

Lust auf Ideen

Ein Appell für die Zukunft: Macht Menschen kreativer! von Bernhard Wolff

„Wen halten Sie für den kreativsten Menschen aller Zeiten?“ Bei dieser Umfrage wird an erster Stelle immer noch Steve Jobs genannt. Man muss allerdings nicht das iPhone erfinden, um ein kreativer Mensch zu sein. Kreative Fähigkeiten lassen sich entwickeln und trainieren. Ideen von Mitarbeitern sind der Rohstoff der Zukunft. Und wo das Innovationsklima gepflegt wird, bleiben Unternehmen wettbewerbsfähig und erfolgreich. Darum lautet das Motto von Bernhard Wolff: Macht Menschen kreativer! Hier fasst er seinen Vortrag „Lust auf Ideen“ in Beispielen für Sie zusammen:

1. Stoppen Sie Ihren Autopiloten – sonst stoppt er Sie!

Vielleicht kennen Sie das Phänomen: Sie fahren eine gewohnte Strecke nach Hause. Und wenn Sie zu Hause angekommen sind, können Sie sich an nichts mehr erinnern, was auf dem Weg passiert ist. Ihr Autopilot bringt Sie ganz automatisch nach Hause – auch wenn Sie da gar nicht hin wollen. Und genau das ist das Problem. Unser mentaler Autopilot ist nur so lange hilfreich, wie sich das Ziel nicht ändert. Wenn sich das Ziel ändert, wenn Sie neue Ziele haben, privat oder beruflich, dann müssen Sie den Autopiloten ausschalten und das Gehirn wieder einschalten. Ansonsten bremst Ihr Autopilot in die gewohnte alte Richtung – und erweist sich als Bremse auf dem Weg in die Zukunft!

2. Nicht bewerten – was Fußballregeln über Kreativität verraten

Auf der Suche nach neuen Wegen und Ideen gilt: erstmal nicht bewerten, sondern kreuz und quer in alle Richtungen denken. 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 Sching-Schang-Schong? 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“ und „Richtigkeit“ zu überprüfen. Aber genau das ist falsch. In der Phase der Ideenfindung muss die Bewertung zurückgestellt werden. Das gilt für jedes gute Brainstorming!

3. Menge produzieren – die erste Idee ist selten die beste

Häufig wird unterschätzt, wie wichtig die Menge der „produzierten“ Ideen ist. Spannend wird es frühestens ab einem Dutzend Einfälle. Viel zu häufig geben wir uns mit der erstbesten Idee zufrieden - weil wir froh sind, dass überhaupt eine Lösung in Sicht ist. Aber die erste Idee ist selten die beste. Also suchen Sie immer und überall nach Alternativen: Eine hilfreiche Gewohnheiten ist es, sich permanent die Frage zu stellen „Wie noch...?“

4. Annahmen hinterfragen – und alles für möglich halten

Ein junger Papa fotografiert seine 3jährige Tochter. Und die Tochter sagt: „Papa, zeig mal, ich will das Bild sehen!“ Sofort zeigt der Papa das Bild auf dem Display seiner Digitalkamera. Und jetzt ein 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: „Ich will das Bild sehen, sofort!“ Das bringt den Papa auf eine Idee. Er hinterfragt die Annahme, dass ein Foto im Labor entwickelt werden muss – und erfindet die Sofortbildkamera. Welche Annahmen stehen Ihrer nächsten Innovation noch im Wege?

5. Perspektive wechseln – wer länger duscht, hat mehr Ideen

„Wir müssen die Perspektive wechseln!“ Aber was heißt das eigentlich, die Perspektive zu wechseln? Zunächst mal hat die Perspektive viel mit dem Ort zu tun, von dem aus wir die Welt betrachten. Es gibt viele Umfragen, an welchem Ort Menschen auf gute Ideen kommen. Und welcher Ort liegt regelmäßig ganz weit vorn? Das Badezimmer! Wir haben Ideen auf dem Klo, in der Badewanne und unter der Dusche. Mit anderen Worten: Wir sind kreativ im Nassbereich! Woran liegt das? Ein wesentlicher Grund ist: Der Chef ist nicht dabei. Jedenfalls in aller Regel nicht. Und weil der Chef nicht dabei ist, gibt es im Nassbereich auch keine „gefühlte Kontrolle“. Die blockiert nämlich nachweislich unsere Kreativität. Das erklärt übrigens auch, warum in solchen Umfragen fast niemand den eigenen Arbeitsplatz als Ort für gute Ideen nennt. Was können Führungskräfte daraus lernen? Gefühlte Kontrolle abbauen oder Duschen einbauen!

6. Neu kombinieren - das Grundprinzip der Innovation

Man sagt ja so schön: Ideen werden geboren. Aber bevor eine Idee geboren wird, bevor Sie eine Idee zur Welt bringen, gehen Sie mit der Idee schwanger! Und bevor Sie mit einer Idee schwanger gehen, das passiert ja auch nicht von allein, müssen sich zwei Gedanken ganz lieb gehabt haben: Wie muss man sich das vorstellen? Zwei Gedanken gehen Ihnen durch den Kopf – zunächst auf getrennten Wegen. Aber der Kopf ist rund, damit die Gedanken die Richtung wechseln können. Und dann auf einmal – pling! - begegnen sie sich und befruchten sich gegenseitig. Ja, so einfach ist das Grundprinzip der Innovation: Kombinieren Sie Altes zu Neuem. Und wenn das Neue dann noch nützlich ist, wird Ihre Innovation auch ein Erfolg am Markt!

7. Bilder im Kopf – und warum sie Wirklichkeit werden

Bilder im Kopf haben eine magische Wirkung. Die wollen Wirklichkeit werden. Wenn Sie mit einer Tasse Kaffee über den teuren Teppich laufen, und Sie stellen sich bildlich vor, der Kaffee läuft über – dann läuft der über. Wir sind in der Lage, mentale Bilder zu produzieren, die eine reale Wirkung haben! Daher macht es Sinn, dass wir Bilder davon im Kopf haben, wie wir uns die Zukunft wünschen. Denn mit einem solchen „Zielbild“ haben wir ein Muster im Kopf, das uns hilft, Chancen zu sehen, Menschen zu treffen und Gelegenheiten zu ergreifen, die uns unserem Ziel ein Stück näher bringen. Oder wie schon der amerikanische Informatikguru und Jazz Musiker Alan Kay sagte: Der beste Weg die Zukunft vorherzusagen ist, Sie selbst zu erfinden.

Sieben Denkregeln für Kreative

1. Autopilot ausschalten
2. Nicht bewerten
3. Alternativen produzieren
4. Annahmen hinterfragen
5. Perspektive wechseln
6. Neu kombinieren
7. In Bildern denken

Fünf Faktoren – wie Sie dem Innovationsklima auf die Sprünge helfen

Die folgenden fünf Faktoren (nach Teresa M. Amabile) sind ein guter Kompass auf dem Weg zur Innovationskultur:

1. **Aktive Ermutigung:** Ermutigen Sie Mitarbeiter, ihre eigenen Ideen zu kommunizieren und eigenen Ideen nachzugehen.
2. **Lösungsfreiheit einräumen:** Definieren Sie Ziele, aber nicht den Weg dorthin. Geben Sie Ihren Mitarbeitern oder Ihrem Team „Lösungsfreiheit“.
3. **Ressourcen bereitstellen:** Stellen Sie Mitarbeitern die notwendigen Werkzeuge zur Verfügung, schaffen Sie Zugang zum notwendigen Wissen und definieren Sie Freiräume und „Frei-Zeiten“ für das kreative Arbeiten.
4. **Hürden und Hemmnisse abbauen:** Die beiden größten Kreativblocker sind gefühlte Kontrolle und formelle Strukturen. Schauen Sie Ihren Mitarbeitern also beim kreativen Arbeiten nicht ständig und bewertend über die Schulter.
5. **Herausforderungen schaffen:** Menschen sind motiviert, wenn sie ihre eigene Wirksamkeit erleben. Das Mitwirken am Erreichen eines ehrgeizigen Ziels oder einer sinnstiftenden Vision setzt kreative Energien frei.

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.