

V

IEWW

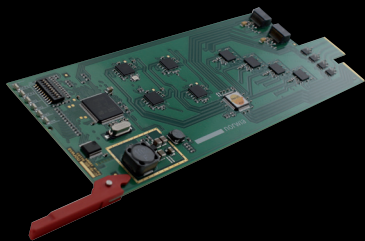
Das Magazin für professionelle Videotechnik

03/2012

NEU



*PL-Mount-Zoomobjektiv
von Fujinon*



*Glasfaser-Video/Daten-
systeme von Norwia*

IM FOKUS



*Network Attached
Storage Systeme von QNAP*

||| SECURITY

WOLKENREICH

Aufzeichnung mit NAS-Systemen und Cloud-Services

||| IMAGING

SENTECH EUROPE

Kamerahersteller eröffnet Niederlassung in Deutschland

||| BROADCAST

BRANCHENTREFFEN

NAB-Spezial: Neuheiten und Trends aus Las Vegas

AUSGABE 03/2012
D/AT: € 4,80
CH: SFR 7,50
FÜR VIDEOR KUNDEN KOSTENLOS

www.videor.com



VIDEOR

Im Nu zu außergewöhnlichen Ideen

||| BRAINWRITING: EINE VARIANTE DES BRAINSTORMINGS

▷ Der Ruf nach Innovation und neuen Ideen ist laut. Doch im Alltag, wo Hektik und Erwartungsdruck herrschen, braucht unser Gehirn gezielte Anstöße, um der Kreativität auf die Sprünge zu helfen. Eine bewährte Methode stellen wir Ihnen heute vor: Mit dem 6-3-5 Brainwriting entwickeln Sie hochwertige und schlagkräftige Lösungen in nur 30 Minuten!

□□ BRAINWRITING

Das Brainwriting ist eine Variante des Brainstormings – nur in schriftlicher Form. Die Ideensuche wird mit einer konkreten Fragestellung eingeleitet, zum Beispiel: „Wie besuchen mehr Kunden meine Hausmesse?“ Die Technik heißt 6-3-5, weil 6 Teilnehmer jeweils 3 Ideen in jeweils 5 Minuten finden sollen. Ziel ist es, zu einem vorgegebenen Thema („Wie besuchen mehr Kunden meine Hausmesse?“) gleich eine ganze Reihe von Ideen oder Lösungsmöglichkeiten zu finden – und zwar völlig frei von Zwängen! Das heißt: Sorgen Sie für eine Ideenfindung ohne Bewertung – äußern Sie keinerlei Kritik an den Ideen anderer!

□□ SO GEHT'S

Alle Ideen werden auf einem Formblatt festgehalten, das vor dem Teilnehmer liegt. Die ersten drei Ideen werden in die drei freien Kästchen der ersten Zeile eingetragen. Hier steht nun als Antwort auf die Frage „Wie besuchen mehr Kunden meine Hausmesse?“: „In regionalen Magazinen werben“, „Radiowerbung schalten“, oder „Flyer in Fachmärkten verteilen“. Runde 2: Das Formblatt mit den ersten drei Ideen wird an den Tischnachbarn nach links gereicht. Jetzt geht's weiter: Kann man die vorhandene Idee weiterentwickeln oder ist sie Anreiz genug für eine

neue? Die nächsten drei Ideen werden in die zweite Zeile geschrieben. Es gilt: Keine Wiederholung! Nach weiteren 5 Minuten werden die Zettel wieder an den linken Nachbarn weitergereicht, solange, bis die Formblätter mit Ideen gefüllt sind. Bei 6 Teilnehmern werden die Blätter also maximal 6 Mal nach links weitergereicht und jeder schreibt immer wieder 3 neue oder abgeleitete Ideen auf. Somit hat jeder Teilnehmer 18 Ideen (6x3) geliefert und folglich sind jetzt insgesamt 108 (18x6) Ideen von allen Teilnehmern zusammengekommen. Und dazu haben Sie gerade einmal 30 Minuten (6 Runden à 5 Minuten) gebraucht.

□□ WIE SIE DIE BESTEN IDEEN AUSWÄHLEN

Halten Sie nach Möglichkeit den 5-Minuten-Rhythmus ein. Denn bei den Teilnehmern sprudeln die Ideen erfahrungsgemäß ganz unterschiedlich. Eine Qualitätssteigerung der Ideen tritt häufig nach ca. zwölf Minuten ein, dann läuft Ihr Gehirn auf Hochtouren. Es geht nicht darum, welche Idee die fantasievollste ist. Jetzt gilt es festzustellen, welche Idee zum Ziel führt. Sie muss umsetzbar und erfolgreich sein. Für die Auswertung können Sie zum Beispiel ein Punktesystem anwenden. Befestigen Sie dafür alle beschriebenen Formblätter an einer großen Pinnwand. Jeder Teilnehmer erhält einen Streifen mit acht bis zehn abziehbaren Klebepunkten, die man im Papierwarengeschäft findet. Nun lesen sich alle Teilnehmer die unterschiedlichen Ideen durch. Anschließend kleben sie ihre Punkte auf die ihrer Meinung nach besten Ideen. Jede Person darf pro Idee nicht mehr als drei Punkte vergeben. Sie bewerten jede Idee entweder mit 0, 1, 2 oder maximal 3 Punkten. Am Schluss kommen die Ideen mit den meisten Punkten in die engere Wahl oder gleich zur Durchführung. □



|||||| **Claudia Bayer** ist Gründerin des Instituts für Kreativitätstechniken und Geschäftsführerin der Textakademie GmbH. Sie macht in ihren Trainings, Workshops und Seminaren Innovation zur Methode. ||||||

Kontakt und weiterführende Informationen:  view1101