

“ICH BIN HALT NICHT SO KREATIV...”

Kreativitäts-Crashkurs: Diese Aussage könnte wohl von den meisten von uns stammen. Viele Menschen sind der Meinung, dass nur bestimmte Berufsgruppen kreativ sind. Dabei wäre kreatives Denken in allen Branchen notwendig. Doch damit ist es nun vorbei: Jiri Scherer, Geschäftsführer der Denkwerk Innovation GmbH in Zürich, erklärt am 22. August, von 10.00 bis 13.00 Uhr, an der Xongress Academy, dem Workshop der X'06, wie man geniale Ideen richtig umsetzt.

Text: **Jiri Scherer** Bild: **Saatchi & Saatchi London**

Jeder Mensch kann kreativer werden, wenn er will. Edward de Bono, einer der wichtigsten Denker unserer Zeit, sieht Kreativität als eine praktische und lernbare Denkfähigkeit. Mit der Kreativität ist es wie im Sport: Es gibt 1000-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. Diese Methoden sind eine Art Hilfsmittel, um schneller zu kreativeren Ideen zu kommen. Im übertragenen Sinne könnte man sagen, dass die Kreativitätstechniken “Rollschuhe” sind, um den kreativen Lauf einfacher und schneller zu absolvieren. Neben den bekannten Kreativitätstechniken wie Brainstorming und Mind Mapping gibt es noch weitere, zum Teil viel effektivere Methoden, um Ideen auf die Sprünge zu helfen. Es gibt auf der einen Seite die chaotisch-intuitiven Techniken, die viel Raum für wilde Ideen offen lassen, und auf der anderen Seite die eher strukturiert-systematischen Methoden, die sehr fokussiert sind und oft schneller zu umsetzbaren Lösungen führen. Im Folgenden werden zwei chaotisch-intuitive Kreativitätstechniken vorgestellt.

DAS BESSERE BRAINSTORMING

Das Brainwriting kann als Gruppen- und Einzeltechnik eingesetzt werden. Beim Brainwriting

wird im Gegensatz zum Brainstorming während der Ideenfindung nicht diskutiert. Jede Teilnehmerin und jeder Teilnehmer bekommt ein Blatt Papier, das in drei Spalten und sechs Zeilen aufgeteilt wird. Jedes Blatt hat somit 18 Kästchen. Die Problemstellung ist gut sichtbar auf einem Flipchart aufgeschrieben. Jede Person schreibt in die erste Reihe pro Kästchen eine Idee und reicht das Blatt im Uhrzeigersinn der nächsten in der Runde weiter. Der Nachbar liest die bereits aufgeschriebenen Ideen und versucht diese Ideen weiterzuentwickeln beziehungsweise darauf aufzubauen. Dieser Vorgang wird fünf Mal wiederholt, bis alle Kästchen auf den Blättern ausgefüllt sind. 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 Ideengeber oder der Ideengeberin gemessen. Das Brainwriting hat noch weitere Vorteile: Es ist extrem effizient. Bei sechs Teilnehmenden entstehen innerhalb von weniger als zehn Minuten 108 Lösungsvorschläge. Ein weiterer Vorteil ist, dass Sie das Brainwriting auch virtuell durchführen können. Die Teilnehmenden müssen nicht anwesend sein. Sie erstellen eine Vorlage mit den Kästchen 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.

“Kreativitätstechniken sind Rollschuhe, um den kreativen Lauf einfacher und schneller zu absolvieren.”

ZUR PERSON



Jiri Scherer studierte Betriebswirtschaft an der Hochschule für Wirtschaft (FH) und ist Geschäftsführer der Denkwerk Innovation GmbH. Gleichzeitig ist er Autor des Buches “IdeenBox – Ideen finden, bewerten und umsetzen”.

DAS GEHIRN REIZEN

Sehr effizient und effektiv ist die auch die Methode der Reizwortanalyse. Sie ist einfach, macht Spass und funktioniert so:

1. Formulieren Sie schriftlich, wozu Sie eine Idee suchen. Zum Beispiel: “Wie können wir erreichen, dass unsere Weihnachtskarte den Kunden wirklich auffällt?”
2. Wählen Sie nach dem Zufallsprinzip einen Begriff (Hauptwort) aus einem Lexikon, einer Zeitung oder einem Buch.
3. Schreiben Sie vier bis sechs charakteristi-

sche Merkmale des zufällig gewählten Begriffs auf. Wenn Ihr Zufallsbegriff zum Beispiel "Benzin" war, dann könnten diese so lauten: explosiv, energiespendend, geruchvoll, flüssig.

4. Versuchen Sie nun zwischen Ihrem Thema (Weihnachtskarten) und jedem Merkmal Verbindungen herzustellen. Welche Ideen fallen Ihnen zu den einzelnen Merkmalen ein? Was fällt Ihnen zu "explosiv", "energiespendend", "geruchvoll" ein?
 - Eine Tischbombe, die Weihnachtswünsche ausspuckt, wenn sie explodiert?
 - Eine Weihnachtskarte, die nach Tannenharz riecht und so vorweihnachtliche Gefühle versprüht.
 - Oder eine Karte in Form eines Wärmebeutels, an dem in kalten Wintertagen die Hände aufgewärmt werden können.
5. Wiederholen Sie nun diesen Vorgang mit einem oder zwei anderen Zufallswörtern. Acht bis zehn Minuten sollten für ein Zufallswort 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 im-

mer tiefer in sein Flussbett frisst. Es fällt uns deshalb schwer, in ein neues Flussbett bzw. in einen Querfluss zu gelangen. Diese Technik kann uns helfen, wenn wir uns von alten Denkmustern lösen wollen. Dank den Zufallsbegriffen 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 werden sollen. Probieren Sie diese Technik einmal aus. Sie werden erstaunt sein, wie gut sie funktioniert.

KLEINERE RISIKEN EINGEHEN

Menschen sind mit einem grossen kreativen Potenzial geboren. Schauen Sie einmal einem Kleinkind beim Spielen etwas genauer zu. Es findet bestimmt über 20 Verwendungszwecke für einen Bleistift! Wie viele finden Sie? Warum macht es uns als Erwachsene oft so viel Mühe, kreativ zu sein? Vera Birkenbihl (bekannte Managementtrainerin und Sachbuchautorin) sagte es einmal treffend: "Ihre Kreativität ist verkümmert, also ganz normal." In

den Schulen wird Kreativität nicht gefördert beziehungsweise oft verhindert. Es ist wichtig, Wissen auswendig zu lernen und wiedergeben zu können. Es ist weniger gefragt, etwas Neues zu kreieren. Dass

"In den Schulen wird Kreativität nicht gefördert beziehungsweise oft verhindert."

es schwierig wäre, wenn sich jeder Schüler eine eigene Schrift oder eigene mathematische Regeln kreierte, ist nachvollziehbar; doch die angeborene Kreativität verkümmert. Zu viele Leute haben Angst, einen Fehler zu machen. Aber wenn Sie kreative Ideen umsetzen wollen, müssen Sie bereit sein, gewisse Risiken einzugehen. Wichtig ist, dass Sie mögliche Risiken kennen und diese richtig einschätzen. Woody Allen sagte einmal: "Wenn Sie nicht von Zeit zu Zeit auf die Nase fallen, ist das ein Zeichen, dass Sie nichts wirklich Innovatives tun." ■