vor. Teilnehmer entscheiden, welche ihnen liegen.

Reizwortanalyse? Morphologische Matrix? Klingt nach Wortfindungsstörungen eines Sprachwissenschaftlers – steht aber für zwei von

einem Dutzend Kreativitätstechniken, die die kleine Schweizer Agentur Denkmotor in ihren Workshops vorstellt.

„Wir wollen Werkzeuge an die Hand geben, die der Kreativität gezielt auf die Sprünge helfen“, erklärt Co-Geschäftsführer Chris Brügger. Das beinhaltet chaotisch-intuitive Ansätze à la Brainwriting, aber auch systematische Entwürfe

wie die Osborn-Checkliste, mit deren Hilfe sich ein Gegenstand aus verschiedenen Perspektiven einkreisen lässt.

„Aus dem Angebot erprobter Techniken suchen sich Teilnehmer jene aus, die ihnen liegen und die am besten in ihr

Arbeitsumfeld passen“, so Brügger. „Manche schätzen eher spielerische, andere analytische Modelle.“ Lachen ist während der ein- bis zweitägigen Workshops ausdrücklich erwünscht.

„Humor stellt einen wichtigen Bestandteil der Kreativität dar“, sagt der Züricher Coach. „Das Überraschungsmoment einer Pointe ist dem Neuartigen einer originellen Idee durchaus verwandt.“

Eine eigene Seminarreihe befasst sich mit Methoden des britischen Kreativitätsgurus Edward de Bono. Konzepte wie die „Six Thinking Hats“ gehören vielerorts zum Repertoire, das eingefahrene Denkweisen aufbricht. Auch

im Management von Denkmotor. Kunden der Agentur sind namhafte Konzerne wie Bayer, Daimler, Henkel, Medien wie der MDR und das Schweizer Fernsehen, Universitäten. Nur Werber klopfen selten an.



Chris Brügger

Humor ist Teil der Kreativität, findet der Züricher Coach.