*Von Claudia Bayerl**

‹ Teil 1 ›
Mind Mapping

‹ Teil 2 ›
Brainwriting 6-3-5

‹ Teil 3 ›
Flip-Flop-Technik

‹ Teil 4 ›
Imaginäres Brainstorming

‹ Teil 5 ›
Osborn-Checkliste

‹ Teil 6 ›
Denkhüte

Erfolgsfaktor Kreativitätstechniken

Imaginäres Brainstorming oder wie Sie mit Außerirdischen Auto fahren

TEIL 4

Die Zeiten sind schwierig. Kreativität ist gefragt. Doch oft stehen sich die kreativsten Köpfe dabei selbst im Weg. Meist sind es immer die gleichen Probleme, die uns am Vorwärtskommen hindern: zähe Phasen ohne Inspiration, eingefahrene Denkwege oder alter Wein in neuen Schläuchen. Doch das muss nicht sein. Das imaginäre Brainstorming ist eine Kreativitätstechnik, mit der Sie schnell und einfach gute und verkaufsstarke Ideen finden.

Wie die meisten Kreativitätstechniken aktiviert auch das imaginäre Brainstorming versteckte innovative Reserven. Besonders die linke „analytische“ Gehirnhälfte wird im Alltag stark beansprucht. Sie ist u.a. für die Lese- und Schreibfähigkeit zuständig. Während die linke Hälfte über einer Headline brütet, legt die rechte Seite leider allzu oft eine kreative Pause ein. Ein herber Verlust, denn gerade sie ist zuständig für bildhaftes Denken, Emotionen und Intuition. Das imaginäre Brainstorming ist eine Kreativitätstechnik, die diese zusätzlichen Ressourcen der rechten Gehirnhälfte nutzt.

Die Methode: Setzen Sie Ihr Gehirn auf eine neue Spur ...

Vor allem bei vertrauten Denkprozessen und Problemen neigt unser Gehirn dazu, immer wieder den gewohnten, festgefahrenen Bahnen zu folgen. Genau hier setzt das imaginäre Brainstorming an. Das Ziel ist es, die Aufgabe in eine entfernte Phantasiewelt zu übertragen. Der Erfolg: Die gewohnten Bahnen werden verlassen, Blockaden umgangen und dank der hergestellten Bilderwelt der Illusion das kreative Potenzial der rechten Gehirnhälfte aktiviert.

Schaffen Sie „neue Welten“ ...

Die Teilnehmer versuchen, die Ausgangsfrage von der eigentlichen Aufgabenstellung zu entfremden. Dazu sucht die Gruppe Begriffe aus einem anderen Zusammenhang, die für die zwei vorgegebenen Objekte eingesetzt werden. Man verlagert also die Lösung in eine „Ersatzwelt“, die persönliche Betroffenheit ausschließt.

Als Beispiel nehmen wir die Firma „Mayer-Bau“, die sich die professionelle Adressverwaltung „Adress-Tool“ anschafft. Jeder Kunden- und Interessentenkontakt soll künftig direkt in die neue Adress-Software eingegeben werden. Die Geschäftsführung versucht nun, alle Mitarbeiter auf das neue System zu schulen. Die Aufgabenstellung lautet also: Wie kann ich meinem Mitarbeiter den PC näher bringen und ihn am Computer schulen? In einem imaginären Brainstorming sammelt man dazu z.B. folgende Ersatzbegriffe:

- **ursprüngliche Aufgabenstellung:**
Wie kann man Mitarbeiter an PC/Software heranführen?
- **statt Mitarbeiter:**
Suchen Sie andere Gruppen. Gehen Sie dabei so weit wie möglich von der ursprünglichen Aufgabenstellung weg. Sammeln Sie ca. zehn Begriffe wie Putzfrauen, Manager, Elefanten, Außerirdische usw.
- **statt PC:**
Suchen Sie irgendwelche Dinge. Gehen Sie dabei soweit wie möglich vom PC weg: Schachtel, Kieselstein, Auto, Telefon usw.

Nehmen wir einmal an, die Wahl fällt auf Außerirdische und Auto. Damit lautet die neue Aufgabenstellung: „Was muss ich tun, um Außerirdischen das Autofahren beizubringen?“.

Wie bringt man Außerirdischen das Autofahren bei?

Wichtig ist bei der Auswahl der „Ersatzwelt“ vor allem, dass die Teilnehmer mit den neuen Begriffen eine reiche Bilderwelt verbinden. Das Gehirn muss sich auf eine imaginäre Reise begeben. Wer die „kleinen, grünen Männchen“ vor sich sieht, die verunsichert am Steuer sitzen und wem vielleicht sogar dabei das Dröhnen des Motors in den Ohren klingt, dem wird es umso besser gelingen, auch Areale seiner rechten Gehirnhälfte zu aktivieren. Das Ergebnis: Ihm steht ein neues, bisher ungenutztes Potenzial an Ideen, Bildern und Kreativität zur Verfügung.

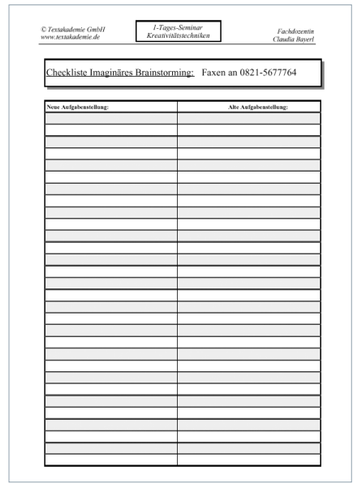
Unbedingt sollten Sie dabei darauf achten, dass die beiden Ersatzbegriffe möglichst wenig Berührungspunkte mit der Umgebung der ursprünglichen Fragestellung haben. Denn unser Gehirn ist verleitet, immer wieder Parallelen zur Ausgangssituation zu suchen und damit auf die bequemen, ausgetretenen Pfade zurückzukehren. Begriffe wie Manager oder Telefon sollte man im obigen Beispiel deshalb eher ablehnen.

Der zweite Schritt

Wie bringt man einem Außerirdischen das Autofahren bei? Was halten Sie von folgenden Vorschlägen:

- Das Interesse des Außerirdischen mit einer Probefahrt wecken.
- Die Technik genau erklären: Wie bremse ich? Wie gebe ich Gas?
- Die Freude am Fahren vermitteln, z.B. mit einem schnellen/eleganten Auto.
- Die Sprachkenntnisse verbessern, um dem Außerirdischen das Nötigste überhaupt erklären zu können.
- Ein attraktives Ziel für die Fahrt aussuchen.
- Günstige Leasingraten für den Autokauf zur Verfügung stellen.
- Die Vorteile demonstrieren und schmackhaft machen.

Die Liste kann beliebig ergänzt werden, im optimalen Fall sollten später 30 bis 40 Ideen auf dem Papier stehen. Wie immer bei Kreativitätstechniken gilt dabei der Grundsatz: Quantität geht vor Qualität. Deshalb ist die Kritik eines Vorschlags auch strengstens verboten.



© Textakademie GmbH
www.textakademie.de

1-Tages-Seminar
Kreativitätstechniken

Fachdozentin
Claudia Bayerl

Checkliste Imaginäres Brainstorming: Faxen an 0821-5677764

Neue Aufgabenstellung:	Alte Aufgabenstellung:

Das Formblatt für das imaginäre Brainstorming. In Originalgröße einfach im Internet unter www.textakademie.de ausdrucken.

Die Auswertung

Was aber hilft die erfolgreiche Fahrstunde eines Außerirdischen, wenn doch eigentlich der Mitarbeiter am PC geschult werden soll? Im nächsten Schritt wird nun jeder der Vorschläge wieder zurück in die eigentliche Aufgabenstellung übersetzt: Auf welche vergleichbare Art und Weise kann ich meine Mitarbeiter an den PC heranführen?

Statt einem Außerirdischen günstige Leasingraten für den Autokauf anzubieten, könnte ich meine Mitarbeiter beim Kauf eines eigenen Computers für den Heimbedarf finanziell unterstützen. Der Gedanke, Außerirdischen mit großen und schnellen Wagen für das Autofahren zu begeistern, bedeutet, beim Computerkauf nicht zu knauserig zu sein. Auch ein Anfänger sitzt lieber vor einem leistungsstarken und schnellen Rechner. Unter meinen Mitarbeitern können Verständigungsprobleme auftreten – vor allem in einer Sprache, in der es von Fachbegriffen nur so wimmelt. Ein Hinweis, hier auf Schulungen besonderen Wert zu legen.

Was auf den ersten Blick vollkommen fremd erschien, lässt sich also tatsächlich erfolgreich übertragen. Womöglich wirkt es auch erst deshalb so abwegig, weil wir uns die kleinen, grünen Männchen tatsächlich viel lebendiger als unsere Mitarbeiter oder Kunden vorstellen können. Den meisten macht aber das Schwärmen in ihrer eigenen abstrakten Phantasie Spaß. Auch das ist ein Vorteil: Das verkrampfte Gehirn entwickelt selten einen guten Gedanken. ■

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. Hier erfahren Sie auch, wie Sie die Texterfibel, das kleine Texter-Einmaleins, bestellen können.

Download

ZUM AUTOR

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