



Buchtipp
 Claudia Bayerl:
 30 Minuten für Kreativitätstechniken
 80 Seiten, 6,50 €
 Gabal Verlag
 ISBN 3-89749-512-0

im beruflichen Kontext Dinge einmal von einer anderen Seite aus zu betrachten und die Gedanken zu befreien. Hier drei der zahlreichen Kreativitätstechniken als Beispiele:

Brainstorming

Zu den einfachsten Gruppentechniken gehört das so genannte Brainstorming („Geistesblitze sammeln“). Es handelt sich um eine Form gemeinsamen Nachdenkens über ein eindeutig definiertes Problem, z. B. „Wie schaffen wir es, dass sich unser Kosmetikinstitut von der Konkurrenz abhebt?“ Jedes Gruppenmitglied äußert mündlich den Einfall, den es spontan hat. Wichtig ist, dass von den anderen Teilnehmern keinerlei Kritik geübt wird, weder durch Mimik noch durch Gestik. So hat jeder die Möglichkeit, unkritisiert zu „spinnen“. Quantität geht vor Qualität. Erst wenn alle Vorschläge eingebracht sind, werden diese besprochen.

Methode 635

Dieses Verfahren wurde aus dem Brainstorming entwickelt. Die Ideen werden von Anfang an schriftlich festgehalten. Ein praktisches Beispiel finden Sie auf dieser Seite rechts. Der Vorteil dieser Methode ist, dass sie sich z. B. auch per E-mail durchführen lässt und die Teilnehmer nicht körperlich beieinander sitzen müssen. Ein Gesprächsleiter ist überflüssig. Nachteilig könnte sich auswirken, dass durch das schriftliche Vorgehen die Spontaneität leidet.



Attribute Listing

Zu den analytischen („untersuchenden“) Kreativitätstechniken gehört das Aufstellen von Checklisten, das heißt das Auflisten von Eigenschaften. Dabei werden alle möglichen Merkmale des Problems aufgeschlüsselt, um dann systematisch variiert zu werden. Beispiel: Planung eines neuen Empfangstisches im Eingangsbereich des Instituts. Die möglichen Merkmale schreibt man untereinander hin, sortiert z. B. nach Größe (normaler Tisch, Tisch mit Verkleidung, Tisch mit Verkleidung und Aufsatz...), Form (gerade, geschwungen, asymmetrisch...), Farbe, Material usw. Jetzt können diese Aspekte neu kombiniert werden. Dieses Verfahren begrenzt sich zwangsläufig auf Probleme, deren hauptsächliche Eigenschaften feststehen.

Wer wissen will, welches kreative Potential in ihm steckt und wie er es am besten „hervor lockt“, für den lohnt sich der Besuch eines entsprechenden Seminars, um „anders“ denken zu lernen. Detaillierte Einblicke in die unterschiedlichsten Kreativitätstechniken, Anwendungstipps und Übungsmöglichkeiten bieten einschlägige Schulungsinstitute. HEA

„Alle großen Ideen sind das Resultat einer Befreiung: der Befreiung von der Routine des Denkens.“

Arthur Koestler

108 Ideen in nur 30 Minuten

Das 6-3-5 Brainwriting

Mit den guten Ideen ist das immer so eine Sache: Sie entstehen weder auf Zuruf, noch kommen sie einfach so daher. Schon gar nicht, wenn sie dringend benötigt werden. Wer aber um die Aufmerksamkeit und Gunst des Kunden wirbt, muss sich vom Wettbewerb abheben. Hier sind Innovation und Kreativität gefragt. Ein schneller und einfacher Weg zu mehr Ideen ist das 6-3-5 Brainwriting. So geht's:

Das 6-3-5 Brainwriting motiviert Teams zu Höchstleistungen und macht sie zum Ideenmotor. Denn hier produzieren 6 Teilnehmer in 30 Minuten bis zu 108 Ideen. Alles, was dafür benötigt wird: Papier, Stifte und 6 Teilnehmer. Natürlich sind 6 Personen keine zwingend vorgeschriebene Teilnehmerzahl – aber mindestens zwei Personen braucht diese Technik, um zu funktionieren. Der Schlüssel der Technik: Die Teilnehmer inspirieren sich gegenseitig und systematisch zu neuen Ideen. Dadurch werden Assoziationen hergestellt, auf die Sie sonst nicht (oder nicht so schnell) gekommen wären. Ausgangspunkt des 6-3-5 Brainwriting ist immer eine konkrete Fragestellung, zum Beispiel: „Wie kann ich noch mehr Kunden ansprechen?“ Bevor es auf Ideenjagd geht, müssen alle Teilnehmer mit einem Formblatt ausgestattet sein. Jeder schreibt im ersten Schritt die Fragestellung auf das Blatt. So wird das Gehirn schon auf die richtige Spur gesetzt und alle Teilnehmer wissen, in welche Richtung es geht.

5 Minuten für 3 Ideen

Nun muss die Basis für die Ideenfindung geschaffen werden: In fünf Minuten füllen sich die ersten Kästchen des Formblattes mit Ideen. Im ersten könnte stehen, dass neue Zielgruppen mit einem „tollen Event“ aufmerksam werden, im zweiten werden Gutscheine für ein neues Produkt verteilt und im dritten lockt eine „Gratis Anwendung.“ Nach fünf Minuten werden die Blätter mit den ersten drei Ideen jeweils an den linken Nachbarn weitergeleitet. Jeder Teilnehmer hat nun ein neues Blatt vor sich, worauf die ersten drei Ideen des Tischnachbarn vermerkt sind. Nun werden diese Ideen nach Möglichkeit weiter entwickelt oder als Anregung für neue verwendet.

Weiter geht's mit der Ideenjagd

Nun entstehen drei weitere Ideen, die in die nächste Zeile geschrieben werden. Aus „tolles Event“ wird „ein Brunch im Kosmetikinstitut“, die Gutscheine entwickeln sich weiter zu einer „kostenlosen Typberatung“ oder aus der „Gratis-Anwendung“ wird ein „Probeschminken mit neuen Produkten“.

Ganz wichtig: Die Ideen dürfen sich nicht wiederholen. Fällt zu einer Vorgänger-Idee nichts mehr ein, suchen die Teilnehmer nach einer neuen Idee. Das 6-3-5 Brainwriting wird so lange fortgesetzt, bis das Team jedes der sechs Blätter beschrieben hat. Bei sechs Teilnehmern werden die Blätter also

Die drei goldenen Regeln für Kreativität

Regel Nr. 1: keine Kritik

Kritik bremst das Gehirn, das gerade damit beginnt, sich „warm zu laufen“. Auch wenn eine Idee nicht neu sein sollte, gilt: Sofort Aufschreiben! Das Gehirn reagiert auf Reize. Vielleicht ist genau diese alte Idee der Reiz, aus dem ein neuer Gedanke entsteht. Auch die vermeintlich „konstruktive“ Kritik ist hier fehl am Platze. **Blenden Sie negative Reaktion vollkommen aus!**

Regel Nr. 2: keine Hierarchie.

Bei kreativen Sitzungen gilt: Alle sind gleich. Mit anderen Worten: In der Ideenfabrik gibt es keine Hierarchie. Genauso wenig hat Kreativität Vorurteile. Schließlich kann in jedem einzelnen eine zündende Idee entflammen. Wer seine geistigen Fähigkeiten voll ausnutzen will, muss also persönliche Eitelkeiten und Besitzstände ausblenden. **Alle im Team sind gleichgestellt. Die Ausnahme: der Moderator. Er gehört nicht zum Team und bringt keine Ideen ein.**

Regel Nr. 3: Quantität vor Qualität

Viele Ideen sind besser als wenige. Hier gilt Quantität vor Qualität. Oft kommt es hier zu einem gedanklichen Fehler, nach dem Motto: „Wir wollen nicht viele Ideen, sondern die beste“. Wer sein Gehirn auf die Suche nach der einzig wahren und besten Ideen schickt, setzt sich selbst unter enormen Leistungsdruck. Wer aber alle Einfälle aufnimmt, wie sie kommen, hat gute Chancen, unter den vielen Geistesblitzen genau die richtige Idee zu finden. **Entwickeln Sie möglichst viele Ideen!**

sechsmal weitergereicht. So entwickelt jeder 18 Ideen (6 mal 3) – am Ende stehen 108 Ideen (18 mal 6). Und das innerhalb 30 Minuten (sechs Durchläufe mit je 5 Minuten).

Was noch wichtig ist

Halten Sie den Fünf-Minuten-Rhythmus ein. Erfahrungsgemäß tun sich einige zu Beginn etwas schwerer, bis Einfälle niedergeschrieben werden. Dafür sprudeln sie am Ende umso mehr. Werden die Runden auf fünf Minuten begrenzt, hat jeder Teilnehmer eine klare Vorgabe und weiß, wie er die Zeit einteilen muss. So wird auch verhindert, dass sich einige Teilnehmer bereits langweilen. Denn jeder weiß: Nach fünf Minuten geht's weiter. Eine Ausnahme: Sollten alle vor Ablauf der Zeit bereits drei neue Ideen produziert haben, kann

Arbeiten Sie mit Farbe!

Wer mit bunten Stiften arbeitet hat einen extra Bonus, denn: Bunte Farben steigern die Aufmerksamkeit. Das sagt auch die Gehirnforschung. Farben stimulieren die rechte Gehirnhälfte. Die linke Hälfte ist meist sowieso aktiv. Sie ist zuständig für Verständnis und Sprache. Wer nun bunte Stifte einsetzt, aktiviert das gesamte Leistungspotenzial und das Gehirn arbeitet mit voller Kraft.

das Blatt gleich nach links weitergegeben werden. Eine deutliche Qualitätssteigerung der Ideen tritt häufig nach ca. 12 Minuten ein, dann läuft das Gehirn auf Hochtouren. Sollte diese Technik zu Beginn etwas schleppend verlaufen, also unbedingt durchhalten!

Jetzt haben Sie eine Fülle an Ideen gesammelt. In der Bewertungsphase sind nun zwei Kriterien wichtig:

1. Die Idee muss umsetzbar sein.
2. Die Idee muss erfolversprechend sein.

Nach diesen Kriterien suchen Sie einfach die passende Idee für Ihr Kosmetikinstitut aus.

Die Auswertung

Jeder Teilnehmer erhält für die Auswertung bunte Klebpunkte oder so genannte Post-it's und klebt sie auf seine Favoriten. Maximal kann jeder Teilnehmer 3 Punkte pro Formblatt vergeben. Die Ideen mit den meisten Punkten kommen dann in die engere Auswahl. Probieren Sie diese Technik einfach selbst aus und lassen sich davon überraschen, wie viele Ideen diese Technik entwickelt.

„Wie kann ich noch mehr Kunden ansprechen?“		
tolles Event	Gutscheine für neues Produkt	gratis Anwendung
Brunch im Kosmetikinstitut	kostenlose Typberatung	Probierlinien mit neuen Produkten
Informationsveranstaltung während Brunch	Typberatung zu: <ul style="list-style-type: none"> • Haare • Make-up • Kleidung 	Gratis Schmirw-Löffchen mit Proben
Diavortrag: Vorher - Nachher	kostenloses Umstyling	Produkte gibt's zum Sonderabatt
Vortrag eines Experten	Vorher-nachher-Fotoshooting + Fotocalbum	pro Weiterempfehlung eine Ausweisdruck gratis (Postkarte, Schlüssel)
Testimonials von VIPs mit Empfehlung	Fotovoltaikenergie mit teilen gewinnen	Bonuskarte

So kann ein nach erfolgreichem Brainwriting fertig ausgefülltes und ausgewertetes Formblatt aussehen. Die Ideenfavoriten haben sich eindeutig heraus kristallisiert.

Die Autorin

Claudia Maria Bayerl ist Gründerin des Instituts für Kreativitätstechniken und Geschäftsführerin der Textakademie GmbH. Die studierte Betriebs- und Finanzwirtin ist seit über 10 Jahren als Trainerin mit den Schwerpunkten Kreativitätstechniken sowie als Fach-Journalistin und Moderatorin tätig.

