

„Alles Fertige,
Vollkommene
wird angestaunt,
alles Werdende
unterschätzt.“

Friedrich Nietzsche

WAS HAT ES
EIGENTLICH MIT
KREATIVITÄT
AUF SICH?



WAS HAT ES EIGENTLICH MIT KREATIVITÄT AUF SICH?

Unter Kreativität verstehen wir eine Haltung, die darauf abzielt, Neues zu entdecken und zu erschaffen, experimentierfreudig zu sein und sich in unbekanntes Terrain zu wagen. Eine kreative Denkhaltung betrachten wir als eine Schlüsselressource für die Entwicklung von Innovationen. Also etwas Neues, was relevant ist, weil es Nutzen generiert. Für die Einschätzung, ob ein Gedanke neu ist oder nicht, bedarf es wiederum der Interaktion zwischen individuellem Denken und der Gemeinschaft in einem soziokulturellen Kontext (vgl. Csikszentmihalyi, 2015, S. 41). Besonders die Zugänge zu Themen und Menschen, die fremd sind, bergen schöpferisches Potenzial für ungewöhnliche Verknüpfungen und wechselnde Perspektiven. Um den Umgang mit Unsicherheit und Mehrdeutigkeit in unbekanntem Terrain gut meistern zu können, sind Struktur und das Vertrauen in die eigenen Fähigkeiten, die Welt gestalten zu können, hilfreich. Diese kreative Zuversicht, Veränderungen herbeiführen zu können, lässt sich trainieren wie ein Muskel (vgl. Kelley/Kelley, 2013, S. 2,9). Hierbei geht es immer wieder darum, die eigenen Sichtweisen und Fähigkeiten in einen größeren Zusammenhang zu bringen und sich mit anderen Menschen zu verbinden.

Ob Ihre entwickelte Idee oder Lösung wertvoll ist, entscheidet am Ende der Nutzer oder Kunde. Diese Menschen sind letztendlich die Sonne in einem Innovationsprozess, um die sich alles dreht. Innovationen entstehen oft an

den Schnittstellen zwischen verschiedenen Disziplinen, wo Menschen mit heterogenen Blickwinkeln und Geisteshaltungen zusammenarbeiten (hier im Bild sind das Automobil-, Solar- und Raketentechnik anlässlich des Starts der Falcon Heavy Rakete am 06.02.2018).

Die Entwicklung von Innovationen ist planbar. Und die besten Ideengeber sind Kunden. Unter Anwendung der Design Thinking Methode stellen Sie Ihre (potenziellen) Kunden in den Mittelpunkt und entdecken deren Bedürfnisse. In kurzen, kreativen Arbeitsphasen entstehen Ideen für neue Produkte, Dienstleistungen und Geschäftsmodelle, ebenso wie inkrementelle Anpassungen von Lösungen. Dabei bietet das agile Vorgehen mehr als einen Werkzeugkasten und anfassbare Ergebnisse: nämlich Prinzipien, Philosophie und (Frei-)Raum für Kreativität. Hierfür ist sowohl die Flexibilität des physischen Arbeitsraumes als auch die Teamkultur, getragen von gegenseitigem Respekt und Vertrauen, dem Mut zum Scheitern sowie offenem und konstruktivem Feedback, wesentlich.



Csikszentmihalyi, M. (2015): Flow und Kreativität. 2. Auflage. Stuttgart: Klett-Cotta. • **Kelley, T./Kelley, D. (2013):** Creative Confidence. New York: Crown Business.

RAHMENBEDINGUNGEN FÜR KREATIVES DENKEN 1/4

Der britische Komiker John Cleese erläutert in seinem Vortrag verschiedene Rahmenbedingungen, die kreatives Denken begünstigen.

**RAUM (PHYSISCH
UND IM KOPF)**

ZEIT (BEGRENZT)

ZEIT (UNBEGRENZT)

**KREATIVE
ZUVERSICHT**

HUMOR

**RAUM (PHYSISCH
UND IM KOPF)**

Methodisch lassen sich die unterschiedlichen Denkweisen in Konzentration (oder geschlossener Modus) und Loslassen (oder offener Modus) einteilen. Es empfiehlt sich, begrenzte Zeit konzentriert über ein Problem nachzudenken und anschließend scheinbar „unbegrenzt“ (im Reifungsprozess) auf die Illumination zu warten.

Inspirierende Möglichkeitsräume schaffen ein gutes Umfeld für kreatives Denken.



Quelle: <https://www.wissenschaft.de/umwelt-natur/die-wissenschaft-vom-musenkuss/> • **Cleese, J. on Creativity:** <https://www.youtube.com/watch?v=Pb5oIIPO62g>

RAHMENBEDINGUNGEN FÜR KREATIVES DENKEN 2/4

1 Vorbereitungsphase (Sensibilisierung)

Durch gezielte, konzentrierte Arbeit werden im Kopf Informationen gesammelt, Probleme definiert, Interessen abgeglichen oder ein grobes Ziel erklärt. Diese Phase findet typischerweise zeitlich begrenzt und durch konzentriertes Arbeiten statt (fokussierter, geschlossener Zustand).

ZEIT (BEGRENZT)

2 Inkubationsphase

Das ist die eigentliche Geburt der neuen Idee. Es wird irgendwann unbewusst eine mögliche Antwort auf die entdeckten Probleme gefunden. Man spricht hier auch von unterbewussten Reifungsprozessen und vom divergenten Denken in alle Richtungen, das durch Alphawellen im Gehirn gekennzeichnet ist. Das geschieht unbewusst. Es arbeitet in einem. Diesem „offenen“ Zustand ordnet Cleese das Gefühl zu, „unbegrenzt“ Zeit zur Verfügung zu haben.

ZEIT (UNBEGRENZT)

3 Illumination

Das AHA-Erlebnis ist der Moment, in dem es „Klick“ im Kopf macht. Also der Augenblick, in dem sich neuartige Lösungsansätze für die Aufgabenstellung ergeben.

4 Verifikation

Die Gedanken werden in ersten Umsetzungen erprobt und die Lösung wird durch Feedback und Iteration weiterentwickelt oder fallen gelassen.

ZEIT (BEGRENZT)

Interessanterweise wird die für die Kreativität so kritische unbegrenzte Zeit, in der das Gehirn vor sich hinbrütet, angesichts mangelnder Effizienz wenig geschätzt. Vor allem in Workshops wünschen sich die meisten Teams doch lieber schnelle Erfolge und Kreativität auf Knopfdruck. Die gute Nachricht ist, dass die Ideen in Workshops aufgrund von Perspektivwechseln, diversen Teams und besserem Kundenverständnis normalerweise schon ein guter Anfang sind. Trotzdem ist es die Regel, dass wirklich gute Ideen erst Reifezeit benötigen. Unser Rat: Bleiben Sie kontinuierlich dran und organisieren Sie lieber öfters mal kürzere Design Thinking Einheiten, die von ein paar Tagen Pause unterbrochen werden. Die Zeit wird ihren Beitrag leisten.



Quelle: <http://ze.tt/was-kreative-menschen-gemeinsam-haben/>
● Csikszentmihalyi, M. (2015): Flow und Kreativität. 2. Auflage. Stuttgart: Klett-Cotta. ● Csikszentmihalyi, M. (2013): Creativity The Psychology of Discovery and Invention. Harper Perennial Modern Classics