

Kreative Ideenfindung: Inspiriert von einem weissen Blatt Papier

Während Kindern in einer hemmungslosen Leichtigkeit die Inspiration fast schon zufliegt, fällt das im Erwachsenenalter nicht mehr gleichermassen leicht. Doch die richtigen Rahmenbedingungen, wie zum Beispiel hierarchische Homogenität, verhindern Blockaden und ermöglichen Kreativität, selbst wenn sie geplant und organisiert ist.

Text: Jörg Bachmann

Spätestens seit Andy Warhol und seiner «Factory» wissen wir, dass jeder kreativ sein kann (und auch ist). Die Factory, Ateliers in den ehemaligen Räumlichkeiten von produzierenden Gewerbebetrieben, war offen für das kreative Arbeiten und Zusammenkommen unterschiedlicher Personengruppen (Künstler, Tänzer, Musiker, usw.). Regeln gab es so gut wie keine, denn die Kreativität sollte uneingeschränkt ausgelebt werden können. So entstand ein Bohemien-artiges Experimentierfeld für Neues, Ungewohntes und Aussergewöhnliches.

Das Beispiel der Factory zeigt auf, dass gewisse Voraussetzungen erforderlich sind, damit dieses schlummernde kreative Potential geweckt und optimal genutzt werden kann. Die räumlichen Rah-

Auch hier liegt die Würze in der Kürze.

menbedingungen sowie die persönliche Einstellung der Beteiligten dürfen der Kreativität nicht im Wege stehen. Es muss das Ziel sein, bereits zu Beginn eine Atmosphäre zu schaffen, in der das Interesse geweckt, die Scheu abgebaut und die Kreativität ausgelebt werden kann. Nur in einer Umgebung, in welcher jede und jeder ungehemmt seine Inputs beisteuern kann, ohne Angst im Nacken, etwas Falsches zu sagen, gelingt es, gemeinsam etwas Neues zu schaffen.

Genau diese Grundgedanken fliessen in die Entwicklung von neuen Kreativitätstechniken oder bei der Planung von Kreativworkshops beim Innovationszentrum St.Gallen IZSG-FHS mit ein. Dabei profitieren die Techniken ebenso von kreativen Ansätzen, die sich wiederum in überraschenden Aufgaben oder Methoden wiederfinden. Gestützt auf dem Wissen über aktuelle gesellschaftliche, technologische oder wirtschaftliche Trends und dem geeigne-



ten Szenario, kann so die Inspiration angekurbelt und ein Innovationsprozess gestartet werden.

Was ist Inspiration?

Am Anfang jeder Idee, jedes kreativen Schaffens steht die Inspiration. Die Antwort auf die Frage, was Inspiration ist, ist gleichermassen einfach wie auch schwierig, denn Inspiration ist alles. Oder anders formuliert: Alles kann inspirieren. Kinder machen es uns vor: Mit einfachsten Mitteln wie abgefallenen Baumblättern, kleinen Ästen und einer Schnur wird ohne Vorgabe und ganz ohne Anleitung etwas gebastelt. Selbst das leere, weisse Blatt Papier verhindert nicht, Kinder zu inspirieren. Sie malen wild drauflos, schneiden, reissen, falten, leimen, fügen hinzu, nehmen etwas wieder weg. Es wird mehr gemacht als gedacht.

Aber weil wir keine Kinder mehr sind, müssen wir diese Unbekümmertheit in den Kreativworkshops wieder neu entdecken.

- Mit Impulsreferaten werden die Zuhörer mit Megatrends konfrontiert und auf das Thema des Workshops eingestimmt. Die Teilnehmenden werden aus dem «Alltagstrott» herausgelöst und somit wird eine gemeinsame Basis für den Workshop geschaffen.

- In den unterschiedlichen Workshopphasen garantiert ein Mix aus wechselnden Techniken und Methoden eine kontinuierliche Aktivierung der «Brainsources» mit dem Ziel, möglichst viele Ideen zu entwickeln. (Siehe Kasten: «Faites vos jeux!»)

1000, 100 und 1 Idee

Gerade in einer ersten Phase der Ideenentwicklung kann es zielführend sein, auf die Kreativität der Masse zu setzen. Ein Mensch allein kann kreativ sein. Doch selbst wenn 100 Personen nicht hundert Mal kreativer sind, so ist die Fülle der Kreativität von 100 Personen, die gleichzeitig ein Thema oder eine Fragestellung bearbeiten, um ein Vielfaches grösser als die Leistung einer einzelnen Person. Sobald die ersten Ideen vorhanden sind, kann auf diesen aufgebaut werden. In weiteren Schritten werden die gewonnenen Ideen verfeinert, angepasst und bewertet. Somit können aus einem grossen Ideenpool die besten herausgesucht und im Idealfall auch umgesetzt werden. Auf den Ideenpool kann im Bedarfsfall später nochmals zurückgegriffen werden und nicht selten schafft eine Idee, welche zurückgestellt wurde, zu einem späteren Zeitpunkt den Durchbruch. Denn man braucht nicht nur die richtige Idee, sondern manchmal auch den richtigen Zeitpunkt für die Idee. Ein wichtiger Aspekt bei der Entwicklung neuer Ideen ist der Zeitdruck. Ideen, basierend auf den Grundlagen oder bereits existierenden Ideenfragmenten, sollen innert kürzester Zeit entstehen, ohne den Fokus zu verlieren. Auch hier liegt die Würze in der Kürze. Ein zweiter und ebenso wichtiger Aspekt ist die Einhaltung der drei goldenen Verhaltens-



Jörg Bachmann ist Projektleiter am Innovationszentrum St.Gallen IZSG-FHS mit den Schwerpunkten Visualisierungen und Multimedia. Im Weiteren entwickelt und begleitet er die vom IZSG durchgeführten Ideenfindungs- und Kreativworkshops.

joerg.bachmann@fhsg.ch
www.fhsg.ch/izsg

regeln eines Kreativworkshops; keine Hierarchien, keine Kritik und Quantität vor Qualität. Alle Teilnehmenden bewegen sich auf gleicher Augenhöhe und der Meinung eines Angestellten ist die gleiche Bedeutung zuzumessen wie derjenigen des CEO. Hierarchisches Denken kann gerade in der äusserst sensiblen Anfangsphase neue Ideen ausbremsen und den ganzen Innovationsprozess ins Stocken bringen.

Anzeige



ZUKUNFTsichern

GREMLirealize gmbh

Moderation – zügig und kreativ zum Ziel
Coaching – Stärken kombinieren
Projektleitung – konsequent umsetzen
Beratung – Industrienerfahrung und Technologiewissen nutzen

ERFOLGREICHinnovieren

Greml Realize GmbH · Gehrenacker 13 · 9030 Ahtwile • Tel.: 071 310 14 46 • Mail: kontakt@greml-realize.ch • www.greml-realize.ch

Faites vos jeux!

Ideenfindungs- und Kreativworkshops unterstützen Unternehmen bei der Entwicklung neuer und innovativer Ideen. Mit solchen moderierten Workshops gelingt es, mit einer ausgesuchten Gruppe von Ideen- und Inputgebern in kurzer Zeit neue und innovative Lösungen für unterschiedliche Herausforderung zu entwickeln – beispielsweise bei der Konzipierung neuer Produkte, neuer Dienstleistungen oder neuer Strategien.

Mit dem Casino-Workshop hat das Innovationszentrum St.Gallen IZSG-FHS einen eigenen Ideenfindungs- und Kreativworkshop entwickelt. Dieser gliedert sich in mehrere Phasen von der Inspiration der Teilnehmenden über die Generierung neuer Ideen bis hin zum Clustern der Inputs und einer ersten Bewertung der Ergebnisse. Das Workshopkonzept verbindet dabei klassische Techniken der Ideenfindung mit spielerischen Elementen und regt so auf unkonventionelle Weise die Kreativität der Teilnehmenden an.

Elemente der drei bekannten Casinospiele Roulette, Poker und Blackjack wurden dahingehend weiterentwickelt, dass es möglich wird, mit modifizierten Spielkarten und den Anforderungen angepassten Spieltischen den Ideenfindungsprozess in Gang zu setzen.

Dem natürlichen Drang ein Spiel zu gewinnen und den Spieleinsatz zu vermehren wird selbstverständlich Rechnung getragen, was dem Workshop eine ganz eigene Dynamik verleiht und den Teilnehmenden einen zusätzlichen Motivationsschub gibt.

- Creative Roulette: Beim Workshop «Creative Roulette» geht es darum, die Spielkarten mit zufällig ausgewählten Megatrends zu kombinieren und so neue Ideen zu entwickeln. Die Spielkarten greifen

aktuelle Makro- und Markttrends auf und werden vor dem jeweiligen Workshop auf der Grundlage einer Trendanalyse angepasst. Durch das Spiel führt ein Croupier, welcher den Roulettetisch bedient und die Einsätze verwaltet.

- Creative Poker: Im Workshop «Creative Poker» werden die Spielkarten mit den Kreativitätskarten, diese beinhalten Fragen und Anregungen. Die erweiterten Kombinationsmöglichkeiten erhöhen die Wahrscheinlichkeit, neue Ideen zu entwickeln. Wie bei der klassischen Pokervariante Texas Hold'em wird dieses Spiel in mehreren Runden gespielt. Der Dealer mischt und verteilt die Karten und verwaltet die Einsätze.
- Creative Blackjack: Die Teilnehmenden spielen beim «Creative Blackjack» nicht wie bei den anderen Spielen gegen die «Bank», sondern paarweise und abwechselnd gegeneinander. Es muss versucht werden, die Spielkarten mit den Aktivitätskarten, diese umschreiben Tätigkeiten, neu zu kombinieren und schneller als der Gegner neue Ideen zu liefern. Gespielt wird beim «Creative Blackjack» um den Einsatz des Gegenübers. Auch hier sorgt der Dealer für einen reibungslosen Ablauf des Spielbetriebs.

Allen Spielen ist gemein, dass diese unter enormem Zeitdruck gespielt werden. Für lange Überlegungen bleibt keine Zeit und Gewinnen können nur diejenigen, welche es schaffen die vorhandenen Inputs schnell aufzugreifen, zu kombinieren und neue Ideen zu Papier zu bringen. Die neuen Ideen werden von den Spielern auf Ideenkarten festgehalten und in weiteren Phasen des Workshops eingegliedert. Der Casino-Workshop ist eine schnelle und intuitive Methode für die Ideenfindung.

