

Kreativitätstechniken: Übersicht der Beispiele

Obwohl es ja eigentlich um Neuer und extraordinäre Ideen geht, laufen Kreativprozesse doch meist nach demselben Schema ab - jedenfalls, wenn sie geplant sind und Sie der Geistesblitz nicht zufällig heimsucht:

- Alles beginnt mit der Analyse des Ist-Zustands: Was ist die Ausgangslage? Wo liegt das Problem?
- Darauf folgt die sogenannte Zieldefinition: Wo wollen Sie hin? Was sollen die neuen Ideen leisten? Diese Phase ist wichtig, damit Sie eine Richtung für Ihre Ideen bekommen.
- Nun kommt die Teamzusammenstellung: Laden Sie nicht alle Kollegen zum Brainstorming ein. Wählen Sie die Leute nach Ihren Stärken aus (siehe auch Rollen-Techniken unten). Kleine Teams sind dabei oft produktiver.
- Jetzt geht es ans Eingemachte und in die eigentliche Kreativphase: Ab diesem Zeitpunkt gilt Quantität vor Qualität! Generieren Sie so viele Ideen, wie möglich. Und natürlich sollte jeder die Chance haben, sich zu beteiligen - egal, ob Chef oder Praktikant. Kritik und Kommentare sind absolut tabu. Ausgewählt wird später.
- Nämlich jetzt - in der sogenannten Selektionsphase. Nun schauen Sie sich alle Ideen und Vorschläge an: Welche sind brauchbar, welche nicht? Diskutieren Sie gemeinsam über die Umsetzbarkeit und wählen Sie die Favoriten aus. Übergehen Sie Eitelkeiten von Kollegen, die ihre Idee durchboxen wollen. Die beste gewinnt.
- Am Schluss steht die Ausarbeitungsphase. Aus Ideen werden Innovationen. Leiten Sie die nächsten Schritte zur Umsetzung ab, verteilen Sie die Aufgaben und verbessern Sie die Details.

Das Prinzip dieses Phasenschemas haben sich auch zahlreiche namhafte Kreativitätstechniken zunutze gemacht. Die bewährtesten Techniken stellen wir Ihnen in der folgenden Übersicht vor (die Reihenfolge stellt keine Wertung dar):

Kreativtechnik: Mindmapping

Einer der Klassiker unter den Kreativitätstechniken. Mit einer Art Karte werden die Gedanken strukturiert und Ideen visualisiert. Es wird ein zentrales Thema festgelegt und weitere Ideen drumherum gesammelt. Auf diese Weise können Verbindungen hergestellt werden und Zusammenhänge werden sichtbar. Wichtig dabei ist jedoch, dass nur mit Schlüsselbegriffen gearbeitet wird. Auf Detailbeschreibungen sollte verzichtet werden.

Kreativtechnik: Brainwriting

Dabei handelt es sich um eine Technik, die ähnlich wie das Brainstorming funktioniert. Das Brainstorming bietet vor allem extrovertierten Teilnehmern die Chance, sich einzubringen. Das Brainwriting hingegen bezieht alle mit ein: Hierfür sitzen alle Anwesenden im Kreis um einen Tisch. Jeder schreibt seine Ideen ganz oben auf ein DIN-A4-Blatt. Nach 5 bis 10 Minuten werden die

Kreativitätstechniken: Übersicht der Beispiele

Ideen an den linken Tischnachbarn weitergegeben. Dieser ergänzt die Idee mit seinen Gedanken. Jede Idee wird solange weitergereicht bis jeder die Gelegenheit hatte, alle Ideen zu ergänzen. Die aufgeschriebenen Skizzen bilden danach eine Diskussionsgrundlage.

Kreativtechnik: Brainwalking

Diese Methode ist eine Abwandlung des Brainwriting und macht sich die Tatsache zu nutze, dass Bewegung den Kopf frei macht und Raum für Kreativität schafft. Hierfür werden Flipcharts an verschiedenen Stellen über ein weiträumiges Gebiet verteilt. Jeder Teilnehmer wandert die einzelnen Stationen ab und ergänzt die Flipcharts mit den eigenen Einfällen. Die Ergebnisse werden im Anschluss diskutiert.

Kreativtechnik: Walt Disney Methode

Sie geht tatsächlich auf den Schöpfer von Micky Maus, Donald Duck, Goofy & Co. zurück. Der US-Filmproduzent entwickelte diese Methode, um Denkblockaden zu überwinden.

Dazu schlüpfen die Teilnehmer in drei verschiedene Rollen: den Träumer, den Realisten und den Kritiker. Die Teilnehmer nehmen während der Ideenfindung abwechselnd jede Rolle an und argumentieren aus dieser speziellen Sichtweise. Damit das funktioniert, sollte die Größe der Gruppe neun Personen nicht überschreiten.

Begonnen wird mit der Rolle des Träumers: Er denkt chaotisch und visionär und lässt sich weder durch (logische) Regeln noch Traditionen einschränken.

Der Realist konzentriert sich danach auf das Machbare – jedoch mit viel gutem Willen: Falls die Idee des Träumers umgesetzt würde, was wäre dazu nötig? Was würde es kosten? Wichtig ist, dass der Realist stets vor dem Kritiker gehört wird. So bekommt die Vision die Chance, ihr Potenzial zu zeigen.

Erst dann schlägt der Kritiker zu, stellt konstruktive (!) Fragen, prüft, analysiert und verbessert das vorläufige Ergebnis. Danach beginnt der Prozess von vorne, der Kritiker übergibt die Lösung zurück an den Träumer, der sie weiterspinnt und so weiter.

Sobald der Kritiker keine offenen Fragen mehr hat, der Realist von dem Gelingen des Projekts überzeugt und der Träumer von dessen Strahlkraft begeistert ist, liegt ein optimales Ergebnis vor.

Kreativtechnik: De Bono Hüte

Diese Methode funktioniert ähnlich wie die Walt-Disney-Methode, auch hierbei werden verschiedene Rollen eingenommen. Der britische Psychologe und renommierten Lehrer für kreatives Denken, Edward de Bono, erweiterte

Kreativitätstechniken: Übersicht der Beispiele

Disneys Modell jedoch auf sechs Perspektiven und wies ihnen verschiedenfarbige Hüte zu:

- **Weiß:** Dieser Typ betrachtet die Fakten – nüchtern, analytisch, wertfrei. Er sammelt Informationen und verschafft sich einen Überblick.
- **Rot:** Ein Bauchmensch. Dieser Typ ist nicht rational, sondern emotional, intuitiv. Er hört auf seine innere Stimme und bewertet so die Fakten, etwa die des weißen Typs.
- **Schwarz:** Der Kritiker. Skepsis bestimmt sein Denken: Wo lauern unbedachte Risiken und Gefahren? Was spricht gegen das Projekt? Objektiv – nicht gefühlt.
- **Gelb:** Dieser Typ ist das genaue Gegenteil des Schwarzmalers. Er ist ein Optimist, sucht und formuliert Chancen. Jedoch ohne Euphorie. Die obliegt allein dem Typ Rot.
- **Grün:** Der Kreative hat einfach immer Ideen. Die sind verrückt und nicht immer gut, aber Dank seiner assoziativen Gedanken beflügelt er den Geist der anderen und bringt sie auf bisher unbedachte Lösungen.
- **Blau:** Er ordnet alles, moderiert, dirigiert, entscheidet. Dieser Typ behält immer einen unabhängigen Überblick und sucht das beste Ergebnis – das aber nicht zwingend auf seinem Mist gewachsen sein muss.

Selbst wenn nicht alle Farbtypen in einem Team vertreten sind, lassen sich mit dieser Technik zumindest kreative Prozesse anstoßen, indem Sie entweder a) verschiedenen Kollegen jeweils eine Farbe und Eigenschaft bewusst zuordnen, b) das Team nach genau diesen Stärken zusammenstellen oder c) alle mal reihum verschiedene Hüte aufsetzen. Nur bitte nicht sprichwörtlich, sonst sind die Kollegen vor Ihrer Karnevaltruppe bald auf der Hut.

Eine neuere Erweiterung der Teamrollen stammt indes von dem britischen Psychologie-Professor Meredith Belbin. Er formulierte ganze 9 Perspektiven - die Belbin Teamrollen.

Kreativtechnik: Osborn-Methode

Der Mitbegründer der Werbeagentur BDO (später BBDO), Alex Osborn, gilt nicht nur als Urvater des Brainstormings, sondern auch als Entwickler einer weiteren Kreativitätstechnik, die heute seinen Namen trägt: Es ist eine Art Fragenkaskade, um Assoziationen im geschäftlichen oder auch privaten Umfeld zu fördern. Die Fragen lauten:

- Wofür kann ich es noch verwenden?
- Kann ich es anders einsetzen?
- Weist das Problem auf andere Ideen hin?
- Ist es etwas anderem ähnlich?
- Was lässt sich ändern?
- Welche Eigenschaften lassen sich umgestalten?
- Lässt sich etwas vergrößern, hinzufügen, vervielfältigen?
- Lässt sich etwas verkleinern, wegnehmen, verkürzen?

Kreativitätstechniken: Übersicht der Beispiele

- Was kann ersetzt werden?
- Welche Bedingungen können geändert werden?
- Kann die Reihenfolge oder Struktur geändert werden?
- Kann die Idee ins Gegenteil gekehrt werden?
- Kann der Ablauf umgekehrt werden?
- Können Ideen kombiniert oder Personen verbunden werden?

Eine noch detaillierte Liste von Fragen wird in der Osborn-Checkliste genannt. Diese sollen etwa auf Karten geschrieben und zufällig gezogen, beziehungsweise spontan beantwortet werden.

Kreativtechnik: SCAMPER

Auch diese Kreativtechnik arbeitet mit einer Checkliste aus verschiedenen Fragen und ist damit mit der Osborn-Methode verwandt. Der Begriff selbst ist ein Akronym, das sich aus den englischen Begriffen zusammensetzt, die ihr Erfinder, Bob Eberle, damals kombinierte:

- **Substitute** - Welche Komponenten, Materialien, Personen lassen sich ersetzen?
- **Combine** - Welche Funktionen, Angebote, Dienstleistungen überschneiden sich oder lassen sich kombinieren?
- **Adapt** - Welche zusätzlichen Elemente können ergänzt werden?
- **Modify** - Lassen sich Farben, Größe, Materialien, Menüpunkte modifizieren?
- **Put to other purposes** - Wie kann man Vorhandenes noch nutzen?
- **Eliminate** - Weniger ist mehr: Welche Elemente/Komponenten lassen sich entfernen, vereinfachen, reduzieren?
- **Reverse** - Lassen sich Elemente auch entgegengesetzt nutzen oder die Reihenfolge ändern?

Was auf den ersten Blick vielleicht etwas trivial wirkt, hat es jedoch in sich: Was die Kreativtechnik so effektiv macht, ist der provozierte Perspektivwechsel der den Fragen innewohnt. Sie stellen damit alles, was Sie bisher als normal oder gegeben hingenommen haben noch einmal infrage oder gar auf den Kopf.

EXTRATIPP:

Ist für eine Kreativsitzung keine Zeit, doch Sie brauchen dennoch Input von außen, um auf Ideen zu kommen, sollten Sie Twitter nutzen. Unter dem Hashtag "Followerpower" können Sie um Ideen und Vorschläge bitten.