

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

**5 TEIL** Kreativität ist ein Schlüssel für verkaufstarke Ideen. Und sie ist ein wichtiger Faktor für den beruflichen Erfolg. Im heutigen fünften Teil dieser Serie soll Ihnen ein Werkzeug vorgestellt werden, das Ihnen hilft, bereits existierende Ideen und Objekte zu optimieren und aus Bestehendem Neues zu kreieren: die Osborn-Checkliste.

Bei der Gehirnarbeit setzen nur die wenigsten bewusst Werkzeuge wie z.B. eine Kreativitätstechnik ein. Das hat sich auch nicht mit dem Siegeszug des PCs geändert. Denn der Computer ist mehr Kommunikator, Gehirn- und Gedächtnisersatz als Denkhilfe.

**Die Osborn-Checkliste – geistiger „Panoramaflug“**

Mit der Osborn-Checkliste haben wir ein Spezialwerkzeug zur Hand, das für diese Aufgabenstellung wie geschaffen ist. Der

ZUM AUTOR



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

# Erfolgsfaktor Kreativitätstechniken

## Die Osborn-Checkliste oder Werkzeug für unser Gehirn

Trick: Statt Ideen, Maschinen oder Konzepte ausschließlich aus gewohnten Perspektiven zu betrachten, drängt uns die Checkliste neue Betrachtungswinkel auf. Systematisch zwingt uns das Instrument, anhand einer vorgegebenen Frageliste die Perspektiven zu wechseln. Ein „Panoramaflug“, der uns mit der ungewohnten Übersicht oft plötzlich den Blick auf ungeahnte Möglichkeiten eröffnet.

**Werbearbeit und Kreativitätsgenie: Erfinder Osborn**

Erfunden hat die Checkliste Alexander Osborn. Der Amerikaner war in den 40er Jahren stellvertretender Direktor und Mitinhaber einer der weltweit größten Werbeagenturen. Noch berühmter hat ihn allerdings eine andere Entwicklung gemacht: das Brainstorming. Auf die Idee der Checkliste kam Osborn, als er beobachtete, wie

seine Kollegen und Bekannten Probleme angingen. Ihm fiel auf: Fast alle Aufgaben hätten sich viel schneller lösen lassen, wenn man von Anfang an die richtigen Fragen gestellt hätte. Und diese schienen sich immer ähnlich zu sein. Aus diesem Fragenkatalog schuf der Amerikaner die Checkliste (s. Abb. 1, S. XY).

**„Lebensverlängernde Maßnahmen“ für eine Visitenkarte**

Um den Fragenkatalog genauer zu erklären, ein Beispiel aus eigener Erfahrung: Vor drei Jahren waren wir es in unserer Firma leid, viele unserer verteilten Visitenkarten schon nach kürzester Zeit im Papierkorb zu wissen. Was können wir machen, fragten wir uns, um unseren Karten eine noch höhere Aufmerksamkeit und eine längere Überlebenszeit zu sichern? Sollten wir durchsichtige Karten



Abb. 1: Hier die komplette Osborn-Checkliste mit den zehn einzelnen Fragen, die bei kreativen Projekten oder Aufgabenstellungen dienlich ist.

auf Folie verwenden, statt auf Papier auf Holz drucken? Wir hatten zwar viele interessante Ideen, aber keine erfüllte ihre Aufgabe. Was wir uns auch ausdachten, es blieben Visitenkarten. Wir aber wollten mehr. Deshalb beschlossen wir, die Osborn-Checkliste einzusetzen.

**Kreativ mit System**

Wie vorgesehen, gingen wir in der Liste Punkt für Punkt durch. Die Frage „Wie könnte man das Objekt vergrößern?“, brachte uns auf die Idee, unsere Visitenkarte als Postkarte zu drucken. Auch Bedeutung, Farbe oder Bewegung unserer Karte zu verändern, fiel uns nicht schwer: Jedes einzelne Stück, so unsere Idee, könnte man als Einzelteil eines großen Puzzles bedrucken. Wir hofften, dadurch unseren Karten einen gewissen Sammlerwert zu verleihen.

Die nächste Frage lautete: „Durch welches Produkt ließe sich unsere Visitenkarte ersetzen?“. Warum sie eigentlich nicht gleichzeitig als Bonuskarte oder Gutschein verwenden, einlösbar bei uns oder unseren Partnerunternehmen? Schließlich stießen wir auf die Idee der Pincodes-Karte. Der Gedanke lag nahe. Denn immer wieder waren wir bei unseren Überlegungen an die Kreditkarte erinnert worden, die ja meist in der Nähe unserer Visitenkarten in den fremden Portemonnaies steckte.



Abb. 2: So könnte die Liste aussehen, die Sie und Ihre Kollegen in einer Kreativitätssitzung – je nach Ihrem eigenen Zweck – Frage für Frage vervollständigen können.

Wir wussten nicht auf jeden der zehn Fragen eine Antwort. Das ist bei der Osborn-Checkliste auch nicht unbedingt notwendig. Bleibt eine Frage unbeantwortet, darf sie mit gutem Gewissen übersprungen werden. Aber haken Sie die Punkte nicht einfach ab. Loten Sie jeden bis in die Tiefe aus.

Wichtig ist wie bei allen Kreativitätstechniken vor allem eins: Jede Idee gehört aufgeschrieben, egal wie unrealistisch sie auch klingen mag. Entschieden wird über die Realisierbarkeit eines Vorschlags erst später.

**Vom Osborn-Check bis ins Patentamt: die Pincodes-Karte**

In der zweiten Phase filtert man nach zwei Fragestellungen:

- Was ist realisierbar?
- Welche Idee erfüllt den beabsichtigten Zweck?

Eine Gutschein-Visitenkarte konnten wir uns zwar gut vorstellen. Am besten gefiel uns aber die Pincodes-Karte. Inzwischen schmückt die Rückseite jeder unserer Visitenkarten (s. Abb. 3 oben) eine solche Merkhilfe. Mit dem nun geschützten Verfahren lassen sich mit einem persönlichen Passwort vier Zahlenkombinationen auf einmal kodieren. Ohne das Kennwort stellt die Karte aber für jeden anderen einen undurchschaubaren Zahlensalat dar. Ihre



Abb. 3: Ergebnis der Kreativitätssitzung der Textakademie mit Hilfe der Osborn-Checkliste: die Rückseite der Unternehmens-Visitenkarte mit dem Pincodes-Muster.

ursprüngliche Aufgabe erfüllt die Karte nun zu unserer vollsten Zufriedenheit.

**Worauf Sie achten müssen**

Auch für die Suche nach kreativen Ideen für Direktmailings, Broschüren und Verpackungen eignet sich die Osborn-Checkliste hervorragend. Wichtig ist, dass das Ziel immer deutlich formuliert ist. Es muss von Anfang an klar sein, wohin die Reise gehen soll. Vom Zeitaufwand sollten sie abhängig von der Aufgabenstellung etwa eine Stunde einkalkulieren. Als Gruppengröße empfehlen wir neben dem Moderator vier bis acht Teilnehmer.

Wo liegen die Nachteile? Die Checkliste ist weniger für den Beginn eines neuen Verfahrens geeignet, wenn noch alles offen ist. Auch Ihrem Texter werden die Fragen nur in seltenen Fällen weiterhelfen. Trotzdem: Auch für Sie kann die Osborn-Checkliste ein nützliches Instrument sein. Ein Werkzeug für Ihr Gehirn, das Sie immer wieder schätzen werden. Immer wieder dann, wenn kreative Ideen und Konzepte gefragt sind. ■

Als Zusatz zum Thema Kreativitätstechniken finden Sie unter [www.direktmarketing-welt.de](http://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](#)