

Meine 10 Lieblings-Ideenbeschleuniger

von Bernhard Wolff

Das Grundgrundgrund-Prinzip der Kreativität

von Bernhard Wolff

Was ist eigentlich das Neue? Das Neue ist eigentlich immer eine Kombination aus Dingen, die es schon gibt. Irgendwann hat jemand den Koffer und das Rad kombiniert, erfunden war der Rollkoffer. Inzwischen kombinieren Rimowa, T-Systems und Airbus ihre Produkte und Konzepte miteinander und bieten den „BAG2GO“ an: den Koffer, der vollautomatisch von Tür zu Tür reisen kann, weil er über ein entsprechendes Funk- und Software-Modul verfügt. Dieser Koffer lässt sich jederzeit weltweit orten, und er wiegt sich sogar von allein. Das ist die hohe Schule des Kombinierens.

Stellen Sie sich bitte mal eine Tapete vor und einen Fernseher. Und jetzt kombinieren Sie beides miteinander: Eine Tapete die ihre Muster wechseln und sogar Bilder und Filme zeigen kann! Auch diese Kombination ist wahrscheinlich bald Wirklichkeit. Kombinieren ist das kreative Grundprinzip schlechthin. Sie können privat und im Job viele Dinge neu erfinden, indem Sie neu kombinieren: Morgens vorm Kleiderschrank die Klamotten, beim Kochen die Zutaten, im Fitnessstudio die Übungen, im Büro die Kollegen. Ja, eine neue Kombination von Kollegen in einem Team kann Wunder wirken. Meine Lieblingskombination für den Sommer: das Grillboot. Ein richtiger Grill installiert auf einem runden Schlauchboot. Ein riesen Spaß! Und lässt sich wunderbar kombinieren - mit einem Sprung ins kalte Wasser. Und jetzt sind Sie dran, mit dem Neukombinieren. Viel Spaß.

Erfinden trainieren

Mit einem ganz einfachen Spiel können Sie in einer kleinen Gruppe kreatives Erfinden trainieren: Jeder notiert einige Objekte oder Produkte auf einzelne Zettel. Die Zettel werden gut gemischt, dann werden zwei Zettel gezogen. Jetzt lautet die gemeinsame Aufgabe, die gezogenen Objekte oder Produkte zu kombinieren - und auf diesem Wege etwas Neues zu erfinden. So gewinnen Sie Impulse für Innovationen.

Zwölfmeterschießen – ein sportlicher Kreativitätstest

Stellen Sie sich vor, Sie dürften Fußballregeln neu erfinden. Zum Beispiel: Wie könnte man ein Unentschieden noch entscheiden außer durch Elfmeterschießen? Was fällt Ihnen dazu ein? Vielleicht gewinnt die Mannschaft, die länger im Ballbesitz war? Oder die Zuschauer dürfen per Applaus abstimmen? Oder die Kapitäne spielen Schnick-Schnack-Schnuck? Schreiben Sie mal eine Minute lang alles auf, was Ihnen in den Sinn kommt. Beim Schreiben werden Sie bemerken, dass Sie automatisch dazu neigen, jede Idee sofort zu bewerten, jede Idee auf „Machbarkeit“ hin zu überprüfen. Aber genau das ist falsch. In der Phase der Ideenfindung muss die Bewertung zurückgestellt werden. Das gilt für jedes gute Brainstorming. Perfektionieren können Sie Ihre Ideen später noch.

Übrigens: Ihre Liste verrät viel darüber, wie kreativ Sie tatsächlich sind. Es gibt für die Bewertung drei zentrale Kriterien, die auf den Urvater der Kreativitätsforschung, den US-Amerikaner J.P. Guilford, zurückgehen: Originality, Flexibility und Fluency. Originality bedeutet: Sie sind kreativ, wenn Ihre Ideen möglichst weit von der Ursprungslösung entfernt sind. Wenn wir über Elfmeterschießen reden, und Sie haben Zwölfmeterschießen notiert, dann ist das leider nicht besonders weit von der Ursprungslösung entfernt! Flexibility bedeutet: Sie sind kreativ, wenn Ihre Ideen möglichst unterschiedlich voneinander sind - und nicht derselben Kategorie angehören. Streichholzziehen, Würfeln und Flaschendreher sind zwar schöne Ideen, gehören aber alle der Kategorie der Zufallsentscheidungen an. Und Fluency bedeutet: Sie sind kreativ, wenn Sie in begrenzter Zeit eine große Menge an Ideen produzieren können, möglichst flüssig, ohne ins Stocken zu kommen. In 60 Sekunden findet ein kreativer Kopf locker 6-7 Alternativen zum Elfmeterschießen. Versuchen Sie doch beim nächsten Brainstorming mal, alle drei Kriterien bewusst zu berücksichtigen!

Drei Grundregeln des kreativen Denkens

Möglichst weit weg denken von der Standardlösung

Möglichst unterschiedliche Denkrichtungen einschlagen

Möglichst viele Ideen und Alternativen spinnen

Der beknackte Klopapier-Test

Menschen lieben Tests, die etwas über die Persönlichkeit aussagen: wie intelligent man ist, wie fit man ist, was für ein Typ man ist. Sie können aber auch testen, wie kreativ Sie sind. Zum Beispiel mit dem sogenannten „Unusual Uses Test“. Sinngemäß übersetzt: Den Test der ungewöhnlichen Verwendungen. Die Aufgabe ist, für einen gewöhnlichen Gegenstand möglichst viele ungewöhnliche Verwendungen zu erfinden. Was kann man noch machen mit einer Büroklammer, außer Papier zusammen zu klammern? Was kann man noch machen mit einem Quadratmeter Alufolie, außer Lebensmittel einzuwickeln? Was kann man noch machen mit einer Rolle Klopapier, außer... - Sie wissen schon!

Probieren Sie es aus: Wählen Sie irgendeinen Alltagsgegenstand, und schreiben Sie in 120 Sekunden möglichst viele ungewöhnliche Verwendungen auf. Sie kommen übrigens schnell auf Einfälle, indem Sie sich den Gegenstand in anderen Umgebungen vorstellen. Eine Kokosnuss auf dem Sportplatz? Wird zum Fußball! Besonders viel Spaß macht das Ganze als Spiel im Familien- oder Freundeskreis. Sie finden dann schnell heraus, wer der kreativste Querdenker ist.

Kreative Verwendungen für eine Rolle Klopapier?

Ausrollen und einen Parkplatz markieren
Jemanden als Mumie einwickeln
Als Notizzettel zum Abreißen verwenden
Als Grillanzünder benutzen
Mit Absicht ein Rohr verstopfen
Als Schmuck über den Tannenbaum hängen
Völkerball spielen
Mülleimerzielwerfen
Und vieles mehr...

Der Schritt-Zurück-Effekt

Häufig finden wir keine optimale Lösung, weil wir zu dicht am Problem kleben. Ein Beispiel. Sie bauen gerade eine Wohnung und fragen sich: „Welche Art Tür passt am besten zwischen diese beiden Zimmer?“ Einen Schritt zurück gedacht, lautet die Frage ganz anders, nämlich: „Wie könnte eine Verbindung zwischen diesen beiden Räumen aussehen?“ Sie wechseln also in die nächsthöhere Kategorie, statt am Problem zu kleben. Und sofort kommen Ihnen viel mehr Ideen als einfach nur eine Tür: vom Vorhang, über die Glaswand bis hin zum Bücherregal als Raumteiler.

Einen Schritt zurück zu machen, vom Problem weg, ist immer dann hilfreich, wenn Sie sich in ein Problem verbissen haben. Dieser Schritt zurück kann auch bedeuten, dass Sie eine Pause einlegen, statt krampfhaft weiter nach der Lösung zu suchen. Dieser Schritt zurück kann bedeuten, dass Sie einen Menschen weniger oft sehen und sich Freiräume zugestehen - falls es sich um ein Beziehungsproblem handelt. Und dieser Schritt zurück kann bedeuten, dass Sie räumlich auf Abstand zum Problem gehen und in einer ganz anderen Umgebung die Ideensuche fortsetzen. Jede Art von Abstand reduziert den Stress, den uns ein Problem bereiten kann. Und wenn kreatives Denken einen natürlichen Feind hat, dann ist es Stress.

(Merksatz)

Machen Sie einen Schritt zurück, statt am Problem zu kleben. Dann sehen Sie die Lösung viel schneller.

Die Siegfried & Roy-Methode

Zu den kreativsten Menschen überhaupt zählen Zauberkünstler. Warum das? Zauberer denken sich irgendwas völlig Unmögliches aus. Und dann finden Sie eine Lösung, dieses völlig Unmögliche möglich zu machen. Zauberkünstler denken vom Ergebnis her, vom Verblüffungsmoment des Zuschauers her. Und genau das ist der Trick!

Das Kaninchen soll verschwinden? Okay! Wo ist Platz für den doppelten Boden? Die Jungfrau soll schweben? Okay! Wie bauen wir eine unsichtbare Halterung? Der Zuschauer soll das Herz Ass ziehen? Okay! Wie kann man seine scheinbar freie Wahl beeinflussen? Denken Sie wie ein Zauberkünstler. Denken Sie immer zuerst das scheinbar Unmögliche. Und fragen Sie sich erst im zweiten Schritt, wie Sie zum Ziel kommen. Denn wer nur das bereits Mögliche denkt, der schafft nichts Neues.

Als Kind habe ich in der Fußgängerzone von Lübeck meinen ersten Zauberkünstler live erlebt: Der ältere Herr hat Kartentricks vorgeführt, und die präparierten Spiele für viel Geld verkauft. Ich habe mein gesamtes Taschengeld investiert – und ohne dass es mir bewusst war: in meine Zukunft. Denn als Zauberkünstler habe ich neben meinem Studium die professionelle Arbeit auf der Bühne erlernt. Absoluter Höhepunkt dieser Zeit war eine Einladung von Siegfried & Roy nach Las Vegas. Hier konnte ich das kreative Wirken der beiden Superstars der Zauberkunst hautnah erleben und studieren.

Sie sind eingeladen zu einem kleinen Gedankenspiel: Stellen Sie sich vor, Sie nehmen an der Weltmeisterschaft der Zauberkünstler teil. Und Sie haben 10 Minuten lang Zeit, Ihre sensationelle neue Zaubernummer zu präsentieren. Was passiert in dieser Zaubernummer? Was hat die Welt noch nicht gesehen? Worüber würden die Zuschauer im Publikum wirklich noch staunen?

Die Bekannt-ist-King-Falle

„Lieber ein bekanntes Elend als eine unbekannte Freude“. Das sagt der Volksmund. Oder konkreter: Das denkt das Volkshirn. Wir bevorzugen, was wir kennen. Das gilt häufig sogar, wenn uns dadurch ein möglicher Nutzen oder Vorteil durch die Lappen geht.

Eine Erklärung für dieses Phänomen liefern die Studien des US-amerikanischen Psychologen Robert Boleslaw Zajonc zum sogenannten „Mere-Exposure-Effekt“: Nach wiederholter Wahrnehmung einer Sache bewerten wir diese tendenziell positiver als etwas ganz Neues. Warum ist das so? Vermutlich soll uns dieser Effekt helfen, Sicheres von Gefährlichem zu unterscheiden. Das ist die Logik der Evolution: Was wir schon mehrfach erlebt haben, das kann uns offensichtlich nicht umbringen. Bei etwas ganz Neuem kann man da nicht so sicher sein.

Diese Tendenz, sich auf das Bekannte und vermeintlich Sichere zu verlassen, lässt uns allerdings Chancen verpassen. Bekannt und vermeintlich sicher ist zum Beispiel: das Sparbuch. Der Deutsche kennt sein Sparbuch. Der Deutsche liebt sein Sparbuch. Aber im Niedrigzinsumfeld ist das Sparbuch eine eher gefährliche Anlageform. Denn die gefühlte Sicherheit des Sparbuchs hindert viele Menschen daran, ein angemessenes Risikoverständnis für andere Anlageformen - wie zum Beispiel Aktien - zu entwickeln. Das Niedrigzinsumfeld ist eine neue Normalität. Genau wie der digitale Wandel. Oder die alternde Gesellschaft.

(Merksatz)

Ideen und Lösungen für die Anpassung an neue Normalitäten gibt es häufig schon. Wir müssen nur bereit sein, die Veränderung mitzugehen.

Der Schule-fällt-aus-Effekt

Sie sind sieben Jahre alt. Und die Schule fällt aus. Sie haben den ganzen Tag Zeit. Was würden Sie tun? Wo würden Sie hingehen? Wen würden Sie treffen? Ein wunderbares Gedankenspiel. Lassen Sie sich darauf ein. Nehmen Sie sich ein paar Minuten, machen Sie eine mentale Reise zurück in Ihre Kindheit, und lassen Sie die Gedanken fliegen. Wozu das Ganze? Die Erinnerung an unsere Kindheit macht uns kreativer! Zu diesem Ergebnis kommt eine Studie der North Dakota University.

In einem Experiment wurden hunderte Studenten in zwei Gruppen aufgeteilt. Die erste Gruppe machte eine mentale Reise in die Kindheit – und stellte sich vor, die Schule fiel aus. Die zweite Gruppe machte keine mentale Reise in die Kindheit – und stellte sich vor, die Uni fiel aus. Beide Gruppen machten nach diesem Gedankenspiel einen Torrance Test, das ist ein Standardtest zur Ermittlung kreativer Denkfähigkeiten. Und siehe da: Die Studenten, die sich zuvor in Ihre Kindheit zurück versetzt hatten, lieferten kreativere Ergebnisse.

Für mich bestätigt dieser Test einmal mehr, wie inspirierend es ist, die Welt mit den Augen der Kinder zu sehen. Entweder durch die Erinnerung an unsere eigene Kindheit. Oder durch die Beobachtung der Kinder um uns herum. Die Kür allerdings ist, sich aktiv in den Modus des Kindseins hineinzusetzen. Nicht nur mental. Sondern ganz praktisch. Durch Spielen, durch Albern, durch das Brechen von Regeln. Denn im Grunde bedeutet Kreativsein: Kindsein.

(Zitat)

Jedes Kind ist ein Künstler. Die Herausforderung ist, ein Künstler zu bleiben, wenn man älter wird.

Picasso

Die Annahmen-Abschalten-Annahme

Wir rennen durchs Leben mit einem Kopf voller Annahmen: Autos haben vier Räder. Wachstum schafft Arbeitsplätze. Ein Stein fällt nach unten. Joghurt isst man mit einem Löffel. Und Drei mal Drei macht Neun. Wir haben unendlich viele Annahmen über die Welt wie sie ist. Ein kreativer Kopf allerdings will die Welt nicht so, wie sie ist. Er will sie anders. Und darum lautet meine Lieblingsannahme: Schalten Sie Ihre Annahmen ab, dann kommen Sie auf neue Ideen.

Machen wir einen Zeitsprung: etwa 70 Jahre zurück. Ein junger Papa, sein Name ist Edwin Land, fotografiert seine 3jährige Tochter. Und die Tochter sagt: „Papa, zeig mal, ich will das Bild sehen!“ Der Papa lacht und antwortet: „Leider ist das nicht möglich, meine Kleine, das Foto muss doch erst entwickelt werden.“ Aber das ist der kleinen Tochter völlig egal: „Papa, ich will das Bild sehen, sofort!“ Was macht der Papa? Er hinterfragt seine eigene feste Annahme, nach der ein Foto im Labor entwickelt werden muss – und erfindet die Sofortbildkamera. Die kleine Tochter, und das ist das Geschenk der Kindheit, hatte diese Annahme noch gar nicht im Kopf.

Unsere Annahmen erscheinen uns so selbstverständlich, dass wir sie ohne äußeren Anstoß kaum anzweifeln. Einen äußeren Anstoß können Sie sich selbst geben. Fragen Sie sich häufiger mal: „Wovon gehe ich hier eigentlich aus?“. Oder im Team: „Wovon gehen wir hier eigentlich aus?“ Dann platzt der Knoten schneller als erwartet.

Die maltesische Musterbrecher-Lektion

Die Gefahr ist groß, dass wir im Laufe unseres Lebens immer unkreativer werden. Das erste bis fünfte Lebensjahr ist die Zeit des „Warum?“. Das sechste bis zehnte Lebensjahr ist die Zeit des „Warum nicht?“. Und ab dem 10. Lebensjahr beginnt die Zeit des „Darum!“ So beschreibt es Edward de Bono, dessen Student ich am „Institute for the Design and Development of Thinking“ an der Universität Malta sein durfte. Sobald wir groß sind, haben wir Antworten. Wir laufen nicht mehr mit Fragezeichen in unseren neugierigen Kinderaugen durch die Welt – sondern mit Ausrufezeichen.

De Bono hat ein wunderbares Wort für die erstarrten Muster in unserem Kopf: Frozen Perceptions, zu Eis erstarrte Wahrnehmungen. In seinen Vorlesungen malt er immer wieder sein Lieblingsbild auf die Tafel: eine Hauptstraße mit einem kleinen Abzweig. Der Abzweig: Das ist der kindliche, der kreative Weg, den wir als Erwachsene gern übersehen. Der Abzweig steht für die Alternativen, für die anderen Möglichkeiten. Aber wie finden wir diesen Abzweig - und damit die guten Ideen? Mit einem roten Marker zieht de Bono einen fetten Strich quer über die Hauptstraße. Wir finden den Abzweig, indem wir uns selbst den Weg abschneiden. Indem wir unser lineares, logisches Denken mit Absicht unterbrechen. Vollsperrung für das Denken in gewohnten Bahnen. Ab auf eine neue Spur. De Bono nennt diesen Ansatz Laterales Denken. Inzwischen steht das Wort im Oxford English Dictionary. Und ich kann jedem empfehlen, sich das Laterale Denken hinter die Ohren zu schreiben – und zwischen den Ohren zu praktizieren. In diesem Buch finden Sie zahlreiche Anregungen dazu.

Bitte zwischen die Ohren schreiben: Laterales Denken ist der Versuch, ein Problem mit scheinbar unlogischen Methoden zu lösen und dabei Muster mit Absicht zu durchbrechen.

Brain-Doping mit Paradoxien

Es gibt einen wunderbaren Wirkstoff, der unser Gehirn anregt und kreativ macht: das Paradoxon. Paradoxien sind scheinbar unauflösliche Widersprüche, häufig verpackt als Scherzfragen: Was passiert mit dem Loch, wenn der Käse weg ist? Wieso hat eine 24-Stunden-Tankstelle Türschlösser? Wenn man zum Hellseher geht, warum muss man dann einen Termin vereinbaren? Wenn ein Lügner sagt, dass der lügt, lügt er dann?

Unser Gehirn verfängt sich im logischen Widerspruch und wird gezwungen, zwei eigentlich unvereinbare Dinge gleichzeitig zu denken. Das bringt das Hirn auf Touren. Weil sich der Widerspruch nicht sofort auflösen lässt, entsteht eine spannungsvolle Kognitive Dissonanz. Und diese Spannung entlädt sich gern in einem befreienden Lachen. Das Gehirn mit Paradoxien herauszufordern, macht aber nicht nur Spaß, es trainiert auch eine kreative Denkhaltung. Denn das Gegensätzliche immer gleich mitzudenken, gehört zum Wesen der Kreativität. „Das Gleiche lässt uns in Ruhe, aber der Widerspruch ist es, der uns produktiv macht.“ Sagte Goethe. Und ahnte vermutlich nicht, dass es irgendwann vegetarische Wurst geben würde.

Fassen wir es mal so zusammen: Alles bleibt anders. Nichts ist Beständiger als die Veränderung. Und Regeln zu brechen ist die wichtigste Regel von allen. Aber natürlich dürfen Sie mir auch gern widersprechen.

(Zitat)

Als ich nach Hause kam, habe ich eine Überraschung erwartet. Aber da war keine Überraschung. Und das hat mich natürlich überrascht.

nach Ludwig Wittgenstein

Weitere Infos unter www.bernhard-wolff.de

Pressefotos bitte anfragen

Bildunterschrift: Bernhard Wolff, Experte für Kreativität und Keynote Speaker

Bernhard Wolff

Titel bitte selbst ausdenken

157,5 erfolgreiche Ideenbeschleuniger

GABAL Verlag 2016

200 Seiten

ISBN 978-3-869366975

19,90 € (D)



Kontakt

Think-Theatre GmbH

Saarstr. 17

12161 Berlin

030-85994957-0

info@think-theatre.de

Die Nutzung dieses Textes von Bernhard Wolff ist rechtfrei möglich bei Nennung des Autors (Bernhard Wolff, Experte für Kreativität und Keynote Speaker) und dessen Homepage (www.bernhard-wolff.de). Bei Nutzung online ist auf die Homepage zu verlinken. Wir bitten zudem um Erwähnung des Buchs (siehe unten). Ergänzend zu den Texten stehen auf Anfrage auch rechtfreie Fotos und Illustrationen zur Verfügung.