

Fantasievoll mit Bildern, Worten und Ideen spielen

Unternehmen können ohne Innovationen nicht überleben. Sie brauchen deshalb kreative Mitarbeitende. Tatsächlich können ausgefallene Ideen grosse Wettbewerbsvorteile schaffen. Wem jedoch der Einfallsreichtum nicht von Natur aus gegeben ist, braucht nicht zu verzweifeln: Kreativität ist lernbar.

Am Anfang steht die Kreativität. Wird die kreative Idee umgesetzt, kann durchaus eine Innovation daraus entstehen. Nicht immer muss die Innovation so weltbewegend sein wie etwa die Erfindung des World Wide Web. Auch eine nach Holzharz riechende Weihnachtskarte kann für ein Holzbauunternehmen eine kleinere Innovation sein.

«Gute, kreative Ideen fallen den meisten Menschen nicht einfach zu – Kreativität ist jedoch lernbar», sagt Jiri Scherer. Er hat im Jahr 2002 «Denkwerk» gegründet mit dem Ziel, kreatives Denken zu schulen und Innovation im Unternehmen zu fördern. Sein Zielpublikum sind Führungskräfte aus den Bereichen Marketing, Kommunikation, Werbung, Product Management, Verkauf- und auch HR-Verantwortliche, denn «kreative neue Ideen gehen alle Führungspersonen etwas an».

Jiri Scherer unterscheidet zwischen chaotischen, intuitiven und systematisch-analytischen Kreativitätsmethoden. Bei den systematisch-analytischen wird ein Problem in unabhängige Teilprobleme zerlegt. Die Kombination der Einzellösungen kann dann zu einer Gesamtlösung führen, die auf den ersten Blick nicht ersichtlich ist (etwa Morphologische Matrix oder Flow Chart).

Bei den intuitiven Kreativitätstechniken soll die Spontaneität gefördert und eingefahrene Denkmuster überwunden werden, damit neue Ideen entstehen können. Ein Beispiel dazu sind Assoziationstechniken: Ein Wort oder Bild wird zufällig ausgewählt, und die Teilnehmenden sagen alles, was ihnen dazu in den Sinn kommt. Dabei geht es darum, die Assoziationen mit einer Grundfrage zu verbinden, etwa wie die neue Verpackung des Kaffeerahms aussehen könnte. Eine weitere intuitive Methode ist die Umkehrtechnik: Dabei wird eine Grundfrage in ihr Gegenteil verkehrt («Was kann ich machen, damit in meinem Laden möglichst wenig Kaffee-rahm verkauft wird?»). «Meistens sind die Menschen sehr einfallsreich, wenn es darum geht, negative Beispiele zu suchen», weiss Jiri Scherer aus Erfahrung. Sind die Ideen gesammelt, werden sie in ihr Gegenteil umgewandelt, und so entstehen etliche kreative Ideen.

Scherer: «Kreativität bedeutet, sich durch Bilder oder Worte reizen zu lassen und offen zu sein. Das Denken sollte dennoch zielgerichtet auf eine Grundfrage fokussiert werden, um spielerisch Lösungsvorschläge finden zu können».

Gerade die Zufallstechniken kommen bei den Workshop-Teilnehmern sehr gut an, weiss der Kreativitätsdozent. Das kann Marion Russek, Präsidentin der Business & Professional Women (BPW), Zug, nur bestätigen: Sie hat mit rund 50 Mitgliedern ihres Clubs an einem Workshop teilgenommen. «Unser Club ist in den letzten Jahren sehr gewachsen. Wir brauchten neue



Jiri Scherer hat Betriebswirtschaft an der Hochschule für Wirtschaft studiert und die Schweizerische Hotelfachschule in Luzern absolviert. Er ist Preisträger des Start-up-Wettbewerbs Venture2000 der ETH Zürich und Preisträger des «New Entrepreneurs in Technology and Science Award» der Gebert Rüt Stiftung. Jiri Scherer ist zudem Trainer bei der Stiftung BWI und Autor des Kreativitätswerkzeugs «IdeenBox – Ideen finden, bewerten und umsetzen» (ISBN 3-0345-0069-6, www.denkwerk.biz).

Ideen für eine gute Kommunikation untereinander, wir wollten wissen, welche Erwartungen unsere Mitglieder haben und wie wir das Netzwerk stärken können.» Beinahe 400 Ideen kamen während eines Abends zusammen. «Viele Einfälle der Teilnehmerinnen waren sehr originell – wir konnten etliche Ideen weiter vertiefen und haben bereits einige umgesetzt. Es brauchte jedoch eine Moderation, um uns den Weg aufzuzeigen, damit uns zu Beginn Verbesserungsvorschläge einfielen», erklärt Russek.

Es gibt Gruppen wie die BPW oder Teams einer Firma, die mit einer konkreten Problemstellung zu Scherer kommen. Andere nehmen an einem Seminar teil, um generell etwas über Kreativitätstechniken zu lernen. Wie etwa Marc Riedi, Head of Payment, Call and Payment Services bei Swisscom Fixnet: «Ich habe in diesem Frühjahr an einem Seminar teilgenommen, weil ich meine Methodenkompetenz verbessern und weniger bekannte Kreativitätstechniken kennen lernen wollte.» Gerade bei Sitzungen und Entwicklungsgesprächen könne er die eine oder andere Technik einfließen lassen und so neue Wege für die Problemlösung finden. «Bei einem Workshop mit einem potenziellen Kunden konnte ich ihm dank einer Kreativitätstechnik einen neuen Blickwinkel auf seine eigene Firma erschliessen, so dass er danach sein eigenes Geschäft besser verstanden hat. Das fördert natürlich auch die Kundenbindung.» Marc Riedi ist von einigen Kreativitätsmethoden – «oft führt schon ein geringer Aufwand zu guten Ergebnissen» – so überzeugt, dass er nicht mit Lob spart. Das hat sich in der Firma herumgesprochen: «Die Personalfachleute aus der Abteilung Organisationsentwicklung interessieren sich in-

zwischen auch für einen Kreativitätskurs», weiss Marc Riedi.

Einen Unterschied zwischen Frauen und Männern bemerke er nicht, sagt Kreativitätsspezialist Scherer. Die Branche, aus der die Teilnehmer kommen, spiele allerdings eine Rolle. «Leute aus so genannt kreativen Berufen, etwa Grafiker oder Werber, geben mehr Inputs als beispielsweise Versicherungsfachleute, die ganz andere Ansätze bei ihrer Arbeit gewohnt sind.» Bis zu zwölf Teilnehmer sind in einem Seminar dabei. Wichtig ist Scherer, dass diese Seminare in lockerer Stimmung ablaufen, dass es den Leuten Spass macht und sie die Techniken gleich ausprobieren können. «Interessant ist, dass Teilnehmende auf ganz unterschiedliche Techniken ansprechen. Die einen sind eher bildlich orientiert, die anderen eher auf die Sprache fixiert. Ich erkläre daher grundsätzlich sechs bis acht verschiedene Techniken, damit jeder diejenige Methode auswählen kann, die ihm am meisten zusagt.»

Jiri Scherer selber hat die verschiedenen Kreativitätstechniken aus der entsprechenden Literatur gelernt und einige selber weiterentwickelt. «Das Thema fasziniert mich schon seit zehn Jahren. Ich habe reihenweise Bücher dazu gelesen, weil ich die Systematik der Kreativität entdecken wollte.» Jiri Scherer hat sein Ziel erreicht und die aufgedeckte Systematik in seiner «IdeenBox» veröffentlicht. *mtr*

Ein Schnupperkurs für HR-Verantwortliche, Organisationsentwickler und Weiterbildungsverantwortliche findet am Dienstag, 25. Oktober von 17 bis 18 Uhr im Technopark in Zürich statt. Anmeldung an info@bwi.ch. Öffentliches Seminar «Kreativitätstechniken für mehr Erfolg!», am 17. November 2005 und 31. Januar 2006. Stiftung BWI in Zürich, www.bwi.ch