

## MAILINGS

# Mailing kreativ

# Special

## Die Ideenfundgrube • Teil 2

„Wenn wir nur das tun, was wir bisher getan haben, werden wir auch nur das bekommen, was wir bisher bekommen haben.“ sagte Henry Ford, kreativer Gründer der Ford Motorenwerke. Wir alle wissen, wie schön es ist, wenn wir ein Mailing bekommen, das anders als die anderen ist. Ein Mailing das uns begeistert. Viele Empfänger strahlen übers ganze Gesicht – und am allermeisten freut sich der Absender.

Eine dieser besonderen Aktionen war z.B. die „Post an die Katze“ von Catsan (Masterfoods GmbH). Nahezu alle Katzen in Deutschland haben Post bekommen, in der von der Entdeckung der Catsan Islands berichtet wurde, auf denen „Katze“ auf dem weichen, neuen Katzenstreu wandeln kann. Jede Stufe des Mailings war als Urlaubsgruß (mit Bezug zur vorherigen Karte) aufgemacht und kam im Abstand von ein paar Tagen an. Und nicht nur „die Katze des Hauses“ freute sich, sondern auch die Mailingverantwortlichen der Masterfoods GmbH. Dieses Beispiel zeigt, dass es lohnt und machbar ist, kreative Ideen zu „produzieren“. Aber: Wie „findet“ man solche kreativen Ideen?

### Schlüsselqualifikation: Kreativitätstechniken

Wie entstehen kreative und verkaufstarke Mailings? Der Schlüssel zu den genialen Einfällen: Kreativitätstechniken. In Japan und Amerika sind sie längst eine wichtige Qualifikation für Mitarbeiter – in fast allen Abteilungen setzt man sie erfolgreich ein. Gute Mailings werden noch besser und langweilige bekommen den verkaufsfördernden Kick. Aber dennoch: Woher kommt der Ideenblitz? Ganz einfach: er ist schon da. In Ihrem Gehirn, in dem Ihrer Kollegen und Mitarbeiter. Mit der richtigen Kreativitätstechnik wird er freigesetzt. So werden mittlerweile auch in Deutschland viele Besprechungen und Konferenzen mit diesen Techniken zu richtigen Ideen-Fundgruben.

### Eine Technik für Alles?

Es gibt unterschiedliche Kreativitätstechniken für unterschiedliche Aufgaben. Für neue Ideen eines erfolgreichen Mailings nutzt man eine andere Technik als bei der Konzeption eines Mailings. Die Auswahl der Technik, die Leitung einer Kreativitätssitzung und

das Beherrschen der Kreativitätstechnik selbst durch alle Beteiligten sind die Voraussetzungen für das erfolgreiche und schnelle Ergebnis. Es gibt eine Vielzahl von guten Techniken – das Mind Mapping haben wir in Teil 1 genauer beschrieben. Heute erfahren Sie mehr über:

### Die Hutwechsel-Methode

Die Hutwechsel-Methode ist im Prinzip ein Rollenspiel und wurde Mitte der 80-er Jahre von dem Kreativitätsforscher Dr. Edward de Bono entwickelt. Sie ist ebenso einfach wie wirkungsvoll und wird von vielen bedeutenden Unternehmen praktiziert. Zum Beispiel: IBM, NTT, Du Pont, Prudential ...

#### Die Methode:

Sie heißt Hutwechsel-Methode, weil die unterschiedlichen Rollen durch farbige Hüte symbolisiert werden. Es findet ein ständiger Rollenwechsel und somit ein Perspektivenwechsel statt. Die Teilnehmer betrachten eine Sachlage oder einen Vorschlag immer wieder aus vorher festgelegten, unterschiedlichen Blickwinkeln. Um klar zu zeigen, in welcher Rolle man sich befindet, gibt es für jede Perspektive eine Farbzunordnung. So

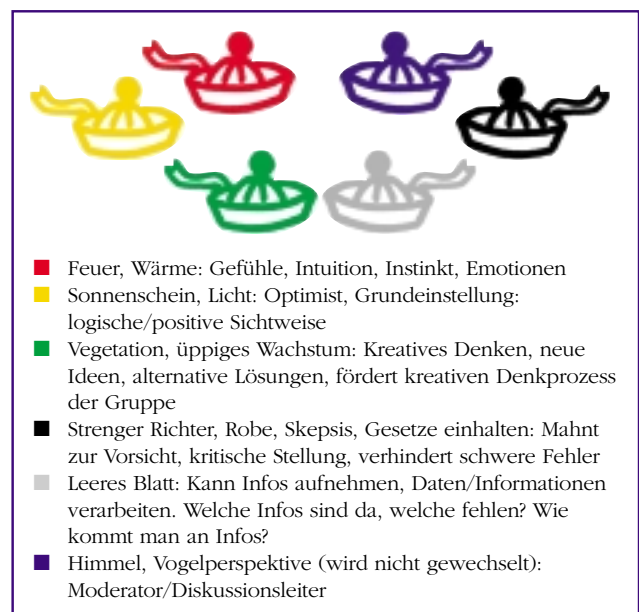
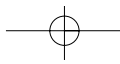


Abb. 1: Durch das Wechseln der farbigen Hüte schlüpft jeder Teilnehmer bei der Hutwechsel-Methode in eine andere Rolle.



### Vorteile der Hutwechsel-Methode

- Jeder betrachtet verschiedene Standpunkte
- Hilft, klare Positionen zu beziehen
- Unantastbarkeit der Person und des jeweiligen Standpunktes
- Phantasie freien Lauf lassen
- Umsetzungsorientiert
- Keine persönlichen Konflikte oder Streitansätze
- Kein Schubladen-Denken

gibt es die Rolle des Richters der skeptisch und kritisch denkt. Ihm ist der schwarze Hut zugeordnet. Der schwarze Hut, vor dem „Träger“ platziert, macht für ihn und die anderen Teilnehmer der Runde deutlich, aus welcher Position heraus er gerade argumentiert.

#### Ablauf der Sitzung:

Nach Möglichkeit ist jeder Teilnehmer, je nach Hut, einmal kritisch, realistisch und träumerisch-optimistisch. Es gibt sechs Hutfarben, wobei fünf bis vier gewechselt werden. Indem die Teilnehmer ein Konzept, eine Idee, ein Mailing als „Schauspieler“ betrachten, kann es nicht zu Konflikten kommen. Auch der Kritiker der Runde lernt optimistisch zu argumentieren, wenn er den passenden Hut erhält. Denn nur mit dem schwarzen Hut darf er skeptisch sein. Durch die Methode entsteht so ein Schutzraum

für jeden Teilnehmer. Denn jeder kann hier – passend zum Hut – aus dem Bauch heraus argumentieren – ohne Angst vor bösen Blicken oder Kommentaren. Die Technik führt dazu, dass Konzepte etc. wirklich umfassend bewertet werden können.

#### Das Ergebnis:

Das Ergebnis wird erfahrungsgemäss von allen Teilnehmern mit einer hohen Akzeptanz und Begeisterung umgesetzt. Das Team wächst zusammen und lernt, sich zu verstehen und zu tolerieren. Wichtig dabei ist, wie bei fast allen Kreativitätstechniken: keine Hierarchie. Es gibt keinen Chef, keine unterschiedlichen Positionen, sondern nur die jeweilige Rolle, die der Hut definiert (s. Abb. 1). Probieren Sie es aus! ■

Claudia Maria Bayerl und Rudolf Bayerl



Claudia Maria Bayerl ist Trainerin für Kreativitätstechniken und Geschäftsführerin der Textakademie GmbH, Augsburg. Rudolf Bayerl ist ebenfalls Trainer für Kreativitätstechniken.

Kontakt: Tel: 08 21/5 67 77 65,  
E-Mail: mail@textakademie.de



### Phantasie & Management

So lautet der Titel eines ver- und bezaubernden Buches, das jetzt aktuell im Gerling Akademie

Verlag erschienen ist. Der Autor Fritz Maywald hält den Leser an, Kreativität in sich zu entdecken und einzusetzen. Er weckt ein neues Bewusstsein für modernes, kreatives Management. Was Kreativität eigentlich ist und wie sie fruchtbar werden kann, veranschaulicht der Autor in Gestalt eines Märchens, welches gleichzeitig die pragmatische Botschaft für modernes Selbst-Management (der Autor legt auf diese Trennung wert, um einen versteckten Wortsinn zu zeigen) liefert: Nur wer auf den subtilen, plötzlichen Impuls von unerwarteter Seite hört und seiner eige-

nen, inneren Vision folgt, kann bisher Unentdecktes offen legen und neue Wege gehen. Das Buch gibt konkret Anleitung, die eigene Kreativität bewusst zu machen und sie nutzbringend einzusetzen.

➔ „Phantasie und Management“, 224 Seiten, Hardcover, 39 DM, zu bestellen über IM-Bestellservice, Best.-Nr.: 1278-01-002, Fax 0 72 43/54 00-54

