

Ideen
finden



IDEEN FINDEN

In Kapitel 9:

- ▶ Welche Kriterien muss eine gute Idee erfüllen?
- ▶ Wie findet man eine gute Idee?
- ▶ Welche Kreativitätstechniken helfen bei der Ideenfindung?

Bildideen, Textideen, Kampagnenideen - jetzt wird es ernst. Sie brauchen eine Idee. Was tun? Ideen produzieren, mit Ideen überraschen, das ist viel einfacher, als Sie denken. Jeder Mensch hat Ideen, und jeder ist kreativ. Nur haben die wenigsten leider auch den Mut dazu, ihre Ideen auszusprechen und konkret in die Tat umzusetzen. Schluss damit!

Am besten, Sie beherzigen bei Ihrer Gestaltungsarbeit die folgenden drei Grundsätze. Wenn Sie diese verinnerlicht haben, ist das schon der erste Schritt auf dem Weg zur erfolgreichen Ideenfindung.

1. Finden Sie **eine** Idee! Denn: Eine Idee ist immer besser als keine Idee.
2. Nicht die Ablehnung ist das Schlimmste, sondern **Indifferenz**. Also polarisieren Sie lieber mit einer Idee, als dass Sie mit einer unauffälligen Arbeit weder Fisch noch Fleisch produzieren.
3. Erkennen Sie den **dreifachen** Wert einer Idee!

Erinnerungswert

An eine gute Idee erinnert man sich gerne, an keine Idee erinnert sich keiner.

Qualitätswert

Eine Idee steigert den Wert der Botschaft! Damit wird die gesamte Gestaltungsarbeit wertvoller.

Budgetwert

Eine gute Idee kann wirkungsvoller sein als ein großes Budget.

Was fehlt noch? Mut! Denn beim Finden von Ideen kommt es vor allem auf drei Dinge an: 1. **Mut** haben, 2. **Mut** haben, 3. **Mut** haben. Denn feste Regeln gibt es nicht.

- ▶ Der Brite David Ogilvy (1911-1999) gründete 1948 in New York eine Werbeagentur, die unter dem Namen „Ogilvy & Mather“ schnell international führend wurde. Berühmt ist Ogilvy vor allem als Werbetexter, unter anderem für Rolls Royce. Mut hatte auch David Ogilvy, Altmeister der Kreativszene. Für ihn stand

fest: „Wenn Deine Werbung keine Big Idea enthält, wird sie vorbeirauschen wie ein Schiff bei Nacht.“

Checkliste Big Idea

- ▶ Hat es mir den Atem verschlagen, als ich die Idee zum ersten Mal sah?
- ▶ Hätte ich diese Idee gerne selbst gehabt?
- ▶ Ist sie einzigartig?
- ▶ Passt die Idee perfekt in meine Strategie?
- ▶ Lässt sie sich 30 Jahre lang verwenden?

Lesetipp:

David Ogilvy,
Ogilvy über Werbung

Woher nehmen ... und nicht stehlen?

Nun wird es wirklich ernst, denn nun muss eine konkrete Idee her. Wie finde ich sie? Sie liegt (oft) auf der Straße, denn das Leben schreibt die aufregendsten Geschichten. Ein aufgeschnappter Dialog in der Straßenbahn kann mehr inspirieren als das Herumblättern in Kreativbüchern. Ein Gespräch mit echten Menschen ist viel sinnvoller als das Analysieren von Radio- oder TV-Spots.

Und damit sind wir auch schon bei einer Binsenweisheit: Das Büro ist nicht unbedingt der richtige Ort für Kreativität. Oft entstehen Ideen, wenn man am wenigsten damit rechnet, zum Beispiel beim Warten an der Supermarktkasse, beim Abhängen auf dem Sofa oder wenn man sich scheinbar langweilt. Also: Raus aus dem Büro, um neue Ideen zu finden.

Konzentration führt zu nichts.

Ich empfehle eine sorgfältige Vorbereitung im Büro. Analytisch: Was wollen wir? Was sind die Ziele? Was haben wir bisher getan? Wo liegt das Problem? Wie viel Geld haben wir?

Dann eine Pause:

Gehen Sie aus, trinken Sie einen Kaffee und denken Sie über Autos oder tibetische Terrier nach. Ihr Unterbewusstsein wird weiter an dem Problem arbeiten. Und dann in einem Moment, wo Sie es am wenigsten erwarten:

Plötzlich ist die Idee da!

Gute Ideen sind meist ganz **einfach**. Sie funktionieren schnell und sind ein-

fach zu merken. Erinnern Sie sich an den Marlboro-Cowboy, die lila Kuh oder den Bären auf der Alm von Bärenmarke. „Diese Idee hätte ich auch haben können“, denken Sie. Stimmt! Man muss nur den Mut haben und machen.

Und nicht immer findet man dabei etwas Neues, das es so noch nie gab, denn es gibt schon vieles. Spannend ist es auch, bereits Bekanntes neu zu kombinieren, Dinge zusammenzuführen, die offenbar nicht zusammenpassen, oder aus einem neuen Blickwinkel auf Gewohntes zu schauen und es einfach zu variieren.

Aber das Allerwichtigste dabei ist: Denken Sie Ideen wirklich und lassen Sie es zu. Der größte Feind der Idee sind in der Regel **wir selbst**, das ist die berühmte Schere im Kopf. Sie zensiert unentwegt und bringt uns oft um den Lohn unserer Mühe.

Ideen haben meistens eine bildliche Aussage und eine textliche. Deshalb ist es gut, beim Suchen immer hin und her zu wechseln. Mal von Bildern aus zu denken, mal von den Wortideen her. Kommen gerade keine Bilder in den Sinn, dann einfach einmal Worte und Sätze aufschreiben, kommen keine Worte, dann versuchen, Bilder zu entwerfen.

Und wenn das alles doch nichts hilft, was macht man, wenn einem partout nichts einfällt? Auf jeden Fall nicht panisch werden und in Selbstzweifel verfallen - man kann nicht immer kreativ sein. Manchmal hilft schon ein kleiner Ortswechsel (s.o.), raus in den Garten oder unter die Dusche. Denn eine wichtige Voraussetzung für Kreativität ist es auch, entspannt zu sein und sich wohlfühlen. Verkrampft geht gar nichts. Und wenn Sie schon mal unterwegs sind, noch ein Tipp. Für die ersten Ideen ist das Scribbeln per Bleistift immer noch die beste Technik. Damit sind Sie außerdem ortsunabhängig. Auch im Büro gilt: **PC aus** beim Ideen finden.

Und noch eine Regel: Klauen Sie nicht, **denken Sie selbst!** Denn die eigene Idee ist immer die beste!

Kreativitätstechniken

Die klassischen Kreativitätstechniken können, müssen aber nicht helfen. Sie sind kein Patentrezept, das garantiert zu erfolgreichen Ideen führt. Der Zweck besteht vielmehr immer darin, die Bedingungen für **laterales Denken** zu schaffen und Blockaden abzubauen. Der Begriff stammt von dem in Malta geborenen Edward de Bono, dem Pionier des Gehirntrainings.

Phase 1

Die erste Phase ist die des „unkritischen“ Sammelns. Frei von der Leber weg wird assoziiert, kombiniert und analogisiert. Hier sind Fragen oft der Ausgangspunkt für Ideen: Kann ich mir das Problem beispielsweise als Tier vorstellen? Oder als Mensch? Was ist das Gegenteil? Was wäre, wenn es dieses Problem auf der Welt nicht gäbe?

Lesetipp:

Mario Pricken,
Kribbeln im Kopf

Wichtig dabei ist, alle Sinne zu aktivieren: Wie riecht etwas? Wie hört es sich an? Kann es sprechen? Was wäre, wenn es sprechen könnte? Welche Farbe hat eine Versicherung? Wie riecht ein Mikrochip? Wie klingt Ökostrom?

Und dann haben Sie ein Resultat, das sich sehen lassen kann: Seitenweise Ideen, wild durcheinander, manche gelernt und bekannt, manche ziemlich abstrus, manche ungewohnt, aber spannend. Und manche unmöglich, aber irgendwie gut ... Das ist genau die richtige Mischung!

Phase 2

Nun geht es auf den Teppich zurück, jetzt heißt es, kritisch prüfen und verifizieren: Wie können die Ideen geordnet und bewertet werden? Nach welchen Kriterien wollen wir auswählen?

Im Folgenden zeigen wir Ihnen den exemplarischen Verlauf von Brainstorming und Mind Mapping. Hier sind wie so oft Fragen ein gutes Sprungbrett zum Abheben in den Himmel der Ideen.

Brainstorming

Mit dieser Kreativitätstechnik kommt man besonders weit in einer überschaubaren Gruppe mit ungefähr vier bis zehn Mitgliedern. Gut ist es, einen neutralen Moderator zu haben, der die Ideen sammelt, dafür sorgt, dass sich alle beteiligen, und der auf den Pfad zurückführt, wenn der Kreativitätsschub allzu weit vom Thema wegführt. Bei dieser Methode werden die Ideen z.B. auf eine Karte geschrieben und an eine Wand gepinnt. Wichtig beim Sammeln ist es, dass die Ideen später sortiert werden können.

Ideen sammeln (= Phase 1)

- ▶ Das Thema/Problem wird präzise formuliert, am besten schriftlich.
- ▶ In einer vorgegebenen Zeit (ca. zehn Minuten) werden wahllos alle Gedanken und Assoziationen zum Thema aufgeschrieben. Es sollen so viele Ideen wie möglich gesammelt werden.
- ▶ Das Aufgreifen und Weiterentwickeln fremder Ideen ist erlaubt und erwünscht.
- ▶ Alles ist erlaubt, nur keine Killerphrasen und Gegenargumente! Kritik bleibt außen vor!

Verifizieren (= Phase 2)

- ▶ Die Ideen werden systematisch geordnet - und zwar alle!
- ▶ Danach werden sie bewertet.
- ▶ Nun wird eine Rangfolge der Ideen festgelegt.
- ▶ Zum Schluss werden die Ideen diskutiert und entschieden, welche weiterverfolgt werden.

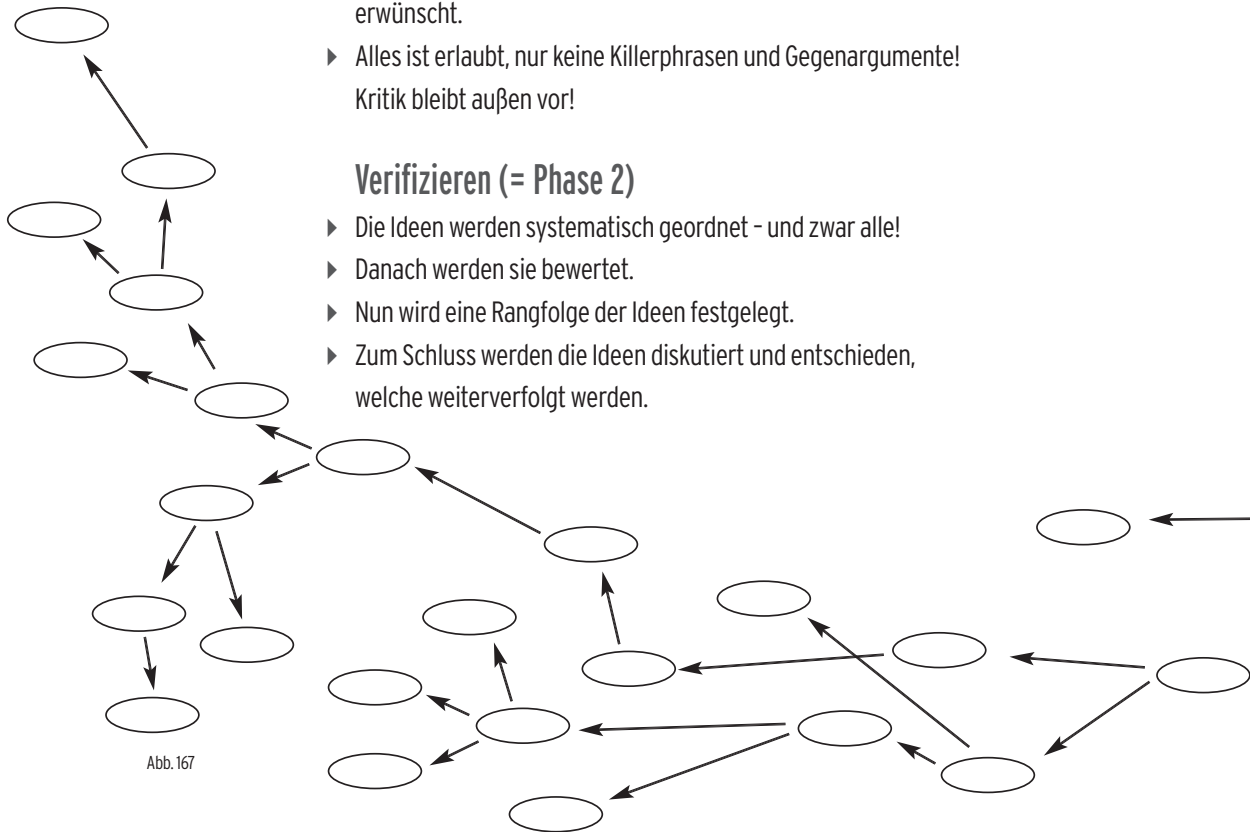


Abb. 167

Vernetztes Denken (Mind Mapping)

Das Mind Mapping aktiviert beide Gehirnhälften und vereinigt damit Spontaneität und strukturiertes Denken. Relativ schnell kommt man von einem zentralen Begriff durch Assoziation zu weiteren, die damit unmittelbar zu tun haben. Durch die verzweigte Struktur ist es aber auch möglich, auf weniger naheliegende Begriffe zu kommen, die einem sonst nicht in den Sinn gekommen wären. Diese Technik kann allein oder in einer Gruppe angewandt werden.

Ideen sammeln (= Phase 1)

- ▶ Ein zentraler Suchbegriff steht in der Mitte eines großen Papiers.
- ▶ Assoziationen werden darum herum gruppiert und mit dem Zentralbegriff durch Linien verbunden.
- ▶ Von den Assoziationen ausgehend werden neue Assoziationen gebildet (Kettenbildung).

Verifizieren (= Phase 2)

- ▶ Die Ideen werden systematisch geordnet - und zwar alle!
- ▶ Danach werden sie bewertet.
- ▶ Nun wird eine Rangfolge der Ideen festgelegt.
- ▶ Zum Schluss werden die Ideen diskutiert und entschieden, welche weiterverfolgt werden.

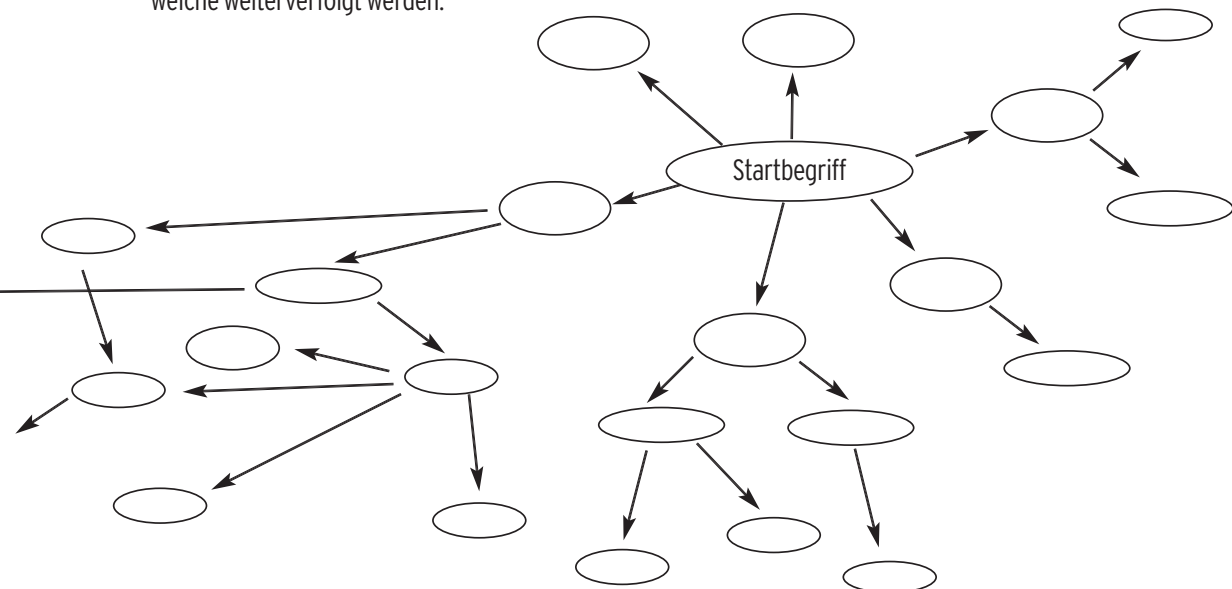




Abb. 168 Idee und Umsetzung: Leo Burnett, Frankfurt



Abb. 169



Abb. 170

Schön, wenn sich eine Idee selbstständig macht: Schauen Sie auf den Biss! Auf die provokante Anzeige der Bahn mit dem verzweiferten Biss des Autofahrers ins Lenkrad folgte der Biss ins Zugfenster beim Autohersteller.

Linke Seite: amnesty international, Guerilla-Advertising, eine hervorragende Idee, die sich selbst erklärt. Hier wurden Hände in die Straße montiert.

Jeder hat Ideen!

Hinz und Kunz sprechen über kreative Ideen. Heute sind jeder Friseursalon und jede Autowaschfirma kreativ. Der Begriff wirkt ziemlich abgenutzt. Vielleicht sollten wir besser von **Ideenfindung** oder Inspiration sprechen.

Häufig werden Übungen wie dieser Test gemacht:

„Schreiben Sie mindestens zehn Möglichkeiten auf, was man mit einem Ziegel anstellen könnte.“

Wenn Sie antworten: „ein Haus bauen“, erhalten Sie schlechte Noten, wenn Sie antworten: „meinen Nachbarn erschlagen, den Idioten“, ist dies ein Beweis für Ihren Einfallsreichtum.

Jeder kann ein kreatives Genie sein!

Das ist die gute Nachricht. Das Einzige, was Sie tun müssen, ist, sich zu einer **kreativen Persönlichkeit** zu entwickeln.

Was macht den Unterschied aus?

Was macht eine kreative Persönlichkeit, was normale Menschen nicht tun?

Entscheidend ist eine bestimmte Art zu denken:

Der Begriff **divergentes Denken** wurde von Joy Paul Guilford (1897-1987) geprägt und bedeutet, sich offen, unsystematisch und experimentierfreudig mit einem Thema oder Problem auseinanderzusetzen. Der Begriff **laterales Denken** im Gegensatz zu kreativem und konventionellem Denken stammt von Edward de Bono (*1933).

Während **konvergentes Denken** das (normale) lineare, rational-logische Denken beschreibt, besteht divergentes oder laterales Denken aus einem dem Tagtraum ähnlichen Schweifenlassen der Gedanken.

Für den kreativen Prozess brauchen wir beides, sowohl divergentes Denken als auch konvergentes Denken.

Wir wechseln zwischen den Denkstilen und versuchen, neue, überraschende, aber auch umsetzbare Ideen zu entwickeln. Divergentes und konvergentes Denken können nicht gleichzeitig stattfinden, sich aber durchaus ergänzen.

Beim Kreativsein kommt es zum Zusammenspiel von logisch-kausalem Denken mit assoziativem und ganzheitlichem Denken.

Man muss sich allerdings darauf einlassen, sich mit ganzem Herzen auf die Reise begeben, Kontrolle abgeben, den Verstand in eine Art Tagtraum-Modus versetzen, und klar definierte Ziele vergessen. Leichter gesagt, als getan.

Ein amerikanischer Professor benutzte das Beispiel von einem **Spot-Licht** im Vergleich zu einer **breiten Beleuchtung**.

Während der Ideenfindung konzentrieren wir uns auf viele verschiedene Dinge, erlauben unseren Gedanken, von einer Sache zur anderen zu gleiten, konzentrieren uns nicht auf einen bestimmten Bereich.

Das hilft, innovative Verbindungen aufzuspüren und Gedanken auf völlig neue Art und Weise zu verbinden, um dadurch überraschende neue Aspekte zu finden und schließlich auf Ideen zu kommen.

Wir kaufen die Katze im Sack. Jede Idee kann völliger Unsinn sein. Man weiß nie, was dabei herauskommt.

Was zählt, ist die Ausführung

Wer wählen dürfte zwischen fünf grandiosen Geistesblitzen und der Realisierung von fünf vorhandenen Ideen, würde sich wahrscheinlich für die letztere, handfeste Variante entscheiden. Denn erst bei der Umsetzung zeigt sich der wahre Wert eines Werkes. Sobald es darum geht, Geistiges in Materielles zu verwandeln, wird es kompliziert. Der Teufel liegt im Detail.

Der erste Schritt zur Verwirklichung ist, die Idee durch strukturiertes Aufschreiben realer werden zu lassen. Je greifbarer eine Idee, desto wertvoller ist sie. Sie muss eine Form annehmen, in der sie sich anderen **erklären** lässt. Und selbst dann ist es immer noch ein langer Weg zum Erfolg.

Oftmals bleiben Ideen bloße Theorie, weil ihr Urheber ewig weiter brütet und vor lauter Perfektionismus gelähmt ist.

Besser ist es, eine mittelmäßige Idee umzusetzen und schon einmal von deren Ergebnissen zu profitieren. Wer an diesem Punkt feststeckt, setzt sich am besten einen Termin, an dem die Realisierung startet, ganz gleich wie gut die Idee bis dahin ist.

Wie sind sie, die Kreativen?

Beginnen wir mit einer Bestandsaufnahme. Wie genau benimmt sich eine **kreative Persönlichkeit**, und was macht sie aus?

Stellen Sie sich einen kreativen Menschen vor. Einen Maler, einen Schriftsteller, eine Pianistin, eine Schauspielerin.

Der exzentrische Künstler, der sich extravagant kleidet, um optisch aus der Menge herauszustechen und sich vom Rest der Gesellschaft abzuheben – das ist natürlich ein Klischee, kommt aber nicht von ungefähr.

Tatsächlich neigen Menschen, die sich als Kreative betrachten, dazu, dieser Überzeugung auch in ihrem Erscheinungsbild Ausdruck zu verleihen.

Das mag zum Teil tatsächlich dazu dienen, sich von den „normalen“, vermeintlich nicht kreativen Menschen abzuheben. Es ist aber auch Teil dessen, was wir von der kreativen Persönlichkeit erwarten. Ein Künstler wird oft nur als Künstler wahrgenommen, wenn es ihm gelingt, im Gedächtnis zu bleiben. Äußere Kennzeichen helfen dem Laien, einen Künstler als solchen zu erkennen.

Kunst findet schließlich oft nur vor einer kleinen Gruppe Eingeweihter und dazu vor einer großen Gruppe Laien statt. Hebt sich der Künstler deutlich von diesem Laienpublikum ab, wird sein Status so schneller deutlich.

Basis

Trainieren Sie, einige grundlegende Fähigkeiten, die Ihnen helfen werden, Ihre Persönlichkeit weiterzuentwickeln.

Neugier, Offenheit und Begeisterungsfähigkeit sind Eigenschaften, die Ihnen helfen, auf neue und überraschende Ideen zu kommen.

Was brauchen wir, um diese Fähigkeiten zu erwerben?

Zweifellos eine starke Motivation. Eine gute Allgemeinbildung ist nützlich.

Neugierde auf alles und jedes Thema ist essenziell. Wir sollten bewusst und aufmerksam beobachten. Alles, wirklich alles, kann von Interesse sein.

Seien Sie dabei immer so **konkret** wie möglich – niemals abstrakt. Generell sollten wir der Abstraktion misstrauen. Abstraktionen sind bequem, weil sie keine Details erfordern.

„Jemand, der einen Fischadler nicht von einer Meise unterscheiden kann, wird sich freuen, dass es Vögel gibt“.

Trainieren Sie Offenheit ...

Versuchen Sie, im größten Schwachsinn einen Sinn zu sehen.

Nach einer Weile führt dieses Verfahren der permanenten Neugier so hoffentlich zu einem breiten Wissen über beispielsweise :

Maserati-Fahrzeuge, Differenzialrechnung, Irish Whiskey, Brad Pitts Privatangelegenheiten oder tibetanische Terrier ... Nutzloses Wissen macht großen Spaß! Um effektiv auf Ideen zu kommen, hilft es ungemein, einen Wissensschatz aufzubauen. Und zwar einen Schatz breiten Wissens.

Vielseitig interessierte Menschen, die viel wissen, kommen einfach schneller auf interessante, neue Verknüpfungen. Und wir wollen schließlich Dinge neu kombinieren, um Lösungen zu finden, auf die noch niemand gekommen ist.

Und wir müssen **offen** sein, um **divergentes Denken** zu erreichen. Wir öffnen unseren Geist für viele verschiedene Dinge. Wir konzentrieren uns nicht auf einen bestimmten Bereich. Wir wollen neue **Verbindungen** finden. Seien Sie bitte so aufgeschlossen wie irgend möglich, und versuchen Sie es (immer) weiter.

Werden Sie **begeisterungsfähiger**. Wir müssen leicht zu begeistern sein. Ein Mangel an Begeisterung verhindert sehr oft die Geburt von Ideen.

- ▶ Mihály Csíkszentmihályi (*1934), gilt als der Begründer der Flow-Theorie. Er hat zehn Dimensionen der Komplexität beschrieben. Seine Studien berufen sich auf Interviews mit kreativen Persönlichkeiten. Ein Zitat von Csíkszentmihályi: „Kreative Personen vereinen widersprüchliche Extreme in sich - sie bilden keine 'individuelle Einheit', sondern eine 'individuelle Vielheit'. Kreative neigen dazu, das gesamte Spektrum menschlicher Möglichkeiten in sich zu vereinen.“
- ▶ Prof. **Peter Kruse** (1955-2015) vertrat den Standpunkt, dass wir Kreativität nicht direkt hervorrufen können. Wir können jedoch Rahmenbedingungen schaffen, die Kreativität fördern. Eine dieser Möglichkeiten wird als **Diversity** (Vielfalt) bezeichnet: Die Unterschiede in einem System sollten erhöht werden, um interne Spannungen zu erzeugen. Systeme mit Spannungsverhältnissen provozieren instabile Phasen, und diese wiederum fördern die Möglichkeit

Lesetipp:

Mihály Csíkszentmihályi,
Kreativität -

Wie Sie das Unmögliche schaffen
und Ihre Grenzen überwinden

Schaffen Sie Spannungs- verhältnisse:

Binden Sie die Armbanduhr
verkehrt herum um. Telefonieren
Sie mit dem Handy mit der Tastatur
auf dem Kopf. Lesen Sie rückwärts.
Vertreten Sie einmal Positionen, die
das Gegenteil von dem sind, was Sie
eigentlich denken.

Spannung bringt Ihre Kreativität in
Schwung.

zum Übergang in neue Muster (Kruse). Das nennen wir Kreativität. Neues entsteht also aus **Widerspruch**, nicht aus Harmonie. Stabile Zustände sollten aufgelöst werden, wenn man auf Ideen kommen möchte. Nach Kruse ist der einzelne Kreative ein Künstler, der die Schmerzen der internen Spannung und Instabilität so gut erträgt, dass er kreativ wird. Kreativität ist somit weniger eine Kompetenz denn ein Prozess.

Selbstanalyse

Überlegen Sie, welche Dinge Sie immer wiederholen.

Gehen Sie gern zum Griechen, sind dort Stammkunde? Schluss damit! Ab sofort werden neue Restaurants ausprobiert!

Lieben Sie Rindfleisch? Versuchen Sie mal, eine Woche vegetarisch zu essen.

Leben ändern mit Spaß

Wir haben von Csikszentmihályi erfahren, was sie denn ausmacht, die kreative Persönlichkeit. Wir wissen also, wie wir werden wollen. Und von Kruse haben wir erfahren, dass unsere Kreativität auf Instabilität basiert und genau dann gesteigert werden kann, wenn wir weniger Routinen durchlaufen, weniger immer dasselbe tun. Stellen Sie also alle regelmäßigen Verhaltensweisen auf den Prüfstand. Alles, was nicht lebensnotwendig ist, wird hinterfragt oder geändert. Unbequem? Genau, aber da müssen Sie durch! Wir erzeugen so künstlich Spannung und Instabilität in unserem Verhalten und erfahren zwangsläufig neue Aspekte und erleben eine andere Welt.

Vergessen Sie dabei nicht: Es geht hier nicht darum, mit allem Liebgewonnenen zu brechen. Ihr Ziel sollte es vielmehr sein, Ihr Leben durch neue Aspekte zu bereichern. Versuchen Sie, jeden Tag etwas Neues zu erleben. Warten Sie nicht. Beginnen Sie morgen!

Es hilft auch, **langweilige** Dinge zu tun oder etwas, das nicht Ihre volle Aufmerksamkeit braucht: Kartoffeln schälen, im Auto herumfahren ...

Auf diese Weise geben Sie Ihrem Gehirn die Chance, in den Tagtraum-Modus zu wechseln.

Angst ist das Gegenteil von Kreativität

Angst schaltet Ihr Gehirn in den Spot-Modus. Das ist vernünftig. Wenn man einem Löwen im Busch begegnet, ist definitiv nicht der richtige Zeitpunkt für philosophische Gedanken oder Tagträume. In einer solchen Situation sollte Ihr Gehirn zügig sämtliches Wissen über Löwenkontakte und absolut nichts ande-

res herunterladen: „Kein Laufen, kein Augenkontakt, langsam rückwärts bewegen ... sonst sieht er Sie als Beute.“

In einer Angstsituation können wir nicht kreativ sein.

Ich bin der festen Überzeugung, dass die Art und Weise, wie wir junge Menschen in Schulen unterrichten, den Einfallsreichtum beeinträchtigt. Schülerinnen und Schüler verlieren ihre Fähigkeit zur Kreativität, einfach weil unsere Lehrmethoden Innovation und Kreativität nicht gerade stimulieren.

Die Forschung hat gezeigt, dass Lehrer Eigenschaften bevorzugen, die der Kreativität zuwiderzulaufen, wie zum Beispiel Konformität und die bedingungslose Akzeptanz von Autorität.

Muße

Es ist nett, sich der Muße hinzugeben. Unser Gehirn braucht diese Phasen des Nichtstuns, um sich zu sortieren. All die neuen Eindrücke, die wir gesammelt haben, müssen mit dem vorhandenen Wissen verbunden werden.

Ohne Entspannung, ohne „Laufenlassen“, kann nichts Neues entstehen. Schalten Sie doch einfach mal das Licht aus. Im Dunkeln lässt sich gut denken.

„Offenbar versichern wir uns im Leerlauf unbewusst unserer Geschichte und eigenen Identität und legen so erst die Grundlage für unser Selbstgefühl.“

Das ist ein Zitat aus dem Buch „Muße: Vom Glück des Nichtstuns“ von Ulrich Schnabel.

Es ist sinnvoll, Mußezeiten zu planen, bis sie wieder ein selbstverständlicher Bestandteil unseres Lebens sind.

Lesetipp:

Ulrich Schnabel.

Muße: Vom Glück des Nichtstuns

Aktives Tagträumen

Tagträumen macht kreativ. „Stellen Sie sich vor, Sie wären ...“, so oder so ähnlich starten Sie in eine andere Welt.

Entscheidend ist meiner Meinung nach, dass Sie es zulassen, dass Sie Ihre Tagträume **aktiv** befördern, auch wenn unsere Gesellschaft und Bildungssysteme genau zum Gegenteil erziehen.

Assoziation

Beispiel:

Das geht in die Hose.

Das fährt vor die Wand.

Die Wand steht am Ende des Flures.

Das Pferd steht auf dem Flur.

Was ist schon ein Flur?

Auf weiter Flur.

...

Warum hat das Pferd eine Hose an?

Einfach laufen lassen!

Für manche Menschen ist das ziemlich schwer.

Wir starten mit „Hundefutter“ - schreiben Sie zehn Assoziationen auf.

Synonyme

Trainieren Sie Ihre Sprachfähigkeit. Finden Sie Wörter, die (fast) das Gleiche bedeuten:

Bsp.: Hund

- Kläffer, Töle, Wauwau etc.

Jetzt Sie!

Haus, Kuchen, Fußballmannschaft etc.

Freies Assoziieren

In der Psychologie versteht man unter Assoziation die Verknüpfung von Vorstellungen, von denen eine die andere hervorruft, zum Beispiel: Jemand sieht ein Flugzeug und denkt an einen Strand.

Freies Assoziieren heißt, alles aussprechen, was man gerade erlebt und wahrnimmt. Als Kreativitätsmethode kann das sehr erfolgreich sein.

Die normalen Filter Logik, Vernunft, Erfahrung, Realität, Moral, Ideale, Selbstbild und Stolz können bis zu 90% der Ideen, Fantasien, Einfälle und Gedanken unterdrücken.

Freies Assoziieren in der Praxis bedeutet also, alles auszusprechen, was man wahrnimmt: Das ist leichter gesagt, als getan. Die meisten Menschen müssen das erst lernen.

Drei Arten von Kreativität

Ich unterscheide drei Arten von Kreativität:

die **sprachliche**, die **visuelle** und die **konzeptionelle** Kreativität.

Sprachliche Kreativität bedeutet, mit Sprache einfallsreich umzugehen und sich der Kraft und Wirkung von Formulierungen zuzuwenden.

Creative Writing ist in den angelsächsischen Ländern weit verbreitet. Sprachliche Kreativität kann methodisch entwickelt werden.

In Deutschland findet das kreative Schreiben erst langsam Verbreitung.

Vielen Menschen wird das Schreiben in der Schulzeit verleidet. Das festigt die Meinung, nicht richtig schreiben zu können.

Visuelle Kreativität bedeutet: Denken in Bildern. In der Erinnerung oder nachts beim Träumen erleben Sie Filmszenen und lesen keine Texte. Bilder sind anschaulicher als Wörter, überzeugen eher und werden viel schneller verstanden.

Visual Thinking, zu deutsch „Visuelles Denken“, ist eine Methode, Informationen, Ideen, Gedanken und Sachverhalte, in bildlicher Form zu strukturieren und zu kommunizieren, um einheitliches Verständnis zu erzielen.

Konzeptionelle Kreativität beschreibt einen größeren Ablauf, der unter Umständen eine Vielzahl von Ideen beinhaltet. Egal ob man einen Text schreiben, einen Film drehen, einen Radiospot aufnehmen, ein Projekt beantragen oder eine Veranstaltung planen will, ein klar ausgearbeitetes Konzept muss her. Konzepte sind also wichtig. Trotzdem scheuen viele Menschen davor zurück, Konzepte zu schreiben. Das Erstellen eines Konzepts ist kein Riesensproblem, sondern erlernbar.

Kultur des Scheiterns

Oft hindern uns innere oder äußere Umstände, kreativ zu werden. Ein potenzieller Ideenerfinder wird gern und häufig ausgebremst. Kaum ist eine Idee aufgekeimt, wird sie von uns schon kritisiert und anschließend verworfen. Wir sind zu **voreilig**.

Trennen Sie Ideensuche und Analyse strikt voneinander. Machen Sie es wie in einem guten Brainstorming und praktizieren Sie Arbeitsteilung. Das Prinzip lautet, in einem ersten Schritt alle Ideen völlig unkritisch zu sammeln. Erst in einem zweiten Schritt dürfen diese dann bewertet werden.

Nicht jeder Ihrer Sätze muss beim ersten Anlauf perfekt formuliert sein, Ihr Text braucht nicht sofort mit allen Details ausgestattet zu sein. Schreiben Sie auf, was Ihnen in den Sinn kommt. Danach können Sie immer noch korrigieren. Machen Sie nicht alles auf einmal. Erst völlig offen visualisieren, verbinden, verknüpfen, sammeln und später für gut oder schlecht befinden.

Schwierigkeiten produzieren häufig jene Zeitgenossen, die unsere Ideen niedermachen, kurz nachdem wir sie ausgesprochen haben. Die Welt ist voll von Bremsern und Menschen, die Innovation verhindern möchten. Niemand freut sich, wenn Sie auf einmal alles anders machen wollen.

Kreative werden deshalb gern als „Spinner“ bezeichnet und nicht ernst genommen.

Bewundert werden sie als Mensch mit tollen Einfällen ausschließlich dann, wenn ihre Ideen **Erfolg** haben. Dummerweise ist dieser höchst ungewiss. Bei Weitem nicht jede neue Idee wird ein Erfolg.

Umgekehrt heißt dies leider, dass Sie sich für die meisten Ihrer Ideen auslachen lassen müssen. So bedarf es eines gehörigen Maßes an **Disziplin** und **Standhaftigkeit**, trotz der vielen Misserfolge immer weiter neue Ideen zu produzieren.

Überhaupt sollten Sie sich vergegenwärtigen, dass das **Scheitern Teil des Prozesses** ist. Für eine gute Idee muss man viele mittelmäßige verwerfen und die Kraft aufbringen, immer wieder neu zu denken.

Auch versteht unsere Umwelt nie, wie viel Zeit und Mühe es kostet, Ideen zu entwickeln. Chefs hätten es gern, dass nach einem halbstündigen Brainstorming die durchschlagende neue Idee auf dem Tisch liegt. Das klappt jedoch nicht.

Bedenkenträger

Jeder kennt sie, diese Menschen, die ewig zweifeln und jedwede Veränderung bekämpfen. Kaum ist der Vorschlag gemacht, die Idee das erste Mal kommuniziert worden, melden sie sich zu Wort. Es ist schrecklich:

„Das kann nicht funktionieren, weil ...“

„Das erscheint mir schwer umsetzbar ...“

„Aber das war schon immer so ...“

Sobald klar ist, dass eine Neuerung, Idee oder Veränderung nicht funktioniert, sehen sie sich anschließend bestätigt und erklären, dass sie es ja gleich gewusst hätten.

Dummerweise sind die meisten Ideen auch nicht erfolgreich. Auf gar keinen Fall sind sie es sofort, sodass sich unsere Bedenkenträger häufig bestätigt sehen. Das darf Sie nicht frustrieren. Es braucht viele Anläufe, eine gute Ausdauer und vor allem nach jedem Scheitern eine neue, verbesserte Idee. Pauschal alles ablehnen ist der einfache Weg und zugleich ausgesprochen destruktiv. Der klassische Bedenkenträger hat große Angst zu scheitern, weil er das nicht aushalten kann.

Er (oder sie) wird niemals Verbesserungsvorschläge oder eigene Ideen äußern, wohl aber jede einzelne Ihrer Ideen zu zerpfücken suchen. Versuchen Sie, solche Menschen zu bedauern.

Ideen und Demokratie

Gute Ideen erkennt man daran, dass sie in einer Gruppe fast immer eine polarisierte Bewertung auslösen. Es gibt häufig sofort erbitterte Gegner und begeisterte Befürworter. Ideen, die so eine Reaktion hervorrufen, sind innovativ.

Gruppen hingegen bevorzugen mittelmäßige Ideen: Ein Teil der Gruppe sieht große Vorteile, Innovation etc. und wertet positiv. Ein anderer Teil der Gruppe, die Zweifler, sehen Schwierigkeiten und glauben nicht an ihre Machbarkeit oder Durchsetzbarkeit. Ein diffuser Rest ist überfordert und kann sich die Umsetzung nicht vorstellen. Dieser Teil der Gruppe schlägt sich dann bei einer Abstimmung gern auf die Seite der Gegner. Auf sich allein gestellt würde die Gruppe also niemals die beste Idee auswählen. Meist werden weniger gute, aber dafür konsensfähige Ideen zu Siegern erklärt. Daher sollte eine Bewertung, die das Ziel hat, die innovativste Idee zu finden, nicht durch Abstimmung entschieden werden.

Es braucht einen Entscheider oder eine Entscheiderin, die ausreichend Rückgrad hat, die Idee durchzusetzen, und auch bereit ist, die Verantwortung zu übernehmen.

Ein schönes Beispiel dafür ist die Hamburger Elbphilharmonie, von den Hamburgern liebevoll Elphi genannt. Hier wurde ein beeindruckendes Wahrzeichen geschaffen, auf das die Bevölkerung mittlerweile stolz ist. Hätte man allerdings vor dem Bau eine Volksabstimmung über dieses Projekt durchgeführt, und womöglich die Menschen auch noch über die tatsächlichen Kosten aufgeklärt, so wäre dieses Bauwerk niemals entstanden.

Sie sehen also, richtig gute Ideen brauchen richtig **mutige** Entscheidungen und die Kompetenz, das zu tun. In diesem Fall bringt eine demokratische Entscheidung keine guten Ergebnisse.