

Von Claudia Bayerl*

Erfolgsfaktor Kreativitätstechniken

Brainwriting 6-3-5

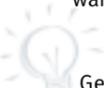
TEIL 2 Gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten suchen Unternehmen mehr denn je nach neuen Wegen und verkaufstarken Ideen. Doch wenn der Druck wächst, fällt Kreativität schwer. Hier helfen erprobte Werkzeuge wie Kreativitätstechniken. In dieser Ausgabe erlernen Sie die Technik „Brainwriting 6-3-5“ – hervorragend geeignet, wenn es darum geht, in kurzer Zeit außergewöhnliche Ideen zu entwickeln.



Vom Brainstorming zum Brainwriting

Das Brainwriting ist eine Variante des Brainstorming. Diese Kreativitätstechnik entwickelte Alex F. Osborn 1953 in den USA. Beim Brainstorming sowie beim Brainwriting sucht das Gehirn intensiv nach neuen Ideen. Um die Technik zu erklären, bedienen wir uns im Folgenden des Beispiels eines Seminarteilnehmers. Dieser suchte nach neuen Ideen, um mehr Monatstickets für Busse und Bahnen zu verkaufen. Diese Ideen sollten dann in Form diverser Mailings eingesetzt werden. Ziel: Welche Idee erzielt genügend Aufmerksamkeit und Interesse, um zum Kauf zu animieren? Eine Möglichkeit, Ideen zu entwickeln ist das Brainwriting 6-3-5. Entscheidend für den Erfolg eines Brainwritings sind klare Spielregeln, deren Einhalten in der Verantwortung des Moderators liegt.

- Wichtig: Die Bereitschaft, andere Ideen weiterzuentwickeln.
- Lassen Sie der Fantasie freien Lauf. Neue Ideen brauchen neue Wege und Impulse.
- Quantität vor Qualität. Es gibt keine schlechten Ideen, „schlecht“ wäre es nur, Ideen nicht zu äußern.



Gerade die letzte Regel führt oft zu Verwunderung – sucht doch jeder nach der besten Idee. Doch wenn Sie sich bei der Ideensuche auf die beste Idee versteifen und unbedingt eine außergewöhnliche finden wollen, dann setzen Sie sich selbst damit so unter Druck, dass Sie nicht mehr frei und kreativ denken können. Wenn Sie allerdings alles aufschreiben, was Ihnen gerade einfällt und Sie sich durch die anderen Ideen der Teilnehmer inspirieren lassen, haben Sie automatisch Qualität und Quantität.

Die Grundregeln

Die folgenden Regeln gelten für nahezu alle Kreativitätstechniken. Man sollte sie unbedingt beachten, um erfolgreiche Ergebnisse zu erzielen:

- Sorgen Sie für Ideenfindungen ohne Bewertung – äußern Sie keinerlei Kritik.

Die Methode

Die Technik heißt 6-3-5, da „6“ Teilnehmer jeweils „3“ Ideen in jeweils „5“ Minuten finden sollen. Um diese Ideen schriftlich festzuhalten, verwendet man am besten ein Formblatt (s. Abb. 1 rechts bzw. Download-Hinweis). In unserem Beispiel bedeutet

das, dass man sich als erstes fünf weitere Personen sucht, die an der Brainwriting-Runde teilnehmen – natürlich kann die Anzahl variieren, sechs ist keine festgeschriebene Zahl.

Der Nutzen des Brainwritings 6-3-5

Ziel ist es, zu einem vorgegebenen Thema eine Reihe von Ideen oder Lösungsmöglichkeiten zu finden. Und dies soll frei von Zwängen geschehen. Besonders Probleme, wie man sie häufig bei traditionellen Konferenzen findet, werden mit dieser Kreativitätstechnik umgangen. Es werden bestimmte Verhaltensweisen und Spielregeln eingeführt, die Barrieren abbauen und kreatives Denken fördern. Brainwriting ist eine Gruppenaktivität, welche die üblichen gruppenspezifischen Zwänge ausschaltet.



Üben Sie doch einfach gleich mit – die Aufgabenstellung lautet: Wir suchen nach neuen Ideen, um mehr Monatstickets für Busse und Bahnen zu verkaufen. Sie sollten dazu mindestens drei Personen und im Optimalfall zu sechst sein. Die Teilnehmer setzen sich an einen runden Tisch oder an einen Tisch in U-Form. Jeder erhält ein Formblatt.

Jetzt schreibt jeder für sich in der ersten Zeile des Formblattes je eine Idee in

die drei freien Kästchen. Dafür hat man fünf Minuten Zeit. Nach diesen fünf Minuten gibt jeder sein beschriebenes Blatt an seinen linken Nachbarn weiter. Jeder Teilnehmer der Runde hat nun ein neues Blatt vor sich, worauf bereits drei Ideen von seinem Nachbarn stehen. Man liest sich diese Ideen seines Nachbarn durch und versucht, diese weiterzuentwickeln oder als Anregung für neue Ideen zu verwenden. Diese drei Ideen werden jetzt in die nächste Zeile nebeneinander geschrieben. Wichtig ist: man darf nicht noch einmal schreiben, was man bereits vorher geschrieben hat und nicht wiederholen, was bereits auf dem Zettel steht. Fällt einem zu den Vorgaben nichts ein, schreibt man eine neue Idee auf.

Nach weiteren fünf Minuten werden die Zettel wieder an den linken Nachbarn weitergereicht, bis jeder Zettel von jedem Teilnehmer beschrieben worden ist.

Bei sechs Teilnehmern werden die Blätter also maximal sechs Mal nach links weitergereicht und jeder schreibt immer wieder drei neue oder abgeleitete Ideen auf. Somit hat jeder 18 Ideen (6 x 3) geliefert und folglich sind jetzt insgesamt 108 (18 x 6) Ideen von allen Teilnehmern zusammengekommen. Und dazu haben Sie gerade einmal 30 Minuten (sechs Runden à fünf Minuten) gebraucht. Halten Sie nach Möglichkeit den Fünf-Minuten-Rhythmus ein. Denn die Teilnehmer reagieren erfahrungsgemäß ganz unterschiedlich. Einige brauchen am Anfang länger, bis Einfälle kommen – doch dafür sprudeln die Ideen am Ende. Bei anderen ist es genau umgekehrt. Eine Qualitätssteigerung der Ideen tritt häufig nach ca. zwölf Minuten ein, dann läuft Ihr Gehirn auf Hochtouren.

Nachteile beim Brainwriting

Die vorgegebene Zeit von fünf Minuten pro Durchgang hat zur Folge, dass einige Teilnehmer bereits vorher fertig sind und warten müssen. Die vorgegebene Zeit kann aber für die anderen Teilnehmer als zu kurz empfunden werden, sie werden entweder nicht fertig oder stehen unter Zeitdruck. Bleiben Sie aber bei den fünf Minuten, es sei denn, alle Teilnehmer sind fertig. Erklären Sie vorab genau die Regeln, sonst laufen Sie Gefahr, dass das Brainstorming-Brainwriting chaotisch abläuft.

Die Auswertung

Zu guter Letzt müssen aus dieser Ideenvielfalt die besten Ideen ausgewählt werden. Dafür kann man zum Beispiel ein Punktesystem anwenden (s. Abb. 2 links): Alle beschriebenen Formblätter werden an eine große Pinnwand geheftet. Jeder Teilnehmer erhält einen Streifen mit acht oder zehn abziehbaren Klebepunkten. Nun lesen sich alle Teilnehmer, am besten in einer längeren Pause, die unterschiedlichen Ideen durch und kleben ihre Punkte auf die besten Ideen ihrer Wahl. Allerdings darf jede Person pro Idee nicht mehr als drei Punkte vergeben. Am Schluss kommen die Ideen mit den meisten Punkten in die engere Wahl.

Dann geht's noch um die Frage: Wie umsetzbar sind die Ideen? Oder Sie treffen einfach – vielleicht nach einer Diskussion – Ihre Entscheidung. ■

Als Zusatz zum Thema Kreativitätstechniken finden Sie unter www.direktmarketing-welt.de ein PDF-Dokument mit Seminarterminen von Claudia Bayerl. Außerdem können Sie mit ein bisschen Glück Seminargutscheine und Wertgutscheine dafür gewinnen.

Download

< Teil 1 > Mind Mapping

< Teil 2 > Brainwriting 6-3-5

< Teil 3 > Flip-Flop

< Teil 4 > Imaginäres Brainstorming

< Teil 5 > Osborn-Checkliste

< Teil 6 > Denkhüte

ZUM AUTOR



*Claudia Bayerl, Geschäftsführerin der Textakademie GmbH, Trainerin für Kreativitätstechniken. Kontakt: info@textakademie.de, www.textakademie.de, Tel. 08 21/56 777 65.



Abb. 1: Das Formblatt der 6-3-5-Technik. In Originalgröße einfach im Internet unter www.textakademie.de downloaden.

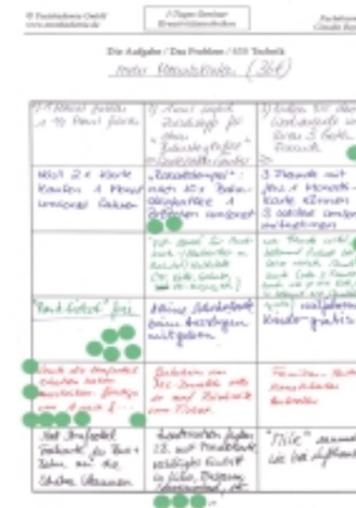


Abb. 2: Beispielseite der Ideensammlung zum Thema: „Wie kann man mehr Monatstickets für Busse und Bahnen verkaufen?“.