

Vor der Innovation steht die Idee

Um neue Angebote und Konzepte zu entwickeln, ist kreatives Denken gefragt / Verschiedene Methoden helfen, den Gedanken eine neue Richtung zu geben

STUTTGART. Alle sprechen von Innovation. Das Thema fehlt weder in Wirtschafts- noch in Branchenzeitungen. Innovationen sind zweifelsohne wichtig und geben einem Unternehmen einen temporären Wettbewerbsvorteil. Aber wie kann ein Betrieb – Hotel oder Gaststätte – überhaupt innovative Dienstleistungen und Produkte entwickeln?

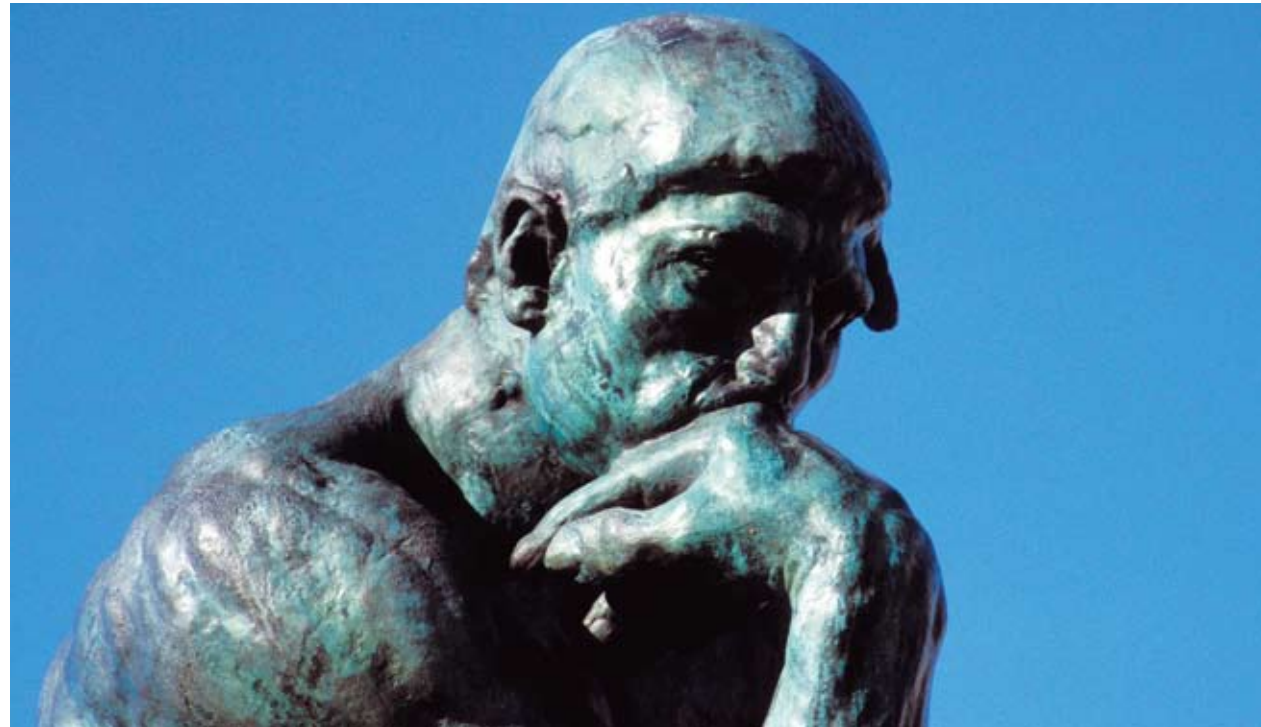
Kreativität als Input

Jede Innovation hat ihren Ursprung in einer Erfindung beziehungsweise einer wissenschaftlichen Entdeckung oder in einem neuen kreativen Gedanken. Eine Erfindung oder eine Idee stellen nur die Grundlage für eine Innovation dar. Eine Innovation wird daraus erst, wenn das Produkt oder die Dienstleistung am Markt ist. Wie kommt man nun aber systematisch und schnell auf neue Gedankenansätze, also zum Input für eine Innovation?

In den letzten 60 Jahren haben Kreativitätsforscher unterschiedliche Kreativitätstechniken entwickelt. Alex Osborn, einer der Gründer der international tätigen Werbeagentur BBDO, setzte schon in den Fünfzigerjahren des letzten Jahrhunderts das Brainstorming in Teambesprechungen ein. In den späten Siebzigerjahren kamen dann der Mediziner Edward de Bono mit dem Lateralen Denken und der Psychologe Tony Buzan mit seinem Mind Mapping. Außer diesen drei Kreativitätstechniken gibt es noch weitere zum Teil viel effektivere Methoden, um neue Ideen anzustoßen. Zwei eher unbekanntere Methoden sind die Reizwort-Analyse (Random Input), eine frei-assoziative Methode, und die eher strukturierte Osborn-Checkliste.

Feste Denkmuster aufgeben

Sehr effizient und effektiv ist die Methode der Reizwortanalyse. Sie ist einfach, macht Spaß und funktioniert so: 1. Formulieren Sie schriftlich, wozu Sie eine Idee suchen. Zum Beispiel:



Nicht nur grübeln: Brainstorming, Reizwortanalyse oder Osborn-Checkliste helfen der Kreativität auf die Sprünge

Foto: Imago

Wie erreicht unsere Gäste-Geburtskarte maximale Aufmerksamkeit?
2. Wählen Sie nach dem Zufallsprinzip ein Hauptwort aus einem Lexikon, einer Zeitung oder einem Buch.
3. Schreiben Sie vier bis sechs charakteristische Merkmale des zufällig gewählten Begriffs auf. Wenn Ihr Zu-

spricht? Eine Karte in Form eines Kühl- oder Wärmebeutels.
5. Wiederholen Sie nun diesen Vorgang mit einem oder zwei anderen Zufallswörtern. Acht bis zehn Minuten sollten für ein Wort ausreichend sein.

Es ist auf den ersten Blick schwer vorstellbar, dass ein Zufallsbegriff nützlich sein kann, wenn wir nach neuen Ideen suchen. Unser menschliches Denken kann mit einem Fluss verglichen werden, der sich mit den Jahren immer tiefer in sein Flussbett frisst. Es fällt uns deshalb schwer, in ein neues Flussbett oder in einen Querfluss zu gelangen. Diese Technik kann helfen, sich von alten Denkmustern zu lösen. Dank der Zufallsbegriffe können wir unserem Denken eine neue Richtung geben.

Die Reizwortanalyse eignet sich vor allem, wenn es darum geht, schnell neue Ideen zu finden, wenn zu einem Thema völlig neue Überlegungen nötig sind oder wenn neue Produkte oder Dienstleistungen entwickelt wer-

den sollen. Wer diese Technik einmal ausprobiert, wird erstaunt sein, wie gut sie funktioniert.

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.

Bestehendes verbessern

Die Osborn-Checkliste (siehe Kasten) eignet sich besonders zur Optimierung bestehender Produkte, Dienstleistungen oder Prozesse und weniger zum Auffinden einer völlig neuen Lösung. Im Zentrum steht das systematische Hinterfragen der bestehenden Lösung. Als Beispiel nehmen wir ein Frühstücks-Buffer, welches wir mit Hilfe der Osborn-Checkliste kritisch analysieren, mit dem Ziel, das Angebot für unseren Gast zu verbessern.

Die Osborn-Checkliste lässt sich in der Gruppe, aber auch alleine anwenden. Der Vorteil der Methode ist, dass keine großen Vorbereitungsarbeiten nötig sind und dass das Vorgehen durch die Fragen gut strukturiert ist.

Egal nach welcher Methode gearbeitet wird, wichtig ist, dass in einer ersten Phase viele Ideen gesucht werden. Der zweifache Nobelpreisträger Linus Pauling meinte: „Die beste Methode, eine gute Idee zu bekommen, ist viele Ideen zu haben!“ *Jiri Scherer*

► www.denkwerk.biz

Anzeige

ResiGo die kostenlose Hotelsoftware
Einfach heruntergeladen & ausprobieren
www.resigo.de

fallsbegriff zum Beispiel „Benzin“ war, dann könnten diese so lauten: Explosiv, energiespendend, flüssig.

4. Versuchen Sie nun, zwischen Ihrem Thema Geburtstagskarte und jedem Merkmal Verbindungen herzustellen. Welche Ideen fallen Ihnen zu den einzelnen Merkmalen ein? Eine Tischbombe, die Geburtstagswünsche ausspuckt, wenn sie explodiert? Eine Geburtstagskarte, die je nach Saison duftet und harmonische Gefühle ver-

Fragen aus der Osborn-Checkliste

Was ist ähnlich? Gleiche Funktionen? Gibt es Parallelen?

Andere Anwendungen? Für andere Zielgruppen? Andere Anwendungsmöglichkeiten?

Anpassen? Wem ähnelt die Sache? Welche anderen Ideen suggeriert sie? Gibt es Parallelbeispiele? Was könnte man davon übernehmen?

Verändern? Der Sache eine neue Form geben? Den Zweck verändern? Farbe, Ton, Geruch ändern?

Vergrößern? Was kann man hinzufügen? Das Ding widerstandsfähiger

machen? Größer? Länger? Dicker? Schwerer?

Verkleinern? Was kann man weglassen? Kann man es kleiner machen? Kompakter? Flacher? Kürzer? In Einzelteile zerlegen?

Umformen? Bestandteile neu gruppieren? Reihenfolge ändern?

Ins Gegenteil verkehren? Das untere nach oben bringen? Die Rollen tauschen? Kombinieren? Eine Mischung versuchen? Einen Verbund machen? Mehrere Objekte zu einem verbinden?