

Ihr Logo

SEMINARVERANSTALTUNG

Kreativitätstraining

Innovationsmanagement und
Entscheidungstechniken

Begriffsdefinition;
Funktion und Freisetzung von Kreativität;
Kreativitätsblockaden; Kreativitätstypen,
Kreativitätstechniken; Mind Mapping®-Methode;
Fragetechniken und Zielfindungsprozess



*Musterunternehmen
Deutschland AG*

(Logo Ihres Auftraggebers)

Musterunternehmen Deutschland AG

(Firmenbezeichnung Ihres Auftraggebers)

Datum

(Datum der Seminarveranstaltung)

▪ **Musterunternehmen**
▪ Musterstraße 1
▪ 12345 Musterstadt

▪ **Telefon:** +49 123 123456
▪ **Telefax:** +49 123 123457

▪ **http://www.trainplan.de**
▪ **E-Mail:** mail@trainplan.de

LESERPROBE

Das vorliegende Skript ist Bestandteil der Seminarkonzepte TRAINPLAN®, welche nur mit einer gültigen Lizenzierung/Firmierung vom jeweiligen Lizenznehmer verwendet werden darf. Eine gültige Lizenzierung beinhaltet die Vervielfältigung und Weitergabe dieses Teilnehmerskriptes, jedoch nur an Seminar- und Schulungsteilnehmer des Lizenznehmers. Der Lizenznehmer ist verpflichtet, den nachfolgenden Text auf dieser Seite beim Vervielfältigen weder zu verändern oder zu löschen, so dass dieser Hinweis in jedem vervielfältigten Skript erhalten bleibt.

Alle Rechte vorbehalten incl. der fotomechanischen Wiedergabe und der Speicherung in elektronischen Medien. Kein Teil dieses Werkes sowie der dazugehörigen Bestandteile darf in irgendeiner Weise (Druck, Fotokopie, Mikrofilm etc.) ohne schriftliche Genehmigung oder gültige Lizenz des Herausgebers reproduziert, vervielfältigt oder anderweitig privat oder gewerblich verwertet werden.

Bei der Zusammenstellung dieses Werkes wurde mit größter Sorgfalt vorgegangen. Trotzdem können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden. Der Herausgeber kann daher für evtl. Fehler und die daraus resultierenden Folgen weder eine juristische Verantwortung noch irgendeine Haftung übernehmen. Verbesserungsvorschläge und Hinweise nehmen wir gerne unter redaktion@trainplan.de entgegen.

In diesem Werk aufgeführte Hardware- und Softwarebezeichnungen sind in der Regel eingetragene Warenzeichen oder sollten als solche betrachtet werden.

© TRAINPLAN® – Bildungsmedien und Verlagsprodukte

TRAINPLAN® ist ein eingetragenes Warenzeichen der SCHMITT Wirtschaftsberatungsgesellschaft mbH

Inhaltsverzeichnis

Einleitung 5

Was ist Kreativität?..... 6

 Was zeichnet eine Handlung aus, die kreativ ist? 6

 Was ist der Maßstab für eine kreative Handlung? 7

Wer ist kreativ? 8

 Katalysatoren der Kreativität 10

Wie funktioniert Kreativität? 12

 Die Arbeitsteilung im menschlichen Gehirn 12

Wie Sie Ihre Kreativität freisetzen 13

 Kreativität ohne Krawatte 14

Der kreative Prozess 15

Überwinden Sie Ihre Kreativitätsblockaden! 17

 Persönliche Stärken- und Schwächenanalyse 17

 Checkliste Stärken- und Schwächenanalyse 18

 Checkliste Stärken- und Schwächenanalyse – Seite 2 19

Die Kreativitätstypen 22

 Der Typ Tüftler 22

 Der Typ Inspirator 22

 Der Typ Visionär 22

 Der Typ Planer 22

 Der Typ Kommunikator 23

 Der Typ Aufgreifer 23

 Der Typ Sammler 23

 Der Typ Optimierer 23

Ausgewählte Kreativitätstechniken 24

 Brainstorming 24

 Brainstorming paradox 26

 Methode 635 27

 Die neun Basisfragen nach Osborn 28

 Denken in Metaphern 30

 Gelüftete Geheimnisse 31

 Der Unsympath 32

 Denkhüte 33

 Denkstühle 35

 Der Träumer 36

 Der Realist 36

 Der Kritiker 36

 Parteiensicht 37

 Synektik 38

 Bionik 42

 Bisoziation 43

 Morphologischer Kasten 45

 Reizwortanalyse 47

 WAVE 49

 Die WAVE- Methode als Abwehrsystem für alle Lebenslagen 51

 Fischteich 52

 Der Mafia-Film und seine Stars 53

Das Orakel	55
Meditation nach Richtungen	57
Die Mind Mapping®-Methode	59
Grundlagen der Mind Mapping®-Methode	61
Radiales und strahlendes Denken	61
Brainstorming	61
Visualisierung	61
Schlüsselwörter-Arrangements	62
Die Grundregeln der Mind Mapping®-Methode	63
Vorteile von Mind Mapping®	65
Schwierigkeiten	67
Weitere Einsatzmöglichkeiten von Mind Maps®	67
Fragetechniken	69
Die Versprachlichung von Problemen	70
Die W-Fragen-Methode	70
Erfolg durch Zielvereinbarung	72
Der Zielfindungsprozess	72
Tages-Clearing	74

LESERPROBE

EINLEITUNG

oder „Was Sie aus dem trojanischen Krieg lernen können ...“

Nach zehn Jahren verlustreicher Kämpfe unter den Mauern Trojas breitete sich Kriegsmüdigkeit im Heer der Griechen aus. Die Trojaner hatten sich militärisch als ebenbürtig erwiesen. Der Fall der Festung war in weite Ferne gerückt. Die Griechen gestanden sich das Scheitern ihres Feldzuges ein und bereiteten ihren Abzug vor.

Da hatte Odysseus die Idee mit dem Pferd, das später das Trojanische heißen sollte. Auf seinen Rat hin bauten die Griechen ein hölzernes Gehäuse, dem sie die Gestalt eines Pferdes gaben. In seinem hohlen Inneren verbarg sich eine Schar der besten griechischen Kämpfer. Dann brach das griechische Heer sein Lager ab und segelte fort; allerdings nur bis zur nächsten Bucht, wo die Schiffe unmerklich vor Anker gingen.

In einem Gebüsch am Strand blieb ein junger Mann zurück, der freiwillig eine wichtige und sehr gefährliche Rolle im Plan des Odysseus übernommen hatte.

Als die griechischen Schiffe am Horizont verschwunden waren, strömten die Trojaner voller Jubel über ihren Sieg aus der Stadt und bestaunten das hölzerne Pferd. Jemand fand einen offensichtlich aus Versehen zurückgelassenen Griechen und zerzte ihn aus seinem Versteck.

Die Trojaner verhörten den Gefangenen und erfuhren, das Pferd sei der Athena geweiht. Wer es in seinen Mauern berge, dem sei der Schutz der Göttin gewiss. Deshalb hätten die Griechen es größer als ein Stadttor gebaut, damit die Trojaner dem Schutze der Göttin entsagen müssten.

Siegestrunken und ohne die Warnungen der Königstochter Cassandra zu hören, schlugen die Trojaner eine Bresche in die Festungsmauer und zogen das Pferd in die Stadt.

In der Nacht entstiegen ihm die griechischen Kämpfer und zur gleichen Zeit landete die griechische Flotte. Troja nahm ein grausiges Ende.

Die Griechen gewannen nicht, weil sie die besseren Soldaten waren, sondern weil sie die bessere Idee hatten bzw. kreativer waren!



WAS IST KREATIVITÄT?

Bei der Beantwortung der Fragestellung „Was ist Kreativität?“ hilft die Frage: „Was ist das Gegenteil von Kreativität?“

Jemand der nicht handelt, ist nicht kreativ.

Der Begriff Kreativität als Adjektiv (Ich bin kreativ) verwendet, kennzeichnet die besondere Eigenschaft einer Handlung - eines aktiven Handelns. Folglich ist jemand, der nicht handelt, nicht kreativ.

Was zeichnet eine Handlung aus, die kreativ ist?

Die Gegenfrage: „Was zeichnet eine Handlung aus, die nicht kreativ ist?“

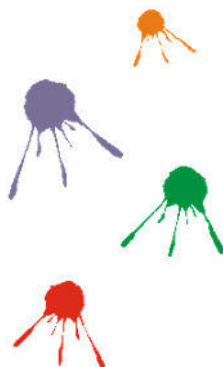
Beispiel: die täglichen Routearbeiten im Büro. Sie folgen bestimmten Regeln und Mustern (z. B. das Ablegen und Archivieren). Niemand würde diese Tätigkeiten als kreativ bezeichnen. Was fehlt diesen Routearbeiten, damit man sie als kreativ bezeichnen würde?

Es fehlt ihnen das Moment der Neuheit. Eine Handlung ist dann kreativ, wenn durch sie etwas „Neues“ geschaffen wird.

Kreativität ist die Art und Weise, ein bekanntes, bewährtes Ergebnis auf eine neuartige Art und Weise zu erreichen. So ist die Forschung z.B. nach alternativen Energiequellen (wie Wasser- oder Windkraft) kreativ zu nennen.

Nicht nur das Ergebnis einer Handlung kann als kreativ bezeichnet werden, sondern auch die Art und Weise, die zu seiner Verwirklichung führt.

Eine kreative Handlung schafft etwas Neues oder erreicht ein bewährtes Ergebnis auf neuartige Weise.



Was ist der Maßstab für eine kreative Handlung?

Welcher Maßstab wird angesetzt, um eine Handlung als kreativ zu bezeichnen? Die Griechen, die mit einer „kreativen Handlung“, dem Bau des Trojanischen Pferdes einen Sieg errangen, würden diese durchaus als kreativ bezeichnen.

Im Gegensatz dazu wirkte das Resultat dieser Handlung auf die unterlegenen Trojaner abstoßend und negativ.

Der Maßstab, der veranlasst, von Kreativität zu sprechen, hängt mit dem persönlichen Empfinden zusammen, auf eine positive, angenehme und wertvolle Art und Weise überrascht zu werden.

Kreativität ist die Kombination aus etwas Neuem und einer positiven Wertschätzung.

Kreativität ist die Kombination aus etwas Neuem und einer positiven Wertschätzung



WER IST KREATIV?

Das Hauptwort „Kreativität“ ist abgeleitet vom griechischen „creator“, dem Schöpfer bzw. Gott. In der christlichen Historie räumte man nur Gott die Gabe ein, etwas erschaffen zu können. Die Eigenschaft „kreativ zu sein“, wurde im Laufe der Zeit auch begnadeten Menschen, z. B. großen Malern und Komponisten, zugesprochen. Erst Mitte des 20. Jahrhunderts wurde Kreativität auch ganz unscheinbaren Handlungen des Alltags unterstellt.

Ist diesen „großen und genialen“ Menschen die Kreativität angeboren und wird nur darauf gewartet, dass diese Kreativität ausgelebt wird?

Sind „gewöhnliche“ Menschen - ohne diese Gabe - generell nicht oder nur selten kreativ? Tatsächlich werden begnadete Menschen seit jeher verehrt und gefürchtet. Als im Jahre 1957 die damalige Sowjetunion das erste unbemannte Raumfahrzeug „Sputnik“ in die Erdumlaufbahn brachte, brach für die amerikanische Regierung der kreative Notstand aus. Man glaubte, dass die russischen Wissenschaftler kreativer seien als die eigenen.

Es setzte eine Welle zur Erforschung der Kreativität ein. Man versuchte durch psychologische Tests jene Eigenschaften herauszufinden, die einen „kreativen Menschen“ auszeichnen, um diese „Begnadeten“ frühzeitig entdecken und fördern zu können. Diese sind jedoch kläglich gescheitert.

Es gibt offenbar keine besonderen Eigenschaften, die einen kreativen Menschen auszeichnen. **Also diskriminieren Sie sich nicht selbst, indem Sie sagen: Ich bin nicht so klug, so kreativ wie diese oder jene Person!** Der Grund, warum viele Menschen nicht so klug bzw. kreativ sind, besteht einfach darin, dass sie genau dies von sich glauben und das tägliche Handeln als Routine festhalten. Ein wichtiges positives Ergebnis hat die Kreativitätsforschung erbracht:

Kreative Menschen glauben an ihre Fähigkeiten!

Bitte vergleichen Sie sich jetzt nicht mit Galileo, Mozart oder Goethe. Unbestritten gibt es besondere Talente, d. h. Geistesgrößen, die von Kindesbeinen an kreative Meisterleistungen vollbringen. Dessen ungeachtet, dass Sie niemals in der Lage sein werden, wie Mozart zu komponieren (auch nicht durch Kreativitätstraining), kann niemand Sie davon abhalten Klavier zu spielen, Bilder zu malen und Ihre eigene Kreativität zu erleben.

Nicht jeder kann auf besondere Weise kreativ sein, jedoch gibt es niemand, der völlig unkreativ ist!

Jeder ist in gewissem Maße kreativ.



Ein Beispiel: Sie fahren an einem langen verkaufsoffenen Samstag in die Innenstadt. Alle Parkplätze sind besetzt, die Parkhäuser sind überfüllt. Sie fahren umher und suchen einen freien Parkplatz - am besten einen, an dem Sie keinen Strafzettel kassieren.

Ist Ihnen bei der Suche schon einmal aufgefallen, wie kreativ Sie und Ihre Mitmenschen bei der Parkplatzsuche sind? Für viele ist das eine ganz alltägliche Handlung.

Die Situation der Parkplatzsuche ist immer ähnlich bzw. bekannt, jedoch ist die Konstellation an jedem Samstag immer neu.

An diesem Beispiel können Sie sehen, dass die alltäglichen Leistungen, die Sie scheinbar automatisch meistern, höchst komplexe Aufgaben sind. Eindeutig gehört diese einfache Form kreativen Handelns so sehr zu der ureigenen Natur, dass man dies gar nicht mehr bemerkt:

Das menschliche Gehirn ist unentwegt kreativ!

Allein die Tatsache, zu leben, ist schon die Entfaltung der natürlichen Kreativität. Das Leben stellt Sie immer wieder vor neue Situationen. Sie finden ständig neue Lösungen, die Ihnen positiv und wertvoll erscheinen. Genau das entspricht der Definition von Kreativität.

Selbst alltägliche Handlungen sind kreative Handlungen.



Katalysatoren der Kreativität

Die eigene Kreativität wird durch bestimmte Verhaltensweisen oder mentale Einstellungen gefördert. Die nachstehenden **Katalysatoren** bilden die Grundlage für ein kreatives Handeln:

Bestimmte Einstellungen und Verhaltensweisen fördern die Kreativität.

Interesse und Neugierde zeigen

Sie gehen nicht mit „Scheuklappen“ durch das Leben. Sie sind immer hellwach und nehmen Ihre Umwelt - sowohl die private, als auch die Arbeitsumwelt - unvoreingenommen und bewusst wahr.

Flexibel sein

Unvorhergesehene Probleme bereiten Ihnen kein Kopferbrechen. Sie erkennen, dass sich Situationen nicht wie geplant entwickeln. Ihnen fällt immer eine neue Idee dazu ein.

Langfristiges Vorausdenken bei ungewisser Zukunft

Sie spielen geistig zu bestimmten Situationen Zukunftsszenarien durch. Sie überlegen sich Varianten, wie sich die Dinge im besten und im schlechtesten Fall entwickeln könnten und wie Sie darauf reagieren. Innerhalb dieser Handlungsspanne sind Sie „offen für alles“.

Visionäres Denken

Sie spielen gedanklich mit der Zukunft und bewegen sich in „Traumwelten“. Sie bauen „Luftschlösser“ oder „spinnen Gedanken“, wie sich die Welt und Umwelt bspw. durch das Internet verändern wird und wie Sie davon profitieren können.

Kritisches Hinterfragen

Sie nehmen Entscheidungen, die täglichen Routinearbeiten und die Gewohnheiten des Alltags nicht einfach hin. Sie stellen sich die Frage: „Muss das so sein?“ oder „Wie kann man es besser machen?“