

MAILINGS**Mailing kreativ****Special**

Die Ideenfundgrube • Teil 4: Wie kommt die Elefantenherde ins Opernhaus? oder Kunden binden, Kunden finden mit Technik

Warum sind einige Mailings erfolgreich und andere nur teuer für den Absender? Kaum einer erhält nach seinem ersten Mailing Rekord-Responsequoten. Viele scheitern bereits am ersten Mailing, da der gewünschte Erfolg ausbleibt. Alles, was bleibt, sind Kosten, Zeitaufwand und Frustration. Im Vorteil sind jene, die eine Technik oder Methode zur Hilfe nehmen.

Über Kreativitätstechniken

Eine Technik dient als Werkzeug. Angenommen, Sie wollen ein Bild aufhängen. Dazu wollen sie einen Nagel in die Wand schlagen. Selbstverständlich werden Sie nicht nach einem Schuh, sondern nach einem Hammer greifen. Den Hammer benutzen wir, weil die Arbeit mit diesem Werkzeug schneller und einfacher geht. Wollen Sie das Bild nun mit einer Schraube an der Wand befestigen, nützt Ihnen der Hammer nicht viel. Sie brauchen Bohrmaschine und Schraubenzieher. Genauso verhält es sich mit den Kreativitätstechniken. Auch hier brauchen Sie mehrere Techniken zur Auswahl, um Ihre unterschiedlichen Ziele und Aufgabenstellungen zu verwirklichen. Personen, die mit Kreativitätstechniken arbeiten:

- erzielen weitaus bessere Ergebnisse,
- erreichen schneller die Unternehmensziele,
- sparen sich bis zu 50 Prozent Zeit,
- bringen originelle und verkaufsstarke Ideen hervor,
- arbeiten ergebnisorientiert im Team,
- leiten Konferenzen und Besprechungen erfolgreich,
- erlangen eine wichtige Schlüsselqualifikation.

Die Methode: Imaginäres Brainstorming

Die Mind Mapping Technik, die Denkhüte und die Flip-Flop Technik habe ich Ihnen in den letzten Ausgaben bereits geschildert. Heute will ich Ihnen anhand eines Beispiels, das wir bei der Neuen Westfälischen Zeitung in Bielefeld in einem Firmenseminar angewandt haben, das imaginäre Brainstorming vorstellen.

Die Aufgabenstellung dort lautete: Was muss man tun, um neue Abonnenten für die Zeitung zu gewinnen. Ziel war es, neue Ideenansätze zu finden und nicht alte Mailings mit neuem Briefpapier zu produ-

zieren. **Die Methode:** Man entfremdet die eigentliche Aufgabenstellung und ersetzt das ursprüngliche Problem durch ein abstraktes. Die Vorgaben „Abonnenten“ und „Zeitung“ werden jetzt ersetzt durch völlig abstrakte Begriffe. Somit schafft man ein Problem, welches nur in der Vorstellungskraft (imaginär) existiert. Anschließend sucht man für das imaginäre Problem nach Lösungsansätzen und überträgt diese später auf die ursprüngliche Aufgabenstellung. Dazu folgendes Beispiel:

Abonnenten für eine Zeitung

Die ursprüngliche Form des imaginären Brainstormings sieht vor, nur eine der beiden Vorgaben durch eine imaginäre zu ersetzen. Wir praktizieren allerdings eine eigene Variante des imaginären Brainstormings. Wir verändern beide Komponenten: Abonnenten und Zeitung gleichzeitig. Der Vorteil: Es funktioniert immer und Sie haben neben einem begeisterten Team auch viele neue Ideen!

Vorgehensweise

Als erstes sucht das Team andere Gruppen anstelle der Abonnenten aus. Es ist wichtig, sich dabei so weit wie möglich von der ursprünglichen Aufgabenstellung zu entfernen. Beim Firmenseminar kamen folgende Vorschläge:

Statt **Abonnenten:** Elefantenherde
Außerirdische
Polizeibeamte
Gesangsverein...

Jetzt sucht man für die Zeitung nach abstrakten Begriffen. Notieren Sie für sich auch hierfür ein paar Begriffe - je abstrakter, desto besser. Im Folgenden wieder einige Ideen aus besagtem Seminar:

Statt **Zeitung:** Opernhaus
Weinkeller
Personalcomputer
Buch...

„Buch“ ist fast schon zu nah an der ursprünglichen Aufgabenstellung. Es besteht die Gefahr, dass man schnell wieder im Gedanken beim Ausgangsproblem ist. Man soll sich ganz bewusst davon entfernen und weder daran denken noch einen Bezug dazu herstellen.

Jetzt wählt man aus beiden Themen völlig willkürlich je einen Begriff aus, z.B. Außerirdische aus der oberen Liste und Weinkeller aus der unteren. Auch hier gilt wieder: je abstrakter, desto besser. Jetzt formulieren Sie die neue „imaginäre“ Aufgabenstellung:

„Was muss man tun, um Außerirdische für einen Weinkeller-Wein zu begeistern?“

Sie sollen Ihr Gehirn jetzt auf eine völlig neue Fährte setzen. Stellen Sie sich die Situation bildlich vor. Vielleicht sehen Sie jetzt kleine grüne Männchen aufgeregt und hilfeschend in einem Weinkeller stehen. Die Auswahl Professoren und Buch ist zu nahe an der eigentlichen Aufgabe. Unser Gehirn ist verleitet, immer wieder Parallelen zur Ausgangssituation zu ziehen und das will man im imaginären Brainstorming vermeiden. Sinn und Zweck ist es, neue und außergewöhnliche Ideen zu finden.

Die neue, imaginäre Aufgabenstellung ist klar. Jetzt überlegen wir, was man tun kann, um Außerirdische für das Weintrinken zu begeistern. Das Bild haben Sie ja bereits im Kopf. Notieren Sie Ihre Einfälle schriftlich. Dazu wieder ein paar Ideen aus dem Seminar:

Außerirdische (Ai) werden Weintrinker

Ideen sind z.B.:

- Ai in den Weinbergen zeigen, wo der Wein wächst
- Ai bei der Weinlese zeigen, wie man Wein macht
- Fragen, was die Ai sonst trinken
- Welche Farbe gefällt den Ai besonders gut, vielleicht müssen wir blauen Wein machen
- Ai die Wirkung von Wein zeigen
- Ai zum Essen mit und ohne Wein einladen
- Ai verschiedene Weinsorten probieren lassen
- Ai zum Geschmacksunterschied Wasser und/oder Whiskey trinken lassen usw.

Diese Liste kann beliebig ergänzt werden. Je mehr Ihnen einfällt, desto besser. Hat man ausreichend Vorschläge gefunden, kehrt man zur eigentlichen Aufgabenstellung zurück. Nun betrachtet man jeden Vorschlag, den man unter der imaginären Aufgabenstellung gemacht hat, und prüft, ob man diesen auf das tatsächliche Problem übertragen kann. Sie werden feststellen: was auf den ersten Blick eher unwahrscheinlich aussah, lässt sich tatsächlich mit unserer Aufgabenstellung verbinden. Viele dieser Einfälle können Sie jetzt auch für Ihr nächstes Mailingkonzept verwenden.

Vorteile des imaginären Brainstormings

Probieren Sie diese Technik auch im Team aus. Sie werden sehen, das Team arbeitet begeistert mit, sofern

Sie die Technik richtig einführen. Haben Sie dazu Fragen, melden Sie sich einfach bei uns. Aber auch alleine bringt die Technik viel Spaß. Durch das Entfernen vom eigentlichen Problem findet man Lösungen, die vordergründig mit dem ursächlichen Problem nichts zu tun haben. Betrachtet man diese Lösungen genauer, findet man häufig neue Vorschläge für das tatsächliche Problem. Ohne diese Entfremdung wäre man auf die Einfälle nicht gekommen, da sich unser Gehirn immer an Bekanntem orientiert hätte.

Probieren Sie diese neue Technik doch gleich einmal selbst aus. Gleiche Aufgabenstellung: „Abonentengewinnung für eine Zeitung.“ Jetzt machen Sie eine andere Kombination z.B.

Elefantenherde in das Opernhaus

Ideenbeispiel:

- Lieblingsleckereien der Elefanten auf der Straße zum Opernhaus auslegen

Und jetzt sind Sie dran, viel Spaß und Erfolg! ■



Claudia Bayerl (li.),
Geschäftsführerin der
Textakademie, Trainerin
und Experte für Kreativitätstechniken und deren Umsetzungserfolge.

Rudolf Bayerl (re.), Beirat der Textakademie, Trainer und Spezialist für Kreativitätstechniken.

Als besonderen Service für alle Praxisletter-Leser können Sie auch **für diese Kreativitätstechnik kostenlos eine Checkliste anfordern**. Wir freuen uns aber auch über Ihre Ideensammlung, wie Sie „die Elefantenherde ins Opernhaus bringen“. Gerne schicken wir Ihnen auch unsere Vorschläge. Wenn Sie diese und andere Kreativitätstechniken in unseren Seminaren erlernen und trainieren möchten, rufen Sie uns einfach an, faxen oder mailen Sie uns. Wir suchen einen offenen Seminartermin in Ihrer Nähe. Als besonderen Service schicken wir Ihnen auch gerne die PC-Demoversion für das Erlernen des Mind Mappings, den Mind Manager, zu.

Kontakt:

Textakademie GmbH, Baumgärtleingäßchen 7, 86150 Augsburg, Tel. (08 21-) 56 777 65, Fax. (08 21) 56 777 64, E-Mail: mail@textakademie.de.

Merken Sie sich außerdem folgenden Termin gleich vor:

Einen weiteren Vorgeschmack zum Thema „Kreativitätstechniken“ finden Sie auch auf den 3. Deutschen Mailingtagen am 04./05. Juli 2002 in Nürnberg. Dort halten wir spannende Vorträge zu Kreativitätstechniken für alle Messebesucher in den kostenlosen Foren sowie einen Intensiv-Workshop für alle Kongressteilnehmer. Wir freuen uns, Sie dort persönlich kennen zu lernen!